

Verena Koch

Interaktionsarbeit bei produktbegleitenden Dienstleistungen

Am Beispiel des technischen Services
im Maschinenbau

Mit einem Geleitwort von Prof. Dr. Fritz Böhle



RESEARCH

Inhaltsverzeichnis

Geleitwort.....	v
Vorwort	vii
Inhaltsverzeichnis.....	ix
Abkürzungsverzeichnis	xiii
Abbildungsverzeichnis.....	xv
Tabellenverzeichnis.....	xvi
1 Einführung und Begriffsklärungen.....	1
1.1 Problemstellung	1
1.2 Ziel und Struktur der vorliegenden Arbeit.....	2
1.3 Begriffsklärungen.....	4
1.3.1 Dienstleistungen	4
1.3.2 Produktbegleitende Dienstleistungen	8
1.3.3 Personenbezogene Dienstleistungen.....	12
1.3.4 Kompetenz und andere Konstrukte.....	14
Teil A: Produktbegleitende Dienstleistungen.....	18
1 Grundlagen produktbegleitender Dienstleistungen	18
1.1 Dienstleistungsgesellschaft und Tertiärisierung von Industriebetrieben.....	18
1.1.1 Entwicklung zur Dienstleistungsgesellschaft	18
1.1.2 Tertiärisierung von Industriebetrieben.....	19
1.1.3 Tertiärisierung und Industrialisierung	21
1.2 Ausprägungsformen produktbegleitender Dienstleistungen	22
1.3 Bedeutung produktbegleitender Dienstleistungen	25
1.4 Vertragsarten und erweiterte Modelle produktbegleitender Dienstleistungen.....	26
1.4.1 Serviceverträge	27
1.4.2 Generalunternehmerschaft	28
1.4.3 Betreibermodell	28
1.5 Quantitative Untersuchungen zu produktbegleitenden Dienstleistungen	30
1.5.1 Untersuchung des Fraunhofer ISI.....	30
1.5.2 Untersuchung des VDMA	33
1.5.3 Untersuchung des Statistischen Bundesamtes	36
1.5.4 Zusammenfassung der Tendenzen im Maschinenbau	38
2 Anforderungen bei produktbegleitenden Dienstleistungen.....	39
2.1 Kundeninduzierte Anforderungen.....	40
2.2 Anforderungen an die Organisation des Dienstleistungsunternehmens.....	44
2.3 Anforderungen an Dienstleister an der front line.....	47

2.3.1	Allgemeine Anforderungen an Dienstleister	48
2.3.2	Anforderungen an Dienstleister im technischen Service	51
2.3.3	Technischer Service als personenbezogene Dienstleistung	56
3	Fazit	56
Teil B:	Personenbezogene Dienstleistungsarbeit	59
1	Soziale Interaktion als Arbeit	60
1.1	Dienstleistungsbeziehung	60
1.2	Interaktionsrahmen	64
1.3	Institutionell-organisatorische Rollen in Dienstleistungsbeziehungen	65
1.4	Kooperation	67
1.5	Mittel in der Kooperation	69
2	Emotionsarbeit als Teil sozialer Interaktion	71
2.1	Konzept der Emotionsarbeit	71
2.2	Folgen von Emotionsarbeit	76
2.2.1	Negative Folgen von Emotionsarbeit	77
2.2.2	Positive Folgen von Emotionsarbeit	80
2.2.3	Die Bedeutung von Autonomie	82
2.3	Strategien und Funktionen in der Emotionsarbeit	84
2.4	Anforderungen der Emotionsarbeit an Dienstleister	86
3	Gefühlsarbeit als Teil sozialer Interaktion	89
3.1	Konzept der Gefühlsarbeit	89
3.2	Typen der Gefühlsarbeit	90
3.3	Anforderungen der Gefühlsarbeit an Dienstleister	94
4	Subjektivierendes Arbeitshandeln als Teil sozialer Interaktion	94
4.1	Konzept des subjektivierenden Arbeitshandelns	94
4.2	Anforderungen des subjektivierenden Arbeitshandelns an Dienstleister	104
5	Interaktionsarbeit	106
5.1	Konzept der Interaktionsarbeit	106
5.2	Typologien von Interaktionsarbeit	109
5.3	Folgen von Interaktionsarbeit	115
5.4	Anforderungen der Interaktionsarbeit an Dienstleister	116
6	Fazit	118
Teil C:	Empirische Untersuchung	121
1	Untersuchungsdesign	121
1.1	Untersuchungsfragen	121

1.2	Methodenwahl.....	123
1.3	Auswahl der Interviewpartner und Durchführung der Interviews	126
1.4	Auswertung der Interviews	128
1.5	Profil der untersuchten Unternehmen	131
1.5.1	Unternehmen 1: Werkzeugmaschinen.....	132
1.5.2	Unternehmen 2: Energieanlagen.....	133
1.5.3	Unternehmen 3: Automationsanlagen	134
1.5.4	Unternehmen 4: Archivierungssysteme.....	135
1.5.5	Unternehmen 5: Motoren- und Turbinenhersteller	136
2	Service t ätigkeit.....	136
2.1	Formen der Service t ätigkeit.....	137
2.1.1	Wartung	137
2.1.2	Inbetriebnahme	138
2.1.3	Service h otline	139
2.1.4	Störfall	139
2.1.5	Umbau	140
2.1.6	Teleservice.....	140
2.1.7	Beratungsarbeit.....	141
2.1.8	Schulung	141
2.2	Ableitung einer Typologie von Service t ätigkeit	141
2.2.1	Wartung	144
2.2.2	Inbetriebnahme	144
2.2.3	Service h otline	145
2.2.4	Störfall	145
2.2.5	Umbau	146
2.2.6	Teleservice.....	147
2.2.7	Beratungsarbeit	147
2.2.8	Schulung	148
2.2.9	Fazit: Anwendung der Typologie im technischen Service	148
3	Service t ätigkeit als Interaktion	150
3.1	Funktionen des Servicetechnikers in der Interaktion	151
3.1.1	Der Servicetechniker als Bindeglied zwischen Kunde und Dienstleistungs- unternehmen	151
3.1.2	Der Servicetechniker als Vertriebsmitarbeiter	152
3.1.3	Der Servicetechniker als Informationsmedium	152
3.1.4	Der Servicetechniker als Repräsentant des Unternehmens.....	153
3.1.5	Der Servicetechniker als Prellbock.....	154
3.1.6	Der Servicetechniker als Detektiv	155
3.2	Kundenorientierung im technischen Service	155
3.3	Interaktionsbeziehung Servicetechniker - Kunde	159
3.3.1	Der Servicetechniker als Experte.....	159
3.3.2	Der Kunde als Auftrag- und Geldgeber.....	161

3.3.3	Der Servicetechniker als Hilfsbedürftiger	163
3.3.4	Der Kunde als Störenfried	164
3.3.5	Fazit: technischer Service als Dispositionsbeziehung	165
3.4	Kooperation.....	166
3.4.1	Geben und Nehmen	166
3.4.2	Vertrauen als Basis für Kooperation.....	167
4	Interaktionsarbeit: Herausforderung und Strategien in der Kooperation.....	170
4.1	Emotionsarbeit als Schutz- und Kooperationsstrategie.....	170
4.1.1	Tiefenhandeln	171
4.1.2	Oberflächenhandeln.....	175
4.1.3	Distanz durch „Pelzigkeit“ oder Ablenkung.....	176
4.1.4	Faking in good und bad faith	178
4.1.5	Emotionale Devianz - wenn Grenzen überschritten werden.....	182
4.2	Gefühlsarbeit.....	183
4.2.1	Vertrauensarbeit.....	184
4.2.2	Fassungsarbeit.....	186
4.2.3	Kontextbezogene Gefühlsarbeit.....	188
4.2.4	Erziehungsarbeit	189
4.2.5	Weitere Gefühlsarbeitstypen.....	190
4.3	Subjektivierendes Arbeitshandeln.....	191
4.3.1	Unwägbarkeiten	192
4.3.2	Dialogisch-exploratives Vorgehen	193
4.3.3	Sinnliche Wahrnehmung	195
4.3.4	Anschauliches Denken und Erfahrungswissen	197
4.3.5	Empathie als Mittel zur Kooperation.....	200
5	Fazit zur Interaktionsarbeit im technischen Service	202
Teil D: Schluss		204
1	Interaktionskompetenz als Anforderung im technischen Service	204
1.1	Anforderungen der Unternehmen an Servicetechniker.....	204
1.2	Interaktionskompetenz im technischen Service.....	206
1.3	Fazit zur Interaktionskompetenz	209
2	Resümee	209
Literaturverzeichnis.....		217