GENDER
OPEN
REPOSITORIUM

# Affektive Subjektivierung: Arbeit und Geschlecht

**Sauer, Birgit; Penz, Otto**

**2014**

**https://doi.org/10.25595/3844**

**Veröffentlichungsversion / published version**
**Zeitschriftenartikel / journal article**

**Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:**

Sauer, Birgit; Penz, Otto: *Affektive Subjektivierung: Arbeit und Geschlecht*, in: FZG (FZG – Freiburger Zeitschrift für GeschlechterStudien), Jg. 20 (2014) Nr: 2, 79–94. DOI: https://doi.org/10.25595/3844.

**Erstmalig hier erschienen / Initial publication here: https://doi.org/10.3224/fzg.v20i2.17136**

GenderOpen – Repositorium für die Geschlechterforschung: www.genderopen.de

FREIE
UNIVERSITÄT
BERLIN

HUMBOLDT-UNIVERSITÄT ZU BERLIN

Freiburger Zeitschrift für Geschlechterstudien 20/2: 79-94

Birgit Sauer/Otto Penz

# Affektive Subjektivierung: Arbeit und Geschlecht[1]

**Zusammenfassung:** Der Aufsatz thematisiert die affektive Arbeit von *front line*-Beschäftigten am Beispiel der österreichischen gelben Post. Seit der Privatisierung des Unternehmens stellt affektive Arbeit einen zentralen Bestandteil der neuen Kundenorientierung dar. Interviews zeigen das Spannungsverhältnis zwischen den betriebswirtschaftlichen Ansprüchen der Konzernleitung und dem Gefühlsmanagement, das am unteren Ende der Betriebshierarchie im Kundenkontakt zu leisten ist und sich in Kundenfreundlichkeit zeigen soll, aber auch mit Angst und Stressgefühlen verbunden ist. Dabei bilden Foucaults Konzept der Gouvernementalität und Connells Konzeption *hegemonialer Männlichkeit* die theoretische Basis für die Erforschung der Integration bislang weiblich konnotierter affektiver Praxen in den traditionell männlich dominierten Dienstleistungsbereich der Post. Wir erarbeiten daraus das Konzept der vergeschlechtlichten affektiven Subjektivierung und hinterfragen die Auswirkungen dieser Prozesse auf die Konstruktionen von Männlichkeit/en und Weiblichkeit/en, auf die Vergeschlechtlichung von Tätigkeiten und hinsichtlich neuer Formen von Über- und Unterordnung.

**Schlagwörter:** Hegemoniale Männlichkeit; affektive Arbeit; Subjektivierung; unternehmerisches Selbst; Gender.

## Affective Subjectivation: Work and Gender

Abstract: The article examines affective labor of front line-service workers of the Austrian Post. Since the transformation of the public postal service into a listed company and with the new focus of the company on customer friendly services, emotionality became a core issue of the work process. Our investigation focuses on the tensions between management control of affective labor and emotional self-management at the bottom of the company's hierarchy, where friendliness is expected but service workers also have to cope with fear and feelings of stress. Foucault's theory of governmentality and Connell's concept of "hegemonic masculinity" provide the theoretical framework for our analysis of hitherto supposedly feminine emotional practices in interactive service professions. The results of our fieldwork point to gendered affective subjectivation processes at the workplace, where the construction of femininity and masculinity, the gendering of work practices and new relations of superiority and subordination are at stake.

**Keywords:** hegemonic masculinity; affective labor; subjectivation; entrepreneurial self; gender.

## Neoliberaler Wandel der Arbeit und Affekte. Einleitung

Neoliberale Transformationen sind in den Ländern der Europäischen Union unter anderem durch die Privatisierung staatlicher Unternehmen und öffentlicher Dienstleistungen gekennzeichnet. Dieser Rückzug des Staates, der in den 1970er Jahren einsetzte, koinzidiert mit dem sukzessiven Umbau des Industrie-

© 2014 Budrich Unipress. 10.3224/09489975214

kapitalismus zu Dienstleistungsökonomien. Mit dem Anstieg der Dienstleistungen wächst – in den Worten Michael Hardts – auch der Anteil der so genannten „immateriellen Arbeit", die auf die Produktion immaterieller Güter, von kulturellen Produkten, Kooperation und Netzwerken abstellt (Hardt 1999: 90). Diese beiden Entwicklungen, der neoliberale Umbau des Staates und die Entstehung eines „kognitiven Kapitalismus" (Moulier Boutang 2011; Lorey/Neundlinger 2012), also einer Produktionsweise, die auf Wissen, Kommunikation und Kreativität basiert, kumulieren in einem Bedeutungszuwachs von Affekten im Arbeitsprozess.[2] Affektive Arbeit, also das Herstellen von persönlichen Beziehungen, wird zentral für die Produktivität, und sie gewinnt im Arbeitsprozess gegenüber anderen Formen der Arbeit zunehmend an Bedeutung (Hardt 1999).

Bereits Arlie Hochschild (1983) hat in ihrer bahnbrechenden Studie *The Managed Heart* die Indienstnahme von Gefühlsarbeit für kapitalistische Zwecke herausgearbeitet. Hochschilds Arbeiten fokussieren die Profit- und Leistungssteigerung durch Gefühlsarbeit und die damit verbundene Entfremdung, etwa in Form von emotionaler Dissonanz. Michael Hardt hingegen geht es im Rahmen der neomarxistischen Perspektivierung des „kognitiven Kapitalismus" um neue Formen des Sozialen, der Kooperation und Bezogenheit, sowie um neue kollektive Subjektivitäten, also Solidarität, die in der immateriellen Arbeit möglich werden: Affektive Arbeit schaffe, intendiert oder unintendiert, neue Formen der Gemeinsamkeit und des kollektiven Handelns (Hardt 1999: 96).

Die neuen affektiven Arbeitsanforderungen und Kooperationsmöglichkeiten verändern, so der Tenor dieser Überlegungen, die Subjektwerdung wie auch die Vergesellschaftung im Neoliberalismus im Vergleich zur industriekapitalistischen Epoche. Nicht zuletzt steht dabei das Geschlechterverhältnis zur Disposition, galt doch in der Moderne die Gefühlsarbeit, von der familiären Sorgearbeit bis hin zu den personenbezogenen und interaktiven Dienstleistungen der Marktwirtschaft, als weibliches Aufgabengebiet (Hochschild 1983: 162ff.). Gefühlsarbeit war somit ein zentraler Modus der geschlechtsspezifischen Arbeitsteilung – eine Form, um vergeschlechtlichte Berufspositionen zu (re-)produzieren, aber auch zu verschieben, ja mehr noch, eine Art und Weise, um Weiblichkeit und Männlichkeit herzustellen.

Mit einer affektbezogenen Perspektive auf den neoliberalen Strukturwandel von Arbeit lassen sich nun mehrere Paradoxien dieses Prozesses untersuchen: zum einen eine ‚Privatisierung' von Arbeit und eine ‚Veröffentlichung' von Privatheit als Prozess der Entgrenzung von Arbeitszeit und Freizeit, also eine Privatisierung des Öffentlichen durch Affekte. Zum anderen lässt sich mit einem solchen Zugang der Wandel der Geschlechtervorstellungen nachzeichnen, die eng mit der Idee der Trennbarkeit von öffentlich und privat und der emotionalen Kodierung dieser Sphären verbunden sind.

Unsere Studie über affektive Arbeit im Prozess der Privatisierung der Österreichischen Post AG ist in diesem Kontext angesiedelt. Sie fragt nach den affektbezogenen vergeschlechtlichten Subjektivierungsweisen im gegenwärtigen ökonomischen Transformationsprozess, der von neoliberalen Vorstellungen über freie Märkte beherrscht wird. In diesem Veränderungsprozess der globalen Ökonomie wurde die Österreichische Post 1996 aus der staatlichen Hoheitsverwal-

tung ausgegliedert und zehn Jahre später fast zur Hälfte über die Börse an private Eigentümer verkauft. Eine merkliche Folge für die Filialmitarbeiter_innen ist, dass die Herstellung von Kundenzufriedenheit, also affektive Arbeit an den Schaltern der Postfilialen, den Schnittstellen zwischen Unternehmen und Kundschaft, zu einem entscheidenden Kriterium für den Unternehmenserfolg (nämlich den Profit oder *shareholder value* des Konzerns) wurde. Zudem veränderte sich das Selbstverständnis der Postmitarbeiter_innen fundamental.

Unsere Untersuchung lotet anhand von Dokumentenanalysen, Expert_innengesprächen mit Führungskräften in der Personalabteilung und Interviews mit Filialmitarbeiter_innen das Spannungsverhältnis zwischen den betriebswirtschaftlichen Ansprüchen der Konzernleitung und dem Affektmanagement aus, das am unteren Ende der Betriebshierarchie im Kundenkontakt an den Schaltern der Postfilialen zu leisten ist. Unsere Studie fragt danach, ob und wie die Privatisierung öffentlicher Betriebe durch Affekte und Geschlechterverhältnisse moduliert ist, welche Konsequenzen die Mobilisierung von Affekten und Geschlecht für die Transformation des öffentlichen Dienstes zeitigt und welche geschlechtsspezifischen Folgen die neuen affektiven Anforderungen haben. Im Mittelpunkt unseres Textes steht zum einen die Frage, wie sich der Umbauprozess der Post von einer staatlich-bürokratischen Organisation in ein marktwirtschaftliches, gewinnorientiertes Dienstleistungsunternehmen und die Mobilisierung von Affekten im Zeichen der Kundenorientierung auf die Arbeitsverhältnisse auswirkt und wie die Postmitarbeiter_innen mit diesen Veränderungen umgehen. Zum anderen wirft diese Affektualisierung von Arbeit die Frage auf, ob die damit einhergehenden Subjektivierungsprozesse zu Veränderungen der Geschlechterordnung führen. Unser Beitrag versucht daher, sowohl geschlechtsspezifische Umdeutungen von affektiver Arbeit sichtbar zu machen wie auch Verschiebungen von „hegemonic masculinity" (Connell 1995: 77) im Kontext rekonstruierter ungleicher Zweigeschlechtlichkeit anschaulich zu machen, die aus dem unternehmerischen Einsatz von Affekten, aus dem Zusammenspiel von Leistungs- und Wettbewerbsorientierung und Affektmanagement resultieren.

Die theoretische Konzeption von „hegemonialer Männlichkeit" wurde in den 1980er Jahren von Raewyn Connell (z.B. 1987) entwickelt und bezeichnet bis heute „the pattern of practice (...) that allowed men's dominance over women to continue" (Connell/Messerschmidt 2005: 832). Die Besonderheit des theoretischen Ansatzes besteht darin, nicht bloß Männlichkeit und Weiblichkeit in Relation zueinander zu setzen, sondern darüber hinaus von einer Pluralität in Beziehung stehender (kontextabhängiger) Männlichkeiten auszugehen, die allesamt der Normativität des hegemonial-konsensuellen Models unterliegen. Damit rücken untergeordnete und marginalisierte Männlichkeiten, aber auch die Hybridisierung von Männlichkeitskonzeptionen stärker ins Blickfeld der Analyse. Hegemonie verweist in dieser Konzeption nicht auf einen empirisch vorherrschenden Typus von Mann, sondern auf ein Leitbild von Männlichkeit, etwa im Sinn einer „transnational business masculinity", die einzelne CEOs verkörpern (Connell 1998: 16). Dieses hegemoniale Leitbild wird durch Diskurse, Praktiken und (teils unbewusste) körperliche Gewohnheiten, also durch

Konsens erzeugt und stellt Herrschaftsverhältnisse sowohl innerhalb des männlichen Geschlechts als auch zwischen den Geschlechtern her. Das ursprüngliche theoretische Gegenstück zur „hegemonialen Männlichkeit", nämlich „betonte Weiblichkeit" („emphasized femininity"), spielt allerdings in den Männlichkeitsstudien kaum mehr eine Rolle, bedauern Raewyn Connell und James Messerschmidt: „Focusing only on the activities of men occludes the practices of women in the construction of gender among men" (Connell/Messerschmidt 2005: 848). Wir werden uns im Folgenden bemühen, diese vernachlässigte Relation zwischen den Geschlechtern stärker zu berücksichtigen, und greifen zugleich ein Beispiel auf, das den beiden Autor_innen symptomatisch für die gegenwärtige Modernisierung hegemonialer Männlichkeit erscheint, nämlich die Einführung von New Public Management in öffentlichen Dienstleistungsorganisationen, „which rejects old-style bureaucracy and believes in 'flatter' organizations, equal opportunity, and family-friendly employment policies" (ebd.: 853).

Unser Aufsatz basiert auf der Analyse von Schulungsmaterialien und internen Unterlagen zur Mitarbeiterführung der Post AG, die über erwünschtes Verhalten im Kundenkontakt und über ‚feeling rules' der Organisation Auskunft geben. Darüber hinaus führten wir im Jahr 2010 Expert_innengespräche mit neun Personen in leitenden Positionen der Personalabteilung über persönliche Fähigkeiten und Qualifikationen der Schalterbediensteten. Zentral für die Untersuchung waren sowohl die Beobachtungen der Arbeitspraxis in den Postfilialen als auch leitfadengestützte Interviews mit 14 Mitarbeiter_innen im Schalterdienst und Filialleiter_innen im Wiener Filialnetz der Post (mit insgesamt 8 männlichen und 6 weiblichen Postbediensteten). In diesen Interviews fragten wir nach den Arbeitsanforderungen und -belastungen, nach der Arbeitszufriedenheit und -freude, den Verhaltensregeln im Umgang mit Kund_innen sowie nach Erfahrungen im Kund_innenkontakt. In der Auswertung wurde dieses praktische professionelle Wissen im Sinne einer soziologischen Ethnografie (Knoblauch 2005) auf affektive Bezüge hin untersucht. Aus den Tonaufnahmen und den transkribierten Interviews filterten wir, Jochen Kleres (2010) folgend, die affektiven Dimensionen v.a. auf zwei Ebenen heraus: auf der Ebene der Lexik, also von Worten, die unmittelbar Gefühle und Affekte bezeichnen, und auf der syntaktischen Ebene, d.h. in Sätzen, die affektive Bezüge aufweisen. Unsere zentrale Idee der Interpretation ist, dass Affekte „are inextricably interwoven with the meaning dimension of texts to the point where the distinction between cognition and emotion becomes blurred" (Kleres 2010: 197).

## Vom Amt zur Dienstleistung. Geschlechtsspezifische Modulation der Privatisierung der österreichischen Post

Bürokratische Arbeit, und darunter fällt auch die Entgegennahme und das Versenden von Briefen und Paketen, soll sich durch ihren rationalen Charakter auszeichnen. „Bürokratische Kundenorientierung" sei vornehmlich durch Routinen und Regeln geprägt, argumentiert Stephan Voswinkel (2005). Vor allem der Ausbau staatlicher Verwaltungsaufgaben im 19. Jahrhundert kenn-

zeichnete geradezu paradigmatisch die „Entzauberung der Welt“ (Weber 1995), d.h. den Aufschwung rationaler staatlicher Herrschaft und damit die Entpersonalisierung von Herrschaft wie auch ihre Begründung und Legitimation durch weltliche Verfahren und Normen. Der Dienst an der Öffentlichkeit und für ein Allgemeinwohl bildet das Grundgesetz des „bürokratischen Feldes“, schreibt Pierre Bourdieu (1998a: 150). Als Funktionsbedingung dieses bürokratischen Feldes der staatlichen Verwaltung galt, dass „die sozialen Akteure kein persönliches Interesse haben und ihre eigenen Interessen der Öffentlichkeit, dem öffentlichen Dienst, dem Allgemeinen opfern“ (ebd.). Bourdieu beschreibt damit die legitimatorische Idee moderner Staatstätigkeit, die ihre Rechtfertigung aus der Herstellung eines Allgemeinwohls bezieht. Deshalb sollte der Staatsdiener leidenschaftslos und ohne eigene Interessen – „sine ira et studio“ (Weber 1992: 32) – politische Entscheidungen und Ziele umsetzen.

Freilich ist diese Idee des modernen (Verwaltungs-)Staates als eine männliche Idee entstanden. Der aus dem Gesellschaftsvertrag hervorgegangene ‚Leviathan‘ besitzt ein Doppelgesicht: die staatlich-öffentliche Sphäre der männlichen Unterwerfung unter den Staat und die so genannte private Sphäre der Unterordnung von Frauen unter den *pater familias*. Diese Zweiteilung ließ den Staatsapparat – Militär, Polizei, Bürokratie – im 18. und 19. Jahrhundert als exklusiv männlichen entstehen, nicht zuletzt legitimiert durch die geschlechtsspezifische Kodierung und Polarisierung von Gefühl und Rationalität bzw. Vernunftgeleitetheit. Während die Privatheit weiblich und gefühlvoll-empathisch, der Bereich der Politik als aggressiver männlicher Kampf um Interessen und Anhängerschaft entworfen wurde, wurde die moderne staatliche Verwaltung mit emotionsloser Männlichkeit verknüpft (Sauer 1999; 2001). Staatliche Rationalität, die sich allein am Zweck, an der Sache, orientieren soll, ist also ursächlich mit dem bürgerlichen Konzept von Männlichkeit verwoben, das die Moderne im Zuge der Differenzierung von männlicher Öffentlichkeit und weiblicher Privatsphäre hervorbrachte (Reckwitz 2010: 65f.). Oder anders gesagt: Bürgerliche Männlichkeit entwarf sich im Modus staatlicher Rationalität, während das bürgerliche Weiblichkeitsideal demgegenüber als gefühlvoll gezeichnet wurde. Diese Scheidung der Lebenssphären trug herrschaftliche Züge: ‚Der Mann‘ beherrschte qua seiner als überlegen angesehenen Vernunft und der vermeintlich stärkeren Kontrolle seiner Gefühle das öffentliche Leben und den Staat, während ‚die Frau‘ seinen emotionalen Rückhalt im Privaten bildete. Frauen wurden damit aus der öffentlichen Sphäre ebenso ausgeschlossen wie aus den Institutionen und Verfahren des Staates.

Aus der Entstehungsgeschichte der Post als staatliche Post- und Telegrafenverwaltung (seit 1850 unter der Bezeichnung ‚Postamt‘) erklärt sich der männlich-bürokratische Charakter der Arbeit ebenso wie das hohe Prestige des behördlichen Handelns und die Autorität des männlichen Postbeamten bis weit ins 20. Jahrhundert hinein. Gefühle sollten beim Versehen des gleichsam hoheitlichen Postdienstes unterdrückt werden und in dieser Berufssphäre höchstens insofern eine Rolle spielen, als der Dienst an der Öffentlichkeit idealtypisch mit Hingabe zu versehen war: Auch der Postdienst war ‚Berufung‘, analog zur Politik und Wissenschaft im Sinne Webers (1992, 1995). Im Unterschied zu

privatwirtschaftlichen personenbezogenen Dienstleistungen, die ab den 1960er Jahren zu einer weiblichen Domäne wurden, blieb die männliche Dominanz im öffentlich-staatlichen Dienstleistungsbereich der Post viel länger erhalten – trotz des ‚Fräuleins vom Amt', das vor allem die Freundlich- und Menschlichkeit beim technisch-anonymen Vorgang der Telefonvermittlung sicher stellen sollte. Der Postberuf blieb ein Männerberuf und Frauen wurden im Muster einer geschlechtshierarchischen Segregation in die Postverwaltung integriert. Schon gar nicht wurde Arbeit bei der Post als Dienstleistung und somit als Gefühlsarbeit konzipiert und verstanden. Vielmehr stand die Loyalität als Staatsbeamter gegenüber dem Dienstherrn Staat im Zentrum des professionellen Selbstverständnisses.

Mit der Umwandlung des ‚Amtes' in eine Aktiengesellschaft in den 1990er Jahren wurde die Profitorientierung, d.h. die Erhöhung der Leistungs- und Kosteneffizienz, zum Hauptmerkmal der Post. Damit setzte eine grundlegende Veränderung sowohl der Anforderungen im Filialbetrieb als auch der Arbeitsverhältnisse an den Schaltern – nämlich eine „Verbetriebswirtschaftlichung" (Atzmüller/Hermann 2004: 33) – ein. Eine Hauptstrategie zur Erhöhung der Rentabilität der Postdienstleistungen bestand in der Reduktion des Personalbestandes, in der Schließung als unrentabel identifizierter Filialen und in deren Ersetzung durch so genannte Postpartner wie Lebensmittelgeschäfte oder Tankstellen. Die offensichtlichsten Auswirkungen dieser Entwicklung sind zum einen Ängste um den eigenen Arbeitsplatz, also jenes allgemeine Gefühl der Verunsicherung der Arbeitnehmer_innen, das Bourdieu (1998b: 113) zufolge zum Programm des Neoliberalismus gehört und seinen Erfolg ausmacht, und zum anderen eine ungeheure Intensivierung der Arbeit, ein Prozess, der Ärger und Stress verursacht.[3]

> Früher war es ein Geben und Nehmen. Jetzt hast du nur mehr von Oben ein Nehmen und von Unten das Geben. Ich sage immer ‚Vampirismus' dazu: Die saugen dich aus, wenn du nicht mehr kannst, wirst du weggeschmissen (...) Der Arbeitsdruck hat sich auf jeden Fall erhöht, weil immer mehr (an Aufgaben) dazu kommt, aber du bekommst keine Zeit dazu.

Mit der Computerisierung der Arbeitsabläufe wurde ein genaueres Kapazitätsmanagement möglich: Auf die im Tagesverlauf schwankende Kund_innenfrequenz (mit Belastungsspitzen vor allem gegen Betriebsschluss) soll mit möglichst flexiblen Arbeitszeiten reagiert werden. Dies führte zur verstärkten Aufnahme von Teilzeitkräften und geringfügig Beschäftigten, die zeitlich flexibel einsetzbar sein sollen. Erstmals wird somit Arbeit in diesem Berufsfeld prekär organisiert (Atzmüller/Hermann 2004: 36; AK 2009: 60f.), und in diesem prekären Arbeitssegment sind bei der Post wie auch in anderen Branchen vornehmlich Frauen beschäftigt. Geradezu paradigmatisch für diese Veränderungen in der Beschäftigungsstruktur ging mit der Reduktion von Vollzeitarbeitsplätzen, mit der stärkeren Flexibilisierung von Arbeitszeiten und der Zunahme prekärer Arbeitsverhältnisse ein Anstieg weiblicher Beschäftigter in den Filialen einher,

so dass Frauen neuerdings die Mehrheit der Mitarbeiter_innen im Filialnetz der Post darstellen.

Die Transformation vom Amt zur Dienstleistung war zudem mit einem erheblichen Autoritäts- und Prestigeverlust verbunden, der aus Aussagen von Filialbeschäftigten ersichtlich wird, wie etwa: „Vor 25 Jahren, da waren wir anerkannt [...] Heute, und wir sind wirklich schnell geworden mit der Post, sind wir nicht mehr anerkannt" oder „Das Image der Post: Wir sind ja alle faul, wir machen nichts, wir sind dumm". Dieser Diskurs, der die Privatisierung auch anderer Staatsdienste begleitete, ging einher mit dem steigenden Frauenanteil an den Beschäftigten im Filialnetz. Privatisierung, diskursive Abwertung und steigender Frauenanteil mündeten so in eine Feminisierung des Berufsstandes, die analog zu anderen beruflichen Feldern nicht zuletzt das Prestige der Arbeit zu schmälern droht (Gutiérrez Rodriguez 2010: 88ff.).

Die Reorganisation der Post ließ auch neue Geschlechtersegregationen, d.h. eine neue geschlechtsspezifische Arbeitsteilung in den Filialen entstehen. Mit der Umstellung auf Computertechnologie und EDV wurden die Arbeitsbereiche an den Schaltern flexibilisiert, und ehemals getrennte Aufgaben, wie der Geldverkehr oder der Paketdienst, wurden an Universalschaltern zusammengelegt, so dass heutzutage alle Schaltermitarbeiter_innen für alle postalischen Aufgaben zuständig sind. Dies brachte einen Verlust an Expertise für die einzelnen Spezialbereiche der Post mit sich und zwingt die Mitarbeiter_innen zur steten Selbstschulung bzw. zur ständigen Suche nach den neuesten Informationen, um auf einer ganzen Reihe unterschiedlicher Arbeitsgebiete auf dem Laufenden zu bleiben. Vor allem Männer, die einst exklusiv für besondere Bereiche wie etwa den Paketdienst zuständig waren, leisten nun auch an Universalschaltern Dienst und verlieren damit ihren Expertenstatus. Doch eine neue Form der Spezialisierung entstand durch die Kooperation mit der Telekom Austria und durch die Fusionierung mit der Bank BAWAG P.S.K., die in den Zweigstellen, aber räumlich getrennt vom normalen Postbetrieb, Telekommunikations- und Finanzdienstleistungen anbieten. Dort können eigens geschulte Mitarbeiter_innen jene zeitaufwändige Beratungs- und Verkaufstätigkeit durchführen, die an den Universalschaltern nicht möglich ist. Dieses Dienstleistungssegment entwickelte sich in der österreichischen Post zu einem hauptsächlich männlichen Betätigungsfeld. Kurzum: Die Reorganisation der Post geht mit neuen Formen der Maskulinisierung und Feminisierung der betriebsinternen Arbeitsfelder einher, die insgesamt eine Herausforderung tradierter Geschlechterbilder und der geschlechtsspezifischen Arbeitsteilung bilden.

## ‚Subjektivierung von Arbeit' und ‚Arbeit der Subjektivierung': Affektive Folgen der Privatisierung der Post

Den Kern der Transformationsprozesse der österreichischen Post bildet die Umstrukturierung der Arbeit von einer bürokratisch-verwaltenden Tätigkeit in einen ‚Dienst am Kunden', also vom Staatsdienst zur Dienstleistung. In diesem Prozess wird die Arbeit auch als affektive Arbeit redefiniert, und diese erhält eine steigende Bedeutung für die Arbeitsplatzbeschreibung am Postschalter. An oberster Stelle des neuen Leitbildes der Österreichischen Post AG steht die Kundenorientierung.[4] Die wichtigsten Leitsätze dazu lauten: „Wir begeistern unsere Kunden" und „Wir stehen für Zuverlässigkeit, Vertraulichkeit und Effizienz". Die Kommunikation im Modus des kollektiven „Wir", die Identifikation und affektive Bindung voraussetzt, zugleich aber auch herstellen soll, steht dabei ganz im Zeichen des Verkaufs. So heißt es im neuen Leitbild: „Wir arbeiten ergebnisorientiert und sichern unsere Marktposition", „setzen alles daran, unsere Ziele zu erreichen" und „nutzen neue Technologien, um Mehrwert zu schaffen". Den Maßstab für den Erfolg der Post bilden die Bilanzzahlen der Lageberichte bzw. die Höhe der Gewinnausschüttungen. In Form einer Jahresprämie werden auch die Mitarbeiter_innen am Unternehmenserfolg beteiligt. Dies wiederum soll betriebswirtschaftliche Anreize schaffen, um das *commitment* der Belegschaft zu stärken. Eine solche Strategie soll Identifikation mit dem Postbetrieb evozieren, vor allem aber sollen Identifikation und Identität als Post-Mitarbeiter_in über kommerziellen Erfolg generiert werden. So birgt das Bild der neuen Angestellten zugleich die Idee der Unternehmer im Konzern Post.

Eine Dimension affektiver Arbeit beim Schalterbetrieb der Post ist die gezielte Lenkung des Einsatzes von Gefühlen, ein Affektmanagement im Dienste der Profitmaximierung. Diese Emotionsarbeit ähnelt auf den ersten Blick jener, wie sie Verkäufer_innen im Einzelhandel traditionell abverlangt wird. Das in der neoliberalen Konstellation spezifisch Neuartige dieser Mitarbeiter_innenlenkung besteht nun darin, dass der Konzern Post versucht, auf allen Ebenen der Organisationshierarchie eine unternehmerische Haltung der Arbeitnehmer_innen zu generieren. Der zentrale Satz dazu im neuen Leitbild, der Teil des Selbstverständnisses der Postmitarbeiter_innen werden soll, lautet: „Wir handeln wirtschaftlich und leisten unseren persönlichen Beitrag zum Erfolg des Unternehmens". Dieser Mobilisierungsprozess wird in den Sozialwissenschaften als „Subjektivierung von Arbeit" bezeichnet, etwa von Manfred Moldaschl (2003: 31). Diesem zufolge vollzog sich mit der flexiblen Kapitalakkumulation seit den 1980er Jahren ein organisatorischer Wandel in der Wirtschaft, bei dem versucht wird, „die bürokratisch verschütteten subjektiven Potenziale" der Arbeitnehmer_innen freizulegen (ebd.).

Eine weitere Dimension von Subjektivierung durch affektive Arbeit als Spezifikum des neoliberalen ökonomischen Transformationsprozesses wird allerdings von dem eben skizzierten sozialwissenschaftlichen Ansatz nur teilweise erfasst. Es geht bei der gegenwärtigen neoliberalen Neuorganisation nicht allein um die bessere betriebswirtschaftliche Verwertung der Arbeitskraft. Vielmehr

impliziert dieser Prozess einen neuen Modus der Subjektivierung, den Entwurf neuer Identitäten, Normen und Praxen im Arbeitsprozess, es geht also auch und vor allem um die herrschaftliche Formung von Menschen. Subjektivierung besitzt eine doppelte Konnotation: Die Erweiterung des Handlungsspielraums der Menschen geht Hand in Hand mit der Unterwerfung unter ein neues Regime der Einbindung in ein Arbeits- und Vermarktungsverhältnis. Als neu erweist sich in diesem Zusammenhang der gezielte Zugriff auf die Innovativität und Kreativität, die Sozial- und Kommunikationskompetenzen, die Begeisterungsfähigkeit und Affektivität bei der Ausschöpfung von „Arbeitskräftepotenzialen" (Aulenbacher 2005: 37) – also der Zugriff auf affektive Arbeit. Diese neue affektive Subjektivierungsweise korrespondiert mit den Veränderungen der Arbeitswelt, sie soll aber darüber hinaus das ganze Leben bestimmen, und sie umfasst neben der Fremd- vor allem die Selbststeuerung der Menschen (Foucault 2001: 297ff.).

Diesen Prozess bezeichnen wir als *Arbeit der Subjektivierung*, in den affektive Arbeit als Affizieren und Affiziert-Werden in zweifachem Sinn einfließt: Zum einen als neue Form der Unterwerfung unter und Ausbeutung durch kapitalistische Arbeits- und Verwertungsbedingungen, verbunden mit Zwang und Ängsten; zum anderen als neue Form der Nutzung von Affekten im Arbeitsprozess, in der Sozialität, Zuneigung, Kooperation und Solidarität, vielleicht sogar Widerstand entstehen. In unserem Zusammenhang geht es damit um die Frage, durch welche Mechanismen, etwa Kontroll- und Disziplinierungsmaßnahmen, die Schaltermitarbeiter_innen der Post dazu gebracht werden, gut zu verkaufen, und welche Motivationen dazu führen, dass das Verkaufen von Dienstleistungen gleichsam in Fleisch und Blut übergeht, zu einer Lebenshaltung, zur habituellen Praxis und – möglicherweise – zur persönlichen Leidenschaft wird.

Die zentrale Metapher in der sozialwissenschaftlichen Literatur für die neoliberale Form der Subjektivierung als herrschaftliche Unterwerfung und ‚Selbst'-Werdung stellt das „unternehmerische Selbst" dar (Foucault 2006: 314), das die Richtung anzeigt, in die sich die Menschen verändern sollen. Das Selbstmanagement „soll die Potenziale der ganzen Person (und nicht nur der Arbeitskraft) motivieren. Unternehmer zu werden, hängt nicht am Erwerbsstatus, sondern ist eine ‚Lebenseinstellung'" (Bröckling 2007: 67). Affekte als Teil dieser Lebenseinstellung und Lebensführung des neoliberalen *homo oeconomicus* müssen mithin aktiv und gezielt produziert und zum Einsatz gebracht werden, andere Gefühle wiederum müssen unterdrückt werden. Affektive Arbeit wird so zu einem Modus der Subjektkonstitution und umfasst einerseits die Produktion und Moderation von Emotionen zur individuellen Gewinnmaximierung wie auch zu jener des Unternehmens. Andererseits wird Affektivität auch zu einer Grunderfahrung von Herrschaft und Kontrolle – nicht zuletzt durch das Regiment von Unsicherheit und Angst um den Arbeitsplatz.

Im Prozess der Privatisierung der Österreichischen Post AG umfasst die disziplinierende Subjektivierung im Zeichen des „unternehmerischen Selbst" zum einen Arbeitskontrollen, die beispielsweise das EDV-System ermöglicht, und zum anderen eine Verschränkung von ökonomischen und symbolischen Gratifikationen. Via Telefonkonferenzen der Filialleiter_innen mit der Verkaufsleitung

werden wöchentliche Verkaufsziele für die Filialen vorgegeben, und über das Intranet der Post lässt sich nachvollziehen, wie erfolgreich die einzelnen Mitarbeiter_innen beim Erreichen dieser Ziele sind.

> Früher hat man denen drinnen (in der Zentrale) eine Menge erzählen können [...] Heute drückt er drinnen auf einen Knopf und kann Ihnen sagen, wie viel Sie gearbeitet haben.

Mitarbeiter_innengespräche in den Filialen dienen dazu, alle auf diese Verkaufsziele einzuschwören und säumige Mitarbeiter_innen zu einer höheren Leistungsbereitschaft zu motivieren. Auch die Beschwörung eines Teamgeists soll die gemeinsame Zielerreichung ermöglichen, freilich mit der unterschwelligen Mobilisierung von gegenseitiger Kontrolle. Die wichtigste Überprüfung der Kundenorientierung der Mitarbeiter_innen, der persönlichen Beratung von Kund_innen und damit des affektiven Managements und der ‚Postfilial-Qualität' insgesamt bilden die Tests durch *mystery shoppers*. Diese sind auch ein Instrument der Disziplinierung und der Angsterzeugung: Unangekündigt und zunächst unerkannt überprüfen Kontrolleur_innen des Unternehmens die Dienstleistungsqualität in den Filialen.

> Daneben gibt es die *mystery shopper*, da hatte ich letztens auch einen. Das sind Leute, die kommen aufs Postamt und verlangen irgendwas. Meistens gibt er einen Brief auf um 55 Cent, so dass er ausschaut wie ein normaler Kunde, und dann sagt er: ‚Ich würde mich für diesen Fernseher interessieren'. Und dann kommt es darauf an, wie Sie reagieren.

Eine hohe Servicequalität von Filialen wird wiederum mit Prämienzahlungen vergütet, also auch belohnt. Lassen sich die Kontrollmaßnahmen der Fremdsteuerung zurechnen, so sind die ökonomischen Anreizsysteme eher auf der Seite der Selbstregierung zu verorten. Neben der Belohnung der Servicequalität existiert beispielsweise ein Prämiensystem, welches das sogenannte *up-* und *cross selling* von Postprodukten berücksichtigt, also die zusätzlichen Geschäftsabschlüsse beim Verkauf einer einfachen Postdienstleistung. Dies erfordert ein Einfühlen in die möglichen Wünsche der Kund_innen und zugleich eine enthusiastische Haltung im Verkauf:

> Sie kommen zum Beispiel zu mir und wollen einen Brief aufgeben, dann ist die Idee die, und die finde ich auch gut, dass man fragt: ‚Ist da etwas Wichtiges drinnen?' ‚Soll es besonders schnell gehen?' Dann sagen Sie: ‚Ja, weil Sie das erwähnen, da ist ein Führerschein drinnen, und der soll gestern dort sein.' Dann sage ich: ‚Nehmen Sie EMS', also dieses Schnellpostservice – da verdiene ich schon ein paar Cent.

Daneben gibt es für alle Mitarbeiter_innen einsehbare *rankings* für gute Verkaufserfolge sowie Veranstaltungen, bei denen besonders erfolgreiche Arbeitskräfte ausgezeichnet werden. Leistungsprämien für gute Filialumsätze sowie die

bereits erwähnte Gewinnbeteiligung für Postmitarbeiter_innen am Ende eines Bilanzjahres ergänzen das ökonomische Anreizsystem. Die unternehmerische Lenkung bei der Post produziert letztlich ein Selbstverhältnis, das durchzogen ist von Angst und Hoffnung, und eine Selbststeuerung bei den Mitarbeiter_innen gemäß der Anforderung, jederzeit freundlich und zugewandt, also affektunternehmerisch zu agieren. Die Entwicklung erinnert an Richard Sennetts (2005) Charakterisierung der *Kultur des neuen Kapitalismus*, die von der Erwartung geprägt ist, dass Arbeitnehmer_innen Unzulänglichkeiten der Arbeitsorganisation und -bedingungen durch persönliches Engagement wettmachen. Bei der Post zeigt sich das auch in der Entgrenzung von Arbeit und arbeitsfreier Zeit und in einem Verlust an Zeitsouveränität, da Mitarbeiter_innen beispielsweise immer wieder, und zwar ungeplant und nicht vorhersehbar, für Kolleg_innen einspringen müssen, oder Filialleiter_innen regelmäßig Überstunden machen müssen: „pro Tag mindestens 1-2 Stunden – unbezahlt", schätzt ein Gesprächspartner.

Den damit verbundenen Zwang verdeutlicht die folgende Antwort:

> Na ja, freiwillig [...] Ein Arbeitgeber ist in der heutigen Zeit in einer sehr guten Position, wenn ich mir die Wirtschaft so anschaue. Man muss halt ganz einfach gewisse Dinge akzeptieren, wenn man sagt, ich möchte diesen Posten weiter haben und ich bin mit dem Verdienst zufrieden.

Die Subjektivierung durch Affekte, also z.B. durch Stress und Angst um den Arbeitsplatz, setzt sich in der Freizeit fort. Affektive Arbeit ist aber auch und vor allem dadurch gekennzeichnet, dass sie die Grenzen zwischen Erwerbsarbeit und Freizeit erodieren und verschwimmen lässt. Gefühle, die am Arbeitsplatz entstehen oder produziert werden müssen, wirken in der Freizeit nach. Das „unternehmerische Selbst" soll zu einer umfassenden Lebenseinstellung werden – moduliert durch Affekte. Die Mobilisierung eines „unternehmerischen Selbst" umfasst mithin tendenziell das ganze Leben, impliziert eine umfassende Verfügbarkeit bzw. emotionale Einlassung und Beteiligung. Dieses Affektregime lässt emotionale Dissonanzen bis hin zu Pathologien entstehen (Fineman 2003: 137ff.). Auch bei einigen unserer Interviewpartner_innen führte dies zu anhaltenden Stressgefühlen, Gefühlen der Überforderung, zu *burn out* und Depressionen.

In unserem Interviewsample konnten wir allerdings auch Widerstände gegen das neoliberale Subjektivierungsregime und die disziplinierende Prägung eines „unternehmerischen Selbst" feststellen – vor allem bei der Generation der älteren Postmitarbeiter_innen:

> Ich bin nicht der Top-Verkäufer, wenn ich das wäre, dann wäre ich bei der Versicherung. Wenn ich so gut wäre, dann würde ich Versicherungen verkaufen. Das bin ich nicht, das ist nicht meins. Ich bin nicht der, der anderen etwas einredet, dafür bin ich damals auch nicht zur Post gegangen [...] Und jetzt sollte ich das machen? Ich werde sicher nicht viel verkaufen.

Vor allem für ältere Mitarbeiter_innen wird das Gefühl der Angst und der Unsicherheit ein Anknüpfungspunkt für Widersetzlichkeit durch eigene Kreativität. Dem Leitbild des Postbeamtentums folgend und an andere Ansprüche gewöhnt, entsprechen sie den neu an sie herangetragenen Anforderungen nach unternehmerischem Ehrgeiz und Verkaufsenthusiasmus nicht. Einen emanzipatorischen Überschuss affektiver Arbeit, d.h. durch die affektive Mobilisierung neu entstandene Formen solidarischen Handelns am Arbeitsplatz, konnten wir in unserer Studie nicht feststellen, wiewohl die von uns Interviewten die eigene Berufszufriedenheit stark von der Kolleg_innenenschaft abhängig machten und umgekehrt, sie einiges an affektiver Arbeit in diese Beziehung zu Kolleg_innen investierten.

## Wandel von Geschlechterrollen. Maskulinisierung oder Feminisierung durch affektive Arbeit?

Traditionell wird unternehmerisches wirtschaftliches Handeln als männliche Tätigkeit und eine Beschäftigung unter Männern, Bourdieu (2005: 90ff.) zufolge als ein männliches „Spiel" betrachtet, ein Wettbewerb, in dem Männlichkeit verhandelt und konstruiert wird. Dies ist freilich das Spiel vor allem von Wirtschaftskapitänen, Unternehmern und Managern, aber nicht von „Arbeitskraftunternehmern" (Voß/Pongratz 1998), also eines möglicherweise feminisierten Unternehmertums, dem spezifische Handlungsmöglichkeiten aus Mangel an Machtressourcen nicht offen stehen. Die affektive Arbeit der Subjektivierung bei der Post wirft somit die Frage nach der Neuverhandlung von Männlichkeit und Weiblichkeit im Kontext der Anrufung eines „unternehmerischen Selbst" hinter dem Kundenschalter auf. Zwar ist die Subjektivierungspraxis des „unternehmerischen Selbst" *prima vista* männlich konnotiert, doch die affektive Dimension könnte auf einen Prozess des *de-gendering* hindeuten, wie ihn Andreas Reckwitz (2010: 71ff.) für aktuelle Transformationen generell konstatiert.

So wurden im Prozess der Verdienstleistung der Post affektive Fähigkeiten, die traditionell im Zentrum der weiblichen Erwerbstätigkeit standen, wie Freundlichkeit, Empathie, Geduld oder Höflichkeit, also traditionell mit Weiblichkeit assoziierte Dispositionen zentral für den beruflichen Erfolg und die soziale Anerkennung aller Mitarbeiter_innen. Diese affektiven Kompetenzen werden bei der Post nun auch den Männern abverlangt, ja sie werden zum Ausgangspunkt für berufliche Leistung und beruflichen Erfolg gemacht. Die internen Kommunikationspapiere der Post „Ihr Auftritt bitte! Erfolgreich und sicher auftreten im Beruf" und „Service Standards. Service und Beratung in der Postfiliale" sollen diese Gefühlsstandards etablieren. Die Einforderung von Affektivität lässt also den ‚Arbeitskraftunternehmer' als feminisiert erscheinen – zumindest aber verlangt diese Figur eine Neupositionierung von Affektivität im Geschlechterkonzept.

Für die *front line*-Dienstleister_innen ergeben sich aus diesem Affektregime höchst kontroverse vergeschlechtlichte Anrufungen und Zumutungen, und diese verweisen auf einen Prozess der Neu-Konstituierung von vergeschlechtlichter

Subjektivität. Männliche Mitarbeiter sehen sich größeren Herausforderungen gegenüber, werden sie doch mit feminisierenden Verhaltensanforderungen konfrontiert, die zugleich die Gewinnchancen im ‚männlichen Spiel' verringern. Allerdings lässt sich auch bei der Post feststellen, dass männliche Mitarbeiter die neuen affektiven Anforderungen als berufliche Kompetenz umdeuten und nicht als eine ihnen ‚von Natur' gegebene Fähigkeit sehen – eine Vorstellung, die gegenüber affektiven Qualitäten von Frauen nach wie vor dominiert. Auch Frauen bei der österreichischen Post sehen diese neuen affektiven Arbeitsforderungen weniger als Qualifikation denn als selbstverständliche Dimension ihres Selbst. Daniela Rastetter (2008: 134) bezeichnet in ihrer Studie diesen Prozess der Umdeutung von Emotionen in eine neue Kompetenz, die erlernt werden kann und soll, als „Rationalisierung von Gefühlsarbeit", die vor allem bei Männern anzutreffen ist. Ähnlich wie Patricia Lewis und Ruth Simpson (2007) lässt sich bei der österreichischen Post von einer „Maskulinisierung von Affekten" wie Empathie und Zuneigung sprechen, indem diese Gefühle in den Diskurs- und Bearbeitungskontext von Produktivität und Effektivität eingebunden werden.

Unsere Studie weist schließlich auch auf die Emergenz einer neuen Männlichkeit in untergeordneten beruflichen Positionen der neoliberalen Dienstleistungsgesellschaft hin, nämlich auf eine feminisierte Männlichkeit sowohl im Hinblick auf das Berufsfeld als auch hinsichtlich der Steuerung und Ökonomisierung der Affekte. In Anlehnung an Raewyn Connells Typologie ziehen wir den Schluss, dass die Subjektivierungspraxen von Dienstleistungsarbeit wie in den Filialen der Post zur stärkeren Ausbreitung jenes Männlichkeitstyps führt, den Connell (1995: 80f.) als „marginalized" bezeichnet – eine untergeordnete Klasse von Männern, die nun wie die weiblichen Angestellten affektive Arbeit verrichten. Diese Klasse von (unternehmerisch eingestellten) Emotionsarbeitern ist einer „hegemonialen Männlichkeit" im Sinn von Connells „business masculinity" unterworfen, die an der Führungsspitze der Post beobachtet werden kann und die auch Frauen zugänglich ist.

Zusammenfassend können wir festhalten, dass die affektbezogene Arbeit der Subjektivierung die fordistische Zweigeschlechtlichkeit zwar herausfordert, werden doch Frauen zugeschriebene Eigenschaften nun auch von Männern im Service-Bereich gefordert, dass aber die These eines *de-gendering* bezweifelt werden muss, konstruiert doch eine affektbezogene Hierarchie erneut Zweigeschlechtlichkeit im Modus „hegemonialer Männlichkeit".

Korrespondenzadressen/correspondence addresses

Prof. Dr. Birgit Sauer
Institut für Politikwissenschaft, Universität Wien
Universitätsstraße 7, 1010 Wien
birgit.sauer@univie.ac.at

Dr. Otto Penz
Institut für Politikwissenschaft, Universität Wien
Universitätsstraße 7, 1010 Wien
otto.penz@aon.at

## Anmerkungen

1 Der Aufsatz basiert auf den Ergebnissen des Forschungsprojekts „Privatisierung öffentlicher Dienstleistungen, Gefühlsarbeit und Geschlecht. Das Beispiel der Post AG“ (2008-2011), das vom Jubiläumsfonds der Österreichischen Nationalbank finanziell gefördert wurde (Jubiläumsfondsprojekt Nr. 13319). Wir danken der Generaldirektion und der Personalabteilung der Österreichischen Post AG für die Unterstützung unserer Feldarbeit.

2 Wir haben uns in diesem Aufsatz für den Begriff „affektive Arbeit“ entschieden, um unseren Ansatz von Arlie Hochschilds (1983) Konzept der Gefühlsarbeit zu unterscheiden. Sie zielt in ihrer Arbeit vornehmlich auf entfremdende Aspekte von Gefühlsarbeit. Affektive Arbeit soll hingegen auch die positiven Seiten wie Arbeitszufriedenheit durch die Interaktion mit Kunden und kooperatives Handeln in den Blick nehmen. In der Tradition eines „affective turn“ verweist der Begriff „Affekt“ auf das unmittelbare Zusammenspiel von Körper und Geist, von körperlichen und kognitiven Dispositionen, von rationaler Beurteilung und affektiver Bewertung sowie auf den dynamischen Prozess des Affizierens und Affiziert-Werdens. Mit dieser Sicht schließen wir an die Konzeption „emotionaler Gefühle“ von Sabine Döring (2009: 14) an. Anders also als in Debatten, die auf Brian Massumi (2002) Bezug nehmen, stellen unseres Erachtens Affekte stets einen sozial- und kontextbezogenen körperlichen Ausdruck dar.

3 Die folgenden anonymisierten Stellungnahmen entstammen unseren Interviews in den Postfilialen.

4 Die folgenden Zitate entstammen dem Dokument „Leitbild der Post“, das am 11. Oktober 2010 beschlossen wurde und der internen Kommunikation dient.

Literatur

AK (Arbeiterkammer) Wien (2009): Zur Zukunft öffentlicher Dienstleistungen Nr. 7 (Die Privatisierung öffentlicher Dienstleistungen und deren Auswirkungen auf Qualität, Beschäftigung und Produktivität). Wien: Eigenverlag.

Atzmüller, Roland/Hermann, Christoph (2004): Liberalisierung öffentlicher Dienstleistungen in der EU und Österreich. Zur Zukunft öffentlicher Dienstleistungen Nr. 2. Wien: Arbeiterkammer.

Aulenbacher, Brigitte (2005): Subjektivierung von Arbeit. Ein hegemonialer industriesoziologischer Topos und was die feministische Arbeitsforschung und Gesellschaftsanalyse dazu zu sagen haben. In: Lohr, K./Nickel, H. (Hrsg.): Subjektivierung von Arbeit – Riskante Chancen. Münster: Westfälisches Dampfboot, S. 34-64.

Bourdieu, Pierre (1998a): Praktische Vernunft. Zur Theorie des Handelns. Frankfurt/M.: Suhrkamp.

Bourdieu, Pierre (1998b): Gegenfeuer. Wortmeldungen im Dienste des Widerstands gegen die neoliberale Invasion. Konstanz: UVK.

Bourdieu, Pierre (2005): Die männliche Herrschaft. Frankfurt/M.: Suhrkamp.

Bröckling, Ulrich (2007): Das unternehmerische Selbst. Soziologie einer Subjektivierungsform. Frankfurt/M.: Suhrkamp.

Connell, R. W. (1987): Gender and Power: Society, the Person and Sexual Politics. Cambridge: Polity Press.

Connell, R. W. (1995): Masculinities. Cambridge: Polity Press.

Connell, R. W. (1998): Masculinities and Globalization. In: Men and Masculinities 1, S. 3-23.

Connell, R. W./Messerschmidt, James W. (2005): Hegemonic Masculinity. Rethinking the Concept. In: Gender & Society 6, S. 829-859.

Döring, Sabine A. (2009): Allgemeine Einleitung. Philosophie der Gefühle heute. In: Dies. (Hrsg.): Philosophie der Gefühle, Frankfurt/M.: Suhrkamp, S. 12-65.

Fineman, Stephen (2003): Understanding Emotion at Work. London: Sage.

Foucault, Michel (2001): In Verteidigung der Gesellschaft. Frankfurt/M.: Suhrkamp.

Foucault, Michel (2006): Die Geburt der Biopolitik. Geschichte der Gouvernementalität II. Frankfurt/M.: Suhrkamp.

Gutiérrez Rodriguez, Encarnación (2010): Migration, Domestic Work and Affect. London/New York: Routledge.

Hardt, Michael (1999): Affective Labor. In: boundary 2, S. 89-100.

Hochschild, Arlie Russel (1983): The Managed Heart. Commercialization of Human Feeling. Berkeley: University of California Press.

Kleres, Jochen (2010): Emotions and Narrative Analysis. A Methodological Approach. In: Journal for the Theory of Social Behaviour 2, S. 182-202.

Knoblauch, Hubert (2005): Focused Ethnography. In: Forum Qualitative Sozialforschung 6, 3, Art. 44. <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0114-fqs0503440>. (Zugriff am 10.12.2013).

Lewis, Patricia/Simpson, Ruth (2007): Gendered Emotions in Organizations. London: Palgrave.

Lorey, Isabell/Neundlinger, Klaus (Hrsg.) (2012): Kognitiver Kapitalismus. Wien: Turia + Kant.

Massumi, Brian (2002): Parables for the Virtual. Movement, Affect, Sensation. Durham: Duke University Press.

Moldaschl, Manfred (2003): Subjektivierung – Eine neue Stufe in der Entwicklung der Arbeitswissenschaften? In: Moldaschl, M./Voß, G. G. (Hrsg.): Subjektivierung von Arbeit. München: Rainer Hampp Verlag, S. 25-56.

Moulier Boutang, Yann (2011): Cognitive Capitalism. Cambridge: Polity Press.

Rastetter, Daniela (2008): Zum Lächeln verpflichtet. Emotionsarbeit im Dienstleistungsbereich. Frankfurt/M./New York: Campus.

Reckwitz, Andreas (2010): Umkämpfte Maskulinität. Zur Historischen Kultursoziologie männlicher Subjektformen und ihrer Affektivitäten vom Zeitalter der Empfindsamkeit bis zur Postmoderne. In: Borutta, M./Verheyen, N. (Hrsg.): Die Präsenz der Gefühle. Männlichkeit und Emotion in der Moderne. Bielefeld: transcript, S. 57-80.

Sauer, Birgit (1999): ‚Politik wird mit dem Kopf gemacht.' Überlegungen zu einer geschlechtersensiblen Politologie der Gefühle. In: Klein, A./Nullmeier, F. (Hrsg.): Masse – Macht – Emotionen. Zu einer politischen Soziologie der Emotionen. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 200-218.

Sauer, Birgit (2001): Die Asche des Souveräns. Staat und Demokratie in der Geschlechterdebatte. Frankfurt/M./New York: Campus.

Sennett, Richard (2005): Die Kultur des neuen Kapitalismus. Berlin: Berlin Verlag.

Voß, G. Günther/Pongratz, Hans J. (1998): Der Arbeitskraftunternehmer. Eine neue Grundform der Ware Arbeitskraft? In: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie 50, S. 131-158.

Voswinkel, Stephan (2005): Welche Kundenorientierung? Anerkennung in der Dienstleistungsarbeit. Berlin: edition sigma.

Weber, Max (1992 [1919]): Politik als Beruf. Stuttgart: Reclam.

Weber, Max (1995 [1922]): Wissenschaft als Beruf. Stuttgart: Reclam.