

# Vertrautheit und Intimität jenseits von Stand und Klasse

## Soziale Differenzen und Emotionsarbeit in Kosmetikstudios

Isabel Klein

*Beitrag zur Ad-Hoc-Gruppe »Polarisierte Welten – polarisierte Emotionen? Theoretische und empirische Perspektiven auf Emotionen und Geschlecht in Arbeit und Organisation«*

### Einleitung

In Kosmetikstudios wird körperliche und emotionale Intimität zwischen Arbeitenden und ihren Kund:innen geteilt. Körperliche Intimität entsteht, weil Körper oft an intimen Stellen beispielsweise enthaart werden, aber auch weil jede Form der Behandlung eine bestimmte physische Nähe voraussetzt (von Bose und Klein 2020), wie das nachfolgende Foto zeigt:



**Abbildung 1: Pediküre; eig. Foto**

Emotionale Intimität ist dabei die Folge als auch die Bedingung der körperlichen Intimität. Diese beiden Formen lassen sich affekttheoretisch gesprochen kaum voneinander trennen. Emotionale Intimität schafft das nötige Vertrauen für intime Behandlungen und resultiert aus eben dieser Form der physischen Entgrenzung. Im Feld der Kosmetik wird die Intimität mit den Kund:innen von den Arbeitenden, deren Praxis und Selbstbeschreibungen Gegenstand meiner ethnografischen Forschung waren, als Form der Freundschaft gedeutet. Die Arbeitenden benennen ihre Rolle gegenüber den Kund:innen als „fast wie eine Freundin“ oder gar „besser als eine Freundin“ zu sein. Diese Einordnung beziehen sie auf die Intensität der Intimität, die Vertrautheit und das exklusive Wissen, das sie mit ihren Kund:innen emotional und körperlich teilen (Klein 2020):

„Und du kennst die Geschichten einfach. Man muss, also das ist jetzt nicht, dass man sagt, weil viele sagen, das kannst du dir gar nicht merken; doch das sind ja schon wie Freundinnen. Und dann zeigen sie dir Fotos vom Urlaub. Oder also ja, wie soll ich sagen; also das ist halt schon sehr intim.“ (Kosmetikerin, angestellt in einer Praxis; Interview im Sommer 2017)

Die Intimität im Kosmetikstudio ist asymmetrisch und entsteht anders als in privaten Beziehungen unter spezifischen – kommodifizierten – Voraussetzungen. Gleichsam ist asymmetrische Intimität die Bedingung und das Produkt einer gelungenen Kosmetikbehandlung, wobei die Arbeitenden eben keine intimen Details über sich preisgeben und ihre Körper nicht entblößen. Mit Bourdieu gesprochen, ist Intimität im Feld der Kosmetikarbeit „modus operandi“ und „opus operatum“ der Dienstleistung, d.h. Intimität ist der Modus, in dem die Behandlung funktioniert und gleichsam das Produkt, das verkauft wird – das Gefühl, Zeit mit einer Freundin verbracht zu haben und ihr das Herz ausgeschüttet zu haben. Diese Intimität ist aber hoch voraussetzungsvoll, insofern sie aus Differenzen entsteht. Einerseits aus situativer Differenz, die sich körperlich realisiert: Während ein Körper umsorgt und gepflegt wird, verschleißt der Körper der Arbeitenden. Andererseits aus struktureller Differenz, wenn die Kosmetikerin ihren Körper als Arbeitskraft verkauft und die Kund:in diese kauft, um selbst körperliches Wohlbefinden zu erlangen. Wie aber wird aus der situativen und strukturellen Differenz Vertrautheit und Verbundenheit? Um diese Frage für das Feld und die Praxis der Kosmetikarbeit zu beantworten, damit aber gleichsam vorzuschlagen, Differenzen als strukturelles Problem von vielen (allen?) Dienstleistungen zu theoretisieren, die es situativ zu überwinden gilt, wobei der Aufwand der Überwindung eine Form unsichtbare Arbeit darstellt, werde ich wie folgt vorgehen: Ich werde die Diagnose, dass Intimität *modus operandi* und *opus operatum* der Kosmetikarbeit darstellt, anhand von Zitaten aus dem Feld plausibilisieren, sodann das Problem der sozialen Ungleichheit in der professionellen Freundschaft anhand von Ausschnitten aus den Feldnotizen illustrieren und schließlich diese Form der Arbeit theoretisch als „do being friends“ (Cohen 2010) bzw. als „undoing difference“ (Hirschauer 2014) diskutieren. Im Fazit plädiere ich ausgehend von der Deutung des „(un)doing difference“ dafür, emotionale Arbeit stärker mit Bezug auf die darin implizit verhandelten sozialstrukturellen Differenzen zu untersuchen. Gesellschaftliche Polarisierungen, verstanden als zugespitzte Differenzen, stellen somit wichtige Impulse für die Dienstleistungsforschung dar.

## „Arbeit, wie eine Freundin zu sein“

Professionelle zeichnet sich ebenso wie private Intimität durch Vertrautheit und Verbundenheit aus, die sich in dem Kosmetikstudio als feminisiertem Raum in der Metapher der „Freundinnenschaft“ realisiert. Die Referenz der Freundschaft wird in den Interviews, die ich im Rahmen ethnografischer Feldforschung geführt habe, mit der Häufigkeit der Treffen und der Intimität der Gespräche begründet (zu Feld und

Methode ausführlich Klein 2022). Dabei positionieren sich die Arbeitenden, „besser“ als eine Freundin zu sein, noch intimere Gespräche zu führen, noch mehr Vertrauen zu ermöglichen, so wie im folgenden Beispiel eine angestellte Kosmetikerin erklärt: „Die Leute kommen auch zu einem, um über gewisse Themen zu sprechen, weil sie entweder nur mit einem da drüber reden können, nicht mit ihrem Partner darüber reden können, nicht mit ihren Freundinnen darüber reden können.“ Eine andere, ebenfalls abhängig beschäftigte Kosmetikerin formuliert es ähnlich:

„Also du bist ja auch sehr nah am Patienten, ich glaube das ist manchmal, wie so eine Art Therapeut auch mit bist, dass dir manchmal denk ich Patienten auch Dinge erzählen, die sie vielleicht nicht mal einer guten Freundin erzählen, und das ist einfach schön. Du lebst auch mit Patienten unterschiedliche Lebensphasen; schwierige Dinge, schöne Dinge.“

Die Chiffre der Freundschaft ist aber nicht nur Rhetorik, sondern konstitutiver Teil der Arbeitspraxis in der Herstellung von professioneller Intimität. Diese beinhaltet, den Kund:innen das Gefühl zu geben, wie von einer Freundin behandelt zu werden. Anders als in den meisten Dienstleistungen, ist emotionale Arbeit im Kosmetikstudio nicht nur Teil der Arbeitsanforderung für die eigentliche Dienstleistung, sondern geteilte Emotionen, das Gefühl, Zeit mit einer Freundin zu verbringen, ist sogleich das Produkt/Ziel der Behandlung. Empirische Forschungen zu Kosmetikarbeit im angelsächsischen Raum kommen mit Blick auf den Stellenwert der professionellen Freundschaft zu ähnlichen Ergebnissen: „Although clients access the salon for a specific treatment, part of the experience they desire is to be listened to and to be able to off-load emotional issues in a relationship which, while often bearing a superficial resemblance to friendship, is actually a carefully managed piece of emotional labour.“ (Black 2004, S. 7)

Um der Intensität und Bedeutung Rechnung zu tragen, mit der Emotionen hergestellt und geteilt werden, habe ich an anderer Stelle den Begriff der Beziehungsarbeit vorgeschlagen (Klein 2020). Damit weist der Begriff auch über die dafür notwendige Emotionsarbeit in actu hinaus und bezieht sich auf die strukturelle Bedeutung der Freundschaft für die prekäre, meist solo-selbstständig ausgeübte Kosmetikarbeit. Die intimen Gespräche und das Gefühl, Zeit mit einer Freundin zu verbringen, haben eine doppelte Funktion für das Arbeitshandeln: Einerseits in actu, um körperliche Intimität zu ermöglichen; andererseits strukturell, um prekäre Arbeitsverläufe zu stabilisieren, indem Stammkund:innen Kontinuität im Einkommen garantieren. Dass die Art der Beschäftigung wesentlichen Einfluss darauf hat, welche Form von emotionaler Arbeit wie geleistet wird, betont auch Rachel Cohen als Ergebnis ihrer Studie zu selbstständigen Friseur:innen:

„Thus, whilst all stylists attempt to accommodate client demands, the way stylists ‘do being friends’ with clients varies by employment relation, insofar as this involves performing favours that extend beyond the formal requirements of hairstyling work.“ (Cohen 2010, S. 210)

Die Organisation von Arbeit als selbstständig oder abhängig steht in Zusammenhang mit der Form der geleisteten emotionalen Arbeit, ohne dafür konstitutiv zu sein. Auch die wenigen abhängig beschäftigten Kosmetiker:innen in meinen Interviews beschreiben das Verhältnis zu ihren Kund:innen als Freundschaft, können aber womöglich besser die damit verbundenen Entgrenzungen der Arbeit zurückweisen, weil sie weniger auf die „Treue“ ihrer Kund:innen zur Stabilisierung des Einkommens und der Beschäftigungssicherheit angewiesen sind.

## Ungleichheit, Freundschaft und Urlaub

Um die professionelle Freundschaft im Kosmetikstudio herzustellen, werden Elemente privater Intimität referiert. Wenn sich die Kund:innen während der Pediküre wie im Gespräch mit einer Freundin fühlen, weist die Arbeitspraxis der Dienstleistung zurück in den Bereich des Privaten und damit der Nicht-Arbeit. Zwischen privaten und den professionellen Freundschaften im Kosmetikstudio besteht als Folge ihrer Kommodifizierung ein wesentlicher Unterschied. So ist Buschmeyer und Tolasch folgend das „(...) Besondere an Dienstleistungen als professionelle Beziehungen, dass anders als in privaten Beziehungen, eine Ungleichheit zwischen den Beteiligten herrscht und beibehalten wird“ (Buschmeyer und Tolasch 2014, S. 11). Wie aber genau wird in der Praxis der Arbeit aus Asymmetrie, verstanden als Ungleichheit, Intimität? Um diese Fragen zu beantworten, soll zunächst die Ungleichheit zwischen Arbeitenden und Kund:innen näher betrachtet werden.

Situativ ist die Ungleichheit, weil ein Körper sich erholt und der andere arbeitet und in dieser Relation eine asymmetrische Interdependenz vorliegt. Diese situative Ungleichheit ließe sich auch als körperliche Ungleichheit interpretieren – ein Körper verschleißt, damit ein anderer sich regenerieren kann. Diese Form der interdependenten Ungleichheit realisiert sich als Form radikaler Differenz in actu und stellt ein Merkmal körpernaher Dienstleistungen dar, die sich dadurch von anderen unterscheiden (auch von Bose und Klein 2020). Gleichsam verweist diese situative Differenz auf eine strukturelle Ungleichheit: die Kund:in leistet sich die Externalisierung ihrer körperlichen Regeneration, die Arbeitende verkauft dafür ihre Arbeitskraft. Diese Differenz verweist auf unterschiedliche Klassenpositionen, auch wenn sie nicht in diesen aufgeht. Differente Klassenpositionen werden dann wiederum in actu relevant und gefährden den Modus der Freundschaft. Die professionelle Freundschaft droht dauernd zu scheitern, so ein Ergebnis meiner ethnografischen Feldbeobachtungen, wenn die intimen Gespräche implizit zu differenten sozialen Positionen referieren. Folgender Ausschnitt aus den Feldnotizen verdeutlicht diesen Zusammenhang:

„K1 redet viel, sehr viel, v.a. über Preise und Mieten. Alles so teuer, aber ja auch Frage der Einstellung sagt sie dann, man muss ja nicht Prada kaufen, sondern kann auch zu Esprit oder Marco Polo. B. [Kosmetikerin] schaut mich an und sagt, das kann sich auch nicht jeder leisten. Kundin redet weiter, über Ladenöffnungszeiten (zu kurz), Fahrradfahrer (zu aggressiv), Autofahrer (zu viele), Parkmöglichkeiten (zu wenige und zu teuer, mietet Garage, zwei Straßen von Haus entfernt, weil Cabrio soll nicht aufgeschlitzt werden), Obdachlose (harmlos), joggen (viermal pro Woche), Urlaub (dauernd). Ich sage wir fahren nicht in den Süden wegen Baby, zu heiß, sondern Ostsee. B. pflichtet mir bei. Kundin sagt, Gran Canaria im Januar, das hätten sie mit den Kindern gemacht als die noch klein waren, dann könne man auch in den Süden.“ (Ausschnitt aus den Feldnotizen August 2017)

Im Gespräch werden die Konsumentscheidungen der Kund:innen zu Differenzmarkern sozialer Positionen. Auch in einem anderen Studio lässt sich eine ähnliche Szene beobachten:

„Die Kundin beginnt jeden zweiten Satz mit ‚also in Madeira‘, andere Gespräche werden mit Anekdoten aus anderen Urlauben unterfüttert oder beantwortet (New York, Karibik). A. [Selbstständige Kosmetikerin] fährt auch in den Urlaub, zum ersten Mal seit vier Jahren. ‚Jetzt warst du lange nicht mehr dort‘ sagt Kundin. Wo dort ist, weiß ich nicht. A. reagiert auf Madeira Erzählungen nur mit hm, mh, lässt Kundin reden und führt Gespräch wieder aus anekdotischem Urlaub auf allgemeines Thema zurück. In Gesprächspausen stellt sie Fragen zu Produkten, meistens als ‚wir haben uns für x entschieden‘;

meint sich und Kundin, dabei fällt auch auf, dass A. selten die Kundin mit ‚Sie‘ anspricht, sondern immer in der wir-Form.“ (Feldnotizen Juni 2017)

Während das Thema des Gesprächs – Urlaub – auf soziale Differenzen zwischen der Kosmetikerin und ihrer Kundin verweist, muss Erstere es in der Gesprächsführung schaffen, aus dieser Differenz eine Gemeinsamkeit werden zu lassen. Durch die Aufrufung des „wir“, wird Teil der Urlaubsorganisation zum gemeinsamen Bezugspunkt zwischen der Arbeitenden und ihrer Kundin.

Die Gespräche während der Behandlungen sollen Intimität schaffen, verweisen aber oft auf Differenz und Ungleichheit. Nicht nur wegen ihres meist geringen Einkommens, sondern auch aufgrund der Organisation selbstständiger Arbeit können Kosmetiker:innen kaum (länger) Urlaub machen, wie mir viele im Interview erklären. Zu fragil sei das Verhältnis zu den Kund:innen, die auf ihre Wunschtermine in regelmäßigen Abständen bestehen würden. In den Gesprächen mit ihren Kund:innen müssen die Arbeitenden Themen, die auf unterschiedliche soziale (oder auch politische) Positionen verweisen so moderieren, dass eben diese Differenz nicht explizit wird und damit die Intimität der professionellen Freundschaft stört. Im ersten Ausschnitt aus den Feldnotizen widerspricht die Kosmetikerin kurz der Einordnung der Konsumentenscheidung der Kundin (Prada oder Esprit) aber lässt sie dann einfach weiterreden. Das andere Beispiel verdeutlicht den Aufwand, aus der Erzählung über ihren Urlaub ein „wir“ Gefühl herzustellen (welche Creme nehmen „wir“). Das Gefühl, Zeit mit einer Freundin zu verbringen, erfordert auch, die Differenzen zwischen Arbeitenden und ihren Kund:innen zu nivellieren. Deshalb schlage ich vor, emotionale Arbeit unter der Frage zu analysieren, welche Differenzen in der Interaktion vollzogen oder eben nicht gemacht werden und letzteres als Arbeit der Differenznivellierung zu deuten.

## „Do being friends“ oder „undoing difference“?

So ließe sich die von Cohen formulierte Praxis des „do being friends“ (Cohen 2010, S. 210) auch als „undoing difference“, als eine für die Arbeit konstitutive Unterscheidung deuten, die nicht vollzogen wird. Hirschauer argumentiert in Auseinandersetzung mit der Theorie des „doing difference“ (Fenstermaker und West 1995), dass es Differenzen gibt, die nicht vollzogen werden. Fenstermaker und West (1995) gehen davon aus, dass „soziale Differenzierung praktiziert werden muss“ (Hirschauer 2014, S. 182), ein sozialer Unterschied nur dann wirkmächtig ist, wenn er auch als solcher in der Interaktion (andauernd) gemacht wird. Entsprechend formuliert Hirschauer, dass „doing difference“ die „sinnhafte Selektion aus einem Set konkurrierender Kategorisierungen [ist], die einen Unterschied schafft, der einen Unterschied macht“ (ebd., S. 183). Welche Unterscheidung allerdings gemacht wird, ist zwar kontingent, aber nicht zufällig. „Welche Differenz ist *wann* (ir)relevant?“ (Hirschauer 2014, S. 173). Oder wird irrelevant gemacht, weil sie dem *modus operandi* der Dienstleistung zuwiderläuft? „In dem Maße, in dem sinnhafte Unterscheidungen praktisch vollzogen werden, kann dieser Vollzug unterbrochen oder eingestellt werden (...)“ (Hirschauer 2014, S. 182). Für das hier untersuchte Feld und die Semantik der Freundschaft bedeutet das, dass die Differenz, die in die Dienstleistung eingeschrieben ist, nicht vollzogen wird, sondern mit der Freundschaftssemantik stillgelegt wird. Diese Differenzen betreffen in meiner Felderfahrung v.a. Klassenpositionen wie die Urlaubsbeispiele zeigen. In der Kommodifizierung privater Tätigkeiten, ob Reinigungs-, Care- oder Schönheitsarbeiten liegt damit immer auch eine Konfrontation mit Ungleichheit in der Intimität, die zugunsten der gelungenen Dienstleistung nivelliert werden muss:

„A manicure is no longer something a woman gives herself, her daughter, or a girlfriend in the quiet of her own bathroom, but it is something that she increasingly purchases in a nail salon. In purchasing these services, (...) she also encounters the ‚other‘, often

an immigrant woman of different racial and class background through physical contact that can generate highly charged feelings on both sides.“ (Kang 2003, S. 836)

Der Umgang mit den „highly charged feelings“ wird damit Teil der zu leistenden Beziehungsarbeit und verschärft sich mit Blick auf das Produkt der Dienstleistung, dem Gefühl, Zeit mit einer Freundin verbracht zu haben. Die Freundschaft als „Freundinnenschaft“ wiederum beruht auch darauf, dass Geschlecht in den intimen Gesprächen zur Ressource wird. Mittels des geteilten Geschlechts kann Intimität hergestellt werden, droht aber vor dem Hintergrund von Klassendifferenzen permanent zu scheitern. So wird ein von mir besuchter Wochenendkurs in klassischer Gesichtspflege von einer der Teilnehmerinnen als „Mädelsabend“ bezeichnet, die Kund:innen oft als „Mädels“ adressiert und die Gespräche über stereotype „Frauthemen“ strukturiert. Neben Klasse und Geschlecht spielt Rassifizierung der Arbeitenden dabei eine ebenso wichtige Rolle bzw. bringt diese Kategorien intersektional gesprochen jeweils anders hervor, wie die Arbeiten von Kang (2003) ausführlich zeigen. In jedem Fall sind die Arbeitenden in der Herstellung von Intimität mit Differenz konfrontiert, die sie unterschiedlich (de-)thematizieren, vollziehen oder stilllegen müssen, um die „prekäre Intimität“ (Klein 2022) herzustellen und auszuhalten.

Die in der Organisation der Arbeit eingeschriebene Ungleichheit materialisiert sich schließlich in der Polarisierung des arbeitenden und des umsorgten Körpers. Rückbezogen auf das zu Beginn formulierte Problem, wie die Semantik der Freundschaft konkret funktioniert und der Diagnose, dass hier eine Differenz stillgelegt wird, lässt sich noch einmal Hirschauer bedienen: „Das *undoing* ist empirisch nur so konturiert wie dieses Schweigen, eine im Erwartungshorizont signifikante Inaktivität, die nahtlos in etwas anderes übergehen kann. Am Rande des *undoing* findet also der Wechsel zu anderen Unterscheidungen statt“ (Hirschauer 2014, S. 183). Während die eine Differenz nicht vollzogen wird (Klasse), wird eine andere implizit gemacht: Der feminisierte Raum dient als Differenzkategorie, auf die sich positiv bezogen werden kann. Die geleistete Beziehungsarbeit im Studio schafft Intimität als Vertrauen und Gleichheit, ist aber von Differenz durchdrungen bzw. durch diese konstituiert.

## Fazit

Emotionsarbeit, so mein abschließendes Plädoyer, unterscheidet sich in Form, Aufwand und Intensität nicht nur mit Bezug auf die Organisationsform der Arbeit und die Art der Dienstleistung, sondern muss auch vor dem Hintergrund darin eingeschriebener struktureller und situativer Differenzen analysiert werden. Welche Differenzen sind relevant und werden relevant gemacht? Welche Differenzen polarisieren so wie körperliche Differenz zwischen Verschleiß und Regenerierung? Welche Differenzen sind konstitutiv für die Arbeitspraxis und eine gelungene Dienstleistung und welche müssen genau dafür nivelliert werden? Inwiefern ist „(un)doing difference“ Teil emotionaler Arbeit und ermöglicht diese gleichzeitig? Diese Fragen spielen nicht nur in offensichtlich intimen, entgrenzten und unregulierten Dienstleistungen wie im Feld der Kosmetik, sondern auch in vielen weiteren eine wichtige Rolle für die Analyse von Arbeit.

Im Kosmetikstudio sind Differenzen situativ und strukturell, diese beiden Dimensionen wirken wechselseitig aufeinander ein. Für das von den Arbeitenden formulierte Ergebnis der Dienstleistung, sich wie nach einem Tag mit seiner besten Freundin zu fühlen, bedeutet das einen erhöhten Aufwand und eine komplexe Navigation der Emotionsarbeit. Demgegenüber lassen sich vermutlich auch Dienstleistungsbereiche ausmachen, in denen Klassendifferenzen als Teil der Arbeit betont werden müssen. Deshalb schlage ich vor, „(un)doing difference“ als Teil von Emotionsarbeit zu begreifen und systematischer zu analysieren, welche Differenzkategorien vollzogen und welche stillgelegt werden, insbesondere vor dem

Hintergrund gesellschaftlicher Polarisierungen. Ob diese Polarisierungen nun zunehmen oder nicht – in Dienstleistungsinteraktionen verdichten und widersprechen sich gesellschaftliche Differenzen auf komplexe Weise.

## Literatur

- Black, Paula. 2004. *The Beauty Industry. Gender Culture, Pleasure*. London: Routledge.
- Von Bose, Käthe, und Isabel Klein. 2020. Intime Arbeit – prekäre Körper? Zur Bedeutung von Körperarbeit in vergeschlechtlichten Arbeitsfeldern. *Open Gender Journal* 4: 1–18.
- Buschmeyer, Anna, und Eva Tolasch. 2014. „Ein Löffelchen für dich und eins für mich“ – (Ver)Handlungen von professioneller Intimität durch Vermeidung von Privatheit. *Feministische Studien* 23:9–23.
- Cohen, Rachel Lara. 2010. When it pays to be friendly: Employment relationships and emotional labour in hairstyling. *Sociological Review* 58:197–218.
- Hirschauer, Stefan. 2014. Un/doing Differences. Die Kontingenz sozialer Zugehörigkeiten. *Zeitschrift für Soziologie* 43:170–191.
- Kang, Miliann. 2003. The Managed Hand: The Commercialization of Bodies and Emotions in Korean Immigrant-Owned Nail Salons. *Gender & Society* 17:820–839.
- Klein, Isabel. 2020. Von der Arbeit, wie eine Freundin zu sein. *Österreichische Zeitschrift für Soziologie* 45:465–484.
- Klein, Isabel. 2022. *Prekäre Intimität. Eine Ethnografie der Körperarbeit in Nagel- und Kosmetikstudios*. Wiesbaden: Springer VS.
- Fenstermaker, Sarah, und Candace West. 1995. Doing difference. *Gender & Society* 9:8–37.