

Danksagung	5
Inhaltsverzeichnis	9
Abbildungsverzeichnis	17
Tabellenverzeichnis.....	19
1 Einleitung: Das Qualitätsversprechen der FOKUS CLEAN	21
Teil A: Grundlagen der Marketization von Dienstleistungen und Arbeit	39
2 Qualitäten und die Konstruktion von Märkten.....	41
3 Die Qualifizierung von Dienstleistungsgütern und -arbeit.....	81
4 Forschungsdesign und Methodik	107
Teil B: Konventionen guter Dienstleistungsarbeit: Welt des Handwerks.....	131
5 Branchenbeschreibung des Gebäudereiniger-Handwerks.....	133
6 Qualifizierungsnarrative und Praktiken in der Reinigung.....	159
7 Einführung einer Konvention guter Arbeit: das Handwerk	197
Teil C: Hervorbringung „guter Reinigung“ im Leistungsnetzwerk	223
8 Netzwerk zur Stabilisierung der Handwerkskonvention.....	225
9 Entfaltung der sozio-technischen Kompetenz im Gooduct.....	255

Teil D: Abschlussbetrachtung und Ausblick.....	305
10 Zusammenfassung der Arbeit und Schlussbetrachtung.....	307
Anhang	345

Danksagung	5
Inhaltsüberblick	7
Abbildungsverzeichnis	17
Tabellenverzeichnis	19
1 Einleitung: Das Qualitätsversprechen der FOKUS CLEAN.....	21
1.1 Ebenen der Qualitätskonstruktion von Dienstleistungen in Märkten	21
1.1.1 Märkte als Verkaufsarenen: Das Verkaufsgespräch	21
1.1.2 Marktkonstruktion durch sozio-technisch stabilisierte Qualifizierungsnarrative.....	27
1.2 Wissenschaftliche Positionierung.....	29
1.2.1 Abgrenzung von neoliberalismuskritischen Perspektiven: Fokus Qualität	29
1.2.2 Rückanbindung an neoliberalismuskritische Perspektiven: Fokus Arbeit.....	33
1.3 Aufbau der Arbeit.....	35
Teil A: Grundlagen der Marketization von Dienstleistungen und Arbeit	39
2 Qualitäten und die Konstruktion von Märkten.....	41
2.1 Märkte fordern Qualitäten? Qualitäten machen Märkte!.....	41
2.1.1 Verkürzter Qualitätsbegriff in den Wirtschaftswissenschaften ..	41
2.1.2 Soziologische Perspektive: Marktkonstruktion durch Praktiken	42
2.1.2.1 Soziologie vs. Wirtschaftswissenschaften und ihre Verbindung	42
2.1.2.2 Qualitäten als Grundlage der Marktkoordination	45
2.2 Konstruktion von Markt und Qualitäten mit den Callonistics.....	49
2.2.1 Akteur-Netzwerk-Theorie und der Prozess der Übersetzung.....	49
2.2.1.1 Ausgangspunkt Science and Technology Studies	49
2.2.1.2 „Übersetzung“: Entitäten werden zu Akteur-Netzwerken	51

2.2.2	Callonistics: Marktnetzwerke zur Performance von Ökonomie.....	53
2.2.2.1	Märkte als kollektive Kalkulationswerkzeuge.....	53
2.2.2.2	Marketization und pacyfing goods: Der Übersetzungsprozess in Markt-Netzwerken.....	55
2.2.3	Qualifizierung: Assemblage von Kalkulationsnetzwerken	56
2.3	Marktkoordination durch Qualitätskonventionen: die EC.....	59
2.3.1	Parallelen und Komplementaritäten von EC und ANT	59
2.3.2	Konventionen: Koordination durch Bewertungs- und Handlungsgrammatiken	61
2.3.3	Werteordnungen als Klaviatur der Evaluation	63
2.3.3.1	Konflikte und übereinanderliegende Konventionen	63
2.3.3.2	Die Welten von Boltanski und Thévenot im Einzelnen	68
2.3.4	Qualitätskonventionen in Märkten und Unternehmen	70
2.3.4.1	Koordination von Produktion und Markt mit Konventionen	70
2.3.4.2	Beispiele zur Marktkoordination durch Qualitätskonventionen.....	71
2.4	Betrachtung von Qualitäten mit Callonistics <i>und</i> EC in dieser Arbeit	74
2.4.1	Anschluss an die netzwerktheoretische Marktdiskussion	74
2.4.1.1	Anbindung an Marktsoziologie und Geografie	74
2.4.1.2	Anbindung an Marketing: Praktiken der Marktgestaltung.....	75
2.4.2	Die Verbindung der EC mit den Callonistics	77
2.4.2.1	Qualkulation: qualitative Kategorien in der Kalkulation	77
2.4.2.2	„Stabilisierung“ qualitativer Kategorien: Bindeglied zwischen EC und Callonistics	78
3	Die Qualifizierung von Dienstleistungsgütern und -arbeit.....	81
3.1	Netzwerktheoretische Perspektive auf Dienstleistungen und ihre Grenzen	81
3.1.1	Das Handelsgut Dienstleistung als sozio-technische Kompetenz	81
3.1.2	Der Wert von Dienstleistungen: Die Ausdehnung des Market-Encounters	83
3.1.3	Dienstleistung als dynamisches Produkt-Gut-Kunde-Markt-Netzwerk: das Gooduct.....	86

3.1.4	Grenzen der Betrachtung des Gooducts und Erweiterung der Netzwerkperspektive.....	88
3.2	(De-)Konstruktion der sozio-technischen Kompetenz: Arbeit	91
3.2.1	Zwei qualifizierungsrelevante Dimensionen von Arbeit: Ergebnis und Seinserfahrung	91
3.2.2	Netzwerktheoretische Perspektive 1: Qualifizierung von Dienstleistungsarbeit als Handelsgut	92
3.2.2.1	Dienstleistungswert und Dienstleistungsarbeit.....	92
3.2.2.2	Kommunikation als Dienstleistungsarbeit und Evaluationsstütze.....	93
3.2.3	Netzwerktheoretische Perpektive 2: Stabilisierung von Dienstleistungsarbeit als individuelles Handeln.....	95
3.2.3.1	Arbeit als emotional-subjektive Seinserfahrung.....	95
3.2.3.2	Arbeitshandeln in der Assemblage sozio-technischer Kompetenz.....	97
3.3	Netzwerke zur Stabilisierung von Konventionen der Dienstleistungsarbeit	99
3.3.1	Dienstleistungsmarken: sozio-technische Entitäten und Qualitätskonvention	99
3.3.2	Marke und Unternehmenskultur: ein Netzwerk für die Unternehmenskonvention	101
3.3.3	Netzwerke zur Stabilisierung der Unternehmenskonvention: Investition in Formen	103
4	Forschungsdesign und Methodik.....	107
4.1	Zusammenfassung des Vorhabens und die Forschungsfragen	107
4.2	Forschungsdesign, Methode und Analyseverfahren.....	112
4.2.1	ANT (Akteur-Netzwerk-Theorie) als Forschungsstrategie	112
4.2.2	Fallauswahl und Datenerhebung	117
4.2.3	Datenübersicht	122
4.2.4	Auswertung und Analyse der Daten.....	123

Teil B: Konventionen guter Dienstleistungsarbeit: Welt des Handwerks..... 131

5	Branchenbeschreibung des Gebäudereiniger-Handwerks	133
5.1	Abgrenzung und Entwicklung der Gebäudereinigungsbranche	133
5.1.1	Historische Branchenentwicklung und ihr Wertschätzungsproblem	133
5.1.2	Statistische Branchenabgrenzung und Datengrundlage	135
5.1.3	Gebäudereinigung als Teil des Facilitymanagements	138

5.1.3.1	Strategische Position Gebäudereinigung im Facilitymanagement	138
5.1.3.2	Strategische Situation: Wachstum und Diversifikation.....	140
5.1.4	Gegenwärtige Marktsituation des Gebäudereiniger-Handwerks.....	142
5.1.4.1	Starke Unternehmenszunahme nach Wegfall der Meisterpflicht	142
5.1.4.2	Bipolare Struktur der Marktteilnehmer	145
5.2	Arbeiten in der Gebäudereinigung	148
5.2.1	Beschäftigungsstruktur.....	148
5.2.2	Tarifverträge und frühzeitige Einführung des Mindestlohns ...	151
5.2.3	Sozio-ökonomische Skizze der Arbeitnehmerschaft	154
5.3	Zusammenfassung.....	156
6	Qualifizierungsnarrative und Praktiken in der Reinigung	159
6.1	Unsicherheiten bei der Bewertung von Reinigungsdienstleistungen ..	159
6.1.1	Quasi-legitime Intransparenz 1: Praktiken der Angebotserstellung.....	159
6.1.2	Quasi-legitime Intransparenz 2: interne vs. externe Kalkulation.....	163
6.1.3	Folgen der Kalkulationspraktiken für die Marktkoordination..	165
6.2	Grundlegende Prinzipien der Erbringung von Reinigungsleistungen .	167
6.2.1	Auslassen von Arbeitsleistung als Geschäftsmodell	167
6.2.1.1	„Runde Ecken“	167
6.2.1.2	Exkurs: Tagesreinigung und ihre zwei Seiten	170
6.2.2	Dokumentation und Evaluation von Arbeit mit Kommunikation	173
6.3	Qualifizierungs- und Rechtfertigungsbezüge der Marktteilnehmer ...	176
6.3.1	Kundenbild: Preistreiber und der Ruf nach Standards	176
6.3.1.1	Preiswettbewerb und Stereotype Einkäufertypen	176
6.3.1.2	Ruf nach Ausgrenzung nicht-industrieller Konventionen durch Standards.....	180
6.3.2	Wettbewerbsbild: Das Fehlverhalten der anderen.....	182
6.3.3	Mitarbeiterbild 1: Anleitungsrechtfertigung für Unwillige und Benachteiligte.....	184
6.3.4	Mitarbeiterbild 2: Schlüsselqualifikation Persönlichkeit	187
6.3.4.1	Eigenverantwortung als Charakteristikum der Reinigungsfachkraft	187
6.3.4.2	Steigender Wettbewerb um gute Reinigungskräfte ...	189

6.3.5	Selbstbild: Wertewahrung führt zu Markterfolg, ist aber begrenzt	191
6.4	Zusammenfassung.....	194
7	Einführung einer Konvention guter Arbeit: das Handwerk.....	197
7.1	Ausgewählte Qualifizierungsnarrative in der Gebäudereinigung.....	197
7.1.1	Vorüberlegung zu den Konventionen der Reinigungsbranche	197
7.1.2	Welt des Marktes und Stütznarrative aus anderen Welten	200
7.1.2.1	Welt des Marktes: Kundenzufriedenheit	200
7.1.2.2	Staatsbürgerliche Welt: gesellschaftliche Verantwortung.....	201
7.1.2.3	Weitere Stütznarrative zur Qualifizierung	202
7.1.3	Das Selbstentfaltungsnarrativ: Mischkonvention zum Aufbau eines Arbeitsethos	204
7.2	Aufbau einer Untersuchungsheuristik: Einführung der Welt des Handwerks.....	207
7.2.1	Eingangsbemerkung: Zusammensetzung einer Konvention aus mehreren Welten.....	207
7.2.2	Die Welt des Handwerks.....	210
7.2.3	Überschneidungen mit anderen Welten	215
7.3	Zusammenfassung und weitere Betrachtung	216
7.3.1	Zusammenfassung der Qualitätskonvention	216
7.3.2	Weiteres Vorgehen.....	218
7.3.2.1	Zusammenfassung Teil B	218
7.3.2.2	Weiteres Vorgehen in Teil C	219
Teil C:	Hervorbringung „guter Reinigung“ im Leistungsnetzwerk	223
8	Netzwerk zur Stabilisierung der Handwerkskonvention.....	225
8.1	Aufbau und Zielsetzung des unternehmensspezifischen Kompromisses	225
8.1.1	Vom Qualitätsmanagement zur „Kalibrierung“ der Mitarbeiter mit Konventionen.....	225
8.1.1.1	Vorstellung der Fokus Clean	225
8.1.1.2	Qualitätsmanagement nach ISO ist unzureichend	226
8.1.1.3	Erweiterte Qualifizierungskonvention: die „Kalibrierung“ der Reinigungskräfte.....	230
8.1.2	Das Wertegerüst der FOKUS CLEAN und Anbindung an die Unternehmensmarke	231
8.1.2.1	Mitmenschlichkeit als Alleinstellungsmerkmal	231

8.1.2.2	Selbstdarstellung des Wertekanons und Ableitung der Markenwerte.....	233
8.1.3	Einführung der Marke FOKUS CLEAN in der Organisation.....	235
8.1.3.1	Exkurs: Implementierungsmodell von Unternehmensmarke und -kultur	235
8.1.3.2	Markeneinführung von Fokus Clean	238
8.2	Ein Netzwerk zur Stabilisierung von Arbeitshandeln: Welt des Handwerks.....	239
8.2.1	Das Schulungssystem zur Implementierung einer unternehmensweiten Konvention	239
8.2.1.1	Markenschulungen: das Implementierungssystem für eine Werteordnung.....	239
8.2.1.2	Clean Fit: handwerkliche Fertigkeiten ergänzen die Markewerte.....	241
8.2.2	Individuelle Anbindung an die Konvention: Wissen und Identität	243
8.2.2.1	Aufbau der Schulungen	243
8.2.2.2	Übergabe von Eigenverantwortung	246
8.2.2.3	Schulungen zur Schaffung des Kollektivs	248
8.2.3	Bonus Clean: Belohnung für konventionskonformes Verhalten.....	249
8.3	Zusammenfassung	253
9	Entfaltung der sozio-technischen Kompetenz im Gooduct	255
9.1	Der Objektstart: Die Assemblage einer Werkstatt in drei Phasen	255
9.1.1	Übersicht: Ablaufprozess eines Projektneustarts	255
9.1.2	Phase 1: Spezifizierung der Leistung	258
9.1.2.1	Abgleich des Leistungsverzeichnisses mit lokalen Gegebenheiten	258
9.1.2.2	Anbindung an netzwerktheoretische Betrachtung des Gooducts	259
9.1.2.3	Einordnung in konventionale Bewertungs- und Handlungsgrammatik	259
9.1.3	Phase 2: Darstellung der Unternehmenskultur und Anbindung der Mitarbeiter.....	260
9.1.3.1	Rekrutierung der Reinigungskräfte	260
9.1.3.2	Anbindung an netzwerktheoretische Betrachtung des Gooducts	262
9.1.3.3	Einordnung in konventionale Bewertungs- und Handlungsgrammatik	262
9.1.4	Phase 3: Assemblage der Werkstatt und Bedeutung der Werkzeuge	263

9.1.4.1	Der Aufbau des Reviers und die Gestaltung einer Werkstatt	263
9.1.4.2	Anbindung an netzwerktheoretische Betrachtung des Gooducts	265
9.1.4.3	Einordnung in konventionale Bewertungs- und Handlungsgrammatik	266
9.2	Objektleitung: Diskursive Koordinierung eines Reinigungsnetzwerks	268
9.2.1	Beobachtungen aus dem Arbeitsalltag von Objektleitenden	268
9.2.1.1	Der Start des Arbeitstages: Die Meisterin weist ihre Lehrlinge an	268
9.2.1.2	Das Kundengespräch: diskursive Koordinierung der Zusammenarbeit	269
9.2.1.3	Der Kontrollrundgang: Testverfahren der Handwerkskonvention	272
9.2.2	Anforderungsprofil an die Objektleitung: die kritische Entität der Qualifizierung.....	274
9.2.2.1	Stellenbeschreibung der Objektleitung.....	274
9.2.2.2	Selbstbewusstsein und Pragmatismus als wichtigste Persönlichkeitsmerkmale.....	276
9.2.2.3	Selbstdarstellung des Berufs: Die Grenzen des Selbstantfaltungsnarrativs.....	278
9.2.3	In Objekt 1: Die praktischen Grenzen der konventionalen Kompromissfindung.....	280
9.2.4	In Objekt 2: Übernahme der Rolle des Meisters der handwerklichen Welt	283
9.3	Entfaltung der Handwerkskonvention in der Praxis „guter Reinigung“	286
9.3.1	Ich reinige. Eindrücke im Reinigungsalltag	286
9.3.1.1	Ein Schichtanfang: Zusammenkunft des Teams in der Werkstatt	286
9.3.1.2	Gelebte Putzfrauenehre: Die Verantwortung für das Werkstück	288
9.3.1.3	Selbstbeobachtung: Konflikte in der Erbringung „guter Arbeit“	291
9.3.2	Die Nutzung des Sozialgefüges der Werkstatt: das Team.....	292
9.3.3	Verantwortungsübernahme für das Werkstück: Spiegel der eigenen Größe	295
9.3.3.1	Entfaltung der Projekteignerschaft in der Reinigung	295

9.3.3.2	Perfidität der Verantwortungsübergabe für das Werkstück.....	298
9.3.4	Seitenblick: marktconstituerende Seite des Gooducts	299
9.4	Zusammenfassung.....	302
Teil D:	Abschlussbetrachtung und Ausblick.....	305
10	Zusammenfassung der Arbeit und Schlussbetrachtung	307
10.1	Konzeptioneller Rahmen der Qualifizierung von Reinigungsdienstleistungen.....	307
10.1.1	Gebäudereinigungsqualitäten aus verschiedenen Perspektiven	307
10.1.2	Zur Marketization von Dienstleistungen und Arbeit.....	309
10.1.2.1	Dienstleistungen als Handelsgegenstand im Markt: Einführung des Gooducts	309
10.1.2.2	Koordination von Arbeitshandeln mit EC und die Investition in Formen	311
10.1.2.2	Vorgehensweise.....	312
10.2	Ergebnis: Stabilisierung einer Arbeitskonvention durch ein Netzwerk	313
10.2.1	Einführung der Welt des Handwerks als Untersuchungsheuristik.....	313
10.2.1.1	Differenzierungsmerkmal im Wettbewerb: „Gute Arbeit“	313
10.2.1.2	Eine Heuristik für die Untersuchung „guter Arbeit“: die Welt des Handwerks	315
10.2.2	Assemblage eines Netzwerks zur Stabilisierung der Handwerkskonvention	318
10.2.3	Orchestrierung von Arbeit und Evaluation mit der Handwerkskonvention	320
10.2.3.1	Koordinativ-kommunikative Leistungserbringung: die Objektleitung	320
10.2.3.2	Entfaltung der Handwerkskonvention und Subjektivierung der Arbeit	321
10.2.3.3	Auswirkungen der Handwerkskonvention auf die Marktkonstruktion	322
10.3	Nachwort: eine Perspektive auf die Verbesserung der Arbeitsbedingungen	324
Anhang	345