

Alan Gartner/Frank Riessman

Der aktive Konsument
in der
Dienstleistungsgesellschaft

Zur politischen Ökonomie
des tertiären Sektors

Mit einem Nachwort von Bernhard Badura
Übersetzt von Christa Kickbusch
und Gudrun Lachenmann



Suhrkamp Verlag

Inhalt

Vorwort	9
Einleitung	11
<i>Kapitel I</i>	
Ein Überblick: Das Profil der Dienstleistungsgesellschaft	30
<i>Kapitel II</i>	
Politische Ökonomie	62
<i>Kapitel III</i>	
Die Entstehung der Konsumentenmacht	98
<i>Kapitel IV</i>	
Die Kultur der Dienstleistungsgesellschaft: Die Wertexplosion der 60er Jahre	120
<i>Kapitel V</i>	
Gibt es eine neue Arbeitsethik?	140
<i>Kapitel VI</i>	
Die Krise im Bildungssektor	164
<i>Kapitel VII</i>	
Die Dialektik von Professionellen und Konsumenten	180
<i>Kapitel VIII</i>	
Der Konsument: Eine versteckte Ressource zur Steigerung der Produktivität personenbezogener Dienstleistungen	216
<i>Kapitel IX</i>	
Ausbildung für eine Konsumenten-orientierte Praxis	249
<i>Kapitel X</i>	
Planung und Organisation einer Konsumenten-orientierten Praxis	277

Kapitel XI

Grenzen und Möglichkeiten 307

Schluß: Alles über Menschen (und Profite) 321

Bernhard Badura

Von einer Theorie der Dienstleistungsgesellschaft zur
Theorie der Dienstleistung 325

Register 346