

Birken, Thomas; Dunkel, Wolfgang

**Working Paper**

## Dienstleistungsforschung und Dienstleistungspolitik: Eine Bestandsaufnahme internationaler Literatur zu 'service science' und 'service work'

Arbeitspapier, No. 282

**Provided in Cooperation with:**

The Hans Böckler Foundation

*Suggested Citation:* Birken, Thomas; Dunkel, Wolfgang (2013) : Dienstleistungsforschung und Dienstleistungspolitik: Eine Bestandsaufnahme internationaler Literatur zu 'service science' und 'service work', Arbeitspapier, No. 282, Hans-Böckler-Stiftung, Düsseldorf

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/116739>

**Standard-Nutzungsbedingungen:**

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

**Terms of use:**

*Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.*

*You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.*

*If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.*

Arbeitspapier **282**

282

Thomas Birken | Wolfgang Dunkel  
**Dienstleistungsforschung  
und Dienstleistungspolitik**  
Eine Bestandsaufnahme  
internationaler Literatur  
zu service science und service work

**Arbeitspapier 282**

Thomas Birken/Wolfgang Dunkel

**Dienstleistungsforschung  
und Dienstleistungspolitik**

**Eine Bestandsaufnahme internationaler Literatur  
zu service science und service work**

Thomas Birken, Dipl.-Soz., M.A., ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Sozialwissenschaftliche Forschung e.V. – ISF München. Arbeitsschwerpunkte: Sozialwissenschaftliche Dienstleistungsforschung, Interaktive Arbeit, Arbeit und Subjekt.

Wolfgang Dunkel, Dr. phil., ist Mitglied des Vorstands des Instituts für Sozialwissenschaftliche Forschung e.V. – ISF München, Mitglied des Wissenschaftlichen Beirats der Hans-Böckler-Stiftung und Gründungsmitglied der Initiative „Social Science Service Research“(3sR). Arbeitsschwerpunkte: Interaktive Dienstleistungsarbeit, Arbeit und Gesundheit, Service Science.

## Impressum

Herausgeber: Hans-Böckler-Stiftung  
Mitbestimmungs-, Forschungs- und Studienförderungswerk des DGB  
Hans-Böckler-Straße 39  
40476 Düsseldorf  
Telefon (02 11) 77 78-108  
Fax (02 11) 77 78-4108  
E-Mail: [Claudia-Bogedan@boeckler.de](mailto:Claudia-Bogedan@boeckler.de)

Redaktion: Dr. Claudia Bogedan, Leiterin Referat „Erwerbsarbeit im Wandel“,  
Abt. Forschungsförderung

Produktion: Setzkasten GmbH, Düsseldorf

Düsseldorf, Mai 2013

€ 15,00

## Kurzfassung

Das Arbeitspapier „Dienstleistungsforschung und Dienstleistungspolitik“ hat sich zur Aufgabe gemacht, einen Überblick zu aktuellen internationalen (vor allem anglo-amerikanischen) Studien zur *Dienstleistungsforschung* zu geben. Dabei werden zwei Schwerpunkte gesetzt, die jeweils unterschiedliche disziplinäre und theoretische Traditionen zusammenfassen: Während sich die *service science* primär für die Frage interessiert, wie in der systematischen Integration ökonomischer und technologischer Kompetenzen unter Einbezug von Marketingperspektiven innovative Dienstleistungen zur Marktfähigkeit gebracht werden können, interessiert sich die *service-work*-Forschung unter Rückgriff auf kritisch-sozialwissenschaftliche Theorieansätze vor allem für die Arbeitsbedingungen von Dienstleistungsbeschäftigten am unteren Ende der beruflichen Statushierarchie. Aus beiden Teilsträngen der Dienstleistungsforschung lassen sich Folgerungen für die Weiterentwicklung von *Dienstleistungspolitik* ziehen. Diese Folgerungen werden im abschließenden Kapitel des Arbeitspapiers zur Diskussion gestellt.



## Inhaltsverzeichnis

Kurzfassung.....	3
1 Einleitung.....	7
1.1 Deutschland, eine Dienstleistungsgesellschaft? Zum Stand der Debatte .....	7
1.2 Anliegen und Aufbau der Studie .....	10
2 Der Service-Science-Kosmos .....	13
2.1 Einleitung .....	13
2.2 Service Dominant Logic .....	14
2.3 Nordic School.....	16
2.4 IBM .....	17
2.5 Gallouj/Djellal: Dienstleistungsinnovationen .....	20
2.6 Rezeption in Deutschland .....	22
2.7 Literatur zur Vertiefung.....	25
3 Die Service-Work-Debatte.....	27
3.1 Service work: eine Begriffsbestimmung .....	29
3.2 Anforderungen interaktiver Arbeit: Emotionsarbeit und aesthetic labour .....	31
3.2.1 Emotionsarbeit .....	32
3.2.2 Aesthetic labour .....	34
3.3 Entwicklungstrends an der Grenze von Produktion und Konsumption .....	36
3.3.1 The McDonaldisation of Society .....	37
3.3.2 Disneyization of Society .....	39
3.3.3 McDonaldisation, Disneyization und Arbeit.....	40
3.4 Neue und alte Ungleichheiten auf Dienstleistungsarbeitsmärkten.....	41
3.4.1 Global Care Chains .....	42
3.4.2 Intersektionalitätsforschung .....	44
3.5 Service worker resistance.....	46
3.5.1 Das Dienstleistungsdreieck: Zwickmühle oder Chance? .....	46
3.5.2 Service work und kollektive Interessenvertretung.....	48
3.6 Literatur zur Vertiefung.....	49
4 3sR – Social Science Service Research.....	51
4.1 Arbeit im Kundenkontakt: theoretische Konzepte.....	51
4.2 Der arbeitende Kunde .....	53
4.3 Integration von Kunden im Web 2.0 .....	54
4.4 Anerkennung in der Dienstleistungsarbeit.....	55
4.5 Zusammenfassung.....	56
4.6 Literatur zur Vertiefung.....	57

5	Dienstleistungsforschung und Dienstleistungspolitik .....	59
5.1	Dimensionen von Dienstleistungspolitik .....	59
5.2	Erträge der Dienstleistungsforschung für Dienstleistungspolitik .....	61
5.3	Ausblick.....	66
6	Literatur.....	71
	Über die Hans-Böckler-Stiftung .....	85



# 1 Einleitung

## 1.1 Deutschland, eine Dienstleistungsgesellschaft? Zum Stand der Debatte

Die Frage, ob es sich im Falle von Deutschland um eine Dienstleistungsgesellschaft handelt, kann ganz unterschiedlich beantwortet werden: Die erste, einfache Antwort besteht in einem eindeutigen „ja“, die zweite, kompliziertere Antwort in einem zögerlichen „ja, aber“.

Für die erste Antwort braucht es nicht mehr als einen kurzen Blick in die Statistik. Aus dieser geht hervor, dass von den 41 Millionen Erwerbstätigen in der Bundesrepublik Deutschland im Jahr 2011 noch 670.000 in der Land- und Forstwirtschaft sowie der Fischerei tätig waren und auch die Beschäftigtenzahlen im produzierenden Gewerbe mit aktuell noch knapp über 10 Millionen weiter im Schwinden begriffen sind. Die Dienstleistungsbereiche zählen im Jahr 2011 hingegen in der Summe mehr als 30 Millionen Beschäftigte und damit noch einmal über zwei Millionen mehr als 2009 (vgl. Statistisches Bundesamt 2012: 349). Folgt man der gängigen Definition, die besagt, dass Dienstleistungsgesellschaften sich schlicht dadurch auszeichnen, dass in ihnen der überwiegende Teil der Erwerbstätigen im dritten Sektor tätig ist, besteht also kein Zweifel daran, dass Deutschland als Dienstleistungsgesellschaft zu bezeichnen ist.

Diese Perspektive steht im Einklang mit der weit verbreiteten Vorstellung, nach der es sich bei der Entwicklung von der vormodernen Agrargesellschaft über die moderne Industriegesellschaft zu einer postindustriellen Wissens- und Dienstleistungsgesellschaft um einen quasi-natürlichen evolutionären Prozess handelt. Mit den Krisen der klassischen Industrien seit den 1970er Jahren, spätestens aber mit der Entstehung der New Economy und den daran angelagerten Vorstellungen einer neuen und zunehmend dominanten globalen Kreativelite (vgl. Florida 2002) galt auch innerhalb weiter Teile der wissenschaftlichen Diskussion zunehmend als ausgemacht, dass sich die Dienstleistungen zum primären Gravitationszentrum der wirtschaftlichen Entwicklung entwickeln würden. Christoph Deutschmann brachte dies folgendermaßen auf den Punkt: „Die industrielle Gesellschaft hat sich (...) in eine „post-industrielle“ Gesellschaft verwandelt, deren Lebensweise nicht länger durch die industrielle Produktion, sondern durch „tertiäre“ Tätigkeiten im weitesten Sinn geprägt wird: Wissenschaft und Forschung, Dienstleistungen, Kommunikation“ (Deutschmann 2002: 8).

Auch das Platzen der sogenannten Dotcom-Blase zur Jahrtausendwende hat sich offenbar zunächst nicht wesentlich auf diese Einschätzung ausgewirkt. Spätestens mit den Immobilien-, Finanz- und Banken Krisen der letzten Jahre wird jedoch auch gerade in den Ländern, die sich in besonders starkem Maße einer möglichst weitreichenden Tertiärisierung der Wirtschaft verschrieben hatten, verstärkt hinterfragt, ob der eingeschla-

gene Weg auch tatsächlich der richtige sei und nicht doch eher eine gesunde Mischung aus einer wettbewerbsfähigen industriellen Produktion und ebenso wettbewerbsfähigen Dienstleistungen das volkswirtschaftliche Patentrezept darstelle (vgl. z.B. Chakraborty 2011).

Mit diesem Meinungsumschwung können sich all jene bestätigt fühlen, die auch während der Hochphase der Dienstleistungseuphorie auf die Frage, ob es es sich bei der deutschen um eine Dienstleistungsgesellschaft handle, zur „ja, aber“-Fraktion gezählt haben. Die Bedenken der Dienstleistungsskeptiker speisen sich wiederum aus mehreren Quellen. Mit Blick auf die Länder, die voll auf die Dienstleistungskarte gesetzt hatten, wurde deutlich, dass der „Jobmotor Dienstleistungen“ in vielen Fällen in erster Linie Beschäftigung in vergleichsweise schlecht bezahlten und schlecht qualifizierten Tätigkeitsfeldern geschaffen hatte, die in der Summe eher zu einer Ausweitung von Prekarisierungsphänomenen als zu einer allgemeinen Verbesserung von Arbeit und Beschäftigung geführt haben. Aus einer primär standortpolitischen Perspektive wurde zudem die Meinung vertreten, dass man sich doch lieber auf die eigenen Stärken – und damit auf die hoch entwickelte industrielle Produktion und den Maschinenbau – konzentrieren sollte, statt auf Boombranchen zu setzen, von denen niemand sicher sagen könne, ob sie sich nicht morgen schon wieder in Luft aufgelöst haben werden. Dieser skeptische Blick hat im Lichte der aktuellen Entwicklungen durchaus eine gewisse Rechtfertigung erfahren.

Das wichtigste Argument gegen ein allzu schnelles „ja“ zu einer Definition als Dienstleistungsgesellschaft besteht jedoch darin, dass sich Dienstleistungstätigkeiten in Deutschland traditionell zu einem vergleichsweise hohen Grad im sekundären Sektor konzentrieren (vgl. Bosch 2002), so dass die Entwicklungen von Produktion und Dienstleistungen in einem engen wechselseitigen Abhängigkeitsverhältnis stehen. Während produktionsbezogene Dienstleistungen in der Vergangenheit primär in ihrer Gewährleistungsfunktion verstanden (vgl. Berger/Offe 1984) und damit als notwendige, aber dennoch letztlich sekundäre Rahmenbedingung des eigentlich wertschöpfenden Produktionsprozesses gedacht wurden, wandelt sich dieses Verhältnis auch innerhalb des produzierenden Sektors gegenwärtig grundlegend. Dienstleistungstätigkeiten von der Forschung und Entwicklung bis zum Kundendienst erscheinen im Zuge einer fortschreitenden Orientierung am Leitbild der hybriden Wertschöpfung zunehmend als das eigentliche Geschäft, während die produzierten Güter selbst eher den Charakter von Kristallisationskernen annehmen. Dementsprechend verstehen sich beispielsweise Automobilunternehmer mittlerweile mehr und mehr als Mobilitätsdienstleister und weniger als Güterproduzenten.

Nichts desto Trotz kommen auch hybride Produktions- und Dienstleistungssysteme, und seien sie auch noch so „dienstleistungslastig“, nicht ohne einen güterförmigen Kristallisationskern aus – aus dem *relativen* Bedeutungszuwachs der Dienstleistungen im Hinblick auf Beschäftigung und Wertschöpfungsanteile lässt sich also keineswegs unmittelbar auf einen *absoluten* Bedeutungsverlust der (vorrangig industriellen) Pro-

duktion im Hinblick auf die Leistungsfähigkeit des volkswirtschaftlichen Gesamtsystems schließen. Solange dies jedoch nicht der Fall ist, scheint eine Definition als „Dienstleistungsgesellschaft“ der Realität nicht ganz gerecht zu werden.

Hinzu kommt, dass sich der Tertiarisierungsprozess, der in der gängigen Lesart den Übergang von einer Industrie- zu einer Dienstleistungsgesellschaft markiert, bei genauerem Hinsehen ebenfalls als mehrdimensional darstellt (vgl. Deutschmann 2002): Natürlich bedeutet Tertiarisierung zunächst einmal, dass der dritte Sektor im Vergleich zum zweiten und erst recht zum ersten an Bedeutung im Hinblick auf Beschäftigung und gesamtgesellschaftliche Wertschöpfung gewinnt. Tertiarisierung bedeutet aber auch eine steigende Bedeutung von Dienstleistungen innerhalb des zweiten Sektors, was nicht zuletzt zur Folge hat, dass die Grenzen zwischen beiden Sektoren zunehmend verschwimmen und sich Wertschöpfung zunehmend als hybrider Prozess darstellt. Drittens bedeutet Tertiarisierung, dass sich Arbeit auch in der Produktion verändert. In den modernen Hochproduktivitätsökonomien (vgl. Bude 2008) wie der deutschen wird auch Produktionsarbeit zunehmend anspruchsvoller, wird auf allen qualifikatorischen Ebenen zunehmend „auf das Leistungsvermögen, das Engagement und die Selbststeuerungsfähigkeit der Beschäftigten gesetzt“ (Minssen 2006: 17).

Alle drei Tertiarisierungsdimensionen haben Folgewirkungen, die nicht nur die gesellschaftliche Sphäre der Arbeit betreffen, sondern auf andere gesellschaftliche Bereiche ausstrahlen. Der Prozess der Tertiarisierung ist als Entwicklungsweg von der klassischen Industriegesellschaft zu einer wie auch immer gearteten „Post“-Formation immer auch ein gesamtgesellschaftlicher, in dem nicht immer eindeutig festzumachen ist, welche sozialen und wirtschaftlichen Veränderungsdynamiken als abhängige oder unabhängige Variablen im System ihrer wechselseitigen Beeinflussung zu begreifen sind (vgl. hierzu auch Jacobsen 2010). Entsprechend ist Tertiarisierung nicht nur als ein ökonomischer, sondern auch als ein kultureller und damit letztendlich gesamtgesellschaftlicher Prozess zu begreifen.

Lassen sich die angesprochenen Argumenten und Aspekte nun in ein Gesamtbild integrieren, dass über die Darstellung letztendlich widersprüchlicher Entwicklungen hinausgeht? Im Hinblick auf die Berufsstruktur und die gesellschaftliche Arbeitsteilung plädiert Michael Vester im Anschluss an Rainer Geißler (2008) dafür, im Falle von Deutschland nicht von einer postindustriellen Gesellschaft, sondern von einer *industriellen Dienstleistungsgesellschaft* zu sprechen (vgl. Vester 2011). Auf der terminologischen Ebenen wird damit die Möglichkeit geschaffen, den Prozess der Tertiarisierung nicht mit einem automatischen Bedeutungsverlust der industriellen Produktion gleichzusetzen, sondern eine wachsenden Bedeutung tertiärer Tätigkeiten und einen hohen Stellenwert der industriellen Produktion zusammen zu denken.

Damit sind die gesellschaftlichen Herausforderungen, die mit Prozessen der Tertiarisierung verbunden sind, freilich noch lange nicht gelöst. Vielmehr besteht die Herausforderung gerade in einer traditionell stark industrialistisch geprägten Gesellschaft wie

der deutschen darin, dem gesellschaftlichen Wandel auch auf der Ebene von Denkmustern und damit mit neuen statt alten Antworten zu begegnen (vgl. Baethge 2001). Auch eine industrielle Dienstleistungsgesellschaft wird folglich nicht ohne eine Politik auskommen, die den tertiarisierten gesellschaftlichen Wirklichkeiten gerecht wird.

## 1.2 Anliegen und Aufbau der Studie

Der Bedeutung von Dienstleistungen im Hinblick auf gesellschaftlichen Wohlstand, Arbeit und Beschäftigung sollte also auch die gesellschaftliche Produktion von dienstleistungsbezogenem Wissen gerecht werden: Die politische Gestaltung der in Veränderung begriffenen Gesellschaftsformation dürfte ohne Rückgriff auf die Erkenntnisse einer dem Gegenstand angemessenen Dienstleistungsforschung kaum zu machen sein.

Bei genauerer Betrachtung wird allerdings deutlich, dass schon der Begriff der Dienstleistungsforschung bislang noch nicht hinreichend geklärt ist. Für die Frage, was Dienstleistungsforschung ist, kann und will (bzw. nicht ist, nicht kann, nicht will) scheint es bisher weder in der öffentlichen Diskussion noch wissenschaftsintern eine eindeutige Antwort zu geben. Das Anliegen dieser Expertise besteht folglich darin, einen Beitrag zur Klärung der Frage nach dem „Wesen“ der Dienstleistungsforschung leisten, indem wir eine kritische Bestandsaufnahme solcher Forschungslinien durchführen, die explizit für sich in Anspruch nehmen, Dienstleistungsforschung zu sein oder Dienstleistungsarbeit zum Gegenstand haben.

Die Darstellung gliedert sich in zwei aufeinander aufbauende Schritte. Im ersten Teil wird auf der Basis von Literaturstudien herausgearbeitet, welche thematischen Schwerpunktsetzungen, theoretischen Ansätze und Zielsetzungen in den unterschiedlichen Spielarten von Dienstleistungsforschung vorzufinden sind. Zunächst wird es dabei um die Service Science gehen. Unter diesem Label formiert sich seit einiger Zeit eine Community aus primär betriebswirtschaftlich und informationstechnisch orientierten Wissenschaftlern sowie Akteuren aus dem Umfeld von Technologiekonzernen, die für sich in Anspruch nehmen, über die Entwicklung einer integrierten Dienstleistungswissenschaft zur Überwindung eines primär an der Logik der Güterproduktion orientierten „mind-sets“ in der Wirtschaft beizutragen. Im nächsten Schritt wird mit der Service-Work-Debatte ein mittlerweile zumindest im englischen Sprachraum etablierter Diskussionszusammenhang vorgestellt, der auf der Basis kritisch-sozialwissenschaftlicher Theorieansätze auf die Schattenseiten der Dienstleistungsgesellschaft fokussiert und dabei besonders die Arbeitsbedingungen und das Arbeitserleben von Dienstleistungsbeschäftigten in prekären Dienstleistungsberufen in den Mittelpunkt stellt. Im dritten Teil der Sichtung werden einschlägige Ansätze und Beiträge aus der deutschsprachigen sozialwissenschaftlichen Dienstleistungsforschung vorgestellt, die sich gegenwärtig in Form der Social Science Service Research (3sR)-Community organisiert und dabei besonders um den Einbezug der sozialen Seite von Dienstleistungssystemen in eine integrierte Dienstleistungswissenschaft bemüht ist.

Im Rahmen dieser Bestandsaufnahmen geht es letztendlich darum, herauszuarbeiten, was Dienstleistungsforscher in ihren je spezifischen Forschungsfeldern tatsächlich tun, wenn sie von sich sagen, sie betrieben Dienstleistungsforschung. Im zweiten Schritt werden die Ergebnisse dieser Kartografierungen unterschiedlicher Dienstleistungsforschungsfelder im Hinblick auf relevante Anknüpfungspunkte für Dienstleistungspolitik noch einmal systematisch rekapituliert. Den Einstieg bildet hierbei eine Gegenüberstellung unterschiedlicher Dimensionen von Dienstleistungspolitik.



## 2 Der Service-Science-Kosmos

### 2.1 Einleitung

Im Rahmen der Literaturstudie zur service science werden einige wesentliche Diskussionslinien, theoretische Ansätze und thematische Schwerpunktsetzungen in der internationalen Debatte dargestellt. Als Quellen für diese Kartierung des Forschungsfeldes dienen vor allem Beiträge aus dem Handbook of Service Science (Maglio et al. 2010) und dem Handbook of Innovation and Services (Gallouj/Djellal 2010) sowie einige weitere zentrale Zeitschriftenartikel. Dabei wollen wir zum einen die Grundideen, um die die internationale Debatte kreist, in kurzer Form rekonstruieren; zum anderen haben wir uns auf die Suche danach gemacht, bei welchen Autoren und in welcher Weise die Beschäftigtenperspektive eine Rolle spielt.

Wir beginnen mit einer Darstellung der programmatischen Arbeiten von Vargo und Lusch zur „service dominant logic“ (SDL). Den beiden Autoren war es im Jahr 2004 gelungen, mit diesem Begriff den grundlegenden Perspektivenwechsel, den die service science für sich in Anspruch nimmt, auf den Begriff zu bringen. Damit wurden sie zu einem, wenn nicht dem zentralen Bezugspunkt in der Debatte zum Aufbau einer genuine Dienstleistungswissenschaft, einer service science. Vargo und Lusch erfanden mit ihrem Ansatz zwar nicht eine völlig neue Dienstleistungswissenschaft, aber sie vermochten verschiedene Ansätze und Perspektiven, die bereits vorher vor allem auf dem Feld des Dienstleistungsmarketing entstanden waren, zusammenzuführen. Dabei profitierten sie am meisten von der sogenannten nordic school, einer skandinavischen Denkschule, die seit den 1970er Jahren vielfältige und folgenreiche Ideen in das Dienstleistungsmarketing eingebracht hat. Einige dieser Ideen werden in Kapitel 1.1.3 vorgestellt. Der US-amerikanische mainstream der service science wiederum ist von Anfang an stark durch die Aktivitäten eines großen Unternehmens, dessen Selbstverständnis sich zu dem eines Dienstleistungsunternehmens gewandelt hat, geprägt – durch die IBM. Die zentralen Merkmale dieses mainstreams werden in Kapitel 1.1.4 vorgestellt. Während das Handbuch von Maglio et al. (2010) in der Mehrzahl seiner Beiträge stark auf die IBM-Variante der service science zugeschnitten ist, erweist sich das Handbuch von Gallouj und Djellal (2010) stärker an verschiedenen europäischen Denkschulen orientiert. Hier spielt die nordic school wiederum eine Rolle, aber es finden sich auch Beiträge aus Frankreich, Großbritannien, Spanien, Deutschland und weiteren Ländern. Der Gegenstand dieses Handbuches sind Dienstleistungsinnovationen, einem der dominierenden Themen der Service Science (Kapitel 1.1.5).

Die Entwicklung der internationalen Aktivitäten zur Etablierung einer Service Science ist auch in Deutschland in akademischen und forschungspolitischen Kontexten begleitet und diskutiert worden. Der dieses Kapitel abschließende Abschnitt 1.1.6 stellt die wichtigsten Aktivitäten in diesem nationalen Rahmen zusammen.

## 2.2 Service Dominant Logic

Stephen L. Vargo und Robert F. Lusch liefern mit ihrem Aufsatz von 2004, „Evolving to a New Dominant Logic for Marketing“, die Ideologie für die Service Science-Bewegung<sup>1</sup>, gelingt es ihnen doch, einen Paradigmenwechsel zu formulieren und auf den Punkt zu bringen, der eine Loslösung von dem klassischen ökonomischen Denken verspricht, in dem die industrielle Produktion und das Erzielen von Wertschöpfung über den gewinnbringenden Verkauf von Produkten (wie das auch in dem veralteten Begriff der „Absatzwirtschaft“ zum Ausdruck kommt) die Normalfolie wirtschaftlichen Verhaltens darstellt. Ein wesentliches Motiv ist dabei sicherlich, den Stellenwert des Dienstleistungsmarketing zu erhöhen. Marketing soll nicht mehr nur ein Anhängsel von Entwicklung und Produktion sein – Unternehmensführung wird vielmehr als marktgetrieben verstanden und die Position des Marketing als entsprechend bedeutend gesehen, sorgt es doch für Prozesse, die eine erfolgreiche Orientierung am Markt ermöglichen sollen. Damit rücken die Produkte in den Hintergrund und Kundenorientierung sowie Wissen, Kompetenzen etc. treten in den Vordergrund.

Wenn Dienstleistungen nicht mehr unter einer „goods dominant logic“, sondern unter einer „service dominant logic“ betrachtet werden, erweisen sich die Unterscheidungen, die lange Zeit zur Charakterisierung von Dienstleistungen genutzt wurden (IHIP – intangibility: das Produkt von Dienstleistungsarbeit ist nicht stofflicher Natur, heterogeneity: das Produkt ist nicht homogen, da es mit den beteiligten Personen variiert, inseparability: das Produkt wird von Leistungsgeber und Leistungsnehmer gemeinsam hergestellt, perishability: das Produkt ist flüchtig und damit auch nicht lagerfähig), als obsolet. Dies führen Vargo und Lusch in einem zweiten, ebenfalls 2004 erschienenen Artikel aus (Vargo/Lusch 2004a). Denn diese Unterscheidungen gehen noch von der Normalitätsvorstellung industriell gefertigter Güter aus, die stofflicher Natur sind, sich wunderbar standardisieren lassen, in Betrieben, zu denen Kunden keinen Zugang haben, hergestellt werden und lagerfähig sind. Dienstleistungen sind in Relation hierzu negativ definiert (sie zeichnen sich dadurch aus, was sie nicht sind) und die ihnen damit zugeschriebenen Merkmale sind dem wirtschaftlichen Handeln eher hinderlich: Es ist nicht klar, worin das Produkt besteht und welche Qualität es hat – es gibt grundsätzliche Grenzen der Standardisierung und Massenfertigung – die Abhängigkeit von Kunden ist größer – man kann nicht auf Halbe produzieren.

Vargo und Lusch (2004a) zeigen zum einen, dass die Grenzen nicht so scharf zu ziehen sind, wie diese Gegenüberstellung tangibler und intangibler Güter suggeriert: Auch Dienstleistungen können materielle Resultate erzeugen, auch Dienstleistungen können standardisiert werden, der Kunde ist immer in die Wertschöpfung eingebunden, auch dann, wenn er materielle Güter konsumiert, auch nicht-materielle Dinge können

<sup>1</sup> Dies sehen sie selbst auch so: In ihrem Beitrag zum Handbuch zur Service Science stellen sie dar, in welcher Weise ihr Beitrag als „theoretical foundation of service science“ (Vargo et al. 2010: 134) verstanden werden kann.



gespeichert werden. Und sie ziehen positive statt negative Folgen aus diesen Eigenschaften: Wenn der Kunde schon Bestandteil der Wertschöpfung sein muss, dann sollte man ihn auch bewusst und so weitgehend wie möglich einbeziehen; wenn die Lagerfähigkeit schon eingeschränkt ist, dann sollte man auch auf Lager verzichten, etc. Vor allem aber erweitern sie das Verständnis von Dienstleistungen in einer Weise, die auf die Unterscheidung von materiellen Gütern verzichten kann:

“we define service as the application of specialized competences (skills and knowledge), through deeds, processes, and performances for the benefit of another entity or the entity itself (self-service) (...). Furthermore, we argue that this service is sometimes provided directly, and sometimes it is provided indirectly, that is, through the provision of tangible goods; goods are distribution mechanisms for service provision.” (Vargo/Lusch 2004a: 326)

Der programmatische Beitrag von Vargo/Lusch eignet sich deswegen so gut für die Legitimation einer eigenständigen Service Science, weil er nicht nur für ein neues, von der Güterproduktion unabhängiges, also eigenständiges Verständnis von Dienstleistungen sorgt, sondern sehr viel weiter geht: Es wird behauptet, dass auch materielle Güter ihren ökonomischen Wert nicht aus ihrer materiellen Beschaffenheit heraus erzielen, sondern nur dann, wenn sie etwas zur Dienstleistung beitragen. Dienstleistungen sind damit nicht mehr eine (irgendwie defizitäre) Unterkategorie materieller Güter, sondern materielle Güter sind eine Unterkategorie von Dienstleistungen. Produkte sind materialisierte, tangible Dienstleistungen – nicht Dienstleistungen intangible Güter.

Um dies nachvollziehen zu können, ist auf einen weiteren, für die service dominant logic konstitutiven Gesichtspunkt hinzuweisen: Wertschöpfung entsteht erst dadurch, dass der Kunde eine Dienstleistung (oder ein Produkt) nutzt („value-in-use“) – solange Produkte oder Dienstleistungen nicht genutzt werden, haben sie keinen Wert. Unternehmen können nur Angebote machen („value propositions“), erst wenn der Kunde diese Angebote nutzt, entsteht Wertschöpfung. Damit rücken der Kunde und das, was er im Rahmen von Dienstleistungsbeziehungen tut, in den Fokus der Aufmerksamkeit. Dabei ist der Kunde nicht mehr bloßer Abnehmer, bloßer Konsument von Produkten und Dienstleistungen (so wie ihn auch das traditionelle Dienstleistungsmarketing konzipiert hatte), sondern er trägt aktiv zur Wertschöpfung bei. Entsprechend wichtig ist für die Unternehmen, die Kollaboration mit ihren Kunden zu optimieren. Als wesentliche Kennzeichen eines Marketing, das aus einer entsprechenden Dienstleistungsorientierung heraus agiert, gelten Vargo und Lusch entsprechend Interaktivität, Integration des Kunden, die Ausrichtung auf dessen individuelle Bedürfnisse und die Berücksichtigung der grundsätzlichen Ko-Produktion in der Leistungserstellung:

“Interactivity, integration, customization, and coproduction are the hallmarks of a service-centered view and its inherent focus on the customer and the relationship.” (Vargo/Lusch 2004: 11)

Die breite Diskussion, die die Beiträge von Vargo und Lusch ausgelöst haben, kann hier nicht dargestellt werden. Hinzuweisen ist jedoch auf einen interessanten Beitrag, der eine konstruktive Weiterentwicklung der service dominant logic vorschlägt: Heinonen et al. (2010) kritisieren, dass auch die SDL stark der traditionellen Perspektive verhaftet bleibt, Dienstleistungen einseitig aus Sicht der Unternehmen, der Dienstleistungsanbieter zu betrachten. Sie stellen dieser „provider dominant logic“ eine „customer dominant logic“ entgegen, die versucht, Dienstleistungen aus Kundensicht zu verstehen. Dabei gehen sie über die für Service Science-Ansätze gängige Perspektive auf die Ko-Kreation in der Dienstleistungserstellung hinaus. Sie wollen darauf aufmerksam machen, welchen Stellenwert Dienstleistungen in einem weiteren Kontext haben:

„In this paper, we take a step towards a more holistic understanding of the customer’s life, practices and experiences, in which service is naturally and inevitably embedded.” (Heinonen et al. 2010: 533) Und weiter: “instead of focusing on what companies are doing to create services that customers will prefer, we suggest that the focus should be on what customers are doing with services and service to accomplish their own goals.” (ebd.: 534)

Diese eigenen Ziele bemessen sich daran, welche Bedeutung bestimmte Dienstleistungsangebote für das Leben der Kunden oder für das Geschäft, das die Kunden selbst betreiben, haben. Es wird nicht mehr der Kunde als Teil des Dienstleistungsunternehmens, sondern die Dienstleistungsangebote werden als Teil des Lebens der Kunden gesehen (ebd.: 538). Damit Unternehmen ihre Kunden wirklich verstehen können, müssen sie sich darum bemühen, tatsächlich die Perspektive der Kunden einzunehmen – etwa über die Durchführung ethnographischer Studien (ebd.: 545).<sup>2</sup>

### 2.3 Nordic School

Vargo und Lusch haben in ihren beiden Artikeln vor allem auf den vielfältigen Beiträgen einiger Dienstleistungsforscher in Schweden und Finnland aufgebaut, die unter der Überschrift “Nordic School” bekannt sind. Deren innovative Anstöße im Bereich des Dienstleistungsmarketing trugen ganz wesentlich zu der neueren Entwicklung des Aufbaus einer Service Science bei. Die zentralen Autoren der siebziger Jahre des 20. Jahrhunderts waren Christian Grönroos, Evert Gummesson und Richard Normann, die sich damals von dem international dominierenden mainstream des US-amerikanischen Marketing absetzten.<sup>3</sup> Grönroos setzte dabei der an Gütern orientierten Sichtweise der Ökonomie eine Perspektive entgegen, die auf interaktive Prozesse zwischen Dienstleistungsanbietern und ihren Kunden gerichtet ist. Unter dieser Perspektive entstand

2 Im Rahmen der deutschen 3sR-Initiative sozialwissenschaftlicher Dienstleistungsforschung lässt sich eine Studie finden, die dies versucht – allerdings ohne die Studienergebnisse der Marketingabteilung eines Unternehmens zur Verfügung zu stellen – die Studie zu Dienstleistungstagebüchern (Schröder et al. 2012).

3 Vgl. zur Geschichte der nordic school den Artikel der beiden Gründungsväter Gummesson/Grönroos 2012, die insbesondere auf die spezifischen Beiträge der wichtigsten Vertreter dieser Richtung eingehen.

auch die Idee der Kokreation von Dienstleistung und von Werten, an der sowohl Unternehmen wie auch ihre Kunden beteiligt sind. Gummesson wiederum etablierte einen Netzwerkansatz, durch den mehrere Akteure in Prozesse der Dienstleistungserbringung integriert werden können, und er entfaltete mit seiner „total relationship marketing“ (Gummesson 2008) einer Variante des Customer Relationship Marketing, mit der systematisch zwischen nicht weniger als 30 Dienstleistungsbeziehungen unterschieden werden kann. Dabei stehen nicht einzelne Markttransaktionen, sondern längerfristige Dienstleistungsbeziehungen und Netzwerke im Zentrum der Aufmerksamkeit.

Auch Richard Normann stellte die Dienstleistungsbeziehung in den Mittelpunkt und prägte die berühmte Metapher der „moments of truth“, die sich im direkten Kundenkontakt ergäben. Gemeinsam ist diesen Autoren auch die Präferenz für qualitativ angelegte Fallstudien (im Gegensatz zum mainstream der surveys), bspw. in Kooperation mit IKEA, das auf der Seite der Unternehmen immer wieder Innovationen in der Gestaltung von Dienstleistungsbeziehungen hervorgebracht hat.

Insbesondere Evert Gummesson bietet mit seinen 30 relationships einen wunderbar ausdifferenzierten Zugang zu den verschiedenen Varianten von Unternehmen-Kunden-Beziehungen. Beschäftigte spielen hier eine Rolle als „contact staff“ bzw. „front line“ (Gummesson 2008: 85), die im unmittelbaren Kontakt zu den Kunden stehen. Als solche sind sie belastenden Arbeitssituationen ausgesetzt wie etwa Warteschlangen, von denen sie sich unter Druck gesetzt fühlen oder wenig kooperativen Kunden, die Prozesse behindern. Sie sind aber auch diejenigen, die den Kunden kennen. Gummesson sieht eine Gefahr darin, wenn der direkte Kundenkontakt ersetzt wird durch das Internet oder das Outsourcing der Kundenbetreuung an ein Call Center (Gummesson 2008: 87). Dadurch verarmt die Dienstleistungsbeziehung, wird unter Umständen für den Kunden weniger komfortabel und das Unternehmen verliert den Kontakt zu Kunden.

Seit den 1980er Jahren ist die Nordic School weiter ausgebaut worden. Am Bedeutendsten ist hier das große CTF Service Research Center an der Karlstad Universität, das unter der Leitung von Bo Edvardsson vielfältige und international sehr beachtete Studien durchgeführt hat. Ein Schwerpunkt lag hier auf dem Thema der Dienstleistungsqualität. Daraus entstand die renommierte Veranstaltungsreihe QUIS („Quality in Service Symposium“), die alle zwei Jahre abwechselnd in Schweden, in den USA und in weiteren Ländern durchgeführt wird und eine sehr wichtige internationale Plattform für die Entwicklung der service science geworden ist. Weitere thematische Schwerpunkte liegen in den Bereichen der Dienstleistungsentwicklung und -innovation.

## 2.4 IBM

Bei der service science haben wir es mit einem Beispiel dafür zu tun, wie ein großes und einflussreiches internationales Unternehmen wissenschaftliche Entwicklungen aufgreifen und weitertreiben kann. Diese unternehmerischen Zielsetzungen wirken

sich auf die grundlegende Ausrichtung der service science aus: Sie beschäftigt sich im Kern mit der „Beschreibung, Erklärung und Gestaltung sozio-technischer Systeme, in denen mehrere Partner durch Leistungsbeziehungen verbunden sind und in gegenseitiger Abstimmung durch den Einsatz der bei allen Partnern vorhandenen Ressourcen gemeinsam Wert für die jeweiligen Partner und/oder das gesamte System schöpfen“ (Satzger et al., 2010: 8). Dabei baut die service science auf eine Vielzahl von Beiträgen des Dienstleistungsmarketing auf. Neben der service dominant logic von Vargo und Lusch (2004) und den Arbeiten der nordic school sind dies weitere wichtige Beiträge, die das Dienstleistungsmarketing vorangebracht haben.

Ein solcher, seit Mitte der 80er Jahre weit rezipierter und von Dienstleistungsunternehmen gerne genutzter Beitrag ist das Gap-Modell der Dienstleistungsqualität, das zum ersten Mal in einem Artikel von Parasuraman et al. (1985) vorgestellt und seitdem weiterentwickelt wurde. Im Handbuch zur service science findet sich in dem Beitrag von Bitner et al. (2010) der aktuelle Stand dieser Weiterentwicklungen und die Erweiterungen, die das Modell aufgrund der technologischen Innovationen im IKT-Bereich genommen hat. Dabei ist die Grundüberlegung gleich geblieben: Es werden verschiedene Lücken (gaps) zwischen dem Kunden und dem Anbieter von Dienstleistungen identifiziert (wie die Lücke zwischen der Erwartung des Kunden an die Servicequalität und der dann wahrgenommenen Qualität oder zwischen der Wahrnehmung der Kundenerwartungen durch das Unternehmen und den tatsächlichen Erwartungen des Kunden). Aufgabe des Dienstleistungsmarketing sei es, solche Lücken zu schließen, um die durch den Kunden erlebte Servicequalität zu steigern. Dienstleistungsbeschäftigte kommen hier als Gegenstand von Rekrutierungs- und Qualifizierungsstrategien ins Spiel, mit deren Hilfe die Lücke zwischen der von Unternehmensseite vorgegebenen Servicequalität und der Dienstleistungspraxis der Beschäftigten geschlossen werden soll („Service Performance Gap“ – Bitner et al. 2010: 210ff.).

Charakteristisch für das gap-Modell ist die klare Ausrichtung darauf, dass Dienstleistungen von Unternehmen (und ihren Beschäftigten) produziert und von Kunden konsumiert werden. Auch wenn die technisch erweiterten Möglichkeiten der Selbstbedienung gesehen und in das Modell integriert werden (Bitner et al. 2010), bleibt die aktive Rolle des Kunden im Wertschöpfungsprozess für die Grundausrichtung dieses Ansatzes irrelevant. Einen Schritt weiter gehen hier James P. Womack und Daniel T. Jones, die ihr in der Auseinandersetzung mit der revolutionären Arbeitsorganisation bei Toyota in den achtziger Jahren entwickeltes Konzept des lean management auf das Marketing übertragen haben („lean solutions“ – Womack/Jones 2006). Dabei stellen sie sich sehr dezidiert auf die Seite des Kunden und beleuchten das Dienstleistungsgeschehen aus seiner Perspektive. Damit geht der Blick über das Dienstleistungserlebnis im engeren Sinne oder die Qualität eines materiellen Produktes hinaus und ist auf die Gesamtheit dessen gerichtet, was aus Sicht des Kunden passiert (also auch überflüssige Wartezeiten, mehrfach notwendige Anrufe im Call Center etc.). Die Vorschläge der Autoren zur Verbesserung der Dienstleistungsqualität laufen im Großen und Ganzen

auf eine „Verschlankung“ von Ablaufprozessen hinaus – mit dem (erwünschten oder unerwünschten) Nebeneffekt der Einsparung von Personal.

Spohrer und Maglio (2010a: 166ff.) nehmen für sich in Anspruch, in ihrer Argumentation für den Aufbau einer Wissenschaft der Servicesysteme mit einigen Mythen aufzuräumen, mit denen Dienstleistungen traditionell behaftet seien: Dienstleistungen seien nicht durch schlecht bezahlte und niedrig qualifizierte Jobs gekennzeichnet und es seien gerade die hochqualifizierten Jobs im Bereich wissensintensiver Dienstleistungen, die in den letzten Jahren besonders stark gewachsen sind. Dienstleistungen seien hoch technisiert und ihre Produktivität lasse sich steigern. Servicequalität sei nicht nur subjektiv, sondern könne wissenschaftlich untersucht und gesteigert werden. Und: Dienstleistungen seien nicht so heterogen, wie sie erscheinen mögen, wenn man sie mit einem Systemansatz erfasst:

„A systems approach models the world in terms of entities, interactions, and outcomes (Weinberg 1975/2001). In the context of service, service system entities are dynamic configurations of resources, which include people, businesses, hospitals, universities, nations, on-line communities, and the like. In fact, the four primary types of resources are people, organizations, shared information, and technology (Spohrer, Maglio, Bailey, and Gruhl 2007), and there are many ways to put these parts together. For example, an individual person can function as a service system entity in the context of other people and organizations (e.g., my wife and children, my employer, my nation), shared information (e.g., my native language), and technology (e.g., my personal property, and shared access to a physical environment). As a service system entity, a person is not just the flesh-and-blood part, but the whole constellation of resources that can be mobilized to create value in the context of others.“ (Spohrer/Maglio 2010: 6)

Die Autoren definieren „service as value cocreation phenomena that arise among interacting service system entities“ (Spohrer/Maglio 2010a: 158). Ihr Systembegriff ist so weit gefasst, dass er das menschliche Zusammenleben in ziemlich umfassender Weise in Dienstleistungsbeziehungen umdeutet: Sobald das Zusammenleben arbeitsteilig organisiert ist und man Leistungen austauscht, kann man diese Aktivitäten als Dienstleistungssysteme auffassen. Auf der anderen Seite ist IBM aber an solchen Dienstleistungssystemen interessiert, mit denen sich Geld verdienen lässt, die eine Zukunftsperspektive aufweisen, in denen man Innovationen erzielen kann und die man technologisch und ökonomisch optimieren kann. Relevante Dienstleistungssysteme sind dementsprechend solche Systeme, die sich über Operations Management, IT, economies of scale u.a.m. optimieren lassen. Dementsprechend haben dann auch Disziplinen wie die Computerwissenschaften oder die Wirtschaftsinformatik (neben dem schon mehrfach erwähnten Bereich des Dienstleistungsmarketing) eine besonders starke Stellung innerhalb der (zumindest programmatisch) interdisziplinär ausgerichteten service science.

Vereinzelt kommen aber auch sozialwissenschaftliche Ansätze zum Zuge. Ein Beispiel hierfür ist der Ansatz von Schneider und Bowen (2010). Diesen Autoren stellt sich

das Dienstleistungsgeschehen als ein komplexer sozialer Prozess dar, der stark durch kulturelle Faktoren geprägt ist: Kunden haben nicht nur spezifische Erwartungen an Dienstleistungsunternehmen, sondern tief liegende Bedürfnisse, die auf Sicherheit, Wertschätzung und Gerechtigkeit abzielen und die von Dienstleistungsunternehmen nicht verletzt werden sollten (ebd.). Beschäftigte mit Kundenkontakt wiederum finden sich in der typischen Situation der Grenzstellenarbeit, in der sie Anforderungen des Unternehmens und Kundenbedürfnisse miteinander vermitteln müssen. Dass Beschäftigte hier ein wesentliches Element der Untersuchungen darstellen, ist im mainstream der service science eine Ausnahme: So weit auf der einen Seite die Bedeutung des Kunden im Dienstleistungsgeschehen ausgebaut worden ist, so wenig hat sich die Service Science bislang mit den Beschäftigten befasst. Diese gehen bestenfalls als „Humanressourcen“, die möglichst optimal in die Service Systeme eingebaut werden sollen, in die Überlegungen mit ein. Die Perspektive der Beschäftigten selbst wird hingegen nicht thematisiert.

In jüngerer Zeit hat IBM darauf gesetzt, über die Perspektive des Einzelunternehmens und auch über die Betrachtung von abgrenzbaren Servicesystemen hinauszugehen. Dabei halten sie sich allerdings nicht mit der gesellschaftlichen Ebene auf, sondern zielen gleich auf den Planeten insgesamt: Mit ihrer „smarter planet“ – Strategie zielt das Unternehmen jetzt darauf ab, Lösungen für komplexe Systeme wie etwa Städte anzubieten. Dabei kommen ökologische Aspekte wie die Schonung von Ressourcen mit ins Spiel. In seinem programmatischen Editorial („Welcome to Our Declaration of Interdependence“) zur ersten Ausgabe des online-Journals „Service Science“ vom Frühjahr 2009 greift Jim Spohrer diese globale Ausrichtung auf und vertritt die These, dass nicht nur Servicesysteme, sondern die Welt insgesamt von Dienstleistungen zusammengehalten werden. Es komme darauf an, die globalen Zusammenhänge smarter zu gestalten. Auf dem Höhepunkt der internationalen Finanz- und Wirtschaftskrise be- greift er diese als Hinweis darauf, wie groß die internationalen Interdependenzen sind und dass gerade deswegen Service Science notwendig sei, um diese Interdependenzen smarter zu gestalten.

## 2.5 Gallouj/Djellal: Dienstleistungsinnovationen

Das „Handbook of Innovation and Services“ von Faïz Gallouj und Faridah Djellal (2010) ist ähnlich umfangreich wie das im gleichen Jahr erschienene „Handbook of Service Science“ (Maglio et al. 2010), dabei aber thematisch stärker fokussiert (auf das Thema „Innovation“) und konzeptionell offener (da nicht auf den IBM-getriebenen mainstream der Service Science konzentriert<sup>4</sup>). Während bei Maglio et al. US-ame-

4 Dies zeigt sich schon darin, dass James Spohrer, die Figur bei IBM, die den Aufbau der Service Science in leitender Funktion vorangetrieben hat, in diesem Handbuch nur auf einer Seite Erwähnung findet, bei Maglio et al. hingegen auf rund 110 Seiten. In Bezug auf Faïz Gallouj ist das Ungleichgewicht nicht so stark: Bei Maglio et al. wird er auf 40 Seiten erwähnt, in dem von ihm selbst herausgegebenen Handbuch auf 95 Seiten.

rikanische Autorinnen und Autoren dominieren, sind in diesem Handbuch vor allem Forscherinnen und Forscher aus Europa vertreten.<sup>5</sup> Und es klingt ein breiteres Verständnis relevanter Dimensionen von Dienstleistungen an, das nicht nur ökonomische (commercial performance) und technische Aspekte (technical performance) umfasst, sondern auch soziale (relational performance), ethische, gesellschaftliche und ökologische Aspekte (civic performance) mit einbezieht (Gallouj/Djellal 2010: 3).

Gemeinsam ist beiden Handbüchern allerdings, dass die Beschäftigtenperspektive weitestgehend ausgeblendet bleibt. Eine Ausnahme bildet hier Jon Sundbo, der an der Universität in Roskilde in Dänemark lehrt. Bei ihm spielen die Beschäftigten eine zentrale Rolle – deshalb soll sein Handbuchbeitrag hier näher betrachtet werden.

Sundbo's Beitrag zum Handbuch hat den etwas komplizierten Titel: „The toilsome path of service innovation: the effects of the law of low human multi-task capability“ (Sundbo 2010). Interessant ist an diesem Beitrag zunächst einmal, dass der Autor auf der Grundlage vielfältiger und langjähriger empirischer Untersuchungen auf die Probleme aufmerksam macht, vor die sich Unternehmen gestellt sehen, die tatsächlich grundlegende Innovationen erreichen wollen. Sundbo geht von einer einfachen Bestimmung von Dienstleistungen als interaktive Prozesse aus („a service is an interactive process in which a problem is solved“, Sundbo 2010: 280) und kommt zu der Erkenntnis, dass es sich um „soziologische Phänomene“ handelt. Da Menschen an diesen Prozessen beteiligt sind, die jeweils eigene Ziele verfolgen und damit die Komplexität von Dienstleistungsprozessen steigern, ist es schwierig, diese zu verändern. Innovationen entwickeln sich in der Regel langsam und es sind viele Personen daran beteiligt. Typischerweise kommen Veränderungsprozesse immer wieder zum Stillstand oder versanden endgültig, auch deshalb, weil die Beteiligten auch noch viele andere Dinge zu tun haben als Innovationen voranzutreiben.

Die Offenheit und Komplexität von Service-Innovationen impliziert jedoch auch, dass Anstöße für Innovationen von verschiedenen Gruppen kommen können: Von den Kunden, vom Management – aber auch von Seiten der Beschäftigten, die direkten Kontakt zu den Kunden haben. Gerade sie haben ein hohes Innovationspotential, weil sie die Kunden am besten kennen. Deshalb sollten Unternehmen versuchen, dieses Potential für sich zu nutzen und auf ihre Beschäftigten hören. Auf der anderen Seite können Beschäftigte auch Opfer von Veränderungen sein, wenn dadurch ihre Besitzstände angegriffen werden. Innovationen sind deshalb immer auch potentiell Gegenstand arbeitspolitischer Auseinandersetzungen.

Eine komplette Industrialisierung von Dienstleistungen wäre nach Sundbo kontraproduktiv, da soziale Prozesse in der Dienstleistungsinteraktion einen Wert für sich haben (ebd.: 291), der sich nicht in ökonomischen Kriterien ausdrücken muss. Trotzdem

5 Eine Brücke bietet Bo Edvardsson (Edvardsson et al. 2010), der in beiden Handbüchern mit einem Beitrag vertreten ist (der in beiden Handbüchern in Teilen identisch ist).

sollen sich Unternehmen durchaus Anleihen bei der Service Science machen; denn eines deren zentraler Anliegen besteht ja darin, der Anarchie der sozialen Prozesse (die im mainstream der service science allerdings in der Regel nicht so systematisch mit einbezogen werden wie dies bei Sundbo der Fall ist) eine Rationalisierung der Innovation entgegenzusetzen. Ein Beispiel hierfür ist das service engineering, der bislang bekannteste Beitrag deutscher Provenienz zur internationalen Service Science (Gudergan 2010), in dem versucht wird, Innovation und Servicedesign zu standardisieren. Dabei wird allerdings das Hauptaugenmerk auf technische Aspekte gelegt, Innovationen selbst werden eher zu technischen Angelegenheiten und die Änderung von Verhaltensweisen, also die Innovation auf der sozialen Ebene, gerät darüber ins Hintertreffen.

Insgesamt bleibt für Sundbo das Profil der service science, die er im Wesentlichen als Kombination von Ansätzen der nordic school mit Informations- und Kommunikationstechnologie versteht, noch diffus (Sundbo 2010: 295). Er plädiert dafür, das Innovationspotential, das in der Dienstleistungsinteraktion selbst liegt, stärker zu nutzen, da damit eine große Nähe zum Markt gegeben sei (ebd.). Unternehmen müssten versuchen, bottom-up-Innovationen (in denen die Beschäftigten an der front line eine zentrale Rolle spielen) mit dem service engineering in Entwicklungsabteilungen zu verknüpfen. Innovationen bleiben zwar gleichwohl schwierig, aber die Erfolgsaussichten würden sich erhöhen.

## 2.6 Rezeption in Deutschland

Im Jahr 2006 wurde die Initiative der service science in die bundesdeutsche Debatte zur Dienstleistungsforschung eingebracht. Dies geschah einmal auf der 6. Dienstleistungstagung des BMBF in Berlin. Die beiden keynotes wurden von Bo Edvardsson (der die Perspektive der nordic school vorstellte) und Jim Spohrer (der für die IBM-Initiative zum Aufbau einer neuen multidisziplinären Disziplin der Services Sciences, Management, and Engineering (SSME) warb) gehalten (vgl. die Beiträge in Streich & Wahl 2006). Beide Autoren (und viele weitere wichtige Akteure im Kontext der Service Science) traten dann auch auf der 1. Deutschen Services Science Konferenz auf, die ebenfalls in 2006 in Ingolstadt durchgeführt wurde (vgl. die Beiträge in Stauss et al. 2008). Bernd Stauss, Pionier der Dienstleistungsforschung im Bereich des Marketings in Deutschland, hat in dem Band zur Ingolstädter Tagung die Probleme, mit denen die Etablierung einer Service Science konfrontiert ist, systematisch aufbereitet (Stauss 2008). Dabei begrüßt er zwar den Versuch, Forschung zu Dienstleistungen, wie sie in vielen disziplinären Kontexten geleistet wird, als Dienstleistungsforschung kenntlich zu machen. Die bisherigen Entwicklungen, die unter der Überschrift der Service Science laufen, weisen nach seiner Bestandsaufnahme jedoch einige Defizite auf: Zwar hält die service science einen interdisziplinären Ansatz für notwendig – bislang dominieren jedoch Ansätze aus dem Dienstleistungsmarketing. Damit geht eine Fokussierung auf ein Erkenntnisinteresse einher, das auf die Lösung von Managementpro-



blemen ausgerichtet ist. Grundlagentheoretische Forschungsinteressen oder Untersuchungen im Sinne von Kunden, Beschäftigten oder Non-Profit-Organisationen fehlen hingegen weitgehend. Stauss konstatiert des Weiteren, dass der Dienstleistungsbegriff möglicherweise zu weit gefasst ist: Was ist der spezifische Gegenstand einer Service Science, wenn im Zuge der Tertiarisierung tendenziell alles zu Dienstleistungen wird? Schließlich sieht Stauss erhebliche Barrieren im akademischen System selbst, die den Aufbau einer neuen Disziplin der Dienstleistungswissenschaft erheblich erschweren.

Ebenfalls im Jahr 2006 nahm das BMBF-Projekt „MARS – International Monitoring of Activities and Research in Services“ seine Arbeit auf. Dabei wurden vom Fraunhofer-Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation (IAO) in Stuttgart zu zwei Zeitpunkten (2007 und 2009) führende Experten aus der internationalen Service Science Szene dazu befragt, wo sie die zentralen Entwicklungen in der Dienstleistungswirtschaft sehen und welche politischen, ökonomischen und wissenschaftlichen Handlungsbedarfe sich daraus ergeben. Die beiden Ergebnispublikationen dieses Projektes (Spath und Ganz 2009, 2011) spiegeln dabei recht gut den Diskussionsstand des mainstreams der Service Science. Hierzu tragen auch in die deutsche Sprache übersetzte Gastbeiträge einschlägiger Autoren wie Bo Edvardsson (Edvardsson et al. 2011) oder Jim Spohrer (Spohrer und Kwan 2009) bei. Der Beitrag von Spohrer und Kwan ist mit einer umfangreichen Literaturliste ausgestattet, die nicht nur die benutzten Quellen dokumentiert, sondern auch mitunter sehr ausführliche Zitate aus diesen Quellen versammelt. Die hier verarbeitete Literatur umfasst ein weites Spektrum unterschiedlicher Autoren und Disziplinen und kann einen Eindruck darüber vermitteln, welche Gedanken der IBM-Variante von Dienstleistungsforschung relevant erscheint.

Im Jahr 2008 wurde im Rahmen der High-Tech-Strategie des BMBF eine Expertenrunde ins Leben gerufen, die die Potentiale der Service Science für die deutsche Dienstleistungsforschung und Dienstleistungswirtschaft ausloten sollte. Treibende Institutionen waren hier wiederum IBM sowie das (IBM-nahe) Karlsruhe Service Research Institute und das Fraunhofer IAO. Die Empfehlungen, die auf eine massive Förderung der Implementierung, Nutzung und Weiterentwicklung von Ansätzen aus der service science in Politik, Wirtschaft und Wissenschaft hinauslaufen, wurden 2010 publiziert (Satzger/Ganz 2010) und auch in einem Beitrag zum Schwerpunktheft „Dienstleistungsarbeit zwischen Niedriglohn, Professionalisierung und Innovation“ der WSI-Mitteilungen (Ausgabe 9/2011) in Kürze dargestellt (Satzger/Dunkel 2011).

In Auseinandersetzung mit den Ergebnissen dieser Expertenrunde ist im Jahr 2009 mit einer Initiative begonnen worden, mit der soziologische Ansätze in der deutschen Dienstleistungsforschung gestärkt werden sollen – die Initiative 3sR – social science service Research (vgl. hierzu Kapitel 2.3). Ausgangspunkt dieser Initiative war der Befund, dass der mainstream der Beiträge, die bislang unter dem Dach einer service science entstanden sind, aus einer sozialwissenschaftlichen Perspektive typische Einschränkungen aufweist: Antworten auf die Herausforderungen sind vor allem auf den Feldern der Technologie (hier vor allem IT) und einer betriebswirtschaftlichen Thema-

tisierung von Dienstleistungen gesucht worden. Neben einer solchen disziplinären Engführung der service science ist auch eine Fokussierung im Gegenstandsbereich auffällig: Betrachtet werden primär wissensintensive, technologiegestützte Dienstleistungen, die von Großunternehmen erbracht werden. Des Weiteren ist eine Fokussierung auf die Perspektive, die Interessen und die Handlungsmöglichkeiten des Einzelunternehmens (und dort auf die Perspektive des Managements) festzustellen, während die Perspektiven, Interessen und Handlungsmöglichkeiten weiterer Akteure im Dienstleistungssystem (Beschäftigte, Kunden) wie auch Fragestellungen, die sich auf gesellschaftlicher Ebene stellen, im Hintergrund verbleiben (Dunkel/Bienzeisler 2011).

Aktuell kann man den Eindruck gewinnen, dass die Debatte um die Notwendigkeit einer neuen akademischen Disziplin der service science und eine entsprechende wissenschaftspolitische Förderung entsprechender Lehre und Forschung in Deutschland wieder abgeflaut ist. Hierzu haben sicherlich strukturelle Hindernisse an den Universitäten und im akademischen Betrieb, in dem Publikationsstrategien und Karrieremuster stark an disziplinär vorgegebenen Möglichkeiten ausgerichtet sind, beigetragen. Ebenso von Bedeutung sind Veränderungen am BMBF, die in jüngster Zeit zu neuen thematischen Schwerpunkten geführt haben und der service science nicht mehr die Relevanz zuschreiben wie noch vor einigen Jahren. Auf der anderen Seite lassen sich in der Dienstleistungswirtschaft auf der Seite der Unternehmen und der Kunden Entwicklungen beobachten, die zentralen Annahmen der service science durchaus entsprechen. Beispielsweise können sich nachwachsende Generationen von Autofahrern und –fahrerinnen mehr und mehr vorstellen, nicht mehr selbst ein Auto zu besitzen, sondern Autos (so wie andere Verkehrsmittel auch) dann zu nutzen, wenn sie sie benötigen. Sie treten damit nicht mehr primär als Käufer, sondern als Nutzer auf. Die Automobilindustrie muss sich hierauf einstellen. Führende Unternehmen wie Daimler oder BMW tun dies u.a. dadurch, dass sie sich selbst nicht so sehr als Industrie, sondern als Dienstleister präsentieren: Sie verkaufen nicht Autos, sondern „Mobilität“. Auf der politischen Ebene wiederum sind es vor allem die Gewerkschaften (und hier insbesondere ver.di), die versuchen, Dienstleistungspolitik voranzubringen und dabei betonen, dass eine gut entwickelte Dienstleistungsforschung benötigt wird, um eine auch wissenschaftlich informierte Dienstleistungspolitik möglich zu machen. Auf der wissenschaftlichen Ebene schließlich kann man die internationale Weiterentwicklung der service science a la IBM an den vierteljährlich erscheinenden Ausgaben des Online-Journals „Service Science“ beobachten. Und im Bereich einer sozialwissenschaftlich ausgerichteten Dienstleistungsforschung ist es im Jahr 2012 gelungen, eine erste (gut besuchte) Konferenz der 3sR-Initiative durchzuführen (Dunkel/Bienzeisler 2012).

Ein Zwischenfazit zur Entwicklung der service science kann also lauten: Der von einigen Protagonisten erhoffte große Durchbruch hin zu einer neuen Disziplin verbunden mit erheblichen Umwälzungen in der Forschungsförderung hat bislang nicht stattgefunden. Zentrale Erkenntnisse der service science (wie die Rolle des Kunden im Wertschöpfungs-system oder das Denken in Dienstleistungssystemen) sind aber mehr

denn je von Bedeutung und sollten für Dienstleistungsforschung und –politik genutzt werden.

## 2.7 Literatur zur Vertiefung

- Gallouj, Faïz/Djellal, Faridah (Hrsg.) (2010): The Handbook of Innovation and Services. A multi-disciplinary Perspective. Cheltenham.
- Gummesson, Evert (2008): Total Relationship Marketing. Oxford.
- Maglio, Paul P/ Kieliszewski, Cheryl A./Spohrer, James C. (Hrsg.) (2010): Handbook of Service Science: Research and Innovations in the Service Economy. New York.
- Spath, Dieter/Ganz, Walter (Hrsg.) (2009): Die Zukunft der Dienstleistungswirtschaft: Trends und Chancen heute erkennen. München.
- Stauss, Bernd/Engelmann, Kai/Kremer, Anja/Luhn, Achim (Hrsg.) (2008): Services Science – Fundamentals, Challenges and Future Developments. Berlin.



### 3 Die Service-Work-Debatte

Mit dem Begriff der Dienstleistungsarbeit ist in der deutschsprachigen Debatte keine Festlegung auf unqualifizierte oder hochqualifizierte Tätigkeiten, auf soziale Dienstleistungen oder Kreativ- und Wissensarbeit in Forschung und Entwicklung verbunden. Anders ist dies in den beiden internationalen Debatten, die wir uns näher ansehen: In der service science ist der Blick überwiegend auf wissensintensive, hochqualifizierte Dienstleistungen gerichtet, wobei Dienstleistungsarbeit und die Beschäftigtenperspektive nur eine untergeordnete Rolle spielen. Die Debatte, die wir im Folgenden vorstellen wollen, rückt die Dienstleistungsarbeit aus Beschäftigtenperspektive hingegen in das Zentrum der Aufmerksamkeit und konzentriert sich dabei auf ganz bestimmte Tätigkeitsbereiche.

Wenn in der englischsprachigen Arbeitssoziologie von service work die Rede ist, sind in der Regel jene Dienstleistungstätigkeiten gemeint, die von Beschäftigten am unteren Ende der beruflichen Statushierarchie geleistet werden. Die Erforschung der Arbeitsbedingungen in den unterschiedlichen Bereichen dieser gerne als „einfach“ bezeichneten Dienstleistungsarbeit hat sich in den zurückliegenden Jahren zu einem zentralen Forschungsgegenstand in der englischen und amerikanischen Arbeitsforschung entwickelt (vgl. Lopez 2010, Korczynski 2009). Mit “Working in the Service Society“ (Macdonald/Sirianni 1996), “Customer Service. Empowerment and Entrapment” (Sturdy et al. 2001) und “Service Work. Critical Perspectives” (Korczynski/Macdonald 2009) wurden zudem Sammelbände vorgelegt, die in theoretischer und thematischer Hinsicht zentrale Bezugspunkte für die Entwicklung der Debatte darstellen und dadurch auch eine gewisse kanonisierende Wirkung entfaltet haben.

Schon in dem 1996er Sammelband zeichneten sich dabei spezifische Schwerpunktsetzungen ab, die nach wie vor als zentrale Themenfelder in der englischsprachigen service-work-Debatte begriffen werden können: Den ersten übergreifenden Referenzpunkt bildet das Konzept der Kommodifizierung. Kommodifizierung wird dabei einerseits in einer gesamtgesellschaftlichen Perspektive als „innere Landnahme“ (Rosa Luxemburg) begriffen, wenn service-work-Tätigkeiten als erwerbsförmige Substitute für vormals nicht-erwerbsförmig erbrachte gesellschaftliche Leistungsbereiche erscheinen. Andererseits werden unter dem Überbegriff der Kommodifizierung aber auch unterschiedliche Formen des betrieblichen Zugriffs auf Beschäftigtenressourcen diskutiert, die in der klassischen Produktionsarbeit nicht als betrieblich verwertbar erschienen. Auf theoretischer Ebene eng verbunden mit dem Kommodifizierungsbegriff und den unterschiedlichen Arbeitskraftfacetten, auf die im Rahmen von service-work-Tätigkeiten zugegriffen wird, sind Fragen nach den Mechanismen, mit denen deren Verausgabung betrieblich sichergestellt werden kann. Im Anschluss an die klassische labour-process-debate als einem einflussreichen theoretischen Konzept innerhalb der vor allem englischen arbeitssoziologischen Forschung wird hierbei die Frage gestellt,

über welche Mechanismen und Strategien das Management versucht sicherzustellen, dass die zunächst einmal nur in Form eines Potentials eingekaufte Arbeitskraft von den Beschäftigten im Rahmen ihrer Tätigkeit auch tatsächlich als unmittelbar verwertbare Arbeitsleistung verausgabt wird.

Den zweiten großen Referenzpunkt innerhalb der englischsprachigen service-work-Debatte bilden Fragen der geschlechter-, klassen- und ethnienspezifischen Ungleichheit in ihren je spezifischen Wechselwirkungen mit arbeits(markt)soziologischen Fragestellungen. Mit dem Intersektionalitätsansatz ist dabei eine theoretische Klammer geschaffen worden, die die unterschiedlichen Ungleichheitsdimensionen in ihren oft komplexen Interaktionseffekten beschreibbar macht und es damit erlaubt, ein ausdifferenziertes Bild der Erwerbsbeteiligungschancen unterschiedlicher Teilpopulationen innerhalb der Dienstleistungsbranchen zu zeichnen.

Einen dritten Referenzpunkt innerhalb der service-work-Forschung bilden Fragen nach den individuellen und kollektiven Widerstandspotentialen der Beschäftigten in den traditionell schlecht bezahlten und mehrdimensional prekären Beschäftigungsformen der einfachen Dienstleistungsarbeit. Das Spektrum reicht dabei von der Mikropolitik des alltäglichen Arbeitshandelns bis hin zur Frage nach der gewerkschaftlichen Aktivierbarkeit der Beschäftigten in den einzelnen Teilbranchen des service-work-Universums.

Wenn mit Kommodifizierung, Ungleichheit und Widerstandspotentialen drei zentrale Themenfelder benannt werden, bedeutet dies allerdings nicht, dass sich die konkreten Forschungsarbeiten im Bereich der service-work-Forschung trennscharf nur einem dieser Bereiche zuordnen ließen. In gewisser Weise quer zu den genannten Themensetzungen liegen die unterschiedlichen Branchen und Tätigkeitsfelder, die hier überwiegend beforscht werden. Diese umfassen schwerpunktmäßig den Bereich der Hotellerie und der Gastronomie, den Einzelhandel, aber auch „niedere“ Dienstleistungsarbeit in Privathaushalten, die aufgrund des dort herrschenden liberalen Wohlfahrtsregimes vor allem in den Vereinigten Staaten eine weitaus größere Rolle spielen als dies in Deutschland – zumindest bisher – der Fall ist.

Im folgenden Abschnitt wird der Versuch unternommen, die service-work-Debatte einer Kartierung zu unterziehen. Dabei wird es zunächst noch einmal detaillierter um die Frage gehen, welcher Forschungsgegenstand in dieser Forschungstradition behandelt wird, was also genau gemeint ist, wenn in der englischsprachigen Debatte von service work die Rede ist. Im nächsten Abschnitt werden mit dem Konzept der Emotionsarbeit und dem aesthetic-labor-Ansatz prominente theoretische Ansätze vorgestellt, die im Rahmen der service-work-Forschung entstanden sind und dort gleichzeitig als zentrale konzeptuelle Referenzpunkte dienen. Im dritten Schritt wird es um die Frage der gesellschaftsdiagnostischen Einordnung gehen, wobei mit der McDonaldisierungsthese, dem „Globalization of nothing“-Konzept und dem Disneyization-Modell wiederum gesellschaftsdiagnostische Ansätze beschrieben werden, die in einem engen Zusammenhang mit der service-work-Debatte stehen. Im vierten Schritt werden mit

den Global-Care-Chains und der dienstleistungsarbeitsbezogenen Intersektionalitätsforschung Forschungsstränge vorgestellt, die einerseits von unmittelbarer Relevanz für das Forschungsfeld service work sind und in einem direkten inhaltlichen Zusammenhang damit stehen, gleichzeitig aber auch darüber hinausgehen und damit gleichzeitig Anschlussmöglichkeiten für andere sozialwissenschaftliche Debattenzusammenhänge bieten. Im fünften und letzten Schritt wird es dann um die Widerstandspotentiale der Beschäftigten im Dienstleistungsdreieck und um die Frage gehen, mit welcher Besonderheiten und Anforderungen sich die kollektive Interessenvertretung im Bereich der service-work-Tätigkeiten konfrontiert.

### 3.1 Service work: eine Begriffsbestimmung

Wie in der Einleitung zu diesem Kapitel schon angesprochen worden ist, umfasst der Begriff service work in der englischsprachigen Debatte nicht das gesamte Spektrum von Dienstleistungstätigkeiten, sondern nur einen bestimmten Ausschnitt, der unter Beschäftigungsgesichtspunkten gleichwohl einen ganz zentralen darstellt: service work bezeichnet mittel und gering qualifizierte Dienstleistungsarbeit, die in der Regel im unmittelbaren Kundenkontakt stattfindet und dem oder der Dienstleistungsbeschäftigten dabei gleichzeitig eine mehr oder weniger dienende Rolle zuweist, ihn oder sie also darauf verpflichtet, den Wünschen und Bedürfnissen der Kundinnen und Kunden soweit wie möglich entgegenzukommen und diese in der Folge zufrieden zu stellen.

Die (zumindest relativ) geringe Qualifizierung der Beschäftigten, die unmittelbare Anwesenheit des Kunden im Arbeitsprozess und die Statusasymmetrie zwischen Beschäftigten und Kunden können einerseits als Abgrenzungskriterien gegen andere Tätigkeitsfelder betrachtet werden, legen in ihrer Kombination gleichzeitig aber auch Gemeinsamkeiten in der Erfahrung der eigenen Arbeit auf der Seite der Beschäftigten nahe, die es plausibel erscheinen lassen, Beschäftigten eine gemeinsame Erfahrungswelt zuzuschreiben und sie als Teil eines unterschiedliche Arbeitsfelder überspannenden „service proletariats“<sup>6</sup> (Macdonald/Sirianni 1996) zu begreifen.

Die „Dienstleistungsproletarierin“ im so verstandenen Sinne unterscheidet sich vom Wissens- oder Kreativarbeiter der Dienstleistungsgesellschaft darin, dass ihre Tätigkeit – zumindest auf den ersten Blick – in hohem Maße vorstrukturiert und damit inhaltlich wenig anspruchsvoll erscheint, da von ihr vordergründig kaum eigene Problemlösungskompetenzen in den Arbeitsprozess eingebracht zu werden brauchen. Dies impliziert für einzelne Beschäftigte gleichzeitig eine problemlose Ersetzbarkeit, was nicht zuletzt zur Folge hat, dass sie in vielen Fällen mit vergleichsweise geringen Verhandlungsressourcen im Hinblick auf die Gestaltung ihrer Arbeitsbedingungen ausgestattet sind.

6 Der Ausdruck „service proletariat“ ist in diesem Zusammenhang als Sammelbegriff zu verstehen, ohne dabei eine normative Wertung zu implizieren. Verstanden im Sinne einer „Klasse an sich“ zeichnet sich das Dienstleistungsproletariat durch geteilte Arbeits- und Lebensbedingungen aus, ohne dass damit jedoch automatisch ein Selbstverständnis im Sinne einer „Klasse für sich“ oder Formen klassenpolitischen Engagements verbunden sein müssen.

Die Anwesenheit der Kundenseite als zweites Kernelement von service work bedingt, dass sich der Arbeitsprozess stets als ein interaktiver darstellt und somit auf Subjekteigenschaften zurückgegriffen werden muss, die in der klassischen Produktionsarbeit vernachlässigbar erschienen: die Emotionalität der Beschäftigten, aber auch körperliche Aspekte wie das Aussehen und der Habitus. Die Praxis von service work stellt sich also keineswegs als voraussetzungslos dar, basiert jedoch häufig auf Kompetenzen, die quer zu den klassisch-formalisierten und formalisierbaren Qualifikationstiteln liegen, über die die Stratifikation von Arbeitsmärkten nach wie vor primär erfolgt.

Das dritte Kernelement der service-work-Tätigkeiten bezieht sich auf das Verhältnis von Beschäftigten und Kunden. In diesem Zusammenhang wird in der service-work-Debatte fast selbstverständlich von einer Statusasymmetrie ausgegangen, in der dem Beschäftigten eine untergeordnet-dienende Rolle zugewiesen wird. Dies ist sicherlich auch als Ausdruck einer spezifischen Dienstleistungskultur zu verstehen, die service und servant, also den Dienst und den Diener in einen unmittelbaren assoziativen Zusammenhang bringt, was innerhalb der „Anglosphäre“ noch weitaus ausgeprägter sein dürfte als hierzulande (vgl. dazu auch Voswinkel 2005a).

Die Fokussierung auf Beschäftigtengruppen, die im Hinblick auf die beschriebenen Merkmale als mehrdimensional depriviert bezeichnet werden können, dürfte sich einerseits aus dem dezidiert gesellschaftskritischen Impetus erklären lassen, der in weiten Teilen der englischsprachigen Arbeitssoziologie als common sense verstanden werden kann, resultiert aber mit Sicherheit auch aus der spezifischen Qualifikationsstruktur, in der das qualifikatorische Mittelfeld zwischen Un- und Angelernten und akademisch ausgebildeten Beschäftigten weitaus dünner ausfällt, als dies in Deutschland mit den traditionell stärkeren mittleren Qualifikationsebenen der Fall ist. Aus dieser Perspektive kann die Fokussierung auf die beschriebenen service-work-Tätigkeiten auch als gesellschaftspolitisch motivierter Gegenpol zu einer allzu starken medialen wie politischen Konzentration auf die Avantgarde-Tätigkeiten der sich gerade formierenden Gesellschaftsformation verstanden werden, für die Richard Florida den Begriff der kreativen Klasse geprägt hat (vgl. Florida 2002).

Die beschriebenen Merkmale von service-work-Tätigkeiten dienen in der englischsprachigen Debatte allerdings nicht als strenge Ausschlusskriterien. So werden neben den klassisch als dienend verstandenen Tätigkeiten in der Regel auch ein bestimmter Teil der Beschäftigten in unterschiedlichen Feldern der sorgenden Dienstleistungen den service workern zugeschlagen.

Unter Sorgearbeit („Carework“) fallen begrifflich zunächst einmal all jene Tätigkeiten, die im weitesten Sinne mit der Erziehung, Betreuung und medizinischen Versorgung von hilfebedürftigen Menschen gleich welchen Lebensalters verbunden sind (vgl. Brückner 2004) und in denen aufgrund ihrer Orientierung an den Bedürfnissen der zu betreuenden Personen in der Regel mit einer (zumindest auch) außerökonomischen Motivation auf der Seite der Care-Leistenden gerechnet werden kann (vgl. Senghaas-



Knobloch 2008). Während in diesem weiten Begriffsverständnis auch Lehrer, Ärzte und Psychologen Sorgearbeit leisten, wird in der service-work-Debatte wiederum auf diejenigen Sorgetätigkeiten fokussiert, die sich durch eine Form der Deprivation auszeichnen. So gibt es einen relativ starken Debattenstrang, der sich mit den Arbeitsbedingungen in der Alten- und Krankenpflege beschäftigt, obwohl es sich dabei um eine formal höher qualifizierte Tätigkeit handelt; gleichzeitig stellen haushaltsnahe Dienstleistungen (in der englischen Debatte gelegentlich als „the three big C’s – Clean, Cook, Care“ bezeichnet) einen klassischen Gegenstand der service-work-Debatte dar, auch wenn sich diese nicht zwingend im unmittelbaren Kundenkontakt abspielen müssen. Gemein ist beiden Tätigkeitsbereichen eine zumindest relative Schlechterstellung: bei der pflegerischen Tätigkeitsfeldern im Vergleich zu den im Hinblick auf Status und Bezahlung privilegierten Medizinerinnen und bei den haushaltsnahen Tätigkeitsfeldern im Vergleich zu den als „eigentlich“ wertschöpfend verstandenen Tätigkeiten jenseits der Reproduktionssphäre.

In der Zusammenschau erstreckt sich der Gegenstandsbereich der service-work-Forschung also auf all jene Tätigkeitsfelder moderner Dienstleistungsgesellschaften, in denen den Beschäftigten eine dienende oder sorgende Grundhaltung abverlangt wird, die sich auf einem Qualifikationsniveau unterhalb einer akademischen Ausbildung bewegen<sup>7</sup> und die im Hinblick auf das erzielbare Einkommen und die allgemeinen Arbeitsbedingungen oft als prekär, zumindest aber als benachteiligt zu beschreiben sind.

In einem funktionalen Verständnis bezeichnet der Begriff service work damit gleichzeitig einen Großteil all derjenigen Tätigkeiten, die die Reproduktionsfähigkeit moderner Dienstleistungsgesellschaften und ihrer Bewohner sicherstellen. Vielleicht etwas überspitzt formuliert handelt es sich beim „Dienstleistungsproletariat“ also um die Gesamtheit der vergleichsweise schlechter ausgebildeten, schlechter bezahlten und in vielen Fällen mit deutlichen Anerkennungsdefiziten konfrontierten Beschäftigten, die unter nicht selten prekären Bedingungen das strukturelle Fundament dafür schaffen, dass die „kreative Klasse“ der vermeintlichen Leistungsträger der Dienstleistungsgesellschaft in einem möglichst umfassenden Maße für die Anforderungen und Ansprüche weitgehend tertiarisierter „Hochleistungsökonomien“ (vgl. Bude 2008) zur Verfügung stehen.

### 3.2 Anforderungen interaktiver Arbeit: Emotionsarbeit und aesthetic labour

Nachdem im vorangegangenen Abschnitt das Feld der Tätigkeiten abgesteckt worden ist, die in der englischsprachigen Debatte unter dem Begriff service work subsumiert werden, soll in den folgenden Abschnitten die Arbeitswirklichkeit, mit der sich die

<sup>7</sup> Dienstleistungstätigkeiten, die in der Regel einen akademischen Abschluss voraussetzen, werden im Englischen in der Regel als professional services bezeichnet und stellen einen eigenständigen Forschungsgegenstand dar (vgl. z.B. Alvesson 1995).

Dienstleistungsbeschäftigten im Rahmen ihrer Tätigkeit konfrontiert sehen, im Mittelpunkt stehen.

Dabei sei zunächst einmal angemerkt, dass die kritische Erforschung der Arbeitsbedingungen von Dienstleistungsbeschäftigten in der englischsprachigen Debatte durchaus auf eine gewisse Tradition zurückblicken kann. So findet sich schon in einer Ausgabe des *American Journal of Sociology* aus dem Jahre 1899 ein Artikel, in dem die inhumanen und demoralisierenden Arbeitsbedingungen der (teilweise erst vierzehnjährigen) weiblichen Angestellten im Einzelhandel thematisiert werden (MacLean 1899). Weitere Beiträge zu einer Soziologie der personenbezogenen Dienstleistungsarbeit stammen aus der sogenannten Chicago School der 1920er und 1930er Jahre und von Charles Wright Mills, der sich im Rahmen seiner einflussreichen Gesellschaftsstudie *White Collar. The American Middle Classes* unter anderem auch den „Salesgirls“ gewidmet hat (vgl. Mills 1951: 172ff.).<sup>8</sup>

### 3.2.1 Emotionsarbeit

Allen historischen Vorgängern zum Trotz lassen sich erst Arlie Hochschilds Studien zur Emotionsarbeit (vgl. Hochschild 1979, 1983) als eigentliche Initialzündung für die aktuelle service-work-Forschung begreifen. Auf der Basis von empirischen Untersuchungen zur Arbeit von Flugbegleiterinnen hat Hochschild herausgearbeitet, dass sich Beschäftigte in personenbezogenen Dienstleistungen mit der Anforderung konfrontiert sehen, das eigene Gefühlsleben im Dienste der wirtschaftlichen Interessen ihrer Arbeitgeber zu manipulieren und damit strategisch einzusetzen.

Den Hintergrund für diese These bildet ein emotionssoziologisches Verständnis von Gefühlen, das diese einerseits als eigenständige Informationsquelle, andererseits als Medium des sozialen Austauschs konzipiert. Als Informationsquelle fungieren Gefühle, da in ihnen „die subjektive Relevanz der Wirklichkeit für einen Menschen zum Ausdruck kommt“ (Hochschild 2006: 94) und der Einzelne über die eigene Emotionalität somit über einen Zugang zu den eigenen Wünschen und Erwartungen verfügt, der sich als Alternative oder zumindest Ergänzung zu einer rein kalkulatorisch-kognitiven Bewertung der umgebenden Welt darstellt. Gleichzeitig stellen Gefühle eine wichtige Komponente des sozialen Lebens dar, indem sie darüber informieren, ob sich die wechselseitigen Verhaltenserwartungen von Akteuren in einem Balanceverhältnis befinden oder unter Umständen in eine Schiefelage geraten sind („schlechtes Gewissen“). Damit können Gefühle als elementare Grundlage für ein funktionierendes soziales Miteinander begriffen werden.

Während es den Interaktionspartnern im Privatleben möglich ist, eine Beziehung zu beenden, wenn das emotionale Geben und Nehmen dauerhaft zu Lasten einer Seite geht, müssten Beschäftigte in der Dienstleistungsarbeit in vielen Fällen damit leben,

---

<sup>8</sup> Ein historischer Abriss der soziologischen Forschung im Bereich der interaktiven Dienstleistungsarbeit findet sich bei Dunkel/Wehrich 2010.

unangemessen behandelt zu werden, da „[d]as Gefühlskonto (...) angeblich durch Geld ausgeglichen“ (ebd.: 95) werde. In diesem – sozusagen medial ungleichen – Austausch zwischen emotionalen Ressourcen auf der Seite der Dienstleistungsbeschäftigten und ökonomischen Ressourcen auf der Seite der Kunden sieht Hochschild eine Kommerzialisierung der Gefühle verwirklicht, die diesen einen Warencharakter verleihe und somit als Kommodifizierung der Emotionalität verstanden werden könne.

Durch unternehmensseitig aufgestellte „Gefühlsregeln“ wie die Vorgabe, stets zu lächeln und Kunden niemals mit Ungeduld zu begegnen, würden die Beschäftigten im Rahmen ihrer Tätigkeit dazu genötigt, nach außen Gefühle darzustellen, die sie eigentlich nicht empfinden. Da ein Auseinanderdriften zwischen den tatsächlichen und den dargestellten Gefühlen eine „emotionale Dissonanz“ erzeugen würde, die auf Dauer nicht durchzuhalten sei, sehen sich die Beschäftigten dazu gezwungen, die eigene Emotionalität an die situationsspezifischen Vorgaben der Dienstleistungsunternehmen anzupassen. Dies habe wiederum eine „emotionale Entfremdung“ zur Folge, die dazu führe, dass die Beschäftigten zunehmend den natürlichen Bezug zu ihrer eigenen Gefühlswelt verlieren. Dies könne sich negativ auf die Zeichenfunktion der Gefühle im privaten Gebrauch auswirken, so dass die Beschäftigten die kommerzielle Nutzung ihrer Gefühle unter Umständen mit Beeinträchtigungen im Hinblick auf das emotionale Selbstverhältnis und einem nur noch beschränkt als authentisch verstandenen Zugang zu ihrer je individuellen Gefühlswelt bezahlen müssten.

Auch wenn das Konzept der Emotionsarbeit in der ursprünglich vorgelegten Fassung durchaus kritisch diskutiert worden ist und Ergänzungen bzw. Erweiterungen vorgeschlagen wurden (vgl. z.B. Bolton/Boyd 2003, Brook 2009, Lopez 2010), stellt der Ansatz von Hochschild nach wie vor einen zentralen Bezugspunkt der service-work-Debatte dar. So konnte über das Konzept der Emotionsarbeit exemplarisch deutlich gemacht werden, dass in der interaktiven Dienstleistungsarbeit auf Persönlichkeitsanteile der Beschäftigten im Sinne einer wirtschaftlichen Nutzung zurückgegriffen wird, die in anderen Arbeitsformen kaum ökonomisch verwertbar erscheinen. Gleichzeitig wurde von Hochschild aufgezeigt, dass gerade weibliche Beschäftigte vom Zugriff auf ihre emotionale Ressourcen betroffen sind: in quantitativer Hinsicht, weil sie weitaus häufiger als Männer in interaktiven Dienstleistungsfeldern beschäftigt sind, in denen repressive Gefühlsregeln durch die Dienstleistungsunternehmen aufgestellt werden; und in qualitativer Hinsicht, weil von Frauen in der Regel erwartet würde, sich stärker emotional einzubringen als dies bei Männern der Fall ist – und dies selbst dann, wenn es sich um dieselbe Tätigkeit handelt.

Nicht zuletzt hat sich auch die Anlage der Studien zur Emotionsarbeit in ihrer engen Verknüpfung von gesellschaftskritischem Impetus, ethnografisch orientierter Empirie und an den konkreten Belastungssituationen der Beschäftigten orientierter Theorieentwicklung in gewisser Weise stilbildend ausgewirkt, so dass „The managed heart“, so der Originaltitel von Hochschilds Studie zur Emotionsarbeit, durchaus als Blaupause der service-work-Forschung verstanden werden kann.

### 3.2.2 Aesthetic labour

In Anbetracht der Bedeutung von Hochschilds Arbeiten verwundert es denn auch nicht, dass der aesthetic-labour-Ansatz, als ein zweites prominentes Theorieangebot im Hinblick auf die spezifischen Anforderungen an das Subjekt der personenbezogenen Dienstleistungsarbeit, als systematische Fortschreibung des Hochschild'schen Forschungsprogramms verstanden werden kann (vgl. hierzu auch Warhurst et al. 2009).<sup>9</sup>

Aesthetic labour bezeichnet dabei auf der konzeptionellen Ebene ebenfalls eine Form der Indienstnahme von Persönlichkeitsanteilen der Dienstleistungsbeschäftigten, der jedoch nicht auf ihre Emotionalität, sondern auf ihre Körperlichkeit („corporeality“) abzielt. Den Hintergrund bildet dabei die Bourdieu'sche Habitusstheorie, mit deren Hilfe beschrieben werden kann, auf welche körperbezogenen bzw. inkorporierten Eigenschaften und Merkmale von Beschäftigten im Rahmen der Dienstleistungsarbeit zugegriffen werden kann. Diese umfassen einerseits das äußere Erscheinungsbild der Beschäftigten, darüber hinaus aber auch habituelle Dispositionen wie Sprache, Stil und Umgangsformen und damit Persönlichkeitsmerkmale, die als Ausdruck einer langwierigen und größtenteils unbewussten und unreflektierten Prägung im Rahmen der individuellen Sozialisation zu verstehen sind.<sup>10</sup>

Den empirischen Hintergrund stellen dabei Forschungsarbeiten im Bereich des urbanen „style subsector“ (vgl. Witz et al. 2003) dar, der sich aus Geschäften für Designermode und andere exklusive Konsumgüter, Boutique-Hotels sowie Bars und Restaurants aus dem Bereich der Szenen-Gastronomie zusammensetzt. In all diesen Dienstleistungssettings würden – so die Grundthese des aesthetic-labour-Ansatzes – das Aussehen und die habituellen Dispositionen der Beschäftigten systematisch als Elemente der organisationalen Gesamtästhetik genutzt, was zur Folge habe, dass die Beschäftigten letztlich als „belebte Komponenten der Unternehmensarchitektur“ (Witz et al. 2003, S. 49, Übersetzung tb) zu begreifen seien und sich gleichzeitig mit den entsprechenden Anforderungen von Seiten des Managements konfrontiert sehen.

Die gelungene Integration der Beschäftigten in ein ästhetisches Gesamtkonzept setzt auf der Seite der Dienstleistungsunternehmen gewisse Anstrengungen bei der Rekrutierung und bei der Weiterbildung voraus. Auf der einen Seite gelte es Bewerber zu finden, die den Erwartungen im Hinblick auf Aussehen und Habitus entsprechen oder zumindest die Anlagen mitbringen, um im Sinne einer „Veredelung“ zu einem den Ansprüchen genügenden Beschäftigten weiterentwickelt zu werden. Die empirisch beobachteten Maßnahmen auf der Seite der Unternehmen reichen dabei von Kleidervorschriften und Schminktipp bis hin zur gezielten Schulung von Körperhaltung und verbalem Repertoire. Auf der anderen Seite gelte es, das angestrebte Aussehen und

9 Der aesthetic-labour-Ansatz wurde von einer größeren Forschergruppe in wechselnden personellen Konstellationen und im Rahmen einer Reihe aufeinanderfolgender Veröffentlichungen vorgestellt und weiterentwickelt (vgl. u.a. Warhurst et al. 2000; Nickson et al. 2001, 2005; Witz et al. 2003; Warhurst/Nickson 2001, 2007).

10 Zum Begriff des Habitus und dem Prozess seiner Herausbildung und Veränderbarkeit siehe z.B. Bourdieu 1982, 1983 und Bourdieu/Wacquant 1996.

Verhalten auf Dauer aufrecht zu erhalten, wobei besonders auch peer-to-peer-Kontrollmaßnahmen eine entscheidende Rolle spielen würden (vgl. hierzu auch Hancock/Tyler 2000, Johnston/Sandberg 2008).

Was bedeutet es aber nun für die Beschäftigten, wenn von Dienstleistungsunternehmen systematisch auf körperbezogene Merkmale und Eigenschaften zurückgegriffen wird und diese damit gleichzeitig als – freilich ungleich verteilte – „Kompetenzen“ potentieller Beschäftigter gehandelt werden? Im Hinblick auf die Beschäftigungschancen unterschiedlicher sozialer Gruppen könnten sich, den Vertretern des aesthetic-labour-Ansatzes zufolge, im Zuge einer zunehmenden Ästhetisierung weitere Teile der Dienstleistungsarbeit neue Formen sozialer Ausschlussprozesse ergeben. Nachdem von den untersuchten Dienstleistungsunternehmen in erster Linie ein bestimmter „Mittelschichts-Habitus“ nachgefragt würde, könnte dies zu Verdrängungseffekten führen, die potentiellen Bewerbern aus der Arbeiterklasse den Zugang zu entsprechenden Tätigkeiten systematisch erschweren. In diesem Zusammenhang sei mit Blick auf die Arbeitsmarktintegration benachteiligter Gruppen besonders zu beachten, dass habituelle Dispositionen kaum „künstlich“, also unabhängig vom Herkunftsmilieu, nachgebildet werden können, so dass der falsche Habitus eine andauernde stigmatisierende Wirkung auf seinen Träger entfalten könne.<sup>11</sup>

Aus der Sicht derjenigen, die die nachgefragten habituellen Dispositionen im Laufe ihrer Sozialisation erworben haben, seien mit der steigenden Nachfrage nach aesthetic-labour-„Kompetenzen“ freilich auch neue Chancen verbunden. Einerseits verfügen die Träger dieses Habitus über eine Form inkorporierten Kapitals, das aus der Sicht entsprechender Dienstleistungsunternehmen als wertvolles Gut erscheint und die Beschäftigten damit in ihrer Verhandlungsmacht bezüglich der Arbeitsbedingungen und der Entlohnung stärken könne. Gleichzeitig zeichneten sich aber auch viele Dienstleistungstätigkeiten im „style subsector“ durch eine alternative Rollenverteilung im Verhältnis von Beschäftigten und Kunden aus. Während von „normalen“ Dienstleistungsbeschäftigten, wie weiter oben schon dargestellt, in der Regel erwartet werde, eine dienende bzw. sorgende Haltung gegenüber den Kunden an den Tag zu legen, was mit einer Machtasymmetrie zu ihren Lasten verbunden ist, sei es in manchen Bereichen der aesthetic labour durchaus üblich, dass die Beschäftigten eine gleichberechtigte, wenn nicht sogar übergeordnete Rolle im Umgang mit ihren Kunden einnehmen. Als empirisches Beispiel für diesen Befund wird beispielsweise auf das Tresenpersonal in der Szene-Gastronomie verwiesen, für das es in bestimmten Fällen üblich sei, ihre Gäste von oben herab und als Bittsteller zu behandeln – und dies durchaus im Einvernehmen mit dem Management, das dieses Verhalten als Ausdruck des elitären Selbstverständnisses der Lokalität betrachtet und entsprechend goutiert.

11 Die Frage, inwieweit es überhaupt möglich ist, habituelle Dispositionen strategisch zu manipulieren, erscheint bisher weder theoretisch noch empirisch eindeutig geklärt, man denke in diesem Zusammenhang nur an das arme Blumenmädchen Eliza Doolittle in George Bernard Shaw's „Pygmalion“. „Finding the right person rather than creating him“ (vgl. Sherman 2007) scheint für Personalverantwortliche gerade in den exklusiveren Bereichen der personenbezogenen Dienstleistungen oft die erfolversprechendere Devise zu sein.

Von diesen – in quantitativer Hinsicht sicher randständigen – Bereichen abgesehen ist in einer zunehmenden Ästhetisierung der Dienstleistungsarbeit jedoch die grundlegende Gefahr angelegt, dass sich mehr und mehr Dienstleistungsbeschäftigte nicht nur im Hinblick auf ihre Emotionen, sondern auch im Hinblick auf ihr äußeres Erscheinungsbild einem zunehmenden Kontroll- und Normierungsdruck von Seiten der Dienstleistungsorganisationen ausgesetzt sehen, der als massive Einschränkung der Möglichkeit zu einer auch optisch verstandenen Entfaltung der Persönlichkeit in der Arbeit verstanden werden kann.

Sowohl das Konzept der Emotionsarbeit als auch der aesthetic-labour-Ansatz machen somit deutlich, dass sich viele Beschäftigte in der interaktiven Dienstleistungsarbeit mit Anforderungen und Ansprüchen von Seiten des Managements konfrontiert sehen, die tief in den Bereich der individuellen Persönlichkeit eindringen und dabei Auswirkungen auf das basale Selbstverhältnis und Selbstkonzept entfalten können. Die Leistungsfähigkeit der beschriebenen theoretischen Konzepte besteht nun gerade darin, Facetten und Belastungsformen in der personenbezogenen Dienstleistungsarbeit auszuleuchten, die mit dem herkömmlichen Instrumentarium der arbeitssoziologischen Forschung, die auf die Arbeitsbedingungen in der industriellen Produktion fokussiert waren, kaum in einem adäquaten Maße zu beschreiben wären. Damit wird nicht zuletzt deutlich, dass sich die Veränderungen in der Arbeitswelt immer auch in den theoriebasierten Instrumenten zu ihrer Beschreibung niederschlagen müssen.

### 3.3 Entwicklungstrends an der Grenze von Produktion und Konsumption

Mit dem Konzept der Emotionsarbeit und dem aesthetic-labour-Ansatz sind im vorangegangenen Abschnitt zwei Analyseperspektiven vorgestellt worden, die auf die Anforderungen fokussieren, mit denen sich Dienstleistungsbeschäftigte im Kundenkontakt konfrontiert sehen und sich damit auf die Mikroebene der unmittelbaren Dienstleistungsarbeit beziehen.

Im nun folgenden Abschnitt werden analytische Konzepte vorgestellt, die für sich in Anspruch nehmen, Entwicklungstrends auf den Punkt zu bringen, die die Dienstleistungsökonomien als Ganzes betreffen. Dabei wird es zunächst um die These einer immer weiter fortschreitenden McDonaldisierung der Gesellschaft gehen, die ihren Autor, George Ritzer, zu einem der bekanntesten Soziologen in der US-amerikanischen Öffentlichkeit gemacht hat. Ergänzt wird diese Darstellung um das nicht ganz so prominente aber im Hinblick auf seine Implikationen für Dienstleistungsarbeit ebenfalls einschlägige Konzept der Disneyization von Alan Bryman, das in gewisser Weise als Ergänzung zur McDonaldisierungsthese gelesen werden kann.

### 3.3.1 The McDonaldization of Society

Moderne Dienstleistungsgesellschaften haben nicht nur andere Formen der Arbeit hervorgebracht, sie haben auch die Art und Weise verändert, in der sich der gesellschaftliche Konsum vollzieht. Dabei stehen beide Komponenten in einem engen wechselseitigen Abhängigkeitsverhältnis. Dies gilt vor allem im Bereich der interaktiven Dienstleistungsarbeit, in der der Prozess der Produktion und der Prozess der Konsumtion zumindest partiell ineinander fallen.

Von einer dezidiert modernisierungskritischen Warte aus betrachtet erscheinen bestimmte Formen der Dienstleistungsorganisation, wie sie paradigmatisch in der Fast-Food-Industrie vorzufinden sind, als kulturell entleerte Formen, die sich zudem durch eine letztendlich enthumanisierende Präformierung des interaktiven Kontakts zwischen Beschäftigten und Kunden auszeichnen. So oder so ähnlich könnte man die Weltsicht auf den Punkt bringen, vor deren Hintergrund George Ritzer seine McDonaldisierungstheorie (vgl. Ritzer 1993) entworfen hat.

Der Begriff der McDonaldisierung bezeichnet dabei eine historische Entwicklung, in der immer weitere Bereiche der Gesellschaft durch Dienstleistungsorganisationen geprägt und okkupiert werden, die sich bei der Gestaltung von Dienstleistungssettings am Ideal einer möglichst umfassenden Rationalisierung im Sinne einer technisch-zweckrationalen Organisation sämtlicher mit der Dienstleistung verbundener Prozesse orientieren.<sup>12</sup>

Die fortschreitende Rationalisierung von Dienstleistungssettings – und mit ihnen des Konsums – lässt sich laut Ritzer an vier Dimensionen festmachen, die er in idealtypischer Weise in Gestalt der McDonalds-Filialen verwirklicht sieht. Die erste Dimension, *efficiency*, bezieht sich auf den Prozessvollzug und besteht im Kern aus dem Versuch, die Logik einer Prozessoptimierung aus der industriellen Produktion auf die Erbringung von Dienstleistungen anzuwenden. *Calculability* als zweite Dimension des übergeordneten Rationalisierungsprozesses bedeutet eine möglichst weitgehende Quantifizierung von Leistungen im Sinne eindimensionaler Zielgrößen (wie Menge, Gewicht, Dauer), die Angebote vergleichbar und Leistungen messbar machen sollen, ohne dabei freilich qualitative Aspekte in geeigneter Form mit in Rechnung stellen zu können. Die dritte Dimension und Zielgröße, *predictability*, drückt sich durch eine möglichst vollständige Normierung von Leistungen und Prozessen aus, was nicht zuletzt zur Folge hat, dass selbst die Interaktionen zwischen Beschäftigten und Kunden in Form von Skripten standardisiert und damit einem Ablaufreglement unterworfen werden. *Control*

12 Mit dem Begriff des Dienstleistungssettings ist in diesem Zusammenhang die Konzeption einer Dienstleistung einschließlich ihrer architektonischen, technischen und sozialen Rahmenbedingungen von Seiten des Dienstleistungsunternehmens gemeint. Aus der Sicht des Konsumenten umfasst dieses Setting also sowohl die Einrichtung und Ausstattung des konkreten Ortes, an dem die Dienstleistung an, für und mit ihm erbracht wird, als auch das Dienstleistungsskript im Sinne eines „Normalablaufs“, und die darin angelegten Interaktionen mit den Beschäftigten des Dienstleistungsunternehmens.

through Nonhuman Technology als vierte und letzte Teildimension des Rationalisierungsprozesses zielt darauf ab, das Restrisiko möglicher Skriptabweichungen durch die beteiligten Akteure durch einen möglichst umfassenden Einsatz technischer Systemkomponenten zu minimieren, was in letzter Konsequenz in vielen Fällen die Substitution interaktiver Dienstleistungsprozesse durch den Einsatz von Maschinen, Automaten oder IT-gestützten Anwendungen zur Folge hat.

Die These einer sich immer weiter ausbreitenden McDonaldisierung der Gesellschaft ist in konzeptioneller Hinsicht weder auf bestimmte Unternehmen noch auf die Gastronomie als Branche beschränkt. Es geht Ritzer vielmehr um eine generelle historische Entwicklungsthese, in der eine grundlegende Veränderung der Organisation von Dienstleistungen postuliert wird. Mit dieser sei immer auch eine zunehmende Verarmung des allgemeinen gesellschaftlichen Lebens verbunden, die eine vergleichbare Unentrinnbarkeit anzunehmen droht wie das „stahlharte Gehäuse der Hörigkeit“, das Max Weber in einer sich verselbständigenden staatlichen Bürokratisierung angelegt sah.

In einem späteren Beitrag (Ritzer/Stillman 2001) wurde systematisch herausgearbeitet, dass sich die unterstellten negativen Auswirkungen des diagnostizierten Entwicklungsprozesses an zwei Entwicklungsachsen festmachen lassen. Auf der einen Seite geht es dabei um die zunehmende Ersetzung interaktiver Dienstleistungen durch technologiebasierte Substitute. Auf der anderen Seite orientiere sich die Grundlogik der Dienstleistungsgestaltung im Zuge der wachsenden Möglichkeiten durch das Internet noch mehr an den Rationalisierungsinteressen der Dienstleistungsunternehmen, als dies in den zumindest immer noch durch menschliche Akteure geprägten, interaktionsbasierten Dienstleistungssettings der Fall gewesen sei. Hinter den Achsen social – non social bzw. person-oriented – system-oriented steht dabei natürlich immer auch eine normative Vorstellung „guter Dienstleistungen“, wie sie Ritzer am Beispiel des klassischen Buchhändlers illustriert. Dieser verfügt im Idealfall sowohl über ein fundiertes literarisches Wissen als auch über ein gewisses Erfahrungswissen bezüglich der Vorlieben seines Kundenstammes und könne deswegen im direkten Gespräch (social) auf die je individuellen Bedürfnisse seiner Kunden (person-oriented) eingehen, womit nicht zuletzt lokale soziale Bande gestärkt und auf Dauer angelegte interpersonale Beziehungen etabliert werden. Als Gegenpol zu dieser Form von Dienstleistung erscheint die Buchbestellung im Internet, in der der Kunde letztlich nur mit einer technischen Schnittstelle interagiert (non-social), deren Gestaltung sich in Zweifel eher an den Rationalisierungsbedürfnissen des Dienstleistungsunternehmens orientiere (system-oriented) als an den Bedürfnissen der Kunden.

Die grundsätzliche Kulturkritik, die von Anfang an in Ritzers McDonaldisierungsthese angelegt war, wurde später noch einmal unter dem Schlagwort der „Globalization of nothing“ in Hinblick auf Globalisierungsphänomene begrifflich geschärft und erweitert (vgl. Ritzer 2004). Unter dem zugegeben etwas sperrigen Begriff „nothing“ ist dabei eine soziale Form zu verstehen, die zentralistisch erdacht und geplant wurde und damit



eines wie auch immer gearteten unterscheidbaren substantiellen Kerns entbehrt (vgl. Ritzer/Lair 2009: 32). Als empirisches Beispiel für „nothing“ kann wiederum der Besuch einer Filiale einer Fastfoodkette dienen, in der weder im Hinblick auf die Produktpalette, noch im Hinblick auf die Architektur und Inneneinrichtung, und aufgrund von Uniformen und Interaktionsskripten im Zweifel nicht einmal über die Beschäftigten auf den Ort geschlossen werden kann, an dem sich das Schnellrestaurant befindet.<sup>13</sup> Vor dem Hintergrund eines kulturellen wie geschäftsstrategischen Imperialismus würden sich Dienstleistungsangebote, die sich durch eine hohes Maß an „nothingness“ im Hinblick auf die Logik ihrer Gestaltung auszeichnen, mittlerweile global ausbreiten und dabei in verstärktem Maße lokale Alternativen, die sich durch einen kulturell-reichhaltigen substantiellen Kern („something“) auszeichnen, verdrängen. McDonaldisierung und die globale Ausbreitung mcdonaldisierter Dienstleistungsangebote bedingen in Ritzer's Lesart also eine kulturelle Verarmung, die sich besonders auf den Variantenreichtum und die je lokale Authentizität der Konsummöglichkeiten auswirkt.

### 3.3.2 Disneyization of Society

Eine gewisse Wahlverwandtschaft zur McDonaldisierungsthese weist Alan Brymans Konzept der „Disneyization of Society“ auf (vgl. Bryman 1999, 2004). Auch Bryman geht es nicht so sehr darum, ein auch für sich allein betrachtet sicherlich schon interessantes gesellschaftliches Phänomen wie die Disney-Freizeitparks zu analysieren, sondern darum, generelle Entwicklungstendenzen im Bereich des gesellschaftlichen Konsums und seiner Gestaltung herauszuarbeiten. Disneyization kann aus dieser Perspektive als ein genereller Trend in Hinblick auf die Gestaltung von Konsumwelten verstanden werden, der sich, wiederum ganz ähnlich wie bei der McDonaldisierungsthese, noch einmal in unterschiedliche Dimensionen aufgliedern lässt. Während mcdonaldisierte Angebote in ihrer Standardisierung und Uniformität aus der Perspektive der Konsumenten in erster Linie deren Bedürfnis nach Berechenbarkeit und Verlässlichkeit bedienen, gehe es bei der Disneyization von Konsumangeboten im Kern darum, künstliche Erlebniswelten zu kreieren, die einen temporären Ausstieg des Konsumierenden aus seiner alltäglichen Lebenswelt ermöglichen. Dies vollzieht sich zunächst mit Hilfe einer Rahmengeschichte (theming), die den eigentlichen konsumtorischen Akt begleitet und dabei gleichzeitig auflädt – als empirisches Anschauungsmaterial dienen hier beispielsweise die Themenhotels in Las Vegas oder internationale Restaurantketten wie Hard Rock Cafe oder Planet Hollywood. In vielen Fällen verschwimmen in den entsprechend narrativ wiederverzauberten „Kathedralen des Konsums“<sup>14</sup> die Grenzen zwischen konsumtorischen Einzelakten, wie der Nahrungsaufnahme, der Teilnahme an

13 Der Ort der Dienstleistung ließe sich im Falle einer „something“-Dienstleistung sowohl geografisch wie kulturell bestimmen, da er letztlich das gesamte sozio-kulturelle Gepräge umfasst, das sich nicht zuletzt am regionalen Selbstverständnis seiner Bewohner festmacht (freilich nur insofern diese noch eine regionale Verwurzelung aufweisen).

14 Als Beispiele für Konsumkathedralen werden in der entsprechenden Literatur neben Freizeitparks vor allem Shopping-Malls, Hotel- und Casinokomplexe, Cluburlaubsareale und Kreuzfahrtschiffe genannt.

Unterhaltungsangeboten und dem Erwerb von materiellen Gütern, zu einer Form des multidimensionalen Hyperkonsums (hybrid consumption). Einen besonderen Stellenwert nehmen in diesem Zusammenhang Merchandising-Produkte ein, die dabei einen ebenfalls uneindeutig-hybriden Status zwischen eigentlichem Konsumgegenstand und materialisiertem Verweis auf den Gesamtkonsumzusammenhang einnehmen – und deren Tauschwert sich nicht selten fast ausschließlich aus ihrem Zeichenwert im Rahmen eines weitestgehend selbstbezüglich gewordenen konsumkulturellen Kosmos erklären lässt. In ihrer Kombination bilden theming, hybrid consumption und merchandising damit die Rahmung für ein umfassendes Konsumerlebnis, das weit über ein Verständnis von Konsum als Befriedigung existenzieller Bedürfnisse hinausreicht.

### 3.3.3 McDonaldisation, Disneyization und Arbeit

Sowohl die McDonaldisierungs- als auch die Disneyization-These beziehen sich im Kern auf die Entwicklung des gesellschaftlichen Konsums und die strategische Gestaltung von Konsumangeboten durch Unternehmen. Während in der McDonaldisierungstheorie ein besonderer Schwerpunkt auf die Standardisierung von integrierten Produktions- und Konsumprozessen im Sinne eines organisationalen Rationalisierungskalküls gelegt wird, steht in der Disneyization-These die Logik der Ausgestaltung von Konsumwelten im Vordergrund, deren besonderer Reiz in dem übergreifenden Erlebniswert bestehen soll, der die konsumtorischen Einzelakte umschließt. Dabei sind beide Trends nicht als distinkt zu begreifen: Während hochgradig standardisierte Angebote in vielen Fällen in ein Theming im Sinne der Disneyization-These eingebettet sind, weisen die unterschiedlichen Konsumangebote innerhalb hybrider disneyisierter Konsumsphären nicht selten ein hohes Maß an Rationalisierung im Hinblick auf ihre Organisation auf (vgl. Bryman 1999).

Beiden Organisationsprinzipien gemein ist in jedem Fall, dass sie nicht ohne Folgen für die Gestaltung der sich in ihnen vollziehenden Dienstleistungstätigkeiten bleiben. Ritzer sieht dabei für das Feld der nach dem McDonaldisierungsmuster rationalisierten Tätigkeiten in erster Linie die Gefahr einer zunehmenden Dequalifizierung der Arbeit, die sich sowohl aus der Standardisierung der Dienstleistungsprozesse als auch aus ihrer zunehmenden technischen Kontrolle ergibt. Wo der menschliche Faktor in erster Linie als potentielle Fehlerquelle wahrgenommen werde, liegt schließlich nichts näher als die Handlungsspielräume der Beschäftigten soweit wie möglich einzuschränken.

Das grundlegende Charakteristikum der Arbeit in disneyisierten Dienstleistungen bestehe laut Bryman hingegen in ihrem performativen Charakter (vgl. Bryman 2004). Hier sei weniger echte Authentizität gefordert, sondern vielmehr ein Rollenhandeln im Sinne und unter den Vorzeichen der narrativen Rahmung, unter der sich die Dienstleistungsinteraktion vollzieht. So zeichne sich die Arbeit in disneyisierten Systemen ebenfalls oft durch rigide Skripten im Hinblick auf das Verhalten der Beschäftigten und entsprechende Gefühlsregeln (Hochschild) aus, die dem Arbeitsvollzug nahe an die

Logik einer Aufführung im Sinne eines Schauspiels führe. Die Entfremdungstendenzen, die für die Beschäftigten mit dieser Form von Arbeit einhergehen können, wurden in der service-work-Forschung im Rahmen mehrere wissenschaftlicher Arbeiten schon früh kritisch beleuchtet (vgl. van Maanen 1991, The Project on Disney 1995).

### 3.4 Neue und alte Ungleichheiten auf Dienstleistungsmärkten

Wenn es in der deutschen Debatte um die Zukunft von Arbeit und Beschäftigung in einer mehr und mehr durch „tertiäre“ Tätigkeiten im weitesten Sinne“ (Deutschmann 2002: 8) geprägten Gesellschaft geht, dann steht dabei meist die Frage im Mittelpunkt, wie der Bedarf der Wirtschaft an möglichst gut ausgebildeten Fachkräften gedeckt werden kann. Der Umstand, dass gerade in hochentwickelten Gesellschaften nicht nur in der Sphäre der Produktion, sondern auch in der Sphäre der privaten Reproduktion<sup>15</sup> personelle Deckungslücken entstehen können, scheint hingegen nur mit erheblichen Verzögerungen in das allgemeine Bewusstsein einzusickern – was nicht zuletzt dem konservativen deutschen Wohlfahrtsregime (vgl. Esping-Anderson 1990) geschuldet sein dürfte, in dem die Verantwortung für reproduktive Leistungen immer noch primär auf die Familie übertragen und damit (durchaus auch in einem normativen Sinne) privatisiert ist. Entsprechend erscheint die Kommodifizierung von Reproduktionsarbeit in Form von haushaltsnahen Dienstleistungen auf der kulturellen Ebene oft nach wie vor als begründungspflichtig und die Frage, ob es sich bei entsprechenden Tätigkeiten überhaupt um Arbeit im ‚eigentlichen‘ Sinne handelt, als zumindest diskussionswürdig (vgl. dazu z.B. Geissler 2010, Lutz 2010).

Im Gegensatz dazu zeichnet sich das liberale Wohlfahrtsregime der Vereinigten Staaten traditionell durch einen systematischen Rückgriff der Mittel- und Oberschicht auf erwerbsförmig erbrachte haushaltsnahe Dienstleistungsarbeit aus. Diese werden in der Regel von den Angehörigen weniger privilegierter sozialer Gruppen geleistet. Die in Berkeley lehrende Soziologin Evelyn Nakano Glenn hat in ihren historischen Studien (vgl. Glenn 1996, 2002) herausgearbeitet, dass sich im Laufe des 20. Jahrhunderts in den USA ein System der doppelten Arbeitsteilung entwickelt hat, das auf zwei miteinander verzahnten Deprivationslinien basiert. Die erste Deprivationslinie verläuft dabei entlang der Geschlechtergrenze und drückt sich in dem auch jenseits der USA bekannten Rollenmuster aus, das Männern einen privilegierten Zugang zu bezahlter Erwerbsarbeit ermöglicht, während Frauen die Verantwortung für die unbezahlte Reproduktionsarbeit zugewiesen wird. Die zweite – und lange auch innerhalb des kritischen feministischen Diskurses kaum thematisierte – Deprivationslinie verläuft hingegen innerhalb des weiblichen Geschlechts: zwischen den Mittel- und Oberschichtsfrauen und

15 Während der Begriff der Reproduktion bei Marx „die Wiederherstellung oder -beschaffung von Wirtschaftsgütern und Reproduktionsfaktoren, ebenso aber auch notwendige Tätigkeiten der Person wie Ernährung und Erholung oder die Zeugung der nächsten Arbeitergeneration sowie deren Versorgung“ (Jürgens 2010: FN 3) umfasst, verstehen wir unter privater Reproduktion nur die zweite Dimension – unabhängig davon, ob dabei tatsächlich Arbeitskraft geschaffen wird.

ihren in der Regel ebenfalls weiblichen Hausangestellten (domestic worker), die sie bei der Bewältigung ihrer oft umfangreichen reproduktiven und repräsentativen Verpflichtungen unterstützen. Während die (weißen und in der Regel gut ausgebildeten) Hausarbeitgeberinnen ihre eigenen Lebensbedingungen und gesellschaftlichen Teilhabechancen durch den Rückgriff auf die Arbeitskraft ihrer (meist farbigen und/oder schlechter ausgebildeten) Haushaltshilfen systematisch verbessern konnten, sahen sich letztere mit der doppelten Herausforderung konfrontiert, neben der vergleichsweise schlecht bezahlten Reproduktionsarbeit im Haushalt ihrer Arbeitgeberinnen auch noch die Reproduktionsanforderung der eigenen Familie zu bewältigen – falls die Arbeits- und Lebensbedingungen der Hausangestellten ein eigenes Familienleben überhaupt zuließen.

Mit ihren Studien zur historischen Genese eines Systems der doppelten Benachteiligung weiblicher domestic worker hat Nakano Glenn einen gemeinsamen Bezugspunkt geschaffen, an den in der weiteren Debatte auf unterschiedliche Weise angeschlossen wurde. Ein primär empirisch ausgerichteter Forschungsstrang beschäftigt sich dabei unter dem Schlagwort der Global Care Chains mit den Arbeits- und Lebensbedingungen von Arbeitsmigrantinnen, die in den Haushalten berufstätiger Mütter für diese die Betreuung der Kinder und darüber hinausgehende Reproduktionstätigkeiten übernehmen. Im zweiten, auch theoretisch einflussreichen Forschungsstrang werden unter dem Begriff der Intersektionalität die ethnien-, klassen- und geschlechtsbezogenen Ungleichheitsverhältnisse auf unterschiedlichen service-work-Arbeitsmärkten analysiert.

### 3.4.1 Global Care Chains

Das System der doppelten gesellschaftlichen Arbeitsteilung, das sich Glenns historischen Studien zufolge im 20. Jahrhundert in den Vereinigten Staaten herausgebildet hatte, ist zu Beginn des 21. Jahrhunderts keineswegs obsolet geworden, sondern scheint sich als durchaus zweifelhaftes „Erfolgsmodell“ in weiteren Bereichen der Ersten Welt auszubreiten (vgl. z.B. Ehrenreich/Hochschild 2004; Parreñas 2009). Damit verbunden sind Migrationsbewegungen im Bereich der Care-Arbeit, für deren Beschreibung sich in der allgemeinen Debatte der Begriff der Global Care Chains<sup>16</sup> eingebürgert hat. Der Begriff der Global Care Chain bezeichnet dabei einen transnationalen sozialen Verflechtungszusammenhang, der sich über mehrere, multilokal verortete Familiensysteme erstreckt und dabei besonders deren weibliche Mitglieder betrifft: „Eine ältere Tochter aus einer armen Familie, die sich um ihre Geschwister kümmert, während ihre

16 Geprägt wurde der Begriff der *Global Care Chains* wiederum durch Arlie Hochschild (vgl. Hochschild 2000), die wie beschrieben auch schon für das Konzept der Emotionsarbeit verantwortlich zeichnet. Die Übersetzung in *Globale Betreuungsketten* hat sich auch innerhalb der deutschen Rezeption und Debatte zum Thema (vgl. z.B. Lutz 2006) bis jetzt kaum durchgesetzt.

Mutter sich als Nanny<sup>17</sup> um die Kinder einer anderen Frau kümmert, die sich ihrerseits als Arbeitsmigrantin um das Kind einer Familie in einem reichen Land kümmert.“ (Hochschild 2000: 131, Übersetzung tb).

Der steigende Bedarf an erwerbsförmig erbrachten Care-Leistungen in den reichen Staaten, der primär aus der erweiterten Erwerbsbeteiligung von Frauen resultiert<sup>18</sup>, bewirkt also eine Sogwirkung auf potentielle Care-Arbeiterinnen aus ärmeren Ländern, die – selbst in der Regel gut ausgebildet – in der Übernahme der Nanny-Rolle im Ausland Chancen sehen, den eigenen Familienverbund zu unterstützen. Obwohl das durchschnittliche Einkommen der Care-Migrantinnen in den reichen Nehmerländern weit unter dem Kostenniveau vergleichbarer Leistungen durch inländische Beschäftigte liegt (falls ein entsprechendes Angebot überhaupt vorhanden ist), reicht die Differenz zwischen diesem Einkommen und den Kosten einer Nanny im Herkunftsland im besten Fall aus, um den zurückgelassenen Kindern eine gute Schulbildung und damit die Voraussetzungen für eine erfolgreiche Zukunft zu ermöglichen.

Was mit Blick auf die Erwerbs- und Ausbildungsmöglichkeiten der Beteiligten vielleicht sinnvoll erscheint, hinterlässt – so die empirischen Ergebnisse aus der Global Care Chain-Forschung – allerdings in vielen Fällen emotionale Verwundungen auf allen Seiten: bei den arbeitenden Müttern in den reichen Staaten, weil diese nicht selten trotz der Beschäftigung einer Nanny das Gefühl haben, ihren Kindern nicht das Optimum an Betreuung zukommen zu lassen (vgl. Macdonald 1996, 2010), aber auch, weil sie mit Blick auf die Lebenssituation der Nannies ein schlechtes Gewissen haben; bei den emigrierten Care-Arbeiterinnen, weil diese oft jahrelang nicht in ihr Herkunftsland zurückkehren und die Beziehung zu ihrer Familie so im besten Fall telefonisch und über das Internet aufrecht erhalten können; bei den angeheuerten Nannies im Herkunftsland, die sich in der selben Zwickmühle zwischen ökonomischem Kalkül und emotionalen Kosten befinden, wie die emigrierten Care-Arbeiterinnen; und nicht zuletzt bei sämtlichen Kindern entlang der transnationalen Betreuungskette, die letztlich alle in mehr oder weniger starkem Maße auf die Betreuung durch ihre leibliche Mutter als primäre Bezugsperson verzichten müssen.

17 Der Begriff der Nanny umfasst sowohl ein Tätigkeitsfeld als auch ein spezifisches Set an Rahmenbedingungen, in welchen die entsprechenden Tätigkeiten erbracht werden. Nannies betreuen die ihnen anvertrauten Kinder, übernehmen aber häufig auch Aufgaben, die über die Kinderbetreuung hinausgehen (Einkaufen, Kochen, Waschen, Putzen, Bügeln, etc.) und verbringen entsprechend einen erheblichen Teil ihres Lebens im Haushalt und im unmittelbaren Kontakt mit der Familie, die sie beschäftigt. Hieraus ergibt sich nicht selten ein uneindeutiger – und nicht selten als belastend erlebter – Doppelstatus als „gewerbliches Familienmitglied“ (vgl. hierzu auch Macdonald 2010).

18 Um Missverständnissen vorzubeugen sei an dieser Stelle festgestellt, dass die Autoren keineswegs der Meinung sind, dass die steigende Erwerbsbeteiligung von Frauen an sich ein Problem darstellt. Das Problem besteht vielmehr in der Vereinbarkeit von beruflichen und privaten Anforderungen, wozu Gøsta Esping-Andersen treffend bemerkt: “Women are the vanguards of post-industrial change and a positive-sum future hinges therefore on our ability to reconcile family formation with women’s quest for economic independence.” (Esping-Andersen 2006: 66)

Eine besondere gesellschaftspolitische Brisanz bekommt das Phänomen der Global Care Chains noch einmal durch den Umstand, dass der oft ungeklärte aufenthalts- und arbeitsrechtliche Status der migrierten Care-Arbeiterinnen in den „Nehmerländern“ bewirkt, dass sich diese in einer rechtlichen Grauzone bewegen, was ihre Handlungsfähigkeit selbst in ausbeuterischen Arbeitsverhältnissen stark beschränkt (vgl. Parrenas 2009). Vor diesem Hintergrund erscheint vor allem das liberale Wohlfahrtsregime als parasitär, da der gesellschaftliche Bedarf an Care-Leistungen, der aufgrund fehlender staatlicher Betreuungsangebote nicht befriedigt werden kann, über den Import von Care-Arbeitskraft gedeckt wird, ohne adäquate Arbeits- und Lebensbedingungen für die Träger dieser Care-Arbeitskraft sicherzustellen. Letztendlich zahlen hier also die schwächsten Glieder der Kette die Zeche für die nach wie vor ungelöste Frage nach einer nachhaltigen privaten Reproduktion in den Ländern der Ersten Welt.

### 3.4.2 Intersektionalitätsforschung

Die doppelte Deprivation vornehmlich weiblicher und nicht-weißer domestic worker in der amerikanischen Gesellschaft und ihre Fortsetzung in einem mittlerweile global gewordenen System von Care-Arbeitsmigrationsströmen lässt sich als empirisches Beispiel für ein Thema begreifen, das in der Diskussion gesellschaftlicher Ungleichheitsverhältnisse mittlerweile eine zentrale Stellung eingenommen hat: die Erforschung der Überschneidung unterschiedlicher Diskriminierungslinien, die unter dem Begriff der Intersektionalität mittlerweile als eigenständiges Forschungsparadigma begriffen werden kann (vgl. Knapp 2005, Klinger et al. 2007).

Der historische Ausgangspunkt für die Entwicklung des Intersektionalitätsansatzes kann dabei als Infragestellung zentraler Differenzsetzungen vorangegangener Logiken der Erforschung gesellschaftlicher Diskriminierungsformen verstanden werden. Im Rahmen dieser kritischen Revision wurde thematisiert, dass klassische Kategorisierungen innerhalb der Debatte, die sich in der Regel entweder auf das Geschlecht (weiblich vs. männlich), auf die Klassenzugehörigkeit (Unterschicht vs. Mittel- und Oberschicht) oder die Ethnie (weiß vs. farbig) bezogen hatten, kaum geeignet erschienen, um die spezifischen Lebenslagen und Diskriminierungserfahrungen von Menschen gerecht zu werden, die sich durch eine ganz spezifische Kombination dieser Merkmale auszeichnen, die also als personale Kreuzungspunkte („intersection“) unterschiedlicher Differenzierungslinien begriffen werden können.

Die Effekte dieser Merkmale könnten, um es in der Sprache der Statistik zu beschreiben, nicht in Form von additiven Modellen dargestellt werden, sondern verlangten nach einer Logik der Beschreibung, mit der die Interaktionseffekte zwischen den einzelnen Merkmalen beschreibbar gemacht werden können (vgl. McCall 2005). So zeichne sich die Lebenslage schwarzer Frauen der Unterschicht beispielsweise durch ganz eigene Charakteristika aus, die sich nicht als „typisch für Schwarze“ plus „typisch für Frauen“

plus „typisch für Angehörige der Unterschicht“ begreifen ließen, sondern – im besten Fall – als „typisch für schwarze Frauen der Unterschicht“.<sup>19</sup>

Methodologisch hat die Umstellung auf eine intersektionale Forschungsperspektive zur Folge, dass immer mehrere Unterscheidungsdimensionen gleichzeitig zu beachten sind. In der qualitativen Forschung kann dies beispielsweise bedeuten, im Rahmen von Fallstudien auf feinkörnigere Sampling- und Analyseverfahren umzustellen; in der quantitativen Forschung folgt aus der Perspektive hingegen ein komparativer Ansatz, der im Hinblick auf die Schätzung von Interaktionseffekten allerdings voraussetzt, auch tatsächlich alle Merkmale in verschiedener Ausprägung vorliegen zu haben.

Vor dem Hintergrund der dargestellten theoretischen Perspektive und mit Hilfe der entsprechenden Methoden konnten im Hinblick auf die Arbeitsmarktrelevanz unterschiedlicher askriptiver Merkmale interessante Ergebnisse erzielt werden. So konnte Leslie McCall (2001) auf der Basis statistischer Auswertungen nachweisen, dass sich Einkommensungleichheiten zwischen Männern und Frauen, Angehörigen unterschiedlicher Ethnien und unterschiedlichen Bildungsschichten in unterschiedlichen Regionen der Vereinigten Staaten heterogen darstellten. Im Hinblick auf das berühmte Gender Pay Gap bedeutet dies, dass bestimmte „ökonomische Umfeldler Vorteile für bestimmte Gruppen von Frauen produzieren, während gleichzeitig Nachteile für andere Gruppen von Frauen im Vergleich zu ähnlich situierten Männern entstehen“ (McCall 2005: 1790, Übersetzung tb). Dies widerspricht der These einer eindimensionalen Schlechterstellung von Frauen im Hinblick auf das Einkommen – was allerdings nicht bedeutet, dass nicht nach wie vor gilt, dass Frauen in Summe schlechter verdienen als Männer.

Im Hinblick auf die Zusammensetzung des US-amerikanischen emotional proletariats, also derjenigen Beschäftigten innerhalb des service proletariats, die unternehmensseitig gesetzten Gefühlsregeln (vgl. Kap. 3.1) gehorchen müssen, ergab eine mehrdimensionale Analyse im Sinne des Intersektionalitätsansatzes nicht nur, dass Frauen dort doppelt so stark vertreten sind wie Männer, sondern gleichzeitig ethnische Differenzen, die sich als eine relative Überrepräsentanz schwarzer und lateinamerikanischer Frauen im Vergleich zu weißen und asiatischen (vgl. Macdonald 2009: 118f) darstellen. Die besonderen Belastungsformen, die dem Konzept der Emotionsarbeit zufolge mit der Kommodifizierung von Gefühlen verbunden sein können, sind also sowohl im Hinblick auf das Geschlecht als auch auf die ethnische Zugehörigkeit der Emotionsarbeiter ungleich verteilt, wobei schwarze und lateinamerikanische Frauen in Relation die höchsten Lasten tragen.

19 Die amerikanische Rechtswissenschaftlerin Kimberlè Crenshaw, auf die der Begriff der Intersektionalität zurückgeht, illustrierte entsprechende Wirkmechanismen an einer Reihe von juristischen Verfahren, in denen es um die spezifische Benachteiligung schwarzer Frauen ging. Dabei kommt sie zu folgendem zentralen Ergebnis: „Schwarze Frauen erfahren manchmal Diskriminierungen wie sie weiße Frauen erfahren; manchmal machen sie ganz ähnliche Diskriminierungserfahrungen wie schwarze Männer. Oft erfahren sie eine doppelte Diskriminierung – die kombinierten [aufaddierten, tb] Effekte von Diskriminierung aufgrund ihrer Rasse und aufgrund ihres Geschlechts. Und manchmal erfahren sich Diskriminierung als schwarze Frauen – nicht als Summe rassistischer und sexistischer Diskriminierung, sondern als [spezifische, tb] Diskriminierung schwarzer Frauen“ (Crenshaw 1989: 149, Übersetzung tb)

Im Rahmen einer qualitativen Interviewstudie mit arbeitslosen Männern aus der Arbeiterklasse konnte Nixon (2009) zeigen, dass diese starke Vorbehalte gegen eine Beschäftigung in typischen service-work-Bereichen haben, weil sich die dort herrschenden Erwartungen im Hinblick auf das Verhalten und die damit verbundene Emotionsarbeit kaum mit ihrem klassenspezifischen Habitus einer spezifischen „working-class masculinity“ in Einklang bringen lassen. Im Hinblick auf ein Verständnis von Männlichkeit und männlicher Arbeit, das auf körperlicher Anstrengung, Stärke und der heroischen Überwindung von Widerständen beruht, gefährden die Anforderungen in den als weiblich und servil verstandenen Tätigkeitsfeldern des Sektors das Selbstbild der Arbeiterklassenmänner in seinem innersten Kern (siehe hierzu auch McDowell 2003). Dieser Befund deckt sich in gewisser Weise mit der im Abschnitt zum aesthetic-labour-Konzept vorgestellten Vermutung, dass ein Arbeiterklassen-Habitus negative Auswirkungen im Hinblick auf die selbst wahrgenommene und zugeschriebene Beschäftigungsfähigkeit in den dienenden Dienstleistungsberufen habe (vgl. Kap. 3.3).

In der Summe ermöglicht die Anwendung einer intersektionalen Forschungsperspektive also nicht zuletzt eine Sensibilisierung für die vielfältigen Effekte, die sich aus der je spezifischen Kombination von Merkmalen und Gruppenzugehörigkeiten für die Arbeitsmarktchancen und –risiken unterschiedlicher gesellschaftlicher Subpopulationen ergeben.

### 3.5 Service worker resistance

Wenn service work sich schon defintitorisch durch die dienende bzw. sorgende Rolle der Beschäftigten im Umgang mit ihren Kunden auszeichnet und sich gleichzeitig ein nicht unerheblicher Teil der service-work-Forschung mit den Anforderungen und Zumutungen beschäftigt, denen sich die service worker im Rahmen ihrer Tätigkeit ausgesetzt sehen, so lässt dies zunächst einmal nichts Gutes für die Frage nach den Widerstandspotenzialen innerhalb des service proletariats vermuten. Allerdings ist es keinesfalls so, dass service worker ihre Tätigkeiten ausschließlich durchleiden würden und den Vorgaben und Kontrollversuchen durch das Management nichts entgegenzusetzen hätten; und auch auf der Ebene der kollektiven Interessenvertretung gibt es im Bereich der service-work-Tätigkeitsfelder durchaus Potenziale, die im Sinne einer arbeitspolitischen Gestaltung von Arbeitsbedingungen genutzt werden können – auch wenn es hierfür bisweilen anderer Formen und Strategien bedarf als diejenigen, die in der klassischen industriellen Produktionsarbeit gebräuchlich sind.

#### 3.5.1 Das Dienstleistungsdreieck: Zwickmühle oder Chance?

Der überwiegende Teil der service-work-Tätigkeiten stellt sich als Arbeit im Kundenkontakt dar. Mit Blick auf die Machtverhältnisse im Arbeitsprozess hat dies zur Folge, dass sich das klassischerweise dualistische Verhältnis von Kapital und Arbeit, Arbeit-



geber und Arbeitnehmer bzw. auf der Ebene der konkreten Arbeit, von Management und Beschäftigten, durch die Kundenseite in ein Dreiecksverhältnis verwandelt. Zunächst einmal könnte man vermuten, dass sich die Position der Beschäftigten durch diesen Umstand noch einmal verschlechtert, haben sie es doch im Hinblick auf die Wünsche, Vorgaben und Anforderungen von Vorgesetzten und Kunden im schlimmsten Falle mit „two bosses“ zu tun (vgl. Fuller/Smith 1991).

Allerdings wurde im Rahmen ethnografischer Studien zur Arbeitswirklichkeit in service-work-Tätigkeitsfeldern rasch deutlich, dass sich das Dienstleistungsdreieck nicht zwangsläufig und ausschließlich als Zwickmühle für die Beschäftigten entpuppen muss. Ganz im Gegenteil resultieren aus den besonderen Spezifika von Arbeit im Kundenkontakt mitunter Freiräume, die von den Beschäftigten gezielt zur Verfolgung und Durchsetzung eigener Interessen genutzt werden können. So hat Robin Leidner im Rahmen ihrer Untersuchung zu den Arbeitsbedingungen bei McDonalds herausgearbeitet, dass die Kontrolle des Verhaltens und der Emotionsdarstellung der Beschäftigten bei weitem nicht immer die totalitären Züge aufweist, die man mit Blick auf Konzepte wie die McDonaldisierungsthese oder das Konzept der Emotionsarbeit vermuten könnte (vgl. Leidner 1993, 1996). Auf der Basis einer empirischen Studie im exklusiven Einzelhandel haben Johnston und Sandberg (2008) gezeigt, dass das komplexe Verhältnis wechselseitiger Abhängigkeit zwischen Management, Kunden und Beschäftigten von letzteren durchaus im Sinne der eigenen Interessen genutzt werden kann, wenn Anforderungen des Management etwa mit dem Argument gegenläufiger Kundeninteressen abgewehrt oder als überzogen wahrgenommene Kundenwünsche mit Verweis auf Vorgaben durch Vorgesetzte abgewiesen werden. Auch bieten viele Dienstleistungssettings für die Beschäftigten die Möglichkeit, in Form kollegialer Unterstützung auf unangenehmes, aggressives oder sogar verletzendes Kundenverhalten zu reagieren und entsprechende „communities of coping“ (vgl. Korczynski 2003) zu etablieren.

In diesem Zusammenhang sei allerdings darauf verwiesen, dass die Kunden in der interaktiven Dienstleistungsbeziehung nicht ausschließlich als Problem für die Beschäftigten in Erscheinung treten, sondern immer auch als Quellen von Freude und Arbeitszufriedenheit fungieren können, wenn die Beschäftigten das Gefühl haben, für ihre Leistungen eine angemessene Wertschätzung zu erfahren (vgl. Korczynski 2009). Die unmittelbare Arbeitspraxis der interaktiven Dienstleistungsarbeit stellt sich also nicht notwendigerweise so dar, dass die Beschäftigten zwischen den Vorgaben des Managements und den Wünschen und Bedürfnissen der Kunden zerrieben werden.

Allerdings stößt die mikropolitische Gestaltbarkeit der Arbeit regelmäßig an ihre Grenzen, wenn defizitäre Rahmenbedingungen und Ressourcenausstattung innerhalb des Dienstleistungssettings in einer letztlich systematischen Überforderung der Beschäftigten münden (vgl. Birken et al. 2012). Entsprechende Schief lagen lassen sich nicht ohne Formen der kollektiven Interessenvertretung bearbeiten, wobei jedoch wiederum die Spezifika von service-work-Tätigkeitsfeldern zu beachten sind, wie im folgenden Abschnitt dargestellt werden wird.

### 3.5.2 Service work und kollektive Interessenvertretung

Die strukturellen Rahmenbedingungen und spezifischen Arbeitsinhalte vieler service-work-Tätigkeiten stellen für ein Verständnis von Arbeit, das sich nach wie vor am Bezugsrahmen und der historischen Entwicklung der industriellen Produktion orientiert, eine gewisse Herausforderung dar. Mit Blick auf die Frage der kollektiven Interessenvertretung entspricht dem berühmt gewordenen Satz des damaligen BDI-Präsidenten Hans-Olaf Henkel, dass wir nicht davon leben könnten, uns alle gegenseitig die Haare zu schneiden, in gewisser Weise das Zitat eines amerikanischen Gewerkschaftsführers, der glaubt, „we’ll never build a real labor movement with a bunch of nurses“ (zitiert nach Cobble 2009: 153).

Dabei ist zunächst tatsächlich festzuhalten, dass sich viele service-work-Tätigkeiten durch Merkmale auszeichnen, die der klassischen Industriearbeit – gedacht als ideales Terrain gut organisierbarer Arbeitnehmerinteressen – diametral entgegenlaufen: Viele Dienstleistungstätigkeiten finden in Privathaushalten oder an wechselnden Einsatzorten statt, so dass kein Betrieb als konkreter Ort und sozialer Bezugsrahmen der kollektiven Interessenvertretung existiert. Ein nicht unerheblicher Teil gerade der besser ausgebildeten weiblichen Dienstleistungsbeschäftigten nehmen ihre Tätigkeit nicht als lebenslanges Schicksal wahr, sondern als transitorische biographische Etappe (vgl. McDonald 1996, McDonald/Merrill 2009), was häufig zur Folge haben dürfte, dass sich die Motivation für ein arbeitspolitisches Engagement in Grenzen hält. Zudem bewirkt der dienende und sorgende Charakter vieler service-work-Tätigkeiten, dass sich eine simple Gegenüberstellung von Arbeitgeberinteressen und Arbeitnehmerinteressen an der Sorge der Beschäftigten um die Belange der Kunden und – vor allem – Klienten und Patienten bricht (vgl. Cobble/Merrill 2009).

Allerdings haben die beschriebenen strukturellen Merkmale keineswegs dazu geführt, dass kollektive Formen der Interessenvertretung in den Dienstleistungssektoren keine Rolle spielen würden. Ganz im Gegenteil zeigen gerade Dienstleistungsbeschäftigte im öffentlichen Sektor sowohl in den Vereinigten Staaten als auch in Europa einen Organisationsgrad, der den der Beschäftigten in der Produktion oft bei weitem übersteigt – freilich immer noch auf durchaus ausbaufähigem Niveau.

Gerade die Erfahrungen in den Vereinigten Staaten machen jedoch deutlich, dass die kollektive Interessenvertretung von service-work-Beschäftigten veränderter Formen und Strategien bedarf, wenn sie erfolgreich sein soll. Diese Ansätze beziehen sich dabei gerade auf die oben dargestellten Besonderheiten vieler service-work-Tätigkeiten. So konnte der räumlichen Zergliederung der Einsatzorte des betroffenen Reinigungspersonals im Rahmen der mittlerweile berühmt gewordenen „Justice for Janitors“-Kampagne (vgl. Howley 1990) mit einer Strategie begegnet werden, die auf den gesamten regionalen Arbeitsmarkt für Reinigungskräfte abzielte. In einem weiteren Fall konnten für das Kinderbetreuungspersonal in einer Region bessere Arbeitsbedingungen erreicht werden, indem die Eltern der zu betreuenden Kinder in die Kampagne involviert wur-

den. In diesem Fall wurde das Ziel besserer Arbeitsbedingungen mit dem Ziel einer besseren Betreuungsqualität verknüpft, so dass sichergestellt werden konnte, dass die Ergebnisse der Kampagne nicht zu Lasten der Kinder gehen würden und die Eltern gleichzeitig für die Interessen des Kinderbetreuungspersonals gewonnen werden konnten (vgl. Smith 2004).

Stellt man sich von gewerkschaftlicher Seite den Herausforderungen, die mit den Eigenarten vieler service-work-Tätigkeiten verbunden sind, so gibt es offensichtlich Möglichkeiten der erfolgreichen arbeitspolitischen Intervention. Auf der anderen Seite ist mit Blick auf die Arbeits- und Lebensbedingungen vieler Mitglieder der service proletariats noch einiges zu tun – nicht zuletzt wenn es um diejenigen domestic worker geht, die in einem rechtlichen Graubereich agieren und inadäquaten und ausbeuterischen Beschäftigungsverhältnissen besonders schutzlos ausgeliefert sind.

### 3.6 Literatur zur Vertiefung

- Aguiar, Luis L. M./Herod, Andrew (Hrsg.) (2006): *The dirty work of neoliberalism. Cleaners in the global economy*, Malden.
- Cobble, Dorothy Sue (Hrsg.) (2007): *The sex of class. Women transforming American labor*, Ithaca.
- Ehrenreich, Barbara/Hochschild, Arlie Russell (Hrsg.) (2004): *Global woman. Nannies, maids, and sex workers in the new economy*, New York.
- Korczynski, Marek/Macdonald, Cameron (Hrsg.) (2009): *Service Work. Critical Perspectives*, London.
- Macdonald, Cameron/Sirianni, Carmen (Hrsg.) (1996): *Working in the Service Society*, Philadelphia.
- Sturdy, Andrew/Grugulis, Irene/Willmott, Hugh (Hrsg.) (2001): *Customer Service. Empowerment and Entrapment*, Houndmills.



## 4 3sR – Social Science Service Research

In kritischer Auseinandersetzung mit der in Abschnitt 2 beschriebenen, primär auf informationstechnische und betriebswirtschaftliche Gesichtspunkte fokussierten Service-Science-Forschung hat sich in Deutschland in den vergangenen Jahren mit der Initiative Social Science Service Research (3sR) ein Netzwerk von Dienstleistungsforscherinnen und –forschern konstituiert, das sich zum Ziel gesetzt hat, die soziale Seite von Dienstleistungen in den Fokus zu rücken und die entsprechenden sozialwissenschaftlichen Wissensbestände für eine integrierte Dienstleistungsforschung nutzbar zu machen (Positionspapier 3sR 2010).

Allerdings ist auch die sozialwissenschaftliche Dienstleistungsforschung, ähnlich wie die im Abschnitt 3 beschriebene Service-Work-Forschung, durch eine große Heterogenität im Hinblick auf Forschungsthemen und theoretische Bezugspunkte gekennzeichnet. Im dritten Abschnitt der im Rahmen dieser Studie unternommenen Reise durch unterschiedliche Dienstleistungsforschungswelten wird es entsprechend erneut darum gehen, zentrale Themen und theoretische Ansatzpunkte herauszuarbeiten.<sup>20</sup> Die Darstellung gliedert sich dabei in vier Abschnitte: theoretische Ansätze zur Beschreibung der Spezifika der Arbeit im Kundenkontakt, das Konzept des arbeitenden Kunden, aktuelle Entwicklungen an der webbasierten Kundenschnittstelle und das Themenfeld der Anerkennung in der Dienstleistungsarbeit<sup>21</sup>, die durch eine kurze Zusammenfassung abgerundet werden.

### 4.1 Arbeit im Kundenkontakt: theoretische Konzepte

Auch wenn verallgemeinernde Vergleiche im Hinblick auf die starke Fragmentierung der jeweiligen Forschungslandschaften ein heikles Geschäft darstellen, kann zumindest konstatiert werden, dass eine Grundtendenz der deutschsprachigen Dienstleistungsforschung darin besteht, der Kundenseite eine stärkere Aufmerksamkeit zukommen zu lassen, als dies im englischsprachigen Raum bis dato der Fall ist (vgl. Dunkel/Kleemann 2013, für die englische Debatte: Korczynski 2009). Diese intensivere Beschäftigung mit der Kundenseite hat sich nicht zuletzt in Versuchen niedergeschlagen, die Besonderheiten der Arbeit im direkten Kundenkontakt auf der Ebene theoretischer Konzeptualisierungen auf den Punkt zu bringen. Dabei lassen sich mit dem Konzept der Interaktionsarbeit (Böhle/Weishaupt 2003; Böhle/Glaser 2006) und dem Konzept der interaktiven Arbeit (Wehrich/Dunkel 2003; Dunkel/Wehrich 2012) zwei Ansätze

20 Die Grundlage für diese Darstellung bildet eine Sichtung der Vorträge, die im Rahmen der ersten 3sR-Konferenz am 26. und 27. Januar 2012 in München gehalten wurden (vgl. Dunkel/Bienzeisler 2012) sowie aktueller Forschungsarbeiten aus der 3sR-Community und aus daran angrenzenden Forschungszusammenhängen.

21 In einer ersten gemeinsamen internationalen Buchpublikation der 3sR-Initiative, die im Sommer 2013 bei Palgrave Macmillan erscheinen wird (Dunkel/Kleemann 2013), stehen diese Themenfelder ebenfalls im Mittelpunkt.

unterscheiden, die zwar auf denselben Gegenstand – die Arbeit an und mit personalen Kunden – fokussieren, dabei aber von unterschiedlichen theoretischen Bezugspunkten ausgehen.

Das Konzept der Interaktionsarbeit steht in der Tradition der Theorie subjektivierenden Arbeitshandelns (vgl. Böhle/Milkau 1988; Böhle et al. 2011), ergänzt dabei aber dessen „klassische“ Merkmale um das Konzept der Emotionsarbeit (vgl. 2.2.2) und das Konzept der Gefühlsarbeit (vgl. Strauss et al. 1985). Aus der Subjektnatur des „Bearbeitungsgegenstands“ Mensch resultiert für den Beschäftigten diesem Konzept zufolge einerseits die Anforderung, die eigenen Gefühle sowie die Gefühle des Interaktionspartners systematisch und strategisch zu beeinflussen.<sup>22</sup> Auf der anderen Seite resultiert daraus die Notwendigkeit für eine besondere Form subjektivierend-erfahrungsgeleiteten Arbeitshandelns, das sich analytisch aufschlüsseln lässt in „ein situatives und exploratives Vorgehen (...), eine komplexe und empfindende sinnliche Wahrnehmung (...), ein anschauliches Denken auf der Basis von Erfahrungswissen (...) und eine persönliche Beziehung der Nähe zum und Verbundenheit mit dem „Arbeitsgegenstand““ (Weishaupt 2006: 88). Das Konzept der Interaktionsarbeit fokussiert damit in erster Linie auf das Arbeitshandeln im Kundenkontakt und lässt sich entsprechend als Anforderungsprofil für die Bewältigung der besonderen Anforderungen in der Arbeit an und mit Menschen lesen.

Während der Schwerpunkt beim Konzept der Interaktionsarbeit auf der Beschäftigtenseite liegt, werden im Konzept der interaktiven Arbeit Kunden und Beschäftigte gleichermaßen einbezogen: personenbezogene Dienstleistungen werden hier als Ko-produktionsprozesse verstanden, zu denen sowohl die Beschäftigten als auch die Kunden Beiträge leisten müssen, wenn sie zu einem erfolgreichen Ende gebracht werden. Es lassen sich drei Grundprobleme definieren, die von den Beteiligten im Rahmen der Dienstleistungsinteraktion gelöst werden müssen (vgl. Dunkel und Wehrich 2012a: 38ff.; eine erste Fassung dieser Grundprobleme findet sich in Wehrich und Dunkel 2003): Das erste Problem besteht darin, dass in Dienstleistungsbeziehungen zwischen den Beteiligten ausgehandelt und definiert werden muss, worin das zu lösende Problem besteht und wie es bearbeitet werden soll. Das zweite Problem besteht darin, dass es sich bei Dienstleistungen um Leistungsversprechen handelt und erst nach erfolgter Dienstleistung etwas darüber gesagt werden kann, ob dieses Versprechen auch gehalten wurde; dementsprechend können über Dienstleistungen nur unvollständige Verträge geschlossen werden. Das dritte Problem schließlich besteht darin, dass in Dienstleistungsbeziehungen Geld gegen Leistung getauscht wird und dadurch gegensätzliche Interessen im Spiel sind. Das Konzept der interaktiven Arbeit bietet damit eine theoretisch fundierte Heuristik, die es ermöglicht, die jeweiligen Beiträge der Kunden- und

22 Mit dem Begriff der „Emotionsarbeit“ wird also in Anschluss an Arlie Hochschild die Bearbeitung der eigenen Gefühle durch die Beschäftigten bezeichnet (vgl. Abschnitt 2.22) während „Gefühlsarbeit“ die strategische Bearbeitung der Gefühle des Interaktionspartners bezeichnet – wobei diese Bearbeitung auch wieder als Leistung der Beschäftigten zu begreifen ist, die letztendlich ebenfalls der Durchsetzung organisationaler Ziele dient.

Beschäftigtenseite innerhalb des interaktiven Dienstleistungsprozesses beschreibbar zu machen, die aber auch als Ausgangspunkt für die Gestaltung interaktiver Dienstleistungsarbeit genutzt werden kann (vgl. Dunkel/Wehrich 2012a).

Sowohl das Konzept der Interaktionsarbeit als auch das Konzept der interaktiven Arbeit sind mittlerweile in einer Reihe von Forschungsprojekten (vgl. Dunkel/Voß 2004; Böhle/Glaser 2006; Dunkel/Wehrich 2012) erfolgreich zur Anwendung gebracht und dabei sukzessive weiterentwickelt worden. Aufgrund ihrer divergierenden theoretischen Ausgangspunkte stellen sie unterschiedliche Aspekte der personenbezogenen Dienstleistungsarbeit in den Fokus, können aber dabei durchaus in produktiver Art und Weise aufeinander bezogen und entsprechend als sich ergänzende Perspektiven auf den Gegenstand verstanden werden.

## 4.2 Der arbeitende Kunde

Eine noch konsequenterere Fokussierung auf die Bedeutung der Kunden als in den beiden vorgestellten Konzepten zur Arbeit im Kundenkontakt findet sich im Konzept des arbeitenden Kunden verwirklicht (vgl. Voß/Rieder 2005). In diesem wird postuliert, dass von Unternehmensseite zunehmend versucht werde, Kompetenzen und Ressourcen von Kunden für betriebliche Prozessen nutzbar zu machen und die Kunden auf diesem Weg als „unbezahlte Mitarbeiter“ in Wertschöpfungsprozesse zu integrieren. In Analogie zum Konzept des „Arbeitskraftunternehmers“ (Voß/Pongratz 1988, Pongratz/Voß 2003), in dem eine zunehmende betriebliche Nutzung der Subjektressourcen von Beschäftigten diagnostiziert wird, stehen dabei Prozesse des Verfügbarmachens von Produktivitätspotentialen auf der Seite der Kunden im Mittelpunkt. Dieser Prozess beinhaltet drei aufeinander bezogene Entwicklungen. Die Rolle und Funktion des Kunden im Verhältnis von Produktion und Konsumtion verschiebt sich tendenziell von der eines passiven Käufers und Nutzers von standardisierten Produkten und Dienstleistungen zu der eines aktiven Koproductenten, dessen Produktivitätspotentiale und konkrete Leistungen systematisch betrieblich vernutzt werden. Damit erscheint der Kunde – zweitens – zunehmend als betriebliche Wertquelle, was „als eine neue Qualität der gesellschaftlichen Erschließung oder kapitalistischen ‚Landnahme‘ eines bisher ökonomisch weitgehend unberührten Lebensbereichs“ (Kleemann et al. 2008: 33) verstanden werden kann. Dies kann drittens zur Folge haben, dass sich Kunden auch im Privatleben zunehmend mit organisatorischen Anforderungen und Vorgaben konfrontiert sehen, die als Formen betrieblicher Herrschaftsausübung begriffen werden können, ohne dass die Kunden auf institutionalisierte Interessenvertretungsstrukturen oder rechtliche Schutzbestimmungen zurückgreifen könnten, wie sie für abhängig beschäftigte Mitarbeiter von Unternehmen existieren.

Aufgrund ihres grundsätzlich koproduktiven Charakters erscheinen gerade Dienstleistungen als besonders prädestiniert für die beschriebenen Tendenzen der betrieblichen Verwertung von Kundenpotentialen. Aber auch in der Güterproduktion lassen sich

Konzepte wie die kundenindividuelle Massenproduktion („mass customization“, vgl. Piller 2006) als Ausdruck einer zunehmenden Integration von Kunden und ihren Potenzialen in betriebliche Wertschöpfungsprozesse deuten. Die Voraussetzung hierfür bilden, ähnlich wie in vielen Selbstbedienungssettings im Bereich von Dienstleistungen, informationstechnische Entwicklungen, die unter dem Schlagwort „web 2.0“ zusammengefasst werden. Diese haben sich mittlerweile zu einem eigenen Forschungsgegenstand innerhalb der sozialwissenschaftlichen Dienstleistungsforschung entwickelt, wie im folgenden Abschnitt dargestellt werden wird.

### 4.3 Integration von Kunden im Web 2.0

Empirisch sind Phänomene einer systematischen Nutzung von Kundenkompetenzen und Kundenbeiträgen, wie sie im Konzept des arbeitenden Kunden propagiert werden, bisher vor allem im Bereich von Web 2.0-Anwendungen, also an der digitalen Schnittstelle zwischen der betrieblichen Binnenwelt und den Kunden bzw. Usern untersucht worden. Mit dem Begriff „web 2.0“ wird dabei eine neue Entwicklungsstufe in der technischen Ausgestaltung und Nutzung des Internet verstanden, in der Inhalte zunehmend von den Nutzern generiert werden. Im Gegensatz zum „web 1.0“, in dem eine begrenzte Anzahl an Personen und Organisationen Inhalte bereit stellten, die von der Vielzahl an Nutzern nur passiv konsumiert wurden, basieren web 2.0-Anwendungen wie Wikis, Blogs und soziale Netzwerke im wesentlichen auf den Beiträgen ihrer Nutzergemeinde. Im „web 2.0“ verschränkt sich also eine technische Entwicklung, die die gestaltend-partizipative Nutzung von Internetangeboten ermöglicht, mit einer sozialen Entwicklung, in deren Verlauf sich eben jene Nutzung von internetgestützten Anwendungen mehr und mehr als selbstverständlicher Teil der alltäglichen Lebensführung darstellt.<sup>23</sup>

Allerdings beschränken sich keineswegs alle institutionellen Akteure im web 2.0 darauf, selbstlos Infrastrukturen für diverse Nutzergemeinden zur Verfügung zu stellen. Vielmehr werden von Unternehmen zunehmend Möglichkeiten ausgelotet, die Beiträge der Nutzer auf den zuvor zur Verfügung gestellten Plattformen in einem zweiten Schritt betrieblich nutzbar zu machen. Das Spektrum reicht dabei von Modellen der schon zitierten „mass customization“ über Vermittlungs- und Bewertungsplattformen und Kreativwettbewerbe bis hin zu Nutzercommunities, die auf Unternehmensplattformen als Ergänzung für den klassischen Kundenservice installiert werden, bis hin zu dem systematischen Einbezug von Userbeiträgen in die Entwicklung von Unternehmensangeboten und konkreten Produkten (vgl. Beyreuther et al. 2012; Kahnert et al. 2012; Kleemann et al. 2012; Wittke/Hanekop 2011). Bei aller Heterogenität zeichnen sich

23 Im Kern lässt sich das web 2.0 also als ein partizipatives Medium begreifen: “The concept of the „participative web” is based on an Internet increasingly influenced by intelligent web services that empower users to contribute to developing, rating, collaborating and distributing Internet content and customising Internet applications. As the Internet is more embedded in people’s lives users draw on new Internet applications to express themselves through “user-created content” (UCC)” (OECD 2007: 9).



die genannten Beispiele dadurch aus, dass die zugrunde liegenden Geschäftsmodelle darauf basieren, dass „zunehmend auch die Leistungen von auf unterschiedliche Weise beteiligten (privaten) Nutzern integriert“ (Grenz/Pfadenhauer 2012: 3) werden.

Eine besondere Herausforderung bei der Erforschung von web 2.0-basierten Formen der Kundenintegration besteht nicht zuletzt darin, mit der rasanten technischen Entwicklung Schritt zu halten. Auf der anderen Seite ist aber auch das Nutzungsverhalten von Kunden keineswegs immer im Sinne des Unternehmensinteresses lenk- und steuerbar. Das komplexe Verhältnis zwischen technologischer Entwicklung, kundenseitigem Nutzungsverhalten und darauf bezogenen Unternehmensstrategien zur betrieblichen Verwertung möglicher Kundenbeiträge sollte entsprechend auch zukünftig einen „emerging market“ für die sozialwissenschaftliche Dienstleistungsforschung darstellen.

#### 4.4 Anerkennung in der Dienstleistungsarbeit

Einen weiteren Diskussionszusammenhang innerhalb der deutschsprachigen Debatte stellt die Frage nach Anerkennungs- bzw. Missachtungsverhältnissen in der (Dienstleistungs-) Arbeit dar. Aufbauend auf der von Axel Honneth entwickelten Theorie der Anerkennung (vgl. Honneth 1994) wird dabei von der grundlegenden These ausgegangen „[d]ass Menschen Anerkennung in der Arbeit suchen, dass erfahrene oder vorenthaltene Anerkennung das Arbeitsverhalten wesentlich mitbestimmen und dass verschiedene Formen der Arbeit unterschiedliche Chancen der Anerkennung bereitstellen“ (Holtgrewe et al. 2000: 19f.). Die Sphäre der Arbeit wird in diesem Diskussionszusammenhang also als eine zentrale gesellschaftliche Arena der Vergabe und Nichtvergabe von Anerkennung begriffen. Gerade für den Bereich der personenbezogenen Dienstleistungsarbeit gilt dabei wiederum, dass sich Fragen von Anerkennung bzw. Missachtung nicht nur im Verhältnis zwischen Unternehmen und ihren Mitarbeitern stellen, denn „überall dort, wo der Kundenkontakt Bestandteil der Dienstleistungstätigkeit ist, findet die Arbeit in direkten Interaktionen statt, und Anerkennungsbeziehungen vervielfältigen sich zwischen Betrieben, Beschäftigten und Kunden“ (Holtgrewe 2002: 216).

Stephan Voswinkel hat auf der Basis empirischer Untersuchungen im Einzelhandel (vgl. Voswinkel 2005, 2005a) gezeigt, dass sich interaktive Arbeit auch im Rahmen hoch standardisierter personenbezogener Dienstleistungen nicht auf eine ökonomisch-funktionale Austauschbeziehung reduzieren lässt, sondern immer auch eine sozial-personale Dimension beinhaltet – diese muss allerdings in der konkreten Interaktion von den Beteiligten aufgerufen werden. Aus einem funktionalen Beschäftigten-Kunden-Verhältnis wird dann ein personales: Während sich die Dienstleistungsinteraktion im Falle des funktionalen Kunden weitestgehend nach einem standardisierten Skript vollzieht, ohne dass der Kunde dabei in seinen individuellen Wesensmerkmalen besonders in Erscheinung träte, wird der personale Kunde (etwa der Stammkunde) in seinen individuellen Eigenheiten wahrgenommen und entsprechend behandelt; damit ist er auch

für die Beschäftigten als Quelle von Anerkennung (oder auch Missachtung) besonders bedeutsam.

Besonders kritisch im Hinblick auf Fragen der Anerkennung bzw. Missachtung erscheinen vor diesem Hintergrund Konstellationen, in denen unterschiedliche Erwartungen bzw. Vorgaben im Hinblick auf die „Logik“ der Dienstleistungsinteraktion aufeinandertreffen. Wenn etwa organisationale Rahmenbedingungen eine individuelle Behandlung von Kunden eher behindern als begünstigen, diese aber kundenseitig erwartet und im Zweifel auch explizit eingefordert wird; oder wenn der Anspruch auf eine möglichst individuelle Beratung auf der Seite der Beschäftigten aufgrund mangelnder Nachfrage auf der Kundenseite nicht umgesetzt werden kann.

Eine anerkennungstheoretische Perspektive macht also deutlich, dass sich Dienstleistungsarbeit gerade dann, wenn Beschäftigte und Kunden in eine unmittelbare Interaktion miteinander treten, nicht einseitig als funktional-ökonomischer Austauschprozess begreifen lässt, sondern normativ-moralische Komponenten enthält, die gerade im Hinblick auf das Arbeitserleben der Beschäftigten von zentraler Bedeutung sein können.

#### 4.5 Zusammenfassung

Neben den in den vorangegangenen Abschnitten beschriebenen Ansätzen und Themen existieren natürlich noch diverse weitere Forschungsfelder, die sich unter den Begriff einer sozialwissenschaftlichen Dienstleistungsforschung subsumieren ließen. Innerhalb der engeren arbeitssoziologischen Forschung zählten hierzu zum Beispiel die Forschung zu den Arbeitsbedingungen und Arbeitsbeziehungen in der IT-Wirtschaft (vgl. Boes/Trinks 2006, Boes/Kämpf 2011), in unterschiedlichen Bereichen der Medienbranche (vg. z.B. Mayer-Ahuja/Wolf 2005, Marrs 2007) und in der Finanzdienstleistung (z.B. Breisig et al. 2010; Menz et al. 2011). Zieht man den Kreis noch weiter, so lassen sich darüber hinaus mannigfaltige Anknüpfungspunkte an Felder wie die Gesundheitsforschung, die Forschung zu sozialen und öffentlichen Dienstleistungen oder die betriebswirtschaftlich orientierten Markt- und Kundenforschung finden.

Wollte man vor diesem Hintergrund versuchen, herauszuarbeiten, was die deutschsprachige sozialwissenschaftliche Dienstleistungsforschung im Kern ausmacht, so stellt sich dies noch schwieriger dar als im Falle der service science und der Service-Work-Forschung. Auf der einen Seite existiert in der deutschsprachigen Community ein geteiltes Selbstverständnis als unternehmens- und anwendungsorientierte Wissenschaft, wie dies für weite Teile der internationalen service science gilt. Auf der anderen Seite definiert sich die 3sR-Community aber auch nicht primär über ein dezidiert kritisches Erkenntnisinteresse, wie dies in der englischsprachigen Service-Work-Community der Fall ist (auch wenn das bei vielen Mitgliedern der Community zumindest auch eine Rolle spielt). Im Mittelpunkt steht vielmehr der Bezug auf sozialwissenschaftliche Theorieangebote und Forschungsmethoden, womit die deutschsprachige sozialwissen-

schaftliche Dienstleistungsforschung durchaus in einer gewissen historischen Tradition steht. Analog zu Georg Simmels Definition der Soziologie als einer Wissenschaft, die sich weniger über den Bezug auf ein spezifisches Objekt, sondern eher über den Einsatz einer spezifischen Methodik auszeichnet (vgl. Simmel 1992), vertreten die Promotoren einer Social Science Service Research den Anspruch, eine erst im Werden begriffenen integrierten Dienstleistungsforschung durch explizit sozialwissenschaftliche Perspektiven zu bereichern.

#### 4.6 Literatur zur Vertiefung

- Positionspapier der Initiative „Social Science Service Research“ (3sR), April 2010, Unter: [www.3sresearch.de](http://www.3sresearch.de) [5.2.2013].
- Dunkel, Wolfgang/Bienzeisler, Bernd (Hrsg.): 3sResearch – Sozialwissenschaftliche Dienstleistungsforschung. Beiträge zu einer Service Science, Stuttgart, 2012. (CD-Rom).
- Dunkel, Wolfgang/Kleemann, Frank (Hrsg.): Customers at Work. New Perspectives on Interactive Service Work, Houndmills, im Erscheinen.



## 5 Dienstleistungsforschung und Dienstleistungspolitik

### 5.1 Dimensionen von Dienstleistungspolitik

Vor dem Hintergrund der steigenden Relevanz von Dienstleistungen und tertiärer Arbeitsformen für Arbeit, Beschäftigung und Wertschöpfung liegt es unmittelbar nahe, Dienstleistungen als zentrales politisches Gestaltungsfeld zu begreifen. Allerdings scheint bisher – auch in vielen der bisher vorliegenden Veröffentlichungen zum Thema – nicht immer ganz klar zu sein, welche Gestaltungsbereiche genau in die Zuständigkeit einer Dienstleistungspolitik fallen, über welche politischen Themenfelder sich diese also erstreckt oder zumindest erstrecken sollte.

Auf den ersten Blick wirkt es plausibel, Dienstleistungspolitik als Ergänzung und logische Weiterführung der „alten“ Industriepolitik in neuen, veränderten ökonomischen und technologischen Rahmenbedingungen zu begreifen. In einer entsprechenden Lesart bestünde das grundlegende Ziel einer Dienstleistungspolitik in dem Erhalt und Ausbau der Wettbewerbsfähigkeit der nationalen Dienstleistungsunternehmen. Dienstleistungspolitik wäre damit also im Wesentlichen als Standort- bzw. Wirtschaftspolitik zu begreifen.

Allerdings beschränken sich die Auswirkungen der weiter oben beschriebenen Dimensionen eines übergreifenden Prozesses der Tertiarisierung nicht nur auf die Sphäre der Arbeit. Der Wandel von einem sowohl kulturell als auch strukturell maßgeblich durch die industrielle Produktion geprägten Gesellschaftstyp hin zu einem, in dem interaktive und wissensintensive Dienstleistungen die Arbeits- und Lebenswirklichkeit eines immer größer werdenden Teils der Bevölkerung maßgeblich prägen, greift tiefer (vgl. Baethge 2001). Entsprechend bietet es sich an, den Begriff der Dienstleistungspolitik nicht in einem engen Verständnis zu verwenden, das ausschließlich auf die Gestaltung von Rahmenbedingungen im Bereich der Wirtschaft fokussiert, sondern in einer erweiterten Lesart, die auch die gesellschaftspolitischen Implikationen der dort stattfindenden Prozesse mit in den Blick nimmt.

Versteht man unter Dienstleistungspolitik entsprechend den Versuch einer strategischen Gestaltung gesellschaftlicher Veränderungsprozesse, die in einem direkten oder zumindest vermittelten Zusammenhang mit dienstleistungsbezogenen Veränderungsdynamiken stehen, so lassen sich hier – ohne dass die einzelnen Felder völlig trennscharf voneinander abgrenzbar wären – mindestens drei Gestaltungsdimensionen unterscheiden:

- Dienstleistungspolitik als *Wirtschaftspolitik*
- Dienstleistungspolitik als *Arbeitspolitik*
- Dienstleistungspolitik als *Gesellschaftspolitik*

Mit jeder dieser Gestaltungsdimensionen ließe sich wiederum ein spezifischer politischer Gestaltungsauftrag formulieren:

Dienstleistungspolitik als *Wirtschaftspolitik* sieht sich mit der Herausforderung konfrontiert, Leitplanken zu installieren, die geeignet erscheinen, die ökonomische Prosperität dauerhaft sicherzustellen, auf der anderen Seite aber auch dafür sorgen können, dass negative soziale, politische und ökologische Folgen soweit wie möglich minimiert werden.

Dienstleistungspolitik als *Arbeitspolitik* hat zur Aufgabe, die jeweils spezifischen Rahmenbedingungen in den vielfältigen Bereichen der Dienstleistungsarbeit so zu gestalten, dass die Bedürfnisse und Anforderungen der Dienstleistungsbeschäftigten an gute Arbeit auch tatsächlich verwirklicht werden. Daran ist nicht zuletzt die Frage nach einer generellen gesellschaftlichen Aufwertung von Dienstleistungstätigkeiten gekoppelt.

Dienstleistungspolitik als *Gesellschaftspolitik* sieht sich schließlich mit der Anforderung konfrontiert, eine Balance zwischen den berechtigten Ansprüchen von Dienstleistungsbeschäftigten und den Anforderungen ihrer auf qualitativ hochwertige Dienstleistungen angewiesenen Kunden, Klienten, Patienten und Mandanten sicherzustellen. Denn letztendlich entscheidet immer auch die Frage nach der Verfügbarkeit und Ausgestaltung von Dienstleistungen darüber, ob die zentralen gesellschaftlichen Zukunftsherausforderungen, vom demografischen Wandel bis hin zur Energiewende, bewältigt werden können.

In Deutschland bemühen sich bisher in erster Linie die Gewerkschaften um die Etablierung einer eigenständigen dienstleistungspolitischen Diskussion (vgl. z.B. Bsirske 2011, Sommer 2012). Im Zentrum steht dabei ein integrierter Ansatz, bei dem davon ausgegangen wird, dass wirtschaftspolitische, arbeitspolitische und gesellschaftspolitische Ziele nicht zwangsläufig im Widerspruch zueinander stehen müssen. Der Schlüssel für die erfolgreiche Bewältigung der aktuellen ökonomischen und sozialpolitischen Herausforderungen bestehe – so die These – gerade darin, gute Dienstleistungen und gute Dienstleistungsarbeit zusammenzudenken. Im folgenden Abschnitt steht die Frage im Mittelpunkt, welche Beiträge die in den vorangegangenen Kapiteln vorgestellten Forschungsergebnisse zur Weiterentwicklung einer entsprechenden dienstleistungspolitischen Programmatik liefern können.

## 5.2 Erträge der Dienstleistungsforschung für Dienstleistungspolitik

### Dienstleistungen sind zentral für die Wertschöpfung

Ein wesentliches Verdienst der internationalen Debatte zum Aufbau einer service science sowie der verschiedenen Ansätze zur Entwicklung von Dienstleistungstheorie und –forschung (wie etwa der nordic school) besteht darin, die Bedeutung von Dienstleistungen in den Vordergrund zu stellen. Dies geschieht zum ersten darüber, dass Dienstleistungen das Potential zugesprochen wird, eine eigenständige wissenschaftliche Disziplin zu begründen. Zum zweiten bieten die verschiedenen Beiträge zur service science starke Argumente dafür, dass Dienstleistungen Werte erzeugen: Wertschöpfung wird letztlich dadurch erzielt, dass Kunden Werte für sich realisieren können („value-in-use“); dabei ist es zweitrangig, ob handfeste Produkte im Spiel sind oder der Kundennutzen ausschließlich über intangible Dienste erzielt wird. Zum dritten wird im Rahmen dieser Debatte aufgezeigt, dass die Herstellung von Produkten und (unternehmensbezogene wie auch personenbezogene) Dienstleistungen in Wertschöpfungsketten vielfach aufeinander bezogen sind. Insofern ist Produktion ohne Dienstleistung immer seltener denkbar; Produktion und Dienstleistung sind im Wertschöpfungsprozess aufeinander angewiesen.

Die Debatte zur service science liefert hilfreiche Ansätze dafür, sich von der traditionellen Vorherrschaft des Denkens in terms von Güterproduktion zu lösen und eine eigenständige Dienstleistungspolitik zu betreiben. Allerdings gehen Autoren wie Vargo und Lusch (2004, 2004a) weit darüber hinaus, Dienstleistungen unabhängig von der Produktion von Gütern zu bestimmen; sie vertreten vielmehr einen neuen Hegemonieanspruch, indem sie auch tangible Güter als Dienstleistungen auffassen. Sind traditionell Dienstleistungen als intangible Güter verstanden worden („goods dominant logic“), sind nun Produkte als materialisierte, tangible Dienstleistungen („service dominant logic“) zu verstehen. Damit wird alles zur Dienstleistung. Für die Dienstleistungspolitik stellt sich die Frage, in welcher Weise sie einen solchen Perspektivenwechsel vollziehen möchte oder kann. Auf jeden Fall ist das Verhältnis von Dienstleistungspolitik und Industriepolitik zu überdenken und neu zu bestimmen.

Bei dieser Neubestimmung sollte allerdings vermieden werden, die Blindstellen, die für den mainstream der service science kennzeichnend sind, zu übernehmen: Weder ist es zielführend, auf die Perspektive von Arbeit und Beschäftigung zu verzichten, noch ist es notwendig, sich annähernd ausschließlich auf Wissensarbeit zu beziehen. Auch die klassischen personenbezogenen Dienstleistungstätigkeiten sind in die Dienstleistungspolitik einzubeziehen. Bei näherem Hinsehen (also etwa dann, wenn man sie zum Gegenstand von Dienstleistungsforschung macht) erweisen sich auch diese Tätigkeiten als alles andere als „einfache“ Tätigkeiten, z.B. deswegen, weil sie typischerweise interaktive Arbeit beinhalten.

## Interaktive Arbeit ist keine „einfache“ Arbeit

Dienstleistungstätigkeiten gelten in der öffentlichen Wahrnehmung oftmals als „einfache“ Arbeit, die keine besonderen Anforderungen an die Beschäftigten stellen. Dieser Betrachtung als „Jedermanns- oder Jede frau-Tätigkeit“ liegt nicht zuletzt eine Vorstellung von Qualifikationen zugrunde, die noch immer stark auf technische Fähigkeiten und Fertigkeiten ausgerichtet ist, wie sie für die Arbeit in der handwerklichen und industriellen Produktion typisch sind.

Im Gegensatz dazu machen sozialwissenschaftlich fundierte Konzepte wie das der „Emotionsarbeit“, der „aesthetic labor“ oder der „interaktiven Arbeit“ (Dunkel/Wehrich 2012) deutlich, dass sich Beschäftigte gerade in der interaktiven Dienstleistungsarbeit mit Anforderungen konfrontiert sehen, die auf einer ganz anderen Ebene angesiedelt sind. Wer mit seinen Kunden unter den Bedingungen direkter körperlicher Kopräsenz arbeitet, sieht sich nicht nur als abstrakter Funktionsträger, sondern als ganzer Mensch gefordert (vgl. Birken 2012). In vielen Fällen müssen die Beschäftigten dabei Ressourcen zum Einsatz bringen, die bis weit an den Kern der Person heranreichen können: an die individuelle Gefühlswelt, habituelle Dispositionen und den eigenen Körper. Die Indienstnahme entsprechender Eigenschaften und Persönlichkeitsdimensionen kann dabei durchaus als Form der „Kolonisierung des ganzen Menschen“ gelesen werden und stellt eine Anforderungskonstellation dar, deren Auswirkungen auf die Persönlichkeit und das Selbstverhältnis der Beschäftigten bisher nur punktuell wissenschaftlich erschlossen wurden.

Vor diesem Hintergrund erscheint es geboten, systematisch zu hinterfragen, wie einfach sich „einfache“ Dienstleistungsarbeit in der Praxis tatsächlich darstellt und auf welchem Wege die wissenschaftlichen Erkenntnisse in diesem Bereich ausgebaut und in der Folge für Aus- und Weiterbildung, aber auch für die generelle Diskussion um Anerkennung und Wertschätzung in der Dienstleistungsarbeit genutzt werden können.

In arbeits- und gesellschaftspolitischer Hinsicht wäre darüber hinaus verstärkt zu diskutieren, in wie weit Kommodifizierungstendenzen, die die Emotionalität und die gesamte Person der Beschäftigten betreffen, zum Gegenstand einer kritischen gesellschaftlichen Debatte gemacht werden sollten. Gerade in der Anglosphäre scheint die betriebliche Indienstnahme emotionaler und körperlich-habituel ler Ressourcen der Beschäftigten wenig gesellschaftliche Widerstände zu produzieren – dies bedeutet aber nicht, dass solche Tendenzen quasi selbstverständlich Legitimität für sich beanspruchen könnten.

## Koproduktivität von Dienstleistungsarbeit bietet Chancen für die Arbeitspolitik

Eine wesentliche Begleiterscheinung der Industrialisierung bestand in einer zunehmenden Trennung der Sphären von Produktion und Reproduktion, die mit einer lokalen Ausdifferenzierung von Arbeitsorten und Lebensräumen verbunden war. Im Gegensatz



dazu zeichnen sich viele Dienstleistungstätigkeiten gerade dadurch aus, dass sich der Prozess der Leistungserstellung als Koproduktionsprozess darstellt: Kunden und Beschäftigte begegnen sich dabei direkt, Produktions- und Konsumtionsprozess fallen damit (zumindest partiell) ineinander (vgl. z.B. Pongratz 2012).

Der Aspekt der Koproduktivität spielt sowohl in der service science wie auch in der Service-Work-Literatur eine zentrale Rolle. In der service science ergibt sie sich daraus, dass der Beteiligung des Kunden am Wertschöpfungsprozess hohe Bedeutung für die strategische Ausrichtung und die Prozesse der Dienstleistungsunternehmen im Sinne von Kundenorientierung zugesprochen wird. Zu fragen ist, in welcher Weise diese Kundenorientierung dienstleistungspolitisch aufgegriffen werden kann – etwa als Argument dafür, Beschäftigte vor den Kundenanforderungen zu schützen, oder als Argument dafür, die Arbeit an der Kundenschnittstelle aufzuwerten. Die Vertreter der service science gehen solche dienstleistungspolitischen Schritte zwar selbst nicht – aus ihren Erkenntnissen heraus lässt sich aber sehr gut begründen, dass Unternehmen nach einer möglichst großen Kundennähe streben sollten. Damit gewinnen wiederum die Beschäftigten, die direkten Kundenkontakt haben, für das Unternehmen an Bedeutung. Und dies wiederum könnte die Position solcher Beschäftigtengruppen stärken. Zu fragen ist des Weiteren, in welcher Weise Kunden in Dienstleistungspolitik einbezogen werden könnten.

Im Gegensatz zu materiellen Gütern, denen man die Umstände ihrer Produktion in der Regel nicht ansieht, zeichnen sich personenbezogene Dienstleistungen durch eine erhöhte Transparenz der Arbeitsbedingungen aus, denen sie unterworfen sind. Dieser Umstand bietet durchaus Potentiale für eine arbeitspolitische Mobilisierung der Kunden. In der Service-Work-Literatur finden sich exemplarische Beispiele für Konstellationen, in denen sich Kunden und Beschäftigte auf der Basis eines geteilten Interesses an guten Arbeitsbedingungen als Voraussetzung für qualitativ hochwertige Dienstleistung gemeinsam für arbeitspolitische Zielsetzungen engagiert haben und damit konkrete Verbesserungen erzielen konnten.

Allerdings stellen entsprechende Allianzen nach wie vor die Ausnahme dar. Auch in Deutschland scheint es bisher kaum zu gelingen, die unumstrittene gesellschaftliche Notwendigkeit vieler „einfacher“ Dienstleistungen auch in eine entsprechende materielle wie kulturelle Wertschätzung zu transformieren. Spätestens mit dem Rückgang der gesellschaftlich verfügbaren Arbeitskraft im Zuge des demografischen Wandels wird sich die arbeitspolitische Frage nach den Arbeitsbedingungen in den entsprechenden Dienstleistungsbranchen jedoch noch einmal verstärkt zu einer gesellschaftspolitischen Frage entwickeln. Diesen sich schon heute abzeichnenden Entwicklungen vorausschauend zu begegnen setzt nicht zuletzt einen kulturellen Wandel voraus, der nicht mehr zeitgemäße Denkmuster im Hinblick auf die Statushierarchie zur Disposition zu stellen hat und der nur über einen breiten gesellschaftlichen Diskurs erreicht werden kann. Dieser Diskurs könnte wiederum über Strategien eines systematischen Einbezugs der Kundenseite in arbeitspolitische Auseinandersetzungen befeuert werden.

## Neue Lebensmodelle brauchen neue Dienstleistungsstrukturen

Im Hinblick auf eine geschlechtergerechte Gestaltung der Arbeitswelt gilt die Angleichung der Erwerbsbeteiligungsquoten von Frauen und Männern nach wie vor als wichtiger Indikator für das Ausmaß der erreichten Gleichberechtigung. Im Zuge der tatsächlich kontinuierlich wachsenden Erwerbsbeteiligungsquote von Frauen wird allerdings immer deutlicher, dass das deutsche Reproduktionsmodell, das nach wie vor an dem Primat von familiär erbrachten Reproduktionsleistungen orientiert ist, hier systematisch an seine Grenzen stößt. Die steigende Erwerbsbeteiligung von Frauen hat nämlich keineswegs zur Folge, dass die Männer sich in einem vergleichbar stärkeren Umfang an den Reproduktionsaufgaben beteiligen. Während zunehmend beide Geschlechter dem kulturellen Imperativ folgen (müssen), eine eigenständige und erfolgreiche Erwerbsexistenz aufzubauen, stellt sich gleichzeitig in verstärktem Maße die Frage, wie die daraus resultierende „Deckungslücke“ im Bereich der Haus- und Sorgearbeit geschlossen werden kann.

Am Beispiel der Vereinigten Staaten konnte über entsprechende sozialwissenschaftliche Forschungen aufgezeigt werden, dass zumindest aus der Perspektive privilegierter Bevölkerungsschichten eine Möglichkeit zur Lösung entsprechender Konflikte darin besteht, Haus- und Sorgearbeiten an „Subalterne“ zu delegieren. Allerdings werden die dadurch ermöglichten Zugewinne an Erwerbsmöglichkeiten und Lebensqualität auf der Seite der Delegierenden in vielen Fällen einseitig auf Kosten der „domestic worker“ erkaufte. Für diese gehen entsprechende Arrangements nicht selten mit niedrigen Einkommen, fehlenden arbeitsrechtlichen Sicherheiten und hohen persönlichen Abhängigkeiten einher. In vielen Fällen sind dann auch entsprechende Arrangements mit einem fast vollständigen Verzicht auf ein eigenes Privatleben jenseits des familiären Kontextes der Arbeitgeber-Familie verbunden.

Diese aus einer rein ökonomischen Perspektive vielleicht funktional erscheinende Variante dürfte im Hinblick auf seine arbeits- und gesellschaftspolitischen Implikationen wohl kaum als verallgemeinerbares Leitbild akzeptabel sein. Entsprechend wird mittlerweile mit Nachdruck gefordert, dass man sich im Hinblick auf die Ausgestaltung von Versorgungsinfrastrukturen stärker am sozialdemokratisch-skandinavischen Modell orientieren solle (vgl. z.B. Heintze 2012, Reuter/Zinn 2011). Allerdings zeigt der Verlauf vorangegangener politischer Debatten, dass das klassische deutsche, konservativ-familienzentrierte Modell trotz seiner offensichtlich systematisch begrenzten Leistungsfähigkeit im Hinblick auf die Anpassung an moderne Familien- und Lebensentwürfe nach wie vor beachtliche Beharrungskräfte aufweist.

Auch wenn es mit erheblichen Schwierigkeiten verbunden sein wird, führt letztendlich kein Weg an einer kritischen Debatte der aktuellen Rahmenbedingungen des deutschen Reproduktionsmodells vorbei. Will man die Kosten einer mangelnden Passung zwischen den (Erwerbs-)Anforderungen und (Reproduktions-)Ressourcen weder den Betroffenen allein aufbürden noch auf Dritte abwälzen, so wird man um eine Überwindung des strukturellen *status quo* nicht herumkommen.

## Dienstleistungsgestaltung produziert gesellschaftliche Wirklichkeit

Bei personenbezogenen Dienstleistungen verschmelzen in gewisser Weise die Sphäre der Arbeit und die Sphäre der lebensweltlichen Interaktion. Dabei treffen nicht nur Angebot und Nachfrage und die entsprechenden Anbieter und Konsumenten abstrakter Leistungen aufeinander, sondern immer konkrete Personen, die ihre Vorstellungen von einem adäquaten Umgang miteinander in die soziale Situation der Dienstleistung importieren und sich dabei wechselseitig miteinander arrangieren müssen (vgl. Birken 2012a). Allerdings wirken die Erfahrungen, die Dienstleistungsbeschäftigte und Kunden in Dienstleistungsinteraktionen machen, auch unmittelbar auf diese zurück. Die Frage nach den organisatorischen Rahmenbedingungen und der konkreten Gestaltung von Dienstleistungen durch die Dienstleistungsunternehmen hat entsprechend Folgen, die über den engen Bereich der Arbeit hinausreichen und auf das gesamtgesellschaftliche Klima ausstrahlen.

Diese Sekundärwirkungen der Dienstleistungsgestaltung können sich, wie in der McDonaldisierungsthese breit thematisiert wurde, auf den Reichtum lokaler Dienstleistungskulturen auswirken, wenn gewachsene Strukturen und Angebote durch normierte und standardisierte Angebote globaler Ketten verdrängt werden. Sie können sich aber auch auf den engeren Kern des sozialen Miteinanders auswirken. Die Frage, ob sich Kunden und Dienstleistungsbeschäftigte nach dem Modell von „König Kunde und willfähriger Diensthote“ oder als sich gegenseitig wertschätzende Koproduzenten auf Augenhöhe begegnen, hängt nicht zuletzt von den dienstleistungskulturellen Leitmotiven und entsprechenden Vorgaben von Seiten der Dienstleistungsunternehmen ab.

Die Gestaltung von Dienstleistungen und die damit verbundenen Anforderungen an die Beschäftigten sollte entsprechend nicht nur verkürzt und einseitig als unternehmerische Entscheidung zwischen normativ indifferenten Geschäftsmodellen verstanden werden. Letztendlich entscheidet sie sich an der Frage, was von Beschäftigten im Hinblick auf Verhaltenserwartungen, Gefühlsregeln und Kleidungs- bzw. Erscheinungsvorgaben und im Hinblick auf die Reaktion auf inadäquates Verhalten von Kunden legitimerweise gefordert werden darf und ob dabei personale Freiheiten und Entfaltungsmöglichkeiten zugunsten ökonomischer Interessen beschnitten werden. Mit der Gestaltung interaktiver Dienstleistungen wird gesellschaftliche Wirklichkeit produziert; entsprechend kritisch müssen dann auch ihre arbeits- und gesellschaftspolitischen Implikationen diskutiert werden.

## Dienstleistungsforschung als Gesellschaftskritik

Gerade vor dem Hintergrund des letztgenannten Punktes wird deutlich, dass eine sozialwissenschaftlich orientierte und auf sozialwissenschaftlichen Theoriekonzepten basierende Dienstleistungsforschung gesellschaftskritisches Potenzial beinhaltet. So besteht ein wesentlicher Erkenntniswert der kritischen Service-Work-Forschung mit

ihrer Fokussierung auf das „service proletariat“ darin, dass in ihr die Schattenseiten einer neoliberal-marktzentrierten Spielart von Dienstleistungsgesellschaft für einfach qualifizierte Beschäftigte ausgeleuchtet werden. Damit stellt sie nicht zuletzt ein notwendiges Korrektiv zu Perspektiven dar, die die Tertiarisierung der Wirtschaft einseitig mit einer steigenden Anzahl von gut bezahlten und interessanten Jobs in der Kreativwirtschaft gleichsetzen und damit per se als Lösung gesellschaftlicher Problemstellungen betrachten. Aufgrund ihrer konsequenten Fokussierung auf die Arbeitswirklichkeit der Dienstleistungsbeschäftigten ist die Service-Work-Forschung in der Lage, die Anforderungen und Belastungen deutlich zu machen, denen sich die Beschäftigten in unterschiedlichen Dienstleistungstätigkeiten ausgesetzt sehen. Darüber hinaus können ihre Ansätze genutzt werden, und deutlich zu machen, welche vielfältigen Ressourcen und Kompetenzen von diesen eingesetzt werden (müssen), um die Herausforderungen ihrer Arbeit zu bewältigen.

Eine intensivere Beschäftigung mit den Arbeitsbedingungen in der Dienstleistungsarbeit erscheint aber auch in Feldern notwendig, die traditionell weniger auf der Agenda arbeitspolitischer Initiativen zu finden sind. Auch wenn die Arbeit in Bereichen wie der Kreativ- und Medienwirtschaft oder der IT-Entwicklung von den Apologeten einer neuen globalen Wissensarbeiter-Elite gerne als Möglichkeit zur Selbstentfaltung *durch* Arbeit verkauft wird, machen die entsprechenden arbeitssoziologischen Studien in diesen Bereichen (vgl. Kap. 3.5) deutlich, dass auch hochqualifizierte Dienstleistungsarbeit mit erheblichen Belastungen und prekären Arbeitsbedingungen für die Beschäftigten verbunden sein kann. Allerdings gehört der Blick auf die Arbeitssituation der Beschäftigten bisher gerade nicht zum erklärten Programm der service science. Eine Dienstleistungswissenschaft, die für sich in Anspruch nimmt, eine umfassende und integrierte Perspektive auf ihren Gegenstand zu entwickeln, wird sich jedoch systematisch mit den Arbeitsbedingungen der Dienstleistungsbeschäftigten und den angesprochenen gesellschaftlichen Folgewirkungen der Dienstleistungsgestaltung zu beschäftigen haben – und dabei nicht ohne die spezifischen Potenziale kritischer sozialwissenschaftlicher Perspektiven auskommen.

Auch die Dienstleistungspolitik sieht sich entsprechend vor die Herausforderung gestellt, im Rahmen ihrer arbeits- und gesellschaftspolitischen Programmatik der Vielfalt unterschiedlichster Dienstleistungstätigkeiten gerecht werden zu müssen. Ein grundlegender Anspruch könnte dabei darin bestehen, die jeweiligen Beiträge öffentlicher und privatwirtschaftlicher, produktions- und reproduktionsbezogener, technischer, kreativer und sozialer Dienstleistungen für den gesellschaftlichen Gesamtzusammenhang deutlich zu machen und auf diese Weise zu einer erweiterten Anerkennungs- und Wertschätzungskultur beizutragen.

### 5.3 Ausblick

Den Ausgangspunkt für diese Studie bildete die These, dass die Entwicklung hin zu einer Dienstleistungsgesellschaft sich nicht in der Verschiebung der sektoralen Vertei-

lung der Beschäftigten erschöpft, sondern als übergreifender gesellschaftlicher Wandlungsprozess zu begreifen ist. Im Anschluss wurde der Versuch unternommen, unterschiedliche Traditionslinien und Diskussionszusammenhänge zu kartieren, die jeweils für sich in Anspruch nehmen, Dienstleistungsforschung zu sein, um darauf aufbauend die Frage zu stellen, welche Potenziale verschiedene Spielarten der Dienstleistungsforschung für dienstleistungspolitische Projekte bereit halten.

Dabei wurde nicht zuletzt deutlich, dass man sich in allen drei Bereichen – Dienstleistungsgesellschaft, Dienstleistungsforschung und Dienstleistungspolitik – terminologisch auf eher unsicherem Terrain bewegt. Geht man, wie im Rahmen dieser Arbeit zumindest implizit immer mitgedacht, davon aus, dass es einer systematischen Wissensproduktion auf Seiten einer integrierten (Dienstleistungs)Forschung bedarf, um den (dienstleistungs)gesellschaftlichen Herausforderungen (dienstleistungs)politisch adäquat begegnen zu können, so stellt sich dabei gleichzeitig immer die Frage, was man mit Dienstleistungsgesellschaft genau meint, was man unter Dienstleistungsforschung versteht und was Dienstleistungspolitik sein soll und kann.

Ein konstruktiver Weg im Umgang mit diesen begrifflichen Uneindeutigkeiten könnte unseres Erachtens darin bestehen, die Suche nach den Antworten auf diese Fragen selbst systematisch zu kultivieren – nicht um jeweils zu einem end- und allgemeingültigen Ergebnis zu kommen, sondern um unterschiedliche Blickwinkel und Ansätze miteinander in Beziehung zu setzen und auf diesem Wege zu einer erweiterten Gesamtperspektive zu gelangen.

Für die Frage, nach welcher Logik sich der spezifisch deutsche Tertiarisierungspfad vollzieht, wurde mit dem Schlagwort der *industriellen Dienstleistungsgesellschaft* auf ein Deutungsangebot hingewiesen, das es ermöglicht, den Fortbestand einer klassisch-industriellen Produktion und eine zunehmende Bedeutung von Dienstleistungsbereichen und –tätigkeiten nicht mehr als systematische Gegensätze, sondern als aufeinander bezogene Elemente einer besonderen Entwicklungsdynamik zu begreifen. Damit ist zumindest auf der begrifflichen Ebene eine Grundlage geschaffen, von der ausgehend nun im nächsten Schritt zu fragen wäre, welche Implikationen und Herausforderungen sich aus diesem „deutschen Sonderweg“ auf der kulturellen und strukturellen Ebene ergeben.

Auf die Frage, was – momentan – unter dem Begriff der Dienstleistungsforschung zu begreifen sei, lässt sich auf der Basis der Ergebnisse der vorliegenden Studie konstatieren, dass sich hier mindestens zwei Teilstränge unterscheiden lassen, die auf unterschiedlichen disziplinären und theoretischen Traditionen aufbauen und auch im Hinblick auf ihr Erkenntnisinteresse kaum Überschneidungen aufweisen. Während sich die *service science* primär für die Frage interessiert, wie in der systematischen Integration ökonomischer und technologischer Kompetenzen unter Einbezug von Marketingperspektiven innovative Dienstleistungen zur Marktfähigkeit gebracht werden können, interessiert sich die *service-work*-Forschung unter Rückgriff auf kritisch-sozialwissen-

schaftliche Theorieansätze für die Arbeitsbedingungen von Dienstleistungsbeschäftigten am unteren Ende der beruflichen Statushierarchie. Die deutschen Dienstleistungsforschung, die sich im Moment unter dem Dach *einer Social Science Service Research (3sR)* konstituiert, hat sich programmatisch zum Ziel gesetzt, zu einem konstruktiven Dialog zwischen beiden „Welten“ beizutragen – worauf dies hinauslaufen wird, lässt sich jedoch für den Moment noch kaum absehen.

Auch die Frage nach dem Wesen und dem Gestaltungsanspruch einer Dienstleistungspolitik scheint bisher noch nicht hinreichend geklärt. Da sich der anhaltende Prozess der Tertiarisierung in seinen Auswirkungen nicht auf den engen Bereich der Wirtschaft beschränkt und somit als gesamtgesellschaftliche Herausforderung zu begreifen ist, liegt auch für eine auf diese Veränderungsdynamiken bezogene Dienstleistungspolitik eine programmatische Fundierung nahe, die auf ein integriertes Gestaltungsmodell abzielt. Statt sich auf einzelne Aspekte und Gestaltungsfelder zu beschränken, müsste es also darum gehen, wirtschafts- arbeits- und gesellschaftspolitische Zielsetzungen zu einer Gesamtperspektive zu verknüpfen. Hier beginnen sich erste Konturen abzuzeichnen. Die gewerkschaftlichen Ansätze laufen im Moment im Kern auf eine Ausweitung öffentlicher Dienstleistungen in Form einer an den skandinavischen Ländern orientierten „high road“-Strategie hinaus: nur über die konsequente Ausweitung staatlich organisierter, reglementierter und garantierter öffentlicher Dienstleistungen lassen sich, so die Argumentation, die beiden Zielperspektiven „guter Dienstleistungsarbeit“ und „guter Dienstleistungen für alle, die diese benötigen“ realisieren. In diesem Zusammenhang stellt sich allerdings die Frage nach dem dienstleistungspolitischen Programm für das weite Feld produktions- und distributionsbezogener Dienstleistungen. Während das skandinavische Modell für Bereiche wie Bildung, Erziehung, Kultur und Gesundheitsversorgung durchaus als Vorbild dienen mag, stellt sich die Frage, inwieweit Bereiche wie Verkaufstätigkeiten, Transport und Logistik, Reinigung, Sicherheit, aber auch administrative Dienstleistungen, Forschung und Entwicklung, etc. von einer entsprechenden Programmatik überhaupt erfasst werden.

Eine der zentralen Zielperspektiven einer integrierten Dienstleistungspolitik müsste folglich darin bestehen, eine breite gesellschaftliche Diskussion zu der Frage anzustoßen, wie Produktions- und Reproduktionsanforderungen, wie wirtschafts- arbeits- und gesellschaftspolitische Interessen so ausbalanciert werden können, dass den legitimen Ansprüche aller beteiligter Akteursgruppen in einer adäquaten Art und Weise Geltung verschafft werden kann. Im Kern geht es dabei noch immer darum, den von Martin Baethge schon vor einer Dekade eingeklagten *Abschied vom Industrialismus* als immer noch vorherrschende gesellschaftliche Rahmenordnung (vgl. Baethge 2001) nun auch tatsächlich in Form eines übergreifenden gesellschaftlichen Prozesses zu vollziehen. Dieser Übergang bedeutet jedoch nicht weniger als „ein Projekt der Konsensbildung über die institutionelle Umgestaltung von Arbeit und ihres Verhältnisses zur Lebenswelt in dieser Gesellschaft oder – schlichter gesagt – darüber, wie wir in Zukunft arbeiten und leben wollen“ (ebd.: 28) – und wird entsprechend nicht von heute auf morgen zu bewerkstelligen sein.

Bei all dem ist davon auszugehen, dass die zu entwickelnden dienstleistungspolitischen Leitvorstellungen nur verwirklicht werden können, wenn sich auch die Dienstleistungsforschung den veränderten Anforderungen entsprechend weiterentwickelt. Der Ansatz einer integrierten interdisziplinären *service science* ist dabei sicher ein viel versprechender Ansatzpunkt, die faktische Ausgestaltung entsprechender Forschungsprogramme und der Zuschnitt der darauf bezogenen Forschungsvorhaben müsste dafür aber wesentlich über den aktuellen status quo hinausgehen (vgl. Satzger/Ganz 2010; Satzger/Dunkel 2011).

Die Stärke einer explizit *sozialwissenschaftlich orientierten Dienstleistungsforschung* (vgl. Positionspapier 3sR 2010) könnte darin bestehen, zu einem differenzierten Verständnis der aktuellen wirtschafts- arbeits- und gesellschaftspolitischen Entwicklungen beizutragen und die vielfachen Wechselwirkungen zwischen den sich verändernden Anforderungen in der Produktions- und Reproduktionssphäre deutlich zu machen. Der Anspruch einer systematisch in diese Richtung weiterentwickelten Dienstleistungsforschung müsste in jedem Fall darauf hinauslaufen, Ansatzpunkte und Gestaltungsmöglichkeiten für die dienstleistungspolitische Bewältigung aktueller und zukünftiger (dienstleistungs-)gesellschaftlicher Herausforderungen aufzuzeigen.





## 6 Literatur

Aguiar, Luis L. M./Herod, Andrew (Hrsg.) (2006): *The dirty work of neoliberalism. Cleaners in the global economy*, Malden.

Alvesson, Mats (1995): *Management of knowledge-intensive companies*, Berlin, New York.

Baethge, Martin (2001): *Abschied vom Industrialismus: Konturen einer neuen gesellschaftlichen Ordnung der Arbeit*. In: Baethge, Martin/Wilkens, Ingrid (Hrsg.). *Die große Hoffnung für das 21. Jahrhundert? Perspektiven und Strategien für die Entwicklung der Dienstleistungsbeschäftigung*, Opladen, S. 23-44.

Beckmann, Martin (2012): *Gute Arbeit und gute Dienstleistungen. Elemente einer gewerkschaftlichen Dienstleistungspolitik*. In: *Gegenblende. Das gewerkschaftliche Debattenmagazin*, Ausgabe 13, Unter: [www.gegenblende.de](http://www.gegenblende.de) [24.07.2012].

Beckmann, Martin/Uellenberg-van Dawen, Wolfgang (2012): *Dienstleistungspolitik für gute Arbeit und soziale Gerechtigkeit*, In: *Sozialismus* Nr. 39, Heft 4, S. 47-52.

Berger, Johannes/Offe, Claus (1984): *Die Entwicklungsdynamik des Dienstleistungssektors*. In: Offe, Claus (Hrsg.): *„Arbeitsgesellschaft“: Strukturprobleme und Zukunftsperspektiven*, Frankfurt/Main, S. 229-270.

Beyreuther, Tabea/Duske, Katrin/Eismann, Christian/Hornung, Sabine/Kleemann, Frank (Hrsg.) (2012): *consumers@work. Zum neuen Verhältnis von Unternehmen und Usern im Web 2.0*, Frankfurt/Main.

Birken, Thomas (2012): *Professionalität in der interaktiven Arbeit*. In: Dunkel, Wolfgang/Wehrich, Margit (Hrsg.): *Interaktive Arbeit. Theorie, Praxis und Gestaltung von Dienstleistungsbeziehungen*, Wiesbaden, S. 323-337.

Birken, Thomas (2012a): *Interaktive Arbeit – Arbeit im Angesicht des Anderen und in Echtzeit*. In: Dunkel, Wolfgang/Bienzeisler, Bernd (Hrsg.): *Sozialwissenschaftliche Dienstleistungsforschung. Beiträge zu einer Service Science*, Stuttgart, (CD-Rom).

Birken, Thomas/Kratzer, Nick/Menz, Wolfgang (2012): *Die Steuerungslücke interaktiver Arbeit*. In: Dunkel, Wolfgang/Wehrich, Margit (Hrsg.): *Interaktive Arbeit. Theorie, Praxis und Gestaltung von Dienstleistungsbeziehungen*, Wiesbaden, S. 159-178.

Bitner, Mary Jo/Zeithaml, Valarie A./Gremler, Dwayne D. (2010): *Technology's Impact on the Gaps Model of Service Quality*. In: Maglio, Paul P./Kieliszewski, Cheryl A./Spohrer, James C. (Hrsg.): *Handbook of Service Science: Research and Innovations in the Service Economy*, New York, S. 197-218.

Boes, Andreas/Kämpf, Tobias (2011): Global verteilte Kopfarbeit. Offshoring und der Wandel der Arbeitsbeziehungen, Berlin.

Boes, Andreas/Trinks, Katrin (2006): „Theoretisch bin ich frei“. Interessenhandeln und Mitbestimmung in der IT-Industrie, Berlin.

Böhle, Fritz/Bolte, Annegret/Neumer, Judith/Pfeiffer, Sabine/Porschen-Hueck, Stephanie/Ritter, Tobias/Sauer, Stefan/Wühr, Daniela (2011): Subjektivierendes Arbeitshandeln – „Nice to have“ oder ein gesellschaftskritischer Blick auf „das Andere“ der Verwertung? In: AIS-Studien Nr. 4, Heft 2, S. 16-26.

Böhle, Fritz/Glaser, Jürgen (Hrsg) (2006): Arbeit in der Interaktion – Interaktion als Arbeit. Arbeitsorganisation und Interaktionsarbeit in der Dienstleistung, Wiesbaden.

Böhle, Fritz/Glaser, Jürgen/ Büssing, André (2006): Interaktion als Arbeit – Ziele und Konzept des Forschungsverbundes. In: Böhle, Fritz/ Glaser, Jürgen (Hrsg): Arbeit in der Interaktion – Interaktion als Arbeit. Arbeitsorganisation und Interaktionsarbeit in der Dienstleistung, Wiesbaden, S. 25-41.

Böhle, Fritz/Milkau, Brigitte (1988): Vom Handrad zum Bildschirm. Eine Untersuchung zur sinnlichen Erfahrung im Arbeitsprozeß, Frankfurt a.M.

Böhle, Fritz/Weishaupt, Sabine (2003): Unwägbarkeit als Normalität – Die Bewältigung nichtstandardisierbarer Anforderungen in der Pflege durch subjektivierendes Handeln. In: Büssing, André/ Glaser, Jürgen (Hrsg.): Qualität des Arbeitslebens und Dienstleistungsqualität im Krankenhaus, Göttingen, S. 149-162.

Bolton, Sharon C./Boyd, Carol (2003): Trolley dolly or skilled emotion manager? Moving on from Hochschild's Managed Heart. In: Work, employment and society Nr. 17, Heft 2, S. 289-308.

Bosch, Gerhard (2002): Die sogenannte Dienstleistungslücke in Deutschland. Ein Vergleich von Konzepten für mehr Beschäftigung und neue Formen der Arbeitsmarktorganisation im tertiären Sektor, Gelsenkirchen.

Bosch, Gerhard/Lehndorff, Steffen (2005): Introduction: service economies – high road or low road? In: Bosch, Gerhard/ Lehndorff, Steffen (Hrsg.): Working in the service sector. A tale from different worlds, London, New York, S. 1-31.

Bourdieu, Pierre (1983): Ökonomisches Kapital, kulturelles Kapital, soziales Kapital. In: Kreckel, Reinhard (Hrsg.): Soziale Ungleichheiten. Soziale Welt Sonderband 2, Göttingen, S. 183-198.

Bourdieu, Pierre/Wacquant, Loic (1996): Habitus, ‚illusio‘ und Rationalität. In: Bourdieu, Pierre/Wacquant, Loic: Reflexive Anthropologie, Frankfurt/Main, S. 147-175.

Breisig, Thomas/König, Susanne/Rehling, Mette/Ebeling, Michael (2010): „Sie müssen es nicht verstehen, Sie müssen es nur verkaufen!“ Vertriebssteuerung in Banken, Berlin.

Brook, Paul (2009): In critical defense of ‘emotional labour’: Refuting Bolton’s critique of Hochschild’s concept. In: *Work, employment and society* Nr. 23, Heft 3, S. 531-548.

Brückner, Margrit (2004): Der gesellschaftliche Umgang mit menschlicher Hilfsbedürftigkeit. Fürsorge und Pflege in westlichen Wohlfahrtsregimen. In: *Österreichische Zeitschrift für Soziologie* Nr. 29, Heft 2, S. 7-23.

Bryman, Alan (1999): The Disneyization of Society. In: *Sociological Review* Nr. 47, Heft 1, S. 25-47.

Bryman, Alan (2004): *The Disneyization of Society*, London.

Bsirske, Frank (2011): Dienstleistungspolitik und Dienstleistungsforschung – ein Plädoyer für neue Impulse. In: *WSI Mitteilungen*, Heft 9, S. 491-496.

Bude, Heinz (2008): *Die Ausgeschlossenen. Das Ende vom Traum einer gerechten Gesellschaft*, Bonn.

Chakraborty, Aditya (2011): Why doesn’t Britain make things any more? In: *The Guardian*, 16.11.2011, Unter: [www.guardian.co.uk](http://www.guardian.co.uk) [4.2.2013].

Cobble, Dorothy Sue (Hrsg.) (2007): *The sex of class. Women transforming American labor*, Ithaca.

Cobble, Dorothy Sue/Merrill, Michael (2009): The Promise of Service Worker Unionism. In: Korczynski, Marek/ Macdonald, Cameron Lynne (Hrsg.): *Service Work. Critical Perspectives*, London, S. 153-174.

Crenshaw, Kimberle (1989): Demarginalizing the Intersection of Race and Sex: A Black Feminist Critique of Antidiscrimination Doctrine, Feminist Theory and Antiracist Politics. In: *The University of Chicago Legal Forum*, S. 139-167.

Deutschmann, Christoph (2002): *Postindustrielle Industriesoziologie. Theoretische Grundlagen, Arbeitsverhältnisse und soziale Identitäten*. Weinheim, München.

Dunkel, Wolfgang (2012): Interaktive Arbeit – ein Kernbereich von Dienstleistungspolitik In: *Gegenblende. Das gewerkschaftliche Debattenmagazin*, Ausgabe 13, Unter: [www.gegenblende.de](http://www.gegenblende.de) [24.07.2012].

Dunkel, Wolfgang/ Bienzeisler, Bernd (2011): „3sR – Social Science Service Research“ – der Beitrag der sozialwissenschaftlichen Dienstleistungsforschung zu einer aktuellen Debatte. In: Gatermann, Inken/ Fleck, Myriam (Hrsg.): *Mit Dienstleistung*

gen die Zukunft gestalten. Beiträge der 8. Dienstleistungstagung des BMBF, Frankfurt a.M./New York, S. 353-358.

Dunkel, Wolfgang/Bienzeisler, Bernd (Hrsg.) (2012): Sozialwissenschaftliche Dienstleistungsforschung. Beiträge zu einer Service Science, Stuttgart (CD-Rom).

Dunkel, Wolfgang/Kleemann, Frank (Hrsg.) (2013): Customers at Work. New Perspectives on Interactive Service Work, Houndmills, Basingstoke, Hampshire, im Erscheinen.

Dunkel, Wolfgang/Voß, G. Günter (Hrsg.) (2004): Dienstleistung als Interaktion. Beiträge aus einem Forschungsprojekt. Altenpflege, Deutsche Bahn, Call Center. München, Mering.

Dunkel, Wolfgang/Wehrich, Margit (2010): Arbeit und Interaktion. In: Böhle, Fritz/Voß, G. Günter/Wachtler, Günther (Hrsg.): Handbuch Arbeitssoziologie, Wiesbaden, S. 177-200.

Dunkel, Wolfgang/Wehrich, Margit (Hrsg.) (2012): Interaktive Arbeit. Theorie, Praxis und Gestaltung von Dienstleistungsbeziehungen, Wiesbaden.

Dunkel, Wolfgang/Wehrich, Margit (2012a): Interaktive Arbeit – das soziologische Konzept. In: Dunkel, Wolfgang/ Wehrich, Margit (Hrsg.): Interaktive Arbeit. Theorie, Praxis und Gestaltung von Dienstleistungsbeziehungen, Wiesbaden, S. 29-59.

Edvardsson, Bo/Gustafsson, Anders/Kristensson, Per/Witell, Lars (2010): Service Innovation and Customer Co-development. In: Maglio, Paul P./Kieliszewski, Cheryl A./Spohrer, James C. (Hrsg.): Handbook of Service Science: Research and Innovations in the Service Economy, New York, S. 561-577.

Edvardsson, Bo/Gustafsson, Anders/Witell, Lars (2011): Kundenintegration in der Dienstleistungsentwicklung: Erfahrungen aus Schweden. In: Spath, Dieter/Ganz, Walter (Hrsg.): Am Puls wirtschaftlicher Entwicklung. Dienstleistungstrends. München, S. 29-40.

Ehrenreich, Barbara/Hochschild, Arlie Russell (Hrsg.) (2004): Global woman. Nannies, maids, and sex workers in the new economy, New York.

Ehrenreich, Barbara/Hochschild, Arlie Russell (2007): Die weibliche Seite der Globalisierung. In: Beck, Ulrich (Hrsg.): Generation Global. Ein Crashkurs. Frankfurt/Main, S. 134-151.

Esping-Andersen, Gøsta (1990): The three worlds of welfare capitalism. Cambridge.

Esping-Andersen, Gøsta (2006): Warum brauchen wir eine Reform des Sozialstaats? In: Leviathan Nr. 34, Heft 1, S. 61-81.

Florida, Richard (2002): The rise of the creative class. And how it's transforming work, leisure, community and everyday life, New York.

Fuller, Linda/Smith, Vicki (1991): Consumers' Reports: Management by customers in a changing economy. In: Work, employment and society Nr. 5, Heft 1, S. 1-16.

Gallouj, Faïz/Djellal, Faridah (Hrsg.) (2010): The Handbook of Innovation and Services. A multi-disciplinary Perspective, Cheltenham.

Geissler, Birgit (2010): Haushaltsarbeit und Haushaltsdienstleistungen. In: Böhle, Fritz/Voß, G. Günter/Wachtler, Günther (Hrsg.): Handbuch Arbeitssoziologie, Wiesbaden, S. 931-962.

Geissler, Rainer (2008) : Die Sozialstruktur Deutschlands. Zur gesellschaftlichen Entwicklung mit einer Bilanz zur Vereinigung, Wiesbaden.

Glen, Evelyn Nakano (1996): From Servitude to Service Work: Historical Continuities in the Racial Division of Paid Reproductive Labor. In: Macdonald, Cameron Lynne/ Sirianni, Carmen J. (Hrsg.): Working in the Service Society, Philadelphia, S. 115-156.

Glen, Evelyn Nakano (2002): Unequal Freedom. How Race and Gender Shaped American Citizenship and Labor, Cambridge.

Gould, Anthony M. (2010): Working at McDonalds. Some redeeming features of McJobs. In: Work, employment and society Nr. 24, Heft 4, S. 780-802.

Grenz, Tilo/Pfadenhauer, Michaela (2012): Kundenintegration vs. Kundenpartizipation. Wertschöpfungskonzepte mediatisierter Geschäftsmodelle. In: Dunkel, Wolfgang/ Bienzeisler, Bernd (Hrsg.): Sozialwissenschaftliche Dienstleistungsforschung. Beiträge zu einer Service Science, Stuttgart (CD-Rom).

Gudergan, Gerhard (2010): Service Engineering. Multiperspective and Interdisciplinary Framework for New Solution Design. In: Maglio, Paul P./ Kieliszewski, Cheryl A./ Spohrer, James C. (Hrsg.): Handbook of Service Science: Research and Innovations in the Service Economy, New York, S. 387-415.

Gummesson, Evert (2008): Total Relationship Marketing, Oxford.

Gummesson, Evert (2010): The Future of Service Is Long Overdue. In: Maglio, Paul P./Kieliszewski, Cheryl A./Spohrer, James C. (Hrsg.): Handbook of Service Science: Research and Innovations in the Service Economy, New York, S. 625-642.

Gummesson, Evert/Grönroos, Christian (2012): The emergence of the new service marketing: Nordic School perspectives, Journal of Service Management, Vol. 23, Heft 4, S. 479-497.

Hancock, Philip/Tyler, Melissa (2000): The Look of Love – Gender and the Organization of Aesthetics. In: Hassard, John/Holliday, Ruth/Willmott, Hugh (Hrsg.): *Body and organization*, London, S. 108-129.

Heinonen, Kristina/Strandvik, Tore/Mickelsson, Karl-Jacob/Edvardsson, Bo/Sundström, Erik/Andersson, Per (2010): A customer-dominant logic of service. In: *Journal of Service Management* Nr. 21, Heft 4, S. 531-548.

Heintze, Cornelia (2012): *Auf der Highroad – der skandinavische Weg zu einem zeitgemäßen Pflegesystem. Ein Vergleich zwischen fünf nordischen Ländern und Deutschland*, Bonn.

Hochschild, Arlie Russell (1979): Emotion Work, Feeling Rules, and Social Structure. In: *American Journal of Sociology* Nr. 85, Heft 3, S. 551-575.

Hochschild, Arlie Russell (1983): *The Managed Heart. Commercialization of Human Feeling*, Berkeley.

Hochschild, Arlie Russell (2000): Global Care Chains and Emotional Surplus Value. In: Hutton, Will/Giddens, Anthony (Hrsg.): *On the edge. Living with global capitalism*, London, S. 130-146.

Hochschild, Arlie Russell (2006): *Das gekaufte Herz. Zur Kommerzialisierung der Gefühle*. Frankfurt/Main, New York.

Holtgrewe, Ursula (2002): Anerkennung und Arbeit in der Dienst-Leistungs-Gesellschaft: Eine identitätstheoretische Perspektive. In: Moldaschl, Wolfgang/ Voß G. Günter (Hrsg.): *Subjektivierung von Arbeit. Arbeit, Innovation und Nachhaltigkeit*, Bd. 2, München, Mering, S. 211-234.

Holtgrewe, Ursula/Voswinkel, Stephan/Wagner, Gabriele (2000): Für eine Anerkennungssoziologie der Arbeit. Einleitende Überlegungen. Holtgrewe, Ursula/Voswinkel, Stephan/Wagner, Gabriele (Hrsg.): *Anerkennung und Arbeit*, Konstanz, S. 9-26.

Honneth, Axel (1994): *Kampf um Anerkennung. Zur moralischen Grammatik sozialer Konflikte*, Frankfurt am Main.

Howcroft, Debra/Richardson; Helen (Hrsg.) (2010): *Work and Life in the Global Economy: A Gendered Analysis of Service Work*, Houndmills.

Howley, John (1990): Justice for Janitors: The Challenge of Organizing in Contract Services. In: *Labor Research Review* Nr. 15, S. 61-71.

Jacobsen, Heike (2010): Strukturwandel der Arbeit im Tertiarisierungsprozess. In: Böhle, Fritz/Voß, G. Günter/Wachtler, Günther (Hrsg.): *Handbuch Arbeitssoziologie*, Wiesbaden, S. 203-228.

Johnston, Allannah/Sandberg, Jörgen (2008): Controlling Service Work: An ambiguous accomplishment between employees, management and customers. In: *Journal of Consumer Culture* Nr. 8, Heft 3, S. 389-417.

Jürgens, Kerstin (2010): Deutschland in der Reproduktionskrise. In: *Leviathan* Nr. 38, Heft 4, S. 559-587.

Kahnert, Daniel/Menez, Raphael/Blättel-Mink, Birgit (2012): Coordination and Motivation of Customer Contribution as Social Innovation: The Case of Crytek. In: Franz, Hans-Werner/Hochgerner, Josef/Howaldt, Jürgen (Hrsg.): *Challenge Social Innovation. Potentials for Business, Social Entrepreneurship, Welfare and Civil Society*, Berlin, S. 293-308.

Kleemann, Frank/Voß, G. Günter/Rieder, Kerstin (2008): Crowdsourcing und der Arbeitende Konsument. *Arbeits- und Industriesoziologische Studien* Nr. 1, S. 29-44.

Klinger, Cornelia/Knapp, Gudrun-Axeli/Sauer, Birgit (Hrsg.) (2007): *Achsen der Ungleichheit. Zum Verhältnis von Klasse, Geschlecht und Ethnizität*, Frankfurt am Main.

Knapp, Gudrun-Axeli (2005): Race, Class, Gender. Reclaiming Baggage in Fast Travelling Theories. In: *European Journal of Women's Studies* Nr. 13, Heft 3, S. 249-265.

Korczynski, Marek (2002): *Human Resource Management in Service Work*, Basingstoke, Hampshire.

Korczynski, Marek (2003): Communities of Coping: Collective Emotional Labour in Service Work. In: *Organization* Nr. 10, Heft 1, S. 55-79.

Korczynski, Marek (2009): The Mystery Customer: Continuing Absences in the Sociology of Service Work. In: *Sociology* Nr. 43, Heft 5, S. 952-967.

Korczynski, Marek/Macdonald, Cameron Lynne (Hrsg.) (2009): *Service Work. Critical Perspectives*, London.

Leidner, Robin (1993): *Fast Food, Fast Talk: Service Work and the Routinization of Everyday Life*, Columbia.

Leidner, Robin (1996): Rethinking Questions of Control – Lessons from McDonalds. In: Macdonald, Cameron Lynne/Sirianni, Carmen J. (Hrsg.): *Working in the Service Society*. Philadelphia, S. 29-49.

Lopez, Steve Henry (2010): Workers, Managers, and Customers: Triangles of Power in Work Communities. In: *Work and Occupations* Nr. 37, Heft 3, S. 251-271.

Lutz, Helma (2005): Der Privathaushalt als Weltmarkt für weibliche Arbeitskräfte. In: *Peripherie* Nr. 25, S. 65-87.

Lutz, Helma (Hrsg.) (2008): *Migration and Domestic Work. A European Perspective on a Global Theme*, Aldershot.

Lutz, Helma (2010): Unsichtbar und unproduktiv? Haushaltsarbeit und Care Work – die Rückseite der Arbeitsgesellschaft. In: *Österreichische Zeitschrift für Soziologie* Nr. 35, Heft 2, S. 23-37.

Macdonald, Cameron Lynne (1996): *Shadow Mothers: Nannies, Au pairs, and Invisible Work*. In: Macdonald, Cameron Lynne/Sirianni, Carmen J. (Hrsg.): *Working in the Service Society*, Philadelphia, S. 244-263.

Macdonald/Sirianni (Hrsg.) (1996): *Working in the Service Society*, Philadelphia.

Macdonald, Cameron Lynne (2010): *Shadow mothers. Nannies, au pairs, and the micropolitics of mothering*, Berkeley.

Macdonald, Cameron Lynne/Merrill, David (2009): *Intersectionality in the Emotional Proletariat: A New Lens on Employment Discrimination in Service Work*. In: Korczynski, Marek/Macdonald, Cameron Lynne (Hrsg.): *Service Work. Critical Perspectives*, London, S. 113-133.

MacLean, Annie Marion (1899): *Two Weeks in Department Stores*. In: *American Journal of Sociology* Nr. 4, Heft 6, S. 721-741.

Maglio, Paul P./Kieliszewski, Cheryl A./Spohrer, James C. (Hrsg.) (2010): *Handbook of Service Science: Research and Innovations in the Service Economy*, New York.

Marrs, Kira (2007): *Zwischen Leidenschaft und Lohnarbeit. Ein arbeitssoziologischer Blick hinter die Kulissen von Film und Fernsehen*, Berlin.

Mayer-Ahuja, Nicole/Wolf, Harald (Hrsg.) (2005): *Entfesselte Arbeit – neue Bindungen. Grenzen der Entgrenzung in der Medien- und Kulturindustrie*, Berlin.

McCall, Leslie (2001): *Complex inequality. Gender, class, and race in the new economy*, New York.

McCall, Leslie (2005): *The Complexity of Intersectionality*. In: *Signs: Journal of Women in culture and Society* Nr. 30, Heft 3, S. 1771-1800.

McDowell, Linda (2003): *Redundant Masculinities? Employment Change and White Working Class Youth*, Oxford.

Menz, Wolfgang/Dunkel, Wolfgang/Kratzer, Nick (2011): *Leistung und Leiden. Neue Steuerungsformen von Leistung und ihre Belastungswirkungen*. In: Kratzer, Nick/Dunkel, Wolfgang/Becker, Karina/Hinrichs Stephan (Hrsg.): *Arbeit und Gesundheit im Konflikt. Analysen und Ansätze für ein partizipatives Gesundheitsmanagement*, Berlin, S. 143-198.

Mills, Charles Wright (1951): *White Collar. The American Middle Classes*, New York .



Minssen, Heiner (2006): Arbeits- und Industriesoziologie. Eine Einführung, Frankfurt/Main, New York.

Nickson, Dennis/Warhurst, Chris/Dutton, Eli (2005): The importance of attitude and appearance in the service encounter in retail and hospitality. In: *Managing Service Quality* Nr. 15, Heft 2, S. 195-208.

Nickson, Dennis/Warhurst, Chris/Witz, Anne/Cullen, Anne Marie (2001): The Importance of Being Aesthetic: Work, Employment und Service Organization. In: Sturdy, Andrew/Grugulis, Irene/Willmott, Hugh (Hrsg.): *Customer Service. Empowerment and entrapment. Critical perspectives on work and organisations*, Basingstoke, S. 170-190.

Nixon, Darren (2009): 'I Can't Put a Smiley Face On': Working-Class Masculinity, Emotional Labour and Service Work in the 'New Economy'. In: *Gender, Work and Organization* Nr. 16, Heft 3, S. 300-322.

OECD (2007): *Participative Web and User-Created Content. Web 2.0, Wikis and Social Networking*, Unter: [www.oecdbookshop.org](http://www.oecdbookshop.org) [2.2.2013].

Parasuraman, A./Zeithaml, Valerie A./Berry, Leonard L. (1985): A Conceptual Model of Service Quality and its implications for future research. In: *Journal of Marketing* 49, Heft 4, S. 41-50.

Parreñas, Rhazel Salazar (2009): The Globalization of Care Work. In: Korczynski, Marek/Macdonald, Cameron Lynne (Hrsg.): *Service Work. Critical Perspectives*, London, S. 135-152.

Piller, Frank T. (2006): *Mass customization. Ein wettbewerbsstrategisches Konzept im Informationszeitalter*, Wiesbaden.

Pongratz, Hans J. (2012): Der Dienstleistungscharakter von Arbeit. Eine theoretische Annäherung. In: Munz, Claudia/ Hartmann, Elisabeth/ Wagner, Jost (Hrsg.): *Die Kunst der guten Dienstleistung. Wie man professionelles Dienstleistungshandeln lernen kann*, Bielefeld, S. 17-43.

Pongratz, Hans J./Voß, G. Günter (2003): *Arbeitskraftunternehmer. Erwerbsorientierung in entgrenzten Arbeitsformen*, Berlin.

Positionspapier der Initiative „Social Science Service Research“ (3sR) (2010), download unter <http://www.3sresearch.de/>

Reuter, Norbert/Zinn, Karl Georg (2011): Moderne Gesellschaften brauchen eine aktive Dienstleistungspolitik. In: *WSI Mitteilungen*, Heft 9, S. 462-469.

Ritzer, George (1993): *The McDonaldization of Society*, Thousand Oaks.

Ritzer, George (2004): *The globalization of nothing*, Thousand Oaks.

Ritzer, George/Lair, Craig D. (2009): *The Globalization of Nothing and the Outsourcing of Service Work*. In: Korczynski, Marek/Macdonald, Cameron Lynne (Hrsg.): *Service Work. Critical Perspectives*, London, S. 31-51.

Ritzer, George/Stillman, Todd (2001): *From Person- to System-Oriented Service*. In: Sturdy, Andrew/Grugulis, Irene/Willmott, Hugh (Hrsg.): *Customer Service. Empowerment and entrapment. Critical perspectives on work and organisations*, Basingstoke, S. 102-116.

Satzger, Gerhard/Ganz, Walter (Hrsg.) (2010): *Auf dem Weg zu einer Service Science – Perspektiven, Forschungsthemen und Handlungsempfehlungen aus der Sicht einer interdisziplinären Arbeitsgruppe*, Stuttgart.

Satzger, Gerhard/Dunkel, Wolfgang (2011): *Service Science – Potenziale für die Weiterentwicklung der Dienstleistungsgesellschaft* In: *WSI-Mitteilungen*, Heft 9, S. 470-476.

Schröder, Marco/Herms, Isabel/Hoffmann, Anna/Kühnert, Isabell/Rieder, Kerstin/Wehrich, Margit (2012): *Das Dienstleistungstagebuch: Ein innovativer Ansatz zur Untersuchung von Dienstleistungen aus der Perspektive von Kunden*. In: Dunkel, Wolfgang/Bienzeisler, Bernd (Hrsg.): *3sResearch. Sozialwissenschaftliche Dienstleistungsforschung*, Stuttgart (CD-Rom).

Schneider, Benjamin/Bowen, David E. (2010): *Winning the Service Game: Revisiting the Rules by Which People Co-Creat Value*. In: Maglio, Paul P./Kieliszewski, Cheryl A./Spohrer, James C. (Hrsg.): *Handbook of Service Science: Research and Innovations in the Service Economy*, New York, S. 31-59.

Senghaas-Knobloch, Eva (2008): *Care-Arbeit und das Ethos fürsorglicher Praxis unter neuen Marktbedingungen am Beispiel der Pflegepraxis*. In: *Berliner Journal für Soziologie* Nr. 18, Heft 2, S. 221-243.

Sherman, Rachel (2007): *Class acts. Service and inequality in luxury hotels*, Berkeley.

Simmel, Georg (1992): *Das Problem der Soziologie*. In: Simmel, Georg: *Untersuchungen über die Formen der Vergesellschaftung*, Gesamtausgabe Band 11, Frankfurt/Main, S. 13-62.

Smith, Peggie R. (2004): *Caring for paid caregivers: linking quality child care with improved working conditions*. In: *University of Cincinnati Law Review* Nr. 73, S. 399-431.

Sommer, Michael (2012): *Industrie- und Dienstleistungspolitik als integrierte Wirtschaftspolitik*. In: *Gegenblende. Das gewerkschaftliche Debattenmagazin* Nr. 13, Unter: [www.gegenblende.de](http://www.gegenblende.de) [24.07.2012].

Spath, Dieter/Ganz, Walter (Hrsg.) (2009): Die Zukunft der Dienstleistungswirtschaft: Trends und Chancen heute erkennen, München.

Spath, Dieter/Ganz, Walter (Hrsg.) (2011): Am Puls wirtschaftlicher Entwicklung. Dienstleistungstrends, München.

Spohrer, James C./Kwan, Stephen K. (2009): Service Science, Management, Engineering, and Design (SSMED): Konturen und Eckpunkte einer neuen Dienstleistungsforschung. In: Spath, Dieter/ Ganz, Walter (Hrsg.): Die Zukunft der Dienstleistungswirtschaft: Trends und Chancen heute erkennen, München, S. 109-223.

Spohrer, James C./Maglio, Paul P. (2010): Service Science: Toward a Smarter Planet. In: Salvendy, Gavriel/Karwowski, Waldemar (Hrsg.): Introduction to Service Engineering, New York, S. 3-30.

Spohrer, James C./Maglio, Paul P. (2010a): Toward a Science of Service Systems. Value and Symbols. In: Maglio, Paul P./Kieliszewski, Cheryl A./Spohrer, James C. (Hrsg.): Handbook of Service Science: Research and Innovations in the Service Economy, New York, S. 157-194.

Stauss, Bernd/Engelmann, Kai/Kremer, Anja/Luhn, Achim (Hrsg.) (2008): Services Science – Fundamentals, Challenges and Future Developments, Berlin.

Statistisches Bundesamt (2012): Statistisches Jahrbuch 2012, Wiesbaden.

Strauss, Anselm L./Fagerhaugh, Shizuko/Suczek, Barbara/Wiener, Carolyn (1985): Social Organization of Medical Work, Chicago.

Streich, Deryk/Wahl, Dorothee (Hrsg.) (2006): Moderne Dienstleistungen. Impulse für Innovation, Wachstum und Beschäftigung. Beiträge der 6. Dienstleistungstagung des BMBF, Frankfurt/Main.

Sturdy, Andrew/Grugulis, Irene/Willmott, Hugh (Hrsg.) (2001): Customer Service. Empowerment and entrapment, Houndmills.

Sundbo, Jon (2010): The toilsome path of service innovation: the effects of the law of low human multi-task capability. In: Gallouj, Faïz/Djellal, Faridah (Hrsg.): The handbook of innovation and services. A multi-disciplinary perspective, Cheltenham, S. 279-300.

The Project on Disney (1995): Inside the Mouse. Work and Play at Disney World, Durham, London.

Theobald, Hildegard (2008): Care-Politiken, Care-Arbeitsmarkt und Ungleichheit: Schweden, Deutschland und Italien im Vergleich. Berliner Journal für Soziologie Nr. 18, Heft 2, S. 257-281.

Thompson, Paul/Smith, Chris (2010): Debating Labour Process Theory and the Sociology of Work. In: Thompson, Paul/Smith, Chris (Hrsg.): Working Life. Renewing Labour Process Analysis, Houndmills, S. 11-28.

van Maanen, John (1991): The Smile Factory: Work at Disneyland. In: Frost, Peter J./Moore, Larry F./Louis, Meryl Reis/Lundberg, Craig C./Martin, Joane (Hrsg.): Reframing Organizational Culture, Newbury Park, London, S. 58-76.

Vargo, Stephen L./Lusch, Robert F. (2004): Evolving to a new dominant logic for marketing, Journal of Marketing Nr. 68, Heft 1, S. 1-17.

Vargo, Stephen L./Lusch, Robert F. (2004a): The four service marketing myths. Remnants of a goods-based, manufacturing model, Journal of Service Research, vol. 6, Heft 4, S. 324-335.

Vargo, Stephen L./Lusch, Robert F./Akaka, Melissa Archpru (2010): Advancing Service Science with Service-Dominant Logic. Clarifications and Conceptual Development. In: Maglio, Paul P./Kieliszewski, Cheryl A./Spohrer, James C. (Hrsg.): Handbook of Service Science: Research and Innovations in the Service Economy, New York, S. 133-156.

Vester, Michael (2011): Postindustrielle oder industrielle Dienstleistungsgesellschaft: Wohin treibt die gesellschaftliche Arbeitsteilung? In: WSI Mitteilungen, Heft 11, S. 629-639.

Voswinkel, Stephan (2005): Der funktionale und der personale Kunde. In: Jacobsen, Heike/Voswinkel, Stephan (Hrsg.): Der Kunde in der Dienstleistung, Wiesbaden, S. 81-100.

Voswinkel, Stephan (2005a): Welche Kundenorientierung? Anerkennung in der Dienstleistungsarbeit, Berlin.

Voß, G. Günter/Pongratz, Hans J. (1998): Der Arbeitskraftunternehmer. Eine neue Grundform der „Ware Arbeitskraft“? Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie Nr. 50, S. 131-158.

Voß, G. Günter/Rieder, Kerstin (2005): Der arbeitende Kunde. Wenn Konsumenten zu unbezahlten Mitarbeitern werden, Frankfurt/Main.

Warhurst, Chris/Nickson, Dennis (2001): Looking Good, Sounding Right: Style Counselling and the Aesthetics of the New Economy, London.

Warhurst, Chris/Nickson, Dennis (2007): Employee experience of aesthetic labour in retail und hospitality. Work, employment and society Nr. 21, S. 103-120.

Warhurst, Chris/Nickson, Dennis/Witz, Anne/Cullen, Anne Marie (2000): Aesthetic Labour in Interactive Service Work: Some Case Study Evidence from the 'New' Glasgow. The Service Industries Journal Nr. 20, S. 1-18.

Warhurst, Chris/Thompson, Paul/Nickson, Dennis (2009): Labor Process Theory. Putting the Materialism Back into the Meaning of Service Work. In Korczynski, Marek/Macdonald, Cameron Lynne (Hrsg.): Service Work. Critical Perspectives, London, S. 91-112.

Wehrich, Margit/Dunkel, Wolfgang (2003): Abstimmungsprobleme in Dienstleistungsbeziehungen. Ein handlungstheoretischer Zugang. Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie Nr. 55, S. 758-781.

Weishaupt, Sabine (2006): Subjektivierendes Arbeitshandeln in der Altenpflege – die Interaktion mit dem Körper. In Böhle, Fritz/Glaser, Jürgen (Hrsg.): Arbeit in der Interaktion – Interaktion als Arbeit. Arbeitsorganisation und Interaktionsarbeit in der Dienstleistung, Wiesbaden, S. 85-106.

Wittke, Volker/Hanekop, Heidemarie (2011): New forms of collaborative innovation and production on the internet. An interdisciplinary perspective, Göttingen.

Witz, Anne/Warhurst, Chris/Nickson, Dennis (2003): The Labour of Aesthetics and the Aesthetics of Organization. Organization Nr. 10, S. 33-54.

Womack, James P./Jones, Daniel T. (2006): Lean Solutions. Wie Unternehmen und Kunden gemeinsam Probleme lösen, Frankfurt/Main.



## Hans-Böckler-Stiftung

Die Hans-Böckler-Stiftung ist das Mitbestimmungs-, Forschungs- und Studienförderungswerk des Deutschen Gewerkschaftsbundes. Gegründet wurde sie 1977 aus der Stiftung Mitbestimmung und der Hans-Böckler-Gesellschaft. Die Stiftung wirbt für Mitbestimmung als Gestaltungsprinzip einer demokratischen Gesellschaft und setzt sich dafür ein, die Möglichkeiten der Mitbestimmung zu erweitern.

## Mitbestimmungsförderung und -beratung

Die Stiftung informiert und berät Mitglieder von Betriebs- und Personalräten sowie Vertreterinnen und Vertreter von Beschäftigten in Aufsichtsräten. Diese können sich mit Fragen zu Wirtschaft und Recht, Personal- und Sozialwesen, zu Aus- und Weiterbildung an die Stiftung wenden.

## Wirtschafts- und Sozialwissenschaftliches Institut (WSI)

Das Wirtschafts- und Sozialwissenschaftliche Institut (WSI) in der Hans-Böckler-Stiftung forscht zu Themen, die für Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer von Bedeutung sind. Globalisierung, Beschäftigung und institutioneller Wandel, Arbeit, Verteilung und soziale Sicherung sowie Arbeitsbeziehungen und Tarifpolitik sind die Schwerpunkte. Das WSI-Tarifarchiv bietet umfangreiche Dokumentationen und fundierte Auswertungen zu allen Aspekten der Tarifpolitik.

## Institut für Makroökonomie und Konjunkturforschung (IMK)

Das Ziel des Instituts für Makroökonomie und Konjunkturforschung (IMK) in der Hans-Böckler-Stiftung ist es, gesamtwirtschaftliche Zusammenhänge zu erforschen und für die wirtschaftspolitische Beratung einzusetzen. Daneben stellt das IMK auf der Basis seiner Forschungs- und Beratungsarbeiten regelmäßig Konjunkturprognosen vor.

## Forschungsförderung

Die Forschungsförderung finanziert und koordiniert wissenschaftliche Vorhaben zu sechs Themenschwerpunkten: Erwerbsarbeit im Wandel, Strukturwandel – Innovationen und Beschäftigung, Mitbestimmung im Wandel, Zukunft des Sozialstaates/Sozialpolitik, Bildung für und in der Arbeitswelt sowie Geschichte der Gewerkschaften.

## Studienförderung

Als zweitgrößtes Studienförderungswerk der Bundesrepublik trägt die Stiftung dazu bei, soziale Ungleichheit im Bildungswesen zu überwinden. Sie fördert gewerkschaftlich und gesellschaftspolitisch engagierte Studierende und Promovierende mit Stipendien, Bildungsangeboten und der Vermittlung von Praktika. Insbesondere unterstützt sie Absolventinnen und Absolventen des zweiten Bildungsweges.

## Öffentlichkeitsarbeit

Mit dem 14tägig erscheinenden Infodienst „Böckler Impuls“ begleitet die Stiftung die aktuellen politischen Debatten in den Themenfeldern Arbeit, Wirtschaft und Soziales. Das Magazin „Mitbestimmung“ und die „WSI-Mitteilungen“ informieren monatlich über Themen aus Arbeitswelt und Wissenschaft.

Mit der Homepage [www.boeckler.de](http://www.boeckler.de) bietet die Stiftung einen schnellen Zugang zu ihren Veranstaltungen, Publikationen, Beratungsangeboten und Forschungsergebnissen.

## Hans-Böckler-Stiftung

Hans-Böckler-Straße 39  
40476 Düsseldorf

Telefon: 02 11/77 78-0  
Telefax: 02 11/77 78-225

