

POSITIONSPAPIER DER INITIATIVE »SOCIAL SCIENCE SERVICE RESEARCH« (3SR)

APRIL 2010



KONTAKT

www.3sresearch.de
info@3sresearch.de





ZUSAMMENFASSUNG

Die aktuellen wirtschaftlichen, technologischen und sozialen Entwicklungen führen zu einer Dienstleistungsgesellschaft neuen Zuschnitts. Dabei entsteht Wertschöpfung zunehmend durch Kooperations- und Koproduktionsprozesse zwischen Kunden und Dienstleistungsanbietern sowie zwischen verschiedenen Akteuren in Dienstleistungsnetzwerken. Diese Entwicklungen stellen die Dienstleistungsforschung vor neue Herausforderungen, die mit technischen und ökonomischen Antworten allein nicht bewältigt werden können. Denn die Leistungsfähigkeit und Qualität solcher komplexer Dienstleistungssysteme hängt ganz wesentlich davon ab, in welcher Weise die sozialen Beziehungen und Interaktionen der beteiligten Akteure geregelt sind. Ihre Analyse und Gestaltung verlangt eine interdisziplinäre Herangehensweise, die neben der technischen und ökonomischen insbesondere die soziale Dimension der Dienstleistungserbringung berücksichtigt, da diese konstitutiv für Dienstleistungsbeziehungen ist. Erst durch die Integration sozialwissenschaftlicher Perspektiven in die Dienstleistungsforschung wird somit ein ganzheitliches Verständnis von Dienstleistungen im Sinne einer Service Science möglich. Hier setzt die Initiative „Social Science Service Research“ (3sR) an. Sie bündelt und vernetzt sozialwissenschaftliche Kompetenzen der Dienstleistungsforschung und gibt Impulse für einen solch integrativen und interdisziplinären Forschungsansatz.

1. ZUR NOTWENDIGKEIT EINER SOZIALWISSENSCHAFTLICHEN DIENSTLEISTUNGSFORSCHUNG

Der in der internationalen Dienstleistungsforschung der letzten Jahre breit rezipierte und diskutierte Ansatz einer „service dominant logic“ von Lusch und Vargo plädiert für die Ablösung einer traditionellen „goods dominant logic“, die Wertschöpfung primär als Produktion materieller Güter versteht, die an Kunden verkauft und dort konsumiert werden.¹ Eine „service dominant logic“ hingegen betrachtet Wertschöpfung als kollaborativen Prozess, in den die beteiligten Akteure Wissen, Fähigkeiten und eigene Ressourcen einbringen. Produktion und Konsum von Gütern und Leistungen sind somit Prozesse, die nicht mehr eindeutig voneinander getrennt werden können. Im Zentrum einer so verstandenen Service Science steht die Erforschung von Dienstleistungssystemen, die durch neue Formen der kooperativen Wertschöpfung zwischen Kunden und Dienstleistungsanbietern charakterisiert sind. Dabei fördert der Einsatz von Informations- und Kommunikationstechnologien (IuK) das Entstehen komplexer Dienstleistungssysteme, weil so neue, vielfältige und zum Teil nicht-lineare Verknüpfungen zwischen Front-End- und Back-End-Prozessen im System der Leistungserstellung möglich werden.

Für die sozialwissenschaftliche Dienstleistungsforschung eröffnet sich mit einem solchen Paradigmenwechsel ein weites Betätigungsfeld. Dabei ist sie nicht auf bestimmte Dienstleistungsbereiche beschränkt. Ihr Gegenstandsbereich umfasst B2C- (Business-to-Consumer) genau so wie B2B- (Business-to-Business) oder C2C-Beziehungen (Consumer-to-Consumer), wie sie insbesondere via Internet möglich geworden sind (Beispiel: ebay). Er reicht von einfachen bis komplexen Dienstleistungssystemen, vom Niedriglohnssektor bis in den High-End-Bereich anspruchsvoller akademisch geprägter Dienstleistungen. Zu ihren Untersuchungsfeldern gehören sowohl marktformige wie auch öffentlich erbrachte Dienstleistungen.

Auch wenn die Dienstleistungslandschaft äußerst heterogen erscheint, ergeben sich doch bestimmte Konturen, wenn ein sozialwissenschaftlicher Blick auf diese Landschaft geworfen wird: Immer geht es um die soziale Dimension von Dienstleistungen, um soziale Strukturen, soziale Beziehungen, soziales Handeln und soziale Interaktionen. Und immer geht es um gesellschaftliche Entwicklungen und die gesellschaftliche Einbettung von Dienstleistungen, um kulturelle, organisatorische und psychische Aspekte von Dienstleistungssystemen.

Sozialwissenschaftliche Dienstleistungsforschung hat das Potential, sowohl zu einem komplexen Verständnis der gesellschaftlichen Prägung von Dienstleistungen beizutragen wie auch die Bedeutung von Dienstleistungen für Wirtschaft und Gesellschaft, für Arbeitskräfte und Nutzer zu analysieren. Sozialwissenschaftliche Perspektiven reichen von der Makroebene (Dienstleistungsbranchen, Dienstleistungskultur, Dienstleistungsgesellschaft) über die Mesoebene (Dienstleistungsorganisationen, Wertschöpfungsketten) bis zur Mikroebene (Dienstleistungsinteraktion, die psychische Ebene der Akteure). Sie können auf verschiedene Forschungsgegen-

¹ Vgl. Lusch, R. F.; Vargo S. L. (eds.) 2006: The Service Dominant Logic of Marketing. Dialog, Debate and Directions. New York: M.E. Sharpe.



stände gerichtet sein, zum Beispiel auf Dienstleistungssysteme (verstanden als Systeme², die Dienstleistungen erbringen, zum Beispiel die Familie, das Unternehmen, das Ehrenamt, der Staat), auf Arbeitskräfte (diejenigen, die Dienstleistungsarbeit leisten, sei es erwerbsförmig oder unentgeltlich) oder auf die Nutzer von Dienstleistungen (das können zahlende Kunden sein oder auch Anwender technischer Dienstleistungen oder auch Empfänger privater Dienstleistungen). In der folgenden Tabelle werden *beispielhaft* einige Themenfelder genannt, die sich solchen Forschungsgegenständen auf der Makro-, Meso- und Mikroebene zuordnen lassen:

	Dienstleistungssystem	Arbeitskräfte	Nutzer
Makroebene	Tertiarisierung	Auswirkungen des Bologna-Prozesses	IuK-Technologien generieren neue Möglichkeiten
Mesoebene	Ausbildung von Dienstleistungsnetzwerken	Betriebliche Leistungssteuerung	Integration von Kunden in die Wertschöpfung
Mikroebene	Standardisierung von Prozessen	Work-Life-Balance	Selbstbedienung

Tabelle 1: Analyse- und Gestaltungsebenen der sozialwissenschaftlichen Dienstleistungsforschung (beispielhafte Darstellung)

Trotz der hier angedeuteten weit reichenden Potentiale einer sozialwissenschaftlichen Dienstleistungsforschung werden unserer Beobachtung nach mögliche Inhalte einer Service Science bislang überwiegend unter informationstechnischen und betriebswirtschaftlichen Gesichtspunkten diskutiert. Und auch die sozialwissenschaftliche Dienstleistungsforschung selbst ist noch nicht hinreichend darauf vorbereitet, die Herausforderungen einer neuen Dienstleistungsgesellschaft und der damit verbundenen neuen Perspektive auf Dienstleistungen anzunehmen. Denn ihre gegenwärtige Situation ist dadurch gekennzeichnet, dass sie noch stark fragmentiert ist und deshalb noch nicht die Wirkung entfalten kann, die ihrem Potential entspräche. Vor diesem Hintergrund ist aus der Forschungslandschaft heraus eine Initiative ins Leben gerufen worden, die sich zum Ziel gesetzt hat, solche Defizite abzubauen und den Stellenwert sozialwissenschaftlicher Dienstleistungsforschung zu erhöhen: Die Initiative 3sR – social science service Research.

² Im Sinne von Spohrer, J.; Maglio P.; Bailey, J.; Gruhl, D. 2007: Steps Toward a Science of Service Systems. In: Computer, 01/2007, S. 71-77.

2. ZIELSETZUNGEN DER INITIATIVE 3SR

Die Initiative „Social Science Service Research“ will zum ersten einen Prozess der *Zusammenführung* bereits bestehender sozialwissenschaftlich ausgerichteter Beiträge zur Dienstleistungsforschung anstoßen und diese in die internationale Debatte zur Entwicklung einer Service Science integrieren.

Die Initiative möchte zum zweiten Beiträge zu einer *inhaltlichen Weiterentwicklung* der sozialwissenschaftlichen Dienstleistungsforschung liefern. Hierzu gehören:

- die Schärfung des Forschungsgegenstandes einer 3sR
- die Zusammenführung von Beiträgen zu einer Dienstleistungstheorie
- die Herstellung von Anschlussfähigkeit an die Debatte um Service Science
- die Internationalisierung der deutschen Dienstleistungsforschung
- die Verbesserung des Bezugs auf Prozesse in Dienstleistungssystemen
- die Weiterentwicklung des Anwendungsbezugs einer 3sR
(bessere Vermittlung wissenschaftlicher Erkenntnisse in die Praxis)

Zum dritten soll die inhaltliche Weiterentwicklung der 3sR *organisatorisch und institutionell* abgestützt werden durch:

- die Entwicklung eines gemeinsamen Selbstverständnisses
- den Aufbau einer gemeinsamen Infrastruktur
- gemeinsame Publikationen
- gemeinsame Positionierungen bei Konferenzen
- die Mitwirkung in der Debatte um die Entwicklung einer Service Science
- Aktivitäten innerhalb der beteiligten Disziplinen (Aufbau einer Dienstleistungssoziologie, Aufbau einer Dienstleistungspsychologie etc.)
- die Förderung disziplinübergreifender Kooperation
- die Begleitung und Unterstützung künftiger forschungspolitischer Maßnahmen
- die Unterstützung durch ausgewählte Unternehmen, Interessensverbände etc.



3. ZUR SITUATION SOZIALWISSENSCHAFTLICHER DIENSTLEISTUNGSFORSCHUNG

3.1 Wenn die sozialwissenschaftliche Dienstleistungsforschung wüsste, was die sozialwissenschaftliche Dienstleistungsforschung weiß...

Wenngleich sich die sozialwissenschaftliche Dienstleistungsforschung in der Vergangenheit kaum als eigenständige Forschungsperspektive verstanden hat, ist auffällig, dass ihr wissenschaftliches Erkenntnisinteresse weit zurückreicht. So analysierte der Soziologe und Medienwissenschaftler Siegfried Kracauer bereits Ende der 1920er Jahre die Auswirkungen von Rationalisierung und Automatisierung auf die wachsende Berufsgruppe der „Angestellten“. Auch andere Arbeiten etwa im Umfeld der Volkswirtschaftslehre, der Kommunikationswissenschaften oder der Demographie adressierten frühzeitig den Forschungsgegenstand „Dienstleistungen“, ohne jedoch schon die Perspektive einer Dienstleistungsforschung einzunehmen.

Betrachtet man die gegenwärtige Situation sozialwissenschaftlicher Dienstleistungsforschung, fällt ihre thematische Vielfalt auf: So forschen bspw. die Kulturwissenschaften zu dienstleistungsorientierten Arbeitsformen, analysiert die Psychologie die Nutzung computergestützter Web-Services und fragen die Verwaltungswissenschaften, wie Arbeit in kundenorientierten Behörden gestaltet werden kann – ohne dass sich die Akteure einer Dienstleistungsforschung zugehörig fühlten. Dienstleistungsrelevante Forschungen finden sich also in einer Vielzahl von Disziplinen und Teildisziplinen, verbleiben aber oftmals in diesen disziplinären Kontexten, ohne in eine interdisziplinäre Dienstleistungsforschung übersetzt zu werden.

Die disziplinäre und konzeptionelle Vielfalt wie auch die thematische Fragmentierung all dessen, was als sozialwissenschaftliche Dienstleistungsforschung begriffen werden könnte, macht es deshalb höchst schwierig, eine halbwegs vollständige Auflistung sämtlicher relevanter Forschungsthemen und Forschungsergebnisse zu erstellen. Dies soll deshalb an dieser Stelle auch gar nicht versucht werden. Die thematische Vielfalt bringt aber nicht nur solche praktischen Probleme mit sich, sondern behindert bislang auch die Entstehung einer integrierten sozialwissenschaftlichen Dienstleistungsforschung. Sie ist also nicht nur eine große Stärke, sondern bleibt solange auch eine große Schwäche, solange es nicht gelingt, über die Disziplinen und Teildisziplinen hinweg ein Bewusstsein dafür zu schaffen, dass die Forschung, mit der man sich befasst, als *Dienstleistungsforschung* zu begreifen ist. Gelingt dies, werden sich auch Möglichkeiten dafür eröffnen, dass die verschiedenen sozialwissenschaftlichen Diskurse, die bislang weitgehend unverbunden nebeneinander her bestanden, stärker aufeinander Bezug nehmen.

Es ist ferner nicht möglich, sämtliche Forschungsprogramme und Förderinstitutionen ins Feld zu führen, die direkt oder indirekt mit Dienstleistungsforschung betraut sind. Einen Überblick über aktuelle Forschungsakzente der sozialwissenschaftlichen Dienstleistungsforschung erreicht man noch am ehesten, wenn man die aktuelle Förderlandschaft der Dienstleistungsforschung aus Perspektive der sozialwissenschaftlichen Dienstleistungsforschung reflektiert.

3.2 Förderstrukturen – national und international

Im Bereich der *öffentlichen Forschungsförderung* finden sich unterschiedliche Institutionen und Organisationen, die explizit Dienstleistungsforschung fördern, und die zugleich Anknüpfungspunkte für sozialwissenschaftliche Forschungsfragen und Forschungsmethoden bieten. Hervorzuheben ist die öffentliche *Programmforschung des Bundesministeriums für Bildung und Forschung (BMBF)*, welches bereits seit Ende der 1990er Jahre ein eigenes Forschungsprogramm zu Dienstleistungen betreibt, das immer wieder auch sozialwissenschaftliche Forschungsthemen adressiert. Da die programmgestützte Dienstleistungsforschung beim BMBF entwicklungshistorisch betrachtet eng mit der Arbeitsforschung verknüpft ist, bieten sich besondere Anknüpfungspunkte für die soziologische und psychologische Forschung zur Gestaltung von Dienstleistungsarbeit.

Darüber hinaus gibt es auf *Länderebene* vereinzelte Vorstöße zur Förderung der Dienstleistungsforschung. In den vergangenen Jahren haben insbesondere Baden-Württemberg, Nordrhein-Westfalen und Sachsen Fördermittel für die Dienstleistungsforschung bereitgestellt, an denen die sozialwissenschaftliche Dienstleistungsforschung jedoch nur gering partizipierte. Zum einen waren bzw. sind diese Forschungsaktivitäten stark anwendungsorientiert und auf die Förderung des regionalen Mittelstandes ausgerichtet. Zum anderen steht bei Forschungsaktivitäten auf Länderebene der Ergebnistransfer im Fokus der Projektarbeiten und weniger die Generierung neuen Wissens.

Traditionell mehr Anknüpfungspunkte für sozialwissenschaftliche Forschungsthemen finden sich bei *Stiftungen*, und hier insbesondere bei der Hans-Böckler-Stiftung und der Friedrich-Ebert-Stiftung. Beide Institutionen bieten Möglichkeiten zur Förderung dienstleistungsspezifischer Forschungsprojekte, wobei insbesondere Fragen der Arbeitsgestaltung fokussiert werden. Diese werden häufig aus einem arbeitssoziologischen Blickwinkel betrachtet. Andere Stiftungen wie z.B. die Konrad-Adenauer-Stiftung konzentrieren sich auf die individuelle Förderung von Wissenschaftlern (z.B. Dissertationsförderung). Darüber hinaus existieren weitere Stiftungen wie die VW-Stiftung oder die Robert-Bosch-Stiftung, die jedoch nur in Einzelfällen die Erforschung dienstleistungsspezifischer Fragestellungen fördern. Gleiches gilt für die Bundesärztekammer oder die Bundesanstalt für Arbeitsschutz und Arbeitsmedizin (BAuA), die in ihrer Forschungsförderung thematisch eng an medizinischen bzw. gesundheitsmedizinischen Forschungsfragen ausgerichtet sind.

Auch die *Deutsche Forschungsgemeinschaft (DFG)* fördert eine Vielzahl unterschiedlicher Projekte mit Bezügen zur sozialwissenschaftlichen Dienstleistungsforschung, die jedoch bislang kaum als Dienstleistungsforschung ausgewiesen sind. Grund hierfür ist die starke Grundlagenorientierung der DFG, wobei sich auch die Dienstleistungsforschung selbst bislang schwer tat, herauszuarbeiten, welche Forschungsthemen und Forschungsfragen einer grundlagenorientier-



ten Forschungsförderung zugeführt werden können und müssten. Es ist jedoch davon auszugehen, dass sich im Zuge der Diskussion um die Etablierung einer Dienstleistungswissenschaft im Sinne einer Service Science die Grundlagenforschung stärker für dienstleistungsspezifische Forschungsfragen öffnet, wie dies bereits in anderen Ländern, etwa den USA, ansatzweise zu beobachten ist.

Schließlich bietet auch die *Europäische Union* punktuelle Anknüpfungspunkte zur Förderung dienstleistungsspezifischer Fragestellungen, wenngleich es keinen eigenen Bereich oder ein eigenes Programm zur Dienstleistungsforschung gibt. Die europäische Förderlandschaft bietet jedoch gegenwärtig kaum Möglichkeiten für interdisziplinäre bzw. integrative Forschungsansätze. Denn dienstleistungsbezogene Forschung wird entweder im technischen Umfeld gefördert (Information and Communication Technology) oder aber im humanwissenschaftlichen Bereich (Socio-economic Sciences and Humanities). In beiden thematischen Feldern gibt es zudem immer nur punktuell Ausschreibungen, die dienstleistungsspezifische Forschungsfragen adressieren.

Im internationalen Umfeld ist die Förderpolitik zu Dienstleistungen relativ fragmentiert, das gilt selbst innerhalb der Europäischen Union. Grundsätzlich können Länder unterschieden werden, die über ein nationales Forschungsprogramm für die Dienstleistungsforschung verfügen und solche, in denen die Dienstleistungsforschung auf „Umwegen“ an nationalen Fördermitteln partizipiert. Hervorzuheben ist jedoch, dass im internationalen Umfeld mehrere forschungspolitische Programme und Initiativen gestartet wurden, die darauf abzielen, die Förderstrukturen einzelner Länder miteinander zu vergleichen, um daraus Konsequenzen für die Neuausrichtung der nationalen Dienstleistungsforschung, aber auch für eine stärkere internationale Einbettung und Integration nationaler Förderstrukturen abzuleiten.

Über dienstleistungsspezifische Forschungsprogramme verfügen gegenwärtig Finnland, Deutschland, Norwegen und Schweden. Vor allem die skandinavischen Länder wie Finnland und Schweden haben ihre Forschungslandschaft traditionell so ausgerichtet, dass sozialwissenschaftlich und ökonomisch motivierte Forschungen zu Dienstleistungen nicht als gegensätzlich, sondern als sich wechselseitig bedingend verstanden werden. Die Erfolge dieser Förderstrategie zeigen sich auch darin, dass sich mit der sogenannten „Nordic School“ eine spezifisch skandinavische Dienstleistungsforschung herausgebildet hat, die stets soziale und ökonomische Entwicklungen gemeinsam betrachtet und die weltweite Anerkennung und Reputation genießt.

Die stärksten Förderakzente werden gegenwärtig in Finnland gesetzt. Finnland hat nicht nur das Thema Dienstleistungsinnovation in das Zentrum seiner gesamten Innovationsförderung gestellt, sondern verfügt mit dem Programm „SERVE“ auch über ein Förderprogramm, welches vom Volumen weit über das hinausgeht, was aus anderen Ländern bekannt ist. So hat das Programm bereits heute ein Gesamtvolumen von über 100 Mio. Euro, gleichwohl gibt es

gegenwärtig Überlegungen, diese Summe sogar noch zu erhöhen. Über das Programm SERVE hinaus werden F&E-Aktivitäten bei Dienstleistungen in weiteren Förderprogrammen unterstützt, z.B. in dem Programm „Tourism and Leisure Services“ für den Freizeit- und Tourismusbereich, im Programm „FINNWELL“ für den Gesundheitsbereich und im Programm „VAMOS“ zur Förderung von komplexen mobilen Dienstleistungen.³

Insgesamt zeichnet sich die finnische Förderlandschaft durch einen integrativen Ansatz aus, der technische, sozialwissenschaftliche und betriebswirtschaftliche Fragestellungen berücksichtigt, und der neben Kommunikationsdienstleistungen vor allem Innovationen im Bereich der sozialen Dienstleistungen wie Gesundheit, Öffentliche Dienstleistungen etc. in den Fokus rückt. Nicht umsonst gilt das finnische Modell in Europa als besonders fortschrittlich und wird immer gern als forschungspolitisches Referenzmodell angeführt.

³ Vgl. dazu die Ausführungen in Korte S.; Rijkers-Defasne, S.; Zweck, A. 2009: Hybride Wertschöpfung. Internationale Übersichtsstudie. Düsseldorf: VDI



4. POTENZIALE SOZIALWISSENSCHAFTLICHER DIENSTLEISTUNGSFORSCHUNG

Service Science versteht Dienstleistungen als komplexe Systeme, die die Dienstleistungsorganisation wie die Seite der Kunden, die front stage- wie back stage-Prozesse umfassen. Solche Dienstleistungssysteme unterliegen gegenwärtig umfassenden und tief greifenden Veränderungsprozessen, die von einer sozialwissenschaftlichen Dienstleistungsforschung aufgegriffen werden müssen, wie zum Beispiel

- neuen Kundenanforderungen (z.B. an die Individualisierung von Dienstleistungsangeboten, an die Schnelligkeit der Dienstleistungserbringung oder an die Internetpräsenz der Dienstleistungsunternehmen),
- der Verwandlung vormals bürokratisch strukturierter Bereiche (etwa der öffentlichen Verwaltung) in ökonomisch ausgerichtete und kundenorientierte Dienstleistungsunternehmen,
- neuartigen Unternehmensstrategien der Rationalisierung (Industrialisierung und Standardisierung), der Leistungssteuerung (indirekte Steuerung, Subjektivierung von Arbeit) und der Kundenintegration („open innovation“, „arbeitender Kunde“),
- einer zunehmenden Hybridisierung von Produkten und Dienstleistungen,
- neuer Formen der Integration von Beschäftigten und Kunden in den Prozess der Leistungserstellung,
- einer zyklusorientierten Leistungserstellung, die zur Erzielung von Nachhaltigkeit tief in den Konsum- und Handlungsmustern der Kunden ansetzt,
- sowie radikal veränderten technologischen Möglichkeiten (partielle Auflösung des uno-actu-Prinzips via Internet).

Die internationale Debatte um die Entwicklung einer Service Science versucht auf der Seite von Forschung, Entwicklung und Ausbildung eine Antwort auf die Herausforderungen eines solchen komplexen Veränderungsprozesses zu finden. Dabei weisen die bislang vorliegenden Beiträge allerdings typische Einschränkungen auf: Antworten auf die Herausforderungen sind vor allem auf den Feldern der Technologie (hier vor allem IT) und einer betriebswirtschaftlichen Thematisierung 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 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.

Auf diese Art und Weise wird nur eine Seite der relevanten Veränderungen auf dem Feld der Dienstleistungen in den Blick genommen. Legt man hingegen eine sozialwissenschaftliche Perspektive an, eröffnet sich eine andere Sichtweise auf die genannten Themen. Dienstleistungen werden nicht nur mit dem Blick des Dienstleistungsunternehmens betrachtet, sondern es können verschiedene Kontexte eröffnet werden:

- der arbeitsweltliche Kontext der Arbeitskräfte, die im Rahmen von Dienstleistungssystemen tätig sind;
- der lebensweltliche Kontext von Kunden, die Dienstleistungen im Rahmen ihrer alltäglichen Lebensführung nutzen und selbst an der Realisierung von Dienstleistungen beteiligt sind;
- der unternehmensübergreifende Kontext von Kooperationsnetzwerken und Wertschöpfungsketten, der mit vielfältigen Herausforderungen (etwa im Bereich interkultureller Zusammenarbeit in globalisierten Kooperationsbeziehungen) und Potentialen (wie der Exportfähigkeit von Dienstleistungen) verbunden ist;
- der gesellschaftliche Kontext, in dessen Rahmen Dienstleistungen bestimmte gesellschaftliche Funktionen erfüllen, in dem es aber auch zu Reibungen, zu Brüchen und Auseinandersetzungen zwischen unterschiedlichen Interessengruppen kommen kann.

Neben der Vielfalt von Kontexten zeichnet sich sozialwissenschaftliche Dienstleistungsforschung durch eine Vielfalt von Disziplinen aus, die Beiträge zu einer 3sR liefern können. Im Zentrum stehen dabei nach dem Verständnis der Initiative 3sR Soziologie und Psychologie, jeweils mit stärker spezialisierten Teildisziplinen wie der Arbeits- und Industriosociologie, der Soziologie der Emotionen oder der Arbeits- und Organisationspsychologie. Darüber hinaus können Teile der Kulturwissenschaften, der Verwaltungswissenschaften, der Ethnographie, der Pädagogik, der Pflegewissenschaften usw. zu einer sozialwissenschaftlich ausgerichteten Dienstleistungsforschung gezählt werden.⁴

Sozialwissenschaftliche Dienstleistungsforschung ist des Weiteren in der Lage, das komplexe Bild der Bedeutung von Dienstleistungen auf der Makro-, Meso- und Mikro-Ebene in den Kontext gesellschaftlicher Entwicklungsprozesse zu stellen und dabei sowohl die sozialen Voraussetzungen wie auch die (intendierten und nicht-intendierten) Folgen solcher Prozesse zu identifizieren. Sie kann dazu auf einen reichen Wissensbestand der unterschiedlichen Disziplinen zurück greifen.

Eine weitere spezifische Stärke sozialwissenschaftlicher Thematisierung von Dienstleistungen besteht darin, dass sie aufgrund der ihr zur Verfügung stehenden *Methoden* und des Interesses an der je subjektiven Wirklichkeit der untersuchten Akteure in der Lage ist, das „wirkliche“ Leben der untersuchten Fälle (seien es Personen oder Organisationen) zum Untersuchungsgegenstand zu machen. Die Methoden reichen von qualitativen Zugängen, die in die Tiefe gehen (wie zum Beispiel ethnographische Feldforschung mit ihren verschiedenen Verfahren teilnehmender Beobachtung, soziologische Intensivinterviews oder arbeitspsychologische

⁴ Weitere Disziplinen, die im Rahmen der entstehenden Service Science eine wichtige Rolle spielen (Betriebswirtschaft und ihre Teildisziplinen wie z.B. Dienstleistungsmarketing, die Wirtschaftsinformatik, operations research etc.) werden hier im engeren Sinne nicht dazu gezählt, auch wenn sie mitunter Bezüge zu sozialwissenschaftlichen Fragestellungen aufweisen.



Verfahren der Arbeitsplatzbeobachtung) bis hin zu quantitativen Verfahren empirischer Sozialforschung, die in die Breite gehen (wie zum Beispiel standardisierte Befragungen, Auswertung statistischer Daten, Netzwerkanalysen etc.). Die stark ausgeprägte Ausrichtung einer sozialwissenschaftlichen Befassung mit Dienstleistungen auf deren empirische Untersuchung bietet eine gute Voraussetzung dafür, Dienstleistungssysteme tiefgreifend und umfassend zu verstehen und damit Gestaltungsmöglichkeiten wie auch Gestaltungshindernisse besser zu erkennen.

Um Dienstleistungssysteme erfolgreich erforschen und gestalten zu können, bedarf es einer systematischen Integration einer sozialwissenschaftlichen Perspektive in die Service Science. Damit werden Themen, die bereits Gegenstand der Service Science sind (wissensintensive technologiegestützte Dienstleistungen) nicht nur technologisch und betriebswirtschaftlich, sondern auch sozialwissenschaftlich behandelt. Und es werden wichtige Themen, die nicht im Blickfeld der Informatik oder der Betriebswirtschaftslehre stehen, von sozialwissenschaftlicher Seite aber zum Teil schon seit längerem bearbeitet werden, zum Gegenstand der Service Science gemacht.

Eine Service Science, die auch dezidiert sozialwissenschaftlich ausgerichtet ist, wird darüber hinaus eine normative Ausrichtung von F&E-Maßnahmen nach sich ziehen, die Zielsetzungen wie den wirtschaftlichen Erfolg mit Zielsetzungen wie gesunde Arbeitskräfte oder die Entwicklung nachhaltiger und bedürfnisgerechter Dienstleistungsangebote ergänzt. Auf diese Weise könnten wichtige Impulse für die zukünftige Förderpolitik und die Weiterentwicklung der deutschen Dienstleistungswirtschaft gesetzt werden. Nicht zuletzt besteht dadurch die Chance, die traditionelle Stärke des deutschen Innovations- und Produktionssystems sukzessive auf die ökonomischen und sozialen Zukunftsfelder zu übertragen.

5. POTENZIELLE FORSCHUNGSFELDER DER SOZIALWISSENSCHAFTLICHEN DIENSTLEISTUNGSFORSCHUNG

Die sozialwissenschaftliche Dienstleistungsforschung ist kein Selbstzweck, sondern liefert wichtige Beiträge zur Erhöhung der Innovationskraft. Ein besonderer Forschungsschwerpunkt liegt auf der Erkenntnis, dass in modernen Ökonomien wirtschaftliche und soziale Innovationen immer stärker Hand in Hand gehen, sich einander bedingen und durch vielfältige Wechselwirkungen miteinander verknüpft sind. Die sozialwissenschaftliche Dienstleistungsforschung erkennt, analysiert und reflektiert diese Zusammenhänge und liefert sowohl für Unternehmen wie auch für Akteure aus Gesellschaft und Politik wichtige Hinweise für die Gestaltung und Organisation von Dienstleistungen und Dienstleistungssystemen.

Weltweit führende Unternehmen wie Intel, Microsoft oder Lego bedienen sich schon lange sozialwissenschaftlicher Forschungsmethoden, um ihre Produkte und Dienstleistungen so zu entwickeln, dass sie den tatsächlichen Bedürfnissen ihrer Kunden gerecht werden. Zum Einsatz kommt dabei ein breites Spektrum sozialwissenschaftlicher Perspektiven und Forschungsmethoden – von der computergestützten Netzwerkanalyse bis zur ethnologischen Forschung im Gesundheitswesen. Aus gegenwärtiger Sicht lassen sich unterschiedliche Forschungsfelder benennen, in denen die sozialwissenschaftliche Dienstleistungsforschung Forschungsbeiträge liefern kann, die in dieser Form weder von technisch noch von ökonomisch zentrierten Ansätzen erbracht werden können, und die zugleich für die soziale und ökonomische Entwicklung moderner Volkswirtschaften von elementarer Bedeutung sind:

Transformation zwischen Technologie und Dienstleistung

Technologieeinsatz im Dienstleistungsbereich ist nicht die logische Fortsetzung der Automatisierung in der Sachgutproduktion, sondern verändert unser gesamtes Verständnis von Produkten, Dienstleistungen und Wertschöpfung. Technologie ermöglicht es, Dienstleistungen räumlich und zeitlich zu entkoppeln, zu automatisieren und diese gleichzeitig zu individualisieren oder zu personalisieren. Technologie transformiert Dienstleistungen und Dienstleistungen transformieren Technologie. Denn auch neue Dienstleistungen treiben die Entwicklung technologischer Lösungen. Besonders anschaulich lassen sich diese Entwicklungen etwa im Umfeld von Social Media Anwendungen beobachten, wo kundenbezogene Mehrwerteleistungen zum Ausgangspunkt für die Neugestaltung technischer Lösungen werden. Die sozialwissenschaftliche Dienstleistungsforschung analysiert solche nicht-linearen Wirkungszusammenhänge und schärft das Verständnis für die wechselseitige Transformation zwischen Technologie und Dienstleistung.

Dienstleistungsinnovationen

Dienstleistungsinnovationen unterscheiden sich in vielen Punkten von Produktinnovationen. Sie hängen weniger stark von formalisierten FuE-Prozessen, dafür aber stärker von der Kommunikation in Innovationsnetzwerken und der Qualifikation der Beschäftigten wie auch der Kunden ab. Die sozialwissenschaftliche Dienstleistungsforschung berücksichtigt in ihren Analysen, dass es sich bei Dienstleistungsinnovationen um Aktivitäten handelt, deren Erfolgsfaktoren sich sowohl auf der Mikro-, der Meso- und der Makroebene finden. Darüber hinaus beschäftigt



sich die sozialwissenschaftliche Dienstleistungsforschung nicht nur mit den Voraussetzungen, sondern auch mit den direkten und indirekten Folgen und Wirkungen von Dienstleistungsinnovationen. Solche Folgen reichen von der Neugestaltung der Kundenschnittstelle bis zu sozioökonomischen Folgen von gesamtgesellschaftlicher Relevanz, etwa bei Innovationen in den Dienstleistungssystemen Gesundheit oder Bildung.

Belastung und Beanspruchung von Dienstleistungsarbeit

Die sozialwissenschaftliche Dienstleistungsforschung erforscht die Ursachen und Auswirkungen der Arbeitsbelastung im Umfeld von Dienstleistungstätigkeiten. Vor allem der steigende Anteil an dialogisch-interaktiven Arbeitsbestandteilen führt bei vielen Tätigkeiten zu dienstleistungsspezifischen Belastungssituationen, selbst dann, wenn diese Arbeiten nicht im Dienstleistungssektor erbracht werden. Die sozialwissenschaftliche Dienstleistungsforschung erweitert zudem den Begriff des Arbeitsschutzes auf die gesamte Dienstleistungssituation, die in der Regel auch Kunden und Kooperationspartner einschließt und entwickelt Konzepte, wie konstruktive Beanspruchungen im Arbeitsprozess gefördert und gefährliche Überlastungen und Unterforderungen vermieden werden können. Die sozialwissenschaftliche Dienstleistungsforschung fördert zudem die Entwicklung von Qualifikationen, Kompetenzen und Konzepten, die den Umgang mit dienstleistungsspezifischen Belastungssituationen erleichtern.

Wertschöpfung durch Kundenintegration

Neben neuen Technologien führen neue Wertschöpfungsstrukturen, aber auch Veränderungen im Selbstverständnis von Kunden und Anbietern dazu, dass sich die Rolle der Kunden im Dienstleistungsprozess verändert. Kunden sind längst keine passiven Rezipienten von Leistungen mehr, sondern partizipieren aktiv an der Leistungserbringung und übernehmen wichtige Wertschöpfungsanteile. Wie und warum Kunden sich aber in den Leistungserstellungsprozess integrieren, ist von ökonomischen, sozialen und psychologischen Einflussfaktoren abhängig, die bislang erst ansatzweise identifiziert und erforscht sind. Zudem kommunizieren Kunden immer häufiger untereinander, wobei die Steuerung dieser Kommunikation kaum noch im Einflussbereich des Dienstleistungsanbieters liegt. Die sozialwissenschaftliche Dienstleistungsforschung analysiert die Rolle des Kunden im Wertschöpfungsprozess und entwickelt Lösungen, wie die Interaktion zwischen Kunden und Dienstleistungsanbieter verbessert werden kann.

Wert und Nutzen von Dienstleistungen

Grundsätzlich gilt, dass die monetäre Bestimmung des Nutzens bzw. des Wertes einer Dienstleistung schon aufgrund der hohen Immaterialität der Leistung schwierig ist. Eine rein technische oder betriebswirtschaftliche Betrachtung greift dabei zu kurz. Die sozialwissenschaftliche Dienstleistungsforschung analysiert den Wert und den Nutzen von Dienstleistungen vor dem Hintergrund sozialer, psychologischer und sozio-ökonomischer Rahmenbedingungen und leistet so einen Beitrag zur Konzeption dienstleistungsspezifischer Wertschöpfungsformen, die individuell und kulturell bedingt variieren können. Dabei werden auch schwer messbare, aber

für das Dienstleistungserleben hoch relevante Aspekte wie die menschliche Emotionalität oder kulturell bedingte Denk- und Verhaltensmuster berücksichtigt. Insgesamt führt dies zu einer Erhöhung der Transparenz der Wertschöpfungsbeiträge von Tätigkeiten, die von Mitarbeitern oder Kunden erbracht werden, was wiederum Anknüpfungspunkte für die Gestaltung von Entlohnungssystemen bietet, die gegenwärtig noch größtenteils an den Bedürfnissen einer Sachgutwirtschaft ausgerichtet sind.

Dienstleistungsentwicklung im Spannungsfeld von Migration und Demographie

Der demographische Wandel und die damit verbundenen Fragen der Gestaltung einer Zuwanderungspolitik stellen auch den Dienstleistungssektor vor neue Herausforderungen. Ältere Kunden treffen auf ältere Mitarbeiter im Dienstleistungsprozess. Zugewanderte Arbeitskräfte müssen zugleich integriert werden. Dies führt zu neuen Problemen in der Organisation von Dienstleistungen und zu der Herausforderung, Interaktions-, Prozess- und Qualitätsprobleme im Dienstleistungssektor zu verhindern. Daneben entstehen auch neue Potenziale, z.B. für alters- und migrationssensible Dienstleistungen. Die sozialwissenschaftliche Dienstleistungsforschung ist aufgefordert, die zu erwartenden sozialen Chancen und Folgeprobleme, die aus Migration und Demographie entstehen werden, potenzialorientiert zu analysieren und geeignete Modelle und Unterstützungsstrukturen an der Schnittstelle von Dienstleistern und Kunden zu entwickeln.



6. HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN ZUR STÄRKUNG DER DIENSTLEISTUNGSFORSCHUNG

Die hier formulierten Empfehlungen werden auf drei Ebenen wirksam und richten sich an alle Akteure (Wissenschaft, Forschungsförderung und Wirtschaft), die aktuell Dienstleistungsforschung betreiben bzw. die sich hier künftig stärker engagieren wollen:

a) Mobilisierung

Die sozialwissenschaftliche Dienstleistungsforschung muss ihre Kräfte und Potenziale stärker mobilisieren. Daraus leiten sich folgende Handlungsempfehlungen ab:

- Durchführung einer systematischen Bestandsaufnahme zur Bilanzierung sozialwissenschaftlicher Forschungsbeiträge im nationalen und internationalen Umfeld.
- Identifikation und Ansprache der Stakeholder in Wirtschaft, Wissenschaft und Politik.
- Aufbau einer „Scientific Community“ durch Organisation und Ausrichtung einer einschlägigen Konferenz, möglichst mit internationalem Fokus.
- Intensivere Vermittlung sozialwissenschaftlicher Forschungsbeiträge in die unternehmerische Praxis.

b) Finanzierung

Die sozialwissenschaftliche Dienstleistungsforschung benötigt eine breite und nachhaltige finanzielle Basis. Daraus leiten sich folgende Handlungsempfehlungen ab:

- Bereitstellung einer breiteren Förderbasis zur Unterstützung von grundlagenorientierten Forschungsansätzen.
- Berücksichtigung sozialwissenschaftlicher Frage- und Problemstellungen bei allen (!) Förderaktivitäten im Umfeld der Dienstleistungsforschung.
- Berücksichtigung der sozialwissenschaftlichen Dienstleistungsforschung auch bei kleinteiliger und wirtschaftsbezogener Innovationsförderung.

c) Institutionalisierung

Die sozialwissenschaftliche Dienstleistungsforschung muss als eigenständiger Bestandteil in den institutionellen Strukturen der Dienstleistungsforschung verankert werden. Daraus leiten sich folgende Handlungsempfehlungen ab:

- Etablierung einer nachhaltigen Arbeitsstruktur der Initiative „Social Science Service Research“ (3sR).
- Verankerung der sozialwissenschaftlichen Dienstleistungsforschung in der akademischen Ausbildung (z.B. Graduiertenkollege und Lehrstühle, auch in Fachhochschulen).
- Implementierung sozialwissenschaftlicher Forschungsthemen bei allen gegenwärtig entstehenden Aus- und Weiterbildungsangeboten im Umfeld einer Service Science.

7. MITWIRKENDE AN DIESEM PAPIER

Bienzeisler, Bernd / Klemisch, Michaela
 Fraunhofer IAO
 Mail: bernd.bienzeisler@iao.fhg.de

Kocyba, Hermann Dr.
 Institut für Sozialforschung
 Mail: Kocyba@em.uni-frankfurt.de

Dunkel, Wolfgang Dr.
 Institut für Sozialwissenschaftliche Forschung e.V.
 Mail: wolfgang.dunkel@isf-muenchen.de

Rieder, Kerstin Prof. Dr.
 Hochschule Aalen
 Mail: kerstin.rieder@htw-aalen.de

Elke, Gabriele Prof. Dr.
 Ruhr-Universität Bochum
 Mail: ge@uo.psy.ruhr-uni-bochum.de

Schuckliess, Bertolt (Begleitung PT)
 Projektträger im DLR
 Mail: bertolt.schuckliess@dlr.de

Fidermuc Maler, Zrinka K. Dr. (Begleitung PT)
 Projektträger im DLR
 Mail: zrinka.fidermucmaler@dlr.de

Voß, G. Günter Prof. Dr.
 Technische Universität Chemnitz
 Mail: guenter.voss@soziologie.tu-chemnitz.de

Fischer, Ute Luise Dr. PD
 Technische Universität Dortmund
 Mail: ute.fischer@tu-dortmund.de

Voss-Dahm, Dorothea Dr.
 Institut Arbeit und Qualifikation (IAQ)
 Mail: dorothea.voss-dahm@uni-due.de

Ganz, Walter
 Fraunhofer IAO
 Mail: walter.ganz@iao.fhg.de

Voswinkel, Stephan Dr. habil.
 Institut für Sozialforschung
 Mail: Voswinkel@em.uni-frankfurt.de

Holtgrewe, Ursula Dr. PD
 FORBA
 Mail: holtgrewe@forba.at

Weihrich, Margit Dr.
 Universität Augsburg
 Mail: margit.weihrich@phil.uni-augsburg.de

Jacobsen, Heike Dr.
 Sozialforschungsstelle Dortmund
 Mail: jacobsen@sfs-dortmund.de

Wittke, Volker Prof. Dr.
 Soziologisches Forschungsinstitut Göttingen (SOFI)
 Mail: volker.wittke@sofi.uni-goettingen.de

Klatt, Rüdiger Dr.
 Technische Universität Dortmund
 Mail: Ruediger.Klatt@tu-dortmund.de

Zühlke-Robinet, Klaus (Begleitung PT)
 Projektträger im DLR
 Mail: klaus.zuehlke-robinet@dlr.de

Kleemann, Frank Dr.
 Technische Universität Chemnitz
 Mail: frank.kleemann@soziologie.tu-chemnitz.de



www.3sresearch.de
info@3sresearch.de

Erst durch die Integration sozialwissenschaftlicher Perspektiven wird ein ganzheitliches Verständnis von Dienstleistungen im Sinne einer Service Science möglich. Hier setzt die Initiative „Social Science Service Research“ (3sR) an. Sie bündelt und vernetzt sozialwissenschaftliche Kompetenzen der Dienstleistungsforschung und gibt Impulse für einen integrativen und interdisziplinären Forschungsansatz.