

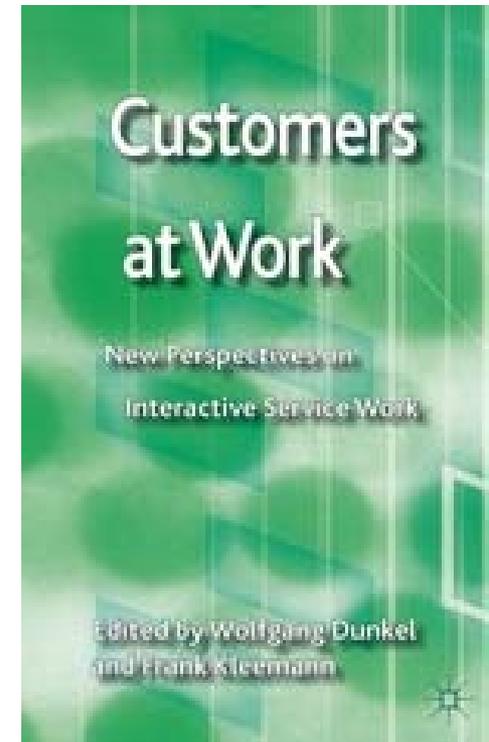
Warum arbeiten die arbeitenden Kunden? Eine Tagebuchstudie

Kerstin Rieder & G. Günter Voß

2. Tagung der Initiative 3sR, München, 27.-28. März 2014

Der arbeitende Kunde

- Unternehmen betreiben ein systematisches **Outsourcing** von Tätigkeiten an Kundinnen und Kunden
- Kunden wirken in zunehmend **mehr Bereichen** aktiv an der Leistungserbringung mit
- Kunden bedienen sich dabei nicht nur selbst, sie **bedienen** zunehmend auch **andere Kunden**
- Es entsteht ein neuer Typus des Konsumenten, der in starkem Kontrast zum bisher vorherrschenden Typ des kaufenden Kunden steht: **der arbeitende Kunde** (Voß & Rieder, 2005; Rieder & Voß, 2013)



Konsequenzen: Entgrenzung und Enteignung

- Konsequenzen des Outsourcing zum Kunden: Die **Grenzen** zwischen Arbeit (als Kunde für Unternehmen) und privatem Leben lösen sich tendenziell auf
- **Aspekte** unternehmerischer Kontrolle dringen in das private Leben ein
- **Selbstbestimmung** von Tätigkeiten (auch) außerhalb der Erwerbstätigkeit wird zunehmend in Frage gestellt, es besteht die Gefahr der **Entfremdung** in der Tätigkeit des arbeitenden Kunden
- Dies war unsere **Argumentation** (Voß & Rieder, 2005) ...
- ... allerdings waren wir in Diskussionen zum arbeitenden Kunden immer wieder mit Beispielen konfrontiert, die nahe legen, dass Kunden **willig und sogar begeistert** arbeiten. **Aber warum?**

Der arbeitende Kunde: entfremdet?

- Wir wollten dieser Frage nachgehen und dazu auf Marx' Konzept der **Entfremdung** aus den ökonomisch-philosophischen Manuskripten von 1844 zurückgreifen
- Beleuchtet werden sollte:
 - Welche Arbeit Personen in ihrer Rolle als Kunden heute leisten
 - Wie sie ihre Arbeit erleben und
 - Ob sie dabei Entfremdung erfahren
- Die Studie war Teil des Forschungsprojekts **Professionalisierung interaktiver Arbeit (PiA)**, in dem umfassende qualitative und quantitative Erhebungen in unterschiedlichen Feldern von Dienstleistungsarbeit durchgeführt wurden
- PiA wurde gefördert vom **Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF)** und dem **Europäischen Sozialfonds (ESF)** in der Zeit von 2008 bis 2012

Exkurs: Kritik an Marx' Konzept der Entfremdung

- **Marx' Konzept der Entfremdung** wurde in den 1970er Jahren vielfach in der Arbeitssoziologie und Arbeitspsychologie thematisiert
- Mit dem Trend zur **Entgrenzung und Subjektivierung von Arbeit** (vgl. Gottschall & Voß, 2005; Kratzer, 2003) stellt sich die Frage nach Entfremdung (Comor, 2010; Jaeggi, 2005; Rey, 2012) oder nach falscher Disidentifizierung (Cremin, 2010) heute in neuer Form
- Seitdem gab es jedoch viel **Kritik**, unter anderem an mangelnder definitorischer Klarheit und inflationärer Verwendung sowie an der **essentialistischen Definition** von Entfremdung (Voß & Rieder, 2005; Jaeggi, 2005)
 - Es wird argumentiert, dass die **freie** und **bewusste** Tätigkeit nicht notwendig mit dem menschlichen **Wesen** verknüpft ist
 - Diese ist vielmehr *ein* menschliches **Potenzial**, welches spätestens seit der philosophischen Aufklärung hohe Wertschätzung erfährt

Exkurs: Rekonstruktion des Konzepts der Entfremdung

- In Abgrenzung von einem essentialistischen Verständnis kann **Entfremdung** dann als **Erleben von Fremdheit** beschrieben werden, die aus der **Beschränkung des Potenzials für freie und bewusste Tätigkeit** resultiert (Voß & Rieder, 2005)
- Mit Bezug auf die sozialphilosophischen Überlegungen bei Jaeggi (2005) kann dies wie folgt **konkretisiert** werden: **Entfremdung** ist gekennzeichnet durch den Mangel an **Selbstbestimmung** und an **sinnvollen Zielen**, mit denen sich Arbeitende identifizieren können

Tagebuchstudie

- Ein **Dienstleistungstagebuch** wurde eigens für die Studie entwickelt (Schröder et al., 2012)
- Die **Instruktion** der Teilnehmenden erfolgte auf Basis einer Kurzanleitung mit Comic-Beispielen für Dienstleistungsepisoden
- Verteilung durch „Schneeballsystem“ und Werbung (Flyer), insgesamt konnten **28 Personen** für die Teilnahme gewonnen werden
- Die Teilnehmenden waren **heterogen** bezogen auf Geschlecht, Alter (15-77 Jahre alt) und Bildung (Akademiker und Nicht-Akademiker)
- Gefragt waren Schilderungen der Inanspruchnahme von Dienstleistungen inklusive Tätigkeiten als **arbeitende Kunden** für die unterschiedlichsten Unternehmen



Beispiel: Erfahrung der Entfremdung

- Ein **Beispiel** von einer 44-jährigen Frau:
“In unserer Straße werden die Mülltonnen nur geleert, wenn sie vorher aus den „Tonnenschränken“ geholt werden, obwohl die Schränke auch direkt an der Straße stehen (früher war das anders). Ich holte also drei verschiedene Mülltonnen aus dem Schrank und stelle sie fünf Meter entfernt an der Straße auf. Am Abend erfolgt das ganze umgekehrt.”
- Ihr **Kommentar** zu dieser Episode:
”Lieber hätte ich es, wenn wie früher die Müllmänner die Tonnen selber herausholen. So habe ich immer Panik, dass ich das Herausstellen vergesse und 14 Tage auf dem Müll sitzenbleibe.”
- Das Beispiel kann interpretiert werden als Erfahrung der **Entfremdung**, in der Tätigkeit **fehlen** aus Sicht der Kundin **Selbstbestimmung** und **sinnvolle Ziele**
- Auch bei **anderen Kunden** werden bei einer Reihe von Tätigkeiten Erfahrungen von Zwang und Sinnlosigkeit beschrieben, die mithin als **Entfremdung** interpretierbar sind, insbesondere bei der Nutzung von Automaten sowie der Müllbeseitigung

Entfremdung und Aneignung

- Andere Beispiele waren im Gegensatz dazu gekennzeichnet dadurch, dass die Kunden **Gestaltungsfreiheit** hatten oder sich diese nahmen
- Marx bezieht sich auf **Aneignung** als **Gegenstück** zu Entfremdung
- Aneignung ist dadurch gekennzeichnet, dass das Individuum **aktiv** ist und das Objekt, an dem er oder sie arbeitet in irgendeiner Weise **ändert** (das kann ein materielles oder immaterielles Objekt sein)
- Als Aneignung kann eine Tätigkeit definiert werden, die (Jaeggi, 2005):
 - nicht zu einem anderen Zweck verfolgt wird sondern, die **um ihrer selbst willen** durchgeführt wird (oder werden könnte)
 - mit der sich das Individuum **identifizieren** kann
- Manche Erfahrungen der Kundinnen und Kunden können dementsprechend als Erfahrungen der **Aneignung** interpretiert werden

Beispiel: Erfahrung von Aneignung

- Das folgende Beispiel eines **Frühstücks in einem Hotel in Italien** kann als Erfahrung der Aneignung interpretiert werden
- Ein voraussichtlich **unerfreuliches Dienstleistungsangebot** wird von den Kunden entsprechend ihren Vorstellungen **umgestaltet**:
"Eine Hotel-Mitarbeiterin drückt uns ein Körbchen in die Hand, in dem zwei in Plastikfolie verpackte Hörnchen und zwei kleine Plastikbecher mit Cappuccino sind. Der Cappuccino ist gut, sagen andere Gäste, die ihr Körbchen abholen, zu uns. Im Keller ist ein winziger Frühstücksraum. Wir gehen mit unserem Körbchen raus auf den Platz vor dem Hotel in die Sonne, stellen es auf eine Mauer und frühstücken dort. Fantastisch!"

Dimensionen der Aneignung

Versucht man, **Aneignung differenzierter zu beschreiben**, so kann man dazu auf drei Dimensionen zurückgreifen, die **Marx** zur Beschreibung der Entfremdung verwendet:

1. Aneignung des **Produkts**: Arbeitende Kunden können am Design von Produkten oder Dienstleistungen mitwirken und vielfach gehört ihnen anschließend das Produkt oder sie nutzen die Dienstleistung;
2. Aneignung in der **Herstellung**: Arbeitende Kunden haben nicht selten Freiräume zur Entscheidung darüber, wie sie arbeiten möchten;
3. Aneignung in der **Interaktion zwischen Personen**: Arbeitende Kunden können auf die Gestaltung der Interaktion mit Mitarbeitenden Einfluss nehmen.

Wirklich Aneignung?

- Inwieweit es im Einzelfall sinnvoll ist, von Aneignung zu sprechen, ist mitunter nicht leicht zu entscheiden
- So gibt es beispielsweise im Crowdsourcing Beispiele dafür, dass User vermeintlich am Design von Produkten mitwirken können, faktisch ist die Mitwirkung sehr beschränkt und im Vordergrund steht eine neue Form der Produktwerbung (Kleemann, Rieder & Voß, 2009)

Beispiel: Routine

- **Jenseits von** Erfahrungen der **Entfremdung** und der **Aneignung** finden sich in den Dienstleistungstagebüchern Beispiele, die von reibungsloser **Routine** zeugen
- Ein 39 Jahre alter Mann beschreibt ein solches Beispiel: “Zug-Ticket gekauft. Online am Computer zu Hause.“
- Sein Kommentar hierzu lautet:
„Nichts Besonderes, da schon oft gemacht.“
- Es gibt eine Reihe solcher Tätigkeiten, die als reibungslos und gut in den Alltag integrierbar beschrieben werden, gewissermaßen **gelingende Routinen**
- Oft wird hierbei auch auf die Möglichkeit des **Einsparens von Zeit** durch Selbstbedienungsangebote eingegangen

Fazit

- Die Studie auf Basis der Dienstleistungstagebücher gibt einen Einblick in die **Erfahrungen arbeitender Kunden mit unterschiedlichsten Unternehmen** in ihrem Alltag
- Im Erleben der Kunden werden bei einer Reihe von Tätigkeiten Erfahrungen von **Entfremdung** beschrieben, insbesondere bei der Nutzung von Automaten sowie der Müllbeseitigung
- Es gibt aber auch eine Reihe von Tätigkeiten, die als **gelingende Routinen** beschrieben werden
- Einige wenige Tätigkeiten bieten sogar Hinweise auf Prozesse der **Aneignung**
- Sowohl gelingende Routinen als auch (insbesondere) Erfahrungen der Aneignung können als Erklärung dafür herangezogen werden, dass arbeitende Kunden mitunter ihre Arbeit durchaus **positiv erleben und bereitwillig übernehmen**

Literatur

Comor, E. (2010). Digital prosumption and alienation. *Ephemera*, 10 (3 / 4): 439-454.

Cremin, C. (2010). Never Employable enough: The (Im)possibility of Satisfying the Boss's Desire. *Organization*, 17 (2): 131-149.

Gottschall, K. & Voß, G.G. (2005) (Hrsg.). *Entgrenzung von Arbeit und Leben. Zum Wandel der Beziehung von Erwerbstätigkeit und Privatsphäre im Alltag* (2. Aufl.). München: R. Hampp Verlag.

Jaeggi, R. (2005). *Entfremdung – Zur Aktualität eines sozialphilosophischen Problems*. Frankfurt a.M.: Campus.

Kleemann, F., Rieder, K. & Voß, G. G. (2009). Kunden als Innovatoren: Die betriebliche Nutzung privater Innovativität im Web 2.0 durch „Crowdsourcing“. *Wirtschaftspsychologie*, 1, 28-35.

Kratzer, N. (2003). *Arbeitskraft in Entgrenzung. Grenzenlose Anforderungen, erweiterte Spielräume, begrenzte Ressourcen*. Berlin: edition sigma.

Marx, K. (1985). *Ökonomisch-philosophische Manuskripte aus dem Jahr 1844* (Marx Engels Werke, Bd. 40). Berlin (Ost): Dietz.

Rey, P.J. (2012). Alienation, Exploitation and Social Media. *American Behavioral Scientist*, 56 (4): 399-420.

Rieder, K. & Voß, G. G. (2013). The Working Customer – a Fundamental Change in Service Work. In W. Dunkel & F. Kleemann (eds.), *Customers at Work. New Perspectives on Interactive Service Work* (pp. 177-196). Houndmills: Palgrave.

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 (Hg.): 3sResearch. Sozialwissenschaftliche Dienstleistungsforschung. Stuttgart: Fraunhofer Verlag. CD-Rom.

Voß, G. G. & Rieder, K. (2005). *Der arbeitende Kunde. Wenn Konsumenten zu unbezahlten Mitarbeitern werden*. Frankfurt a.M.: Campus.

**DANKE FÜR DIE
AUFMERKSAMKEIT!**