

Daniela Rastetter

Zum Lächeln verpflichtet

Emotionsarbeit im
Dienstleistungsbereich

Inhalt

1	Einleitung.....	9
2	Emotionsarbeit: Die Arbeit an den Gefühlen.....	15
2.1	Die Studien von Arlie Russell Hochschild	15
2.2	Weiterentwicklung des Konzepts	21
2.3	Individuelle Ebene	24
2.4	Interaktionsebene	47
2.5	Organisationale Ebene.....	51
2.6	Schlussfolgerung.....	59
3	Soziale Emotionsregulation	61
3.1	Emotionen in Interaktionen	62
3.2	Soziale Emotionsregeln.....	66
3.3	Emotionsregulierung im Zivilisationsprozess	78
3.4	Schlussfolgerung.....	82
4	Management der Subjektivität.....	84
4.1	Identitätsarbeit.....	85
4.2	Ideologien	95
4.3	Soziale Vergleichsprozesse	96
4.4	Subjektivität als doppelte Zurichtung.....	97
4.5	Subjektivierung in Organisationen	101
4.6	Schlussfolgerung.....	114

5	Dienstleistung als Prototyp für Emotionsarbeit.....	115
5.1	Dienstleistungen als gesellschaftlich notwendige Tätigkeit.....	116
5.2	Die Dienstleistungsbeziehung.....	123
5.3	Standardisierung versus Personalisierung.....	133
5.4	Dienstleistung zwischen Service und Kommerz.....	138
5.5	Schlussfolgerung.....	140
6	Die Versicherungsbranche und ihr Außendienst.....	142
6.1	Die Versicherungsbranche.....	142
6.2	Versicherung und Subjekt	150
6.3	Schlussfolgerung.....	158
7	Methodik.....	159
7.1	Methodologische Ausrichtung	159
7.2	Teilnehmende Beobachtung und Dokumentenanalyse	166
7.3	Das Interview	168
7.4	Praktische Umsetzung des Untersuchungsdesigns	171
7.5	Auswertungsschritte	182
7.6	Schlussfolgerung	183
8	Identitätspolitik.....	185
8.1	Formalisierte Regeln: Das Serviceprogramm.....	186
8.2	Anforderungen: der Prototyp des Serviceprofis	188
8.3	Überwachung und Sanktionierung der Normen.....	198
8.4	Standardisierung durch Routinisierung	203
8.5	Rekrutierung: Subjektivierung durch Prüfung.....	205
8.6	Die »Dynamik der stetigen Entwicklung«	211
8.7	Ausbildung: Subjektbestimmung durch neue Deutungsschemata.....	212
8.8	Schlussfolgerung.....	226

9 Identitätskonstruktion des Emotionsarbeiters	232
9.1 Emotionsregulationsstrategien.....	233
9.2 Kohärenzarbeit	257
9.3 Imagearbeit.....	263
9.4 Selbstdisziplinierung	265
9.5 Schlussfolgerung.....	273
10 Resümee: Die Konstituierung des Emotionsarbeiters	283
Anhang.....	298
Interviewleitfaden für Vertreter.....	298
Interviewleitfaden für Führungskräfte	303
Literatur.....	307
Abbildungs- und Tabellenverzeichnis.....	322

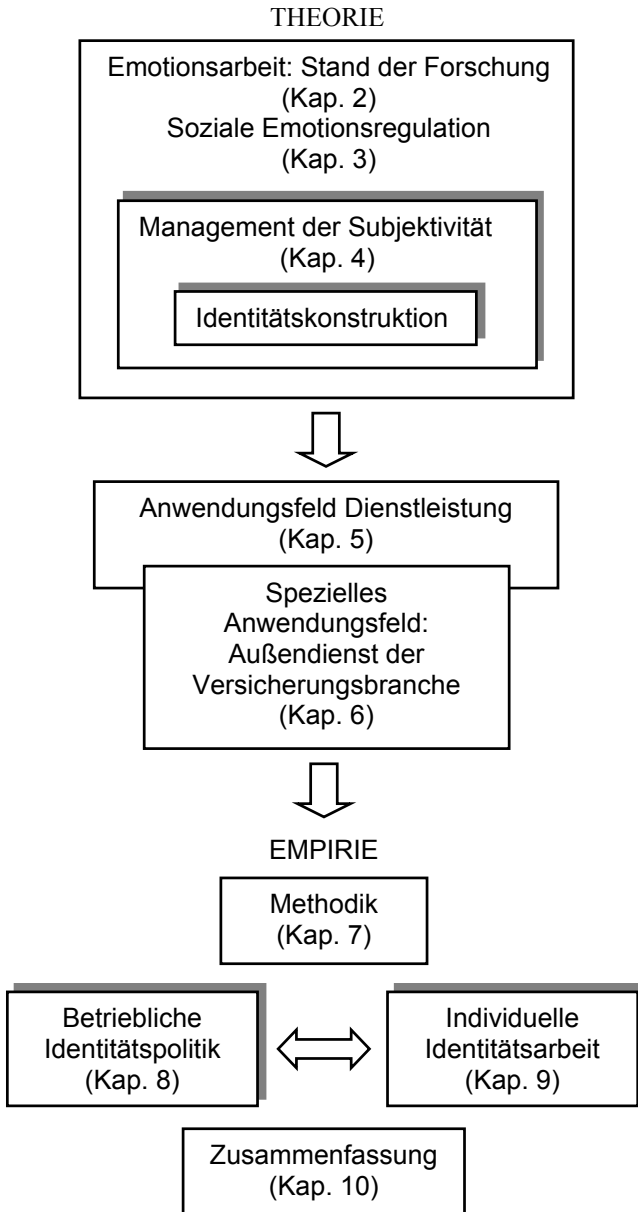
gesellschaftlich-sozialen Bedeutung und historischen Dimension von Emotionsregulierung in menschlichen Interaktionen geschlagen.

Für eine organisationstheoretische Fragestellung genügt es nicht, emotionale Regulation als individuelle Fähigkeit und gesellschaftliche Notwendigkeit zu analysieren, sondern es bedarf der Klärung *organisationaler Prozesse*, durch die Emotionsarbeit betrieblich organisiert wird. Dafür wurde der Ansatz der *Identitätspolitik* gewählt: In und durch Organisationen werden Menschen zu Subjekten transformiert, deren Subjektivität und Identität dadurch gebildet werden, dass sie erfolgreich geschäftliche Interaktionen gestalten und Beziehungen zu Kundinnen¹ auf Dauer aufbauen. Betriebliche Praktiken sind deshalb weniger Unterdrückung als vielmehr Chance zur eigenen Subjektformung, freilich um den Preis der Unterwerfung und Stabilisierung kapitalistischer Ausbeutung.

Die restlichen Kapitel des theoretischen Teils (Kap. 5 und 6) untersuchen den Stellenwert von Emotions- oder Interaktionsarbeit innerhalb eines Dienstleistungssektors, der die besondere menschliche Qualität der Dienstleistungsbeziehung zuverlässig und effizient organisieren muss, sowie aktuelle Tendenzen der Versicherungsbranche und des Außendienstes, aus dem das empirische Projekt stammt.

Der zweite Teil der Arbeit (Kap. 7 bis 9) stellt nach einer methodologischen Reflexion der verwendeten Erhebungsverfahren die Ergebnisse aus der Untersuchung vor. Kap. 8 ist den *betrieblichen Strategien der Identitätspolitik* gewidmet, die sich aus Verfahren und Dokumenten sowie alltäglichen Diskursen rekonstruieren lassen. In Kap. 9 kommen die eigentlichen Emotionsarbeiter zu Wort: Wie werden betriebliche Vorschriften und Normen im täglichen Arbeitshandeln umgesetzt, sodass eine kohärente Identität aufgebaut werden kann? Wie geht der Einzelne mit Brüchen und Widersprüchen innerhalb der Identitätsarbeit um und welche Strategien setzt er ein, um Emotionsregulation situationsangemessen zu leisten? Abbildung 2 gibt die Struktur der Arbeit wieder.

1 Im Sinne einer sprachlichen Geschlechtergerechtigkeit wird im Text zwischen der männlichen und der weiblichen Form variiert.

*Abb. 2: Struktur der Arbeit*

Die Ergebnisse der Arbeit zeigen auf der individuellen Seite eindrücklich die immensen Anstrengungen der Beschäftigten, ihr Selbstbild und ihre Selbstachtung durch Strategien der emotionalen Selbststeuerung und der Regulierung des inneren Befindens im Rahmen der vorgegebenen Gefühlsregeln zu wahren. Notwendig wird das emotionale Selbstmanagement aufgrund alltäglicher Anforderungen an den Aufbau gewinnbringender Kundenkontakte, aber insbesondere aufgrund vielfacher *Störungen* in den Beziehungen zu Kunden oder auch zum Arbeitgeber, seien es plötzliche Vertragskündigungen, negatives Verhalten von Kunden oder Druck vom Management, die Geschäftspläne zu erfüllen.

Ohne Maßnahmen des Arbeitgebers wäre emotionale Arbeit aber nicht denkbar. Er stattet die Beschäftigten mit »Tools« aus, die ihnen die emotionale Selbstregulation ermöglichen: macht Vorschriften, gibt Handlungsanweisungen, bietet Trainings an, verschafft Belohnungen und Anerkennung. Freilich ist dieses betriebliche Angebot ambivalent. Es unterstützt die Vertreter darin, erfolgreiche Kundenbetreuer zu werden, und erlegt ihnen gleichzeitig Regeln auf, die bis in ihr Innerstes dringen und nicht mehr von einem vermeintlich authentischen Selbst zu trennen sind.