

LOKALE KONVENTIONEN DES FRISEURWESENS

GEFÜHLSMANAGEMENT UND VEREINBARKEIT VON BERUF UND PRIVATEM IN EINEM FRAUENBERUF

VON ANNA LAURA QUERMANN UND LINDA HERING

Wir alle wissen, dass Städte sich voneinander unterscheiden. Wir leben in ihnen, besuchen sie als Tourist_innen oder pendeln täglich durch sie hindurch. Jede Stadt hinterlässt dabei ihren ganz eigenen Eindruck – jede tickt in einem ganz bestimmten Rhythmus. Aber kann man dieses „ticken“ wissenschaftlich erfassen und benennen? Im DFG-Forschungsprojekt „Lokale Konventionen des Friseurwesens: Städtische Eigenlogik in Wirtschaftspraktiken“, das von Nina Baur (TU Berlin) und Martina Löw (TU Darmstadt) geleitet wird, geht man genau dieser Frage nach. Vier Städte werden dabei unter die Lupe genommen: Frankfurt am Main und Dortmund, sowie Birmingham und Glasgow.

Typische Themen der soziologischen Stadtforschung sind traditionell soziale Ungleichheit, Kriminalität, Segregation und Arbeitslosigkeit. Diese allgemeinen sozialen Phänomene werden als städtische untersucht, manchmal auch stellvertretend für gesamtgesellschaftliche Zusammenhänge. Die Stadt wird dabei als verkleinertes Abbild der Gesellschaft verstanden.

Der von Helmuth Berking und Martina Löw im Jahr 2005 begründete Ansatz der Eigenlogik der Städte widmet sich genau dieser Aufgabe. Die Grundannahme ist, dass jede Stadt die täglichen Routinen und Wissensbestände der Menschen, die in ihr leben, prägt und diese wiederum die Strukturen der Stadt formen. So bedeutet es für den Alltag etwas anderes, ob man in Berlin oder in München arm ist, auch wenn die natio-

nale Armutsgrenze in beiden Städten gilt. Die alltäglichen Regeln dafür, wie es z.B. in Berlin „läuft“ sind den Handelnden nicht unbedingt bewusst und es ist auch nicht ganz einfach, sie zu entdecken und ihnen einen Namen zu geben. Wir gehen aber davon aus, dass sie nicht nur vorhanden, sondern zeitlich relativ stabil und überall in der Stadt zu finden sind.

Für das hier vorgestellte Forschungsprojekt wurde ein für die Stadtforschung eher unkonventionelles Feld als Untersuchungsgegenstand ausgewählt: die Friseurbranche. Unser Ziel ist es, herauszufinden, wie in Friseursalons in den vier Untersuchungsstädten gewirtschaftet wird. Aus bisherigen Ergebnissen kann man beispielsweise ableiten, dass es in Frankfurt sehr wichtig zu sein scheint, einen exakten Zeitplan zu verfolgen. In Dortmund legt man hingegen vor allem Wert darauf, beim Frisieren eine persönliche Bindung aufzubauen und den neusten Klatsch und Tratsch auszutauschen. In Glasgow berichtet man den Kund_innen ungeniert von seinen eigenen Wehwehchen und in Birmingham wird der enge Zusammenhalt der Mitarbeiter_innen im Salon stark gemacht.

Durch den Vergleich der Daten aus den einzelnen Städten wird es möglich, jede Stadt für sich abzubilden, da erst im Unterschied zwischen den Städten das Einzigartige hervortritt. Das Vorgehen im Forschungsprojekt ist dafür in mehrere Bereiche gegliedert. Die ersten Ergebnisse und Hypothesen kommen aus einer Phase

der intensiven teilnehmenden Beobachtung in Friseursalons und aus Interviews mit ihren Betreiberinnen und Betreibern in den vier Untersuchungsstädten, die wir mit Erkenntnissen aus historischen Studien zur Entwicklung der Städte kontrastiert haben. Diese Ergebnisse sollen im folgenden Schritt mit Hilfe einer standardisierten schriftlichen Befragung aller Friseursalons der Untersuchungsstädte überprüft werden.

Im Fokus der Untersuchung stehen aber nicht die Städte allein – der Friseurberuf ist in der Soziologie selbst noch wenig beforscht worden. Doch gerade aufgrund ihrer Struktur ist die Branche von Interesse, ermöglicht sie uns als Forscherinnen doch Einblicke in eine von Frauen dominierte Arbeitswelt.

„Frauenberufe“ sind normalerweise Berufe, die gleichzeitig emotional besonders belastend sind und vergleichsweise schlecht bezahlt werden. Neben den sehr oft untersuchten Pflegeberufen, aber auch den Erzieherinnen und Grundschullehrerinnen, gehört mit dem Friseurwesen auch ein traditioneller Handwerksberuf eindeutig dazu: 92,4% der Angestellten in Friseur- und Kosmetiksalons waren 2010 weiblich. Das zentrale Thema des Berufs (Schönheit bzw. das gute Aussehen der Menschen) gilt in unserer Gesellschaft als weich und damit weiblich. Die Sorge um andere Menschen, sei es Kranken-, Kinder- und Altenpflege oder ihr Aussehen, wird in Deutschland den Frauen überlassen.

Dipl.-Soz. Linda Hering

ist wissenschaftliche Mitarbeiterin im DFG-Projekt „Lokale Konventionen des Friseurwesens: Städtische Eigenlogik in Wirtschaftspraktiken“.

Die Methoden der empirischen Sozialforschung, Architektur-, Stadt- und Raumsoziologie, sowie Wirtschaftssoziologie sind ihre Schwerpunkte.
E-Mail: linda.hering@tu-berlin.de

**Dipl.-Soz. Anna Laura Quermann**

ist wissenschaftliche Mitarbeiterin im DFG-Projekt „Lokale Konventionen des Friseurwesens: Städtische Eigenlogik in Wirtschaftspraktiken“.

Ihre Arbeitsschwerpunkte sind Stadtsoziologie, Markt- und Wirtschaftssoziologie, sowie Methoden der empirischen Sozialforschung.
E-Mail: quermann@stadtforschung.tu-darmstadt.de



Friseurinnen¹ erhalten branchentypisch niedrige Löhne. In den in der Erhebung erfassten Salons zählen beinahe neun von zehn Angestellten (85,6%) im Jahr 2010 zu den sogenannten Niedriglohnbezieherinnen. Das bedeutet, dass ihr Lohn im bundesweiten Vergleich weniger als zwei Drittel des Durchschnittsverdiensts beträgt. Etwas mehr als ein Viertel der Angestellten ist „atypisch“ beschäftigt, arbeiten also in Teilzeit, sind geringfügig oder als Zeitarbeitnehmerinnen oder -arbeiter oder befristet angestellt. Diese atypischen Beschäftigungsverhältnisse bedeuten eine größere finanzielle Unsicherheit und damit eine stärkere Abhängigkeit von staatlichen Leistungen oder dem Einkommen eines Partners/einer Partnerin.

Wie gehen nun Friseurinnen im Vergleich zu ihren männlichen Kollegen mit den unterschiedlichen Belastungen in ihrem Beruf um? Gibt es eine weibliche Art, den Beruf auszuüben? Werden die gleichen Themen problematisiert? Diesen Fragen begegneten uns im Forschungsprojekt.

Erste Ergebnisse deuten darauf hin, dass Frauen und Männer hier ein unterschiedliches Antwortverhalten an den Tag legen. So empfindet es fast die Hälfte der befragten Männer (43%), aber nur ein Drittel (33%) der Frauen schwierig, Beruf und Privatleben miteinander zu vereinbaren. Das kann daran liegen, dass Frauen in diesen Fällen ein geringeres Problembewusstsein haben oder ferner daran, dass viele Ange-

stellte in Friseursalons (und damit eben viele Frauen) nicht in Vollzeit beschäftigt sind, was die Vereinbarkeit von Beruf und z.B. Kinderbetreuung zeitlich vereinfachen kann.

Der Friseurberuf hat deutliche Züge eines „care“-Berufs, also einer Tätigkeit, die sich stark um den Aspekt des sich Kümmerns (engl. „to take care“) dreht. 55% aller Befragten finden es gut, wenn die Kunden ihnen ihre Sorgen mitteilen, bei den Frauen sind es jedoch 60%, während nur 43% der Männer hier zustimmen. Sich emotional auf die Kundinnen und Kunden einzulassen, als Vertraute zu gelten, ist also für die meisten ein Teil des Berufs, Frauen sehen dies aber häufiger positiv als Männer. Diese enge Verbindung mit den Kundinnen und Kunden bedeutet nicht selten auch, dass Friseurinnen mit deren Problemen belastet werden und selbst weniger Möglichkeiten haben, ihre Nöte mitzuteilen. Wie Therapeutinnen, nur ohne deren professionelles Rüstzeug, müssen sie lernen damit umzugehen.

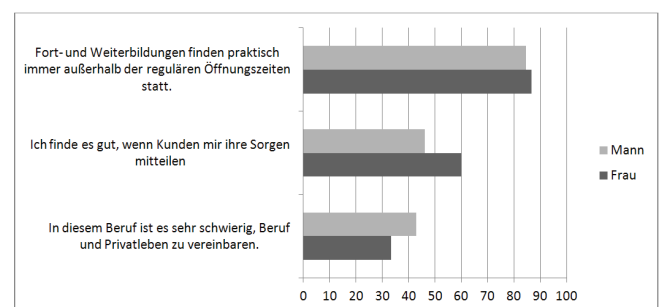
Dass der Beruf sich nicht selten ins Privatleben ausdehnt, trifft auf beide Geschlechter zu: 85% der Männer lassen sich vor allem außerhalb der Öffnungszeiten fort- und weiterbilden, bei den Frauen sind es 87%. Seminare finden abends, an Wochenenden oder Montagen statt, die traditionell in der Branche einen

Ruhetag bedeuten. Auch wenn in dieser Zeit keine Kunden bedient werden, handelt es sich doch in kei-

nem Fall um Freizeit.

Wir werden im weiteren Verlauf des Projektes bestehende Unterschiede in der Berufswahrnehmung von Frauen und Männern aufzeigen, wo sie uns begegnen. Der Vergleich der Daten aus Deutschland mit denen aus Großbritannien bietet zudem die Möglichkeit, nationale Besonderheiten im Berufsbild aufzuzeigen. Vielleicht wird es sogar möglich, den Untersuchungsstädten eine geschlechtsspezifische Selbstwahrnehmung nachzuweisen.

Tabelle 1: Abgrenzung Beruf und Privatleben im Geschlechtervergleich



Quelle: Eigene standardisierte Befragung von Berliner und Darmstädter Friseursalons

¹Da die Branche mehrheitlich von Frauen dominiert wird, verwenden wir im Folgenden die weibliche Form, meinen aber, wenn es nicht näher spezifiziert wird, Frauen und Männer gleichermaßen.