

# Zur Konstituierung des Emotionsarbeiters

„Foucault und Organisation“

2. Workshop des Forums für Kritische  
Organisationsforschung

18. – 20. Mai 2011

Prof. Dr. Daniela Rastetter



Universität Hamburg  
DER FORSCHUNG | DER LEHRE | DER BILDUNG



„Für einen selbst ist es natürlich schwer, einzuschätzen, wo die eigenen Stärken liegen. Denn man nimmt sich ja ganz anders wahr, als Freunde oder Geschäftspartner dies tun. Deshalb wird dem Lernen durch „Feedback“ in Ihrer Ausbildung ein sehr hoher Stellenwert eingeräumt: **Ihre Kollegen, Ihre Trainer und Ihre Kunden werden Ihnen in den kommenden Monaten ausführlich Rückmeldung** darüber **geben**, wie Sie bei ihnen „ankommen“ und Ihnen dadurch helfen, Ihre „**Verkäufer-Persönlichkeit**“ zu entwickeln. Besonders wichtig ist natürlich der Eindruck, den Ihre Kunden von Ihnen gewinnen. Fragen Sie sie also danach! ... **Erstes „Etappenziel“** ist zunächst, **mit fremden Menschen in Kontakt zu kommen** und gegenseitiges Vertrauen aufzubauen. Ihre Gesprächspartner erleben Sie also noch nicht als Fachmann, sondern ausschließlich als Persönlichkeit und können Ihnen sagen, ob es Ihnen schon gelingt, sich selbst richtig zu „verkaufen“. Vielleicht **entdecken Sie** aufgrund dieser Rückmeldungen ja ein paar **Seiten an sich**, die Sie bisher **noch gar nicht gekannt** haben und die im Verkaufsgespräch Ihr größter Trumpf werden? ... Wir möchten erreichen, dass Sie zum „**Verkäufer aus Überzeugung**“ werden, der **nicht nur ein bestimmtes Programm „abspulen“**, sondern **wirklich auf jeden Kunden** und seine Bedürfnisse **eingehen** kann und will. Deshalb fangen wir auch zunächst mit dem **Grundlegendsten** an: **Ihren inneren Einstellungen**. Wie stehen Sie zu Ihrer neuen Aufgabe? Was für ein Bild haben Sie von den Kunden, die Sie in Zukunft betreuen wollen? **Was halten Sie eigentlich von sich selbst** – wo sehen Sie Ihre Stärken und Schwächen, **was möchten Sie aus sich machen?** ... „

## *Literatur*

- Findlay, P.; Newton, T. (1998): Re-framing Foucault: The Case of Performance Appraisal. In: McKinley, A./Starkey, K. (Hrsg.): Foucault, Management and Organization Theory. London u.a.: Sage, S. 211-229.
- Foucault, M. (1979): Die Ordnung des Diskurses. Frankfurt/M.: Ullstein.
- Hochschild, A. R. (1990, 2006): Das gekaufte Herz. Zur Kommerzialisierung der Gefühle. Frankfurt/M.: Campus.
- Jäger, S. (2001): Diskurs und Wissen. Theoretische und methodische Aspekte einer kritischen Diskurs- und Dispositivanalyse. In: R. Keller; A. Hirsland; W. Schneider; W. Viehöver (Hrsg.): Handbuch Sozialwissenschaftliche Diskursanalyse, Bd. 1. Opladen: Leske + Budrich, S. 81-112.
- Link, J. (1983): Elementare Literatur und generative Diskursanalyse. München.
- Moldaschl, M. (2002): Das Subjekt als Objekt der Begierde – Die Perspektive der „Subjektivierung“ von Arbeit. In: Schreyögg, G.; Conrad, P. (Hrsg.): Managementforschung 12. Wiesbaden, S. 245-280.
- Moldaschl, M. (2003): Foucaults Brille. Eine Möglichkeit, die Subjektivierung von Arbeit zu verstehen? In: G. Moldaschl; G.G. Voß (Hrsg.): Subjektivierung von Arbeit, Band 1, 2. Aufl. München, Mering, S...
- Newton, T. (1998): Theorizing Subjectivity in Organizations: The Failure of Foucauldian Studies? Organization Studies, 19 (3), 415-447.
- Rastetter, D. (2008): Zum Lächeln verpflichtet. Emotionsarbeit im Dienstleistungsbereich. Frankfurt, M.
- Rose, N. (1991): Governing the Soul. The shaping of the private self. London, New York.