

Inhaltsverzeichnis

1 Einleitung	1
1.1 Problemstellung und Relevanz des Themas	1
1.2 Aufbau und Gliederung der Arbeit	10
2 Werte, Wertorientierungen und organisationale Werte	15
2.1 Begriffsklärungen	15
2.2 Begriffliche Abgrenzungen	17
2.3 Werte und Wertorientierungen	23
2.3.1 Die „Study of Values“ nach Allport, Vernon und Lindzey (1960)	24
2.3.2 Die Wertetheorie nach Rokeach (1973)	27
2.3.3 Schwartz' Ansatz einer universellen Wertetypologie	31
2.3.4 Wertorientierungen – ausgewählte Vertiefungen sowie empirische Befunde	38
2.3.4.1 Stabilität von Wertorientierungen	39
2.3.4.2 Wertorientierungen und Persönlichkeitseigenschaften	41
2.3.4.3 Wertorientierungen und Verhalten	44
2.3.4.4 Geschlechterunterschiede bei Wertorientierungen	48
2.3.4.5 Arbeitsbezogene Wertorientierungen	52
2.3.5 Qualitative Forschungsansätze zu Wertorientierungen	54
2.3.6 Zusammenfassung	56
2.4 Organisationale Werte	59
2.4.1 Konzeptuelle Einordnung organisationaler Werte	60

2.4.2	Verortung organisationaler Werte in Organisationskulturen	64
2.4.3	Empirische Zugänge zu organisationalen Werten	72
2.4.4	Stand der Forschung: organisationale Werte im Finanzsektor	78
2.4.5	Zusammenfassung	81
2.5	Wertorientierungen und organisationale Werte	84
3	Beruf, Berufslaufbahn und Berufserfolg	87
3.1	Begriffsklärungen	88
3.1.1	Beruf und die heutige Bedeutung von Beruf	88
3.1.2	Berufslaufbahn	92
3.1.3	Berufserfolg	95
3.1.3.1	Objektiver Berufserfolg	97
3.1.3.2	Subjektiver Berufserfolg	98
3.2	Theorien und Modelle der Berufslaufbahn	99
3.2.1	Das Lebenslaufbahnmodell	105
3.2.2	Person-Environment-Fit	109
3.2.3	Berufslaufbahnmodelle mit Schwerpunkt auf Geschlecht oder Wertorientierungen	114
3.2.4	Das handlungspsychologische Modell der Laufbahnentwicklung	119
3.3	Zusammenfassung	124
4	Geschlechterunterschiede bei Berufslaufbahnen und Berufserfolg	129
4.1	Geschlechterverteilung in Führungspositionen im öffentlichen Finanzdienstleistungssektor	133
4.2	Erklärungsansätze für Geschlechterunterschiede	139
4.2.1	Evolutionsbiologische Ansätze	140
4.2.2	Psychologische Ansätze	142
4.2.3	Soziologisch-psychologische Ansätze	144
4.3	Forschungsergebnisse zu Geschlechterunterschieden und -ähnlichkeiten	149
4.4	Zusammenfassung	150
5	Verortung des Forschungsvorhabens innerhalb des theoretischen Rahmens	153

6 Methodisches Vorgehen	157
6.1 Begründung für eine qualitative Untersuchung	157
6.2 Untersuchungsbereich: Ein öffentlich-rechtliches Finanzdienstleistungsunternehmen	159
6.3 Begründung für ein selektives Sampling anhand des hierarchischen Grades	163
6.4 Vorstellung der Erhebungsinstrumente	164
6.4.1 Leitfadengestützte Interviews mit den Führungskräften	168
6.4.2 Leitfadengestützte Interviews mit den Mitarbeitenden	168
6.4.3 Kurzfragebogen	168
6.4.4 Einsatz eines Zeitstrahls	169
6.4.5 Einsatz von Metaplankarten	171
6.4.6 Postskriptum	172
6.5 Datenerhebung und Datenaufbereitung	173
6.5.1 Feldzugang und Rekrutierung	173
6.5.2 Durchführung der Datenerhebung	175
6.5.3 Datenaufbereitung	176
6.6 Die Dokumentarische Methode als Verfahren zur Datenauswertung	178
7 Ergebnisse der Untersuchung	185
7.1 Interviews mit den Führungskräften	187
7.1.1 Vorstellung der befragten Führungskräfte	187
7.1.2 Ergebnisse der Interviews mit den Führungskräften	189
7.1.2.1 Typ I _a : „wir sind Dienstleister“	189
7.1.2.2 Typ II _a : „anstrengen heißt [...] mich weiterentwickeln wollen“	209
7.1.2.3 Typ III _a : „das gehört einfach dazu“	233
7.1.2.4 Einzelfallanalyse 1_123: „unternehmerisches Denken und Handeln“	252
7.2 Interviews mit den Mitarbeitenden	263
7.2.1 Vorstellung der befragten Mitarbeitenden	263
7.2.2 Ergebnisse der Interviews mit den Mitarbeitenden	265
7.2.2.1 Typ I _b : „Für die, die was leisten, ist das ein Dorn im Auge“	265

7.2.2.2	Typ II _b : „Das beste Feedback was man kriegt, ist zufriedene Kunden“	283
7.2.2.3	Typ III _b : „Es ist halt (...) sehr FAMILIÄR“	301
7.2.2.4	Einzelfallanalyse 1_2201: „Nochmal was Neues wär schön“	318
7.2.2.5	Einzelfallanalyse 1_2207: „Ich möchte schon 'ne Tätigkeit machen, mit der ich mich identifiziere“	328
7.3	Soziogenetische Reflexionen	339
7.3.1	Der Erfahrungraum Geschlecht	340
7.3.1.1	Die männlichen Führungskräfte	341
7.3.1.2	Die weiblichen Führungskräfte	343
7.3.1.3	Die männlichen Mitarbeiter	347
7.3.1.4	Die weiblichen Mitarbeiterinnen	349
7.3.2	Vergleich der hierarchischen Ebenen	354
7.3.3	Zusammenfassung	359
8	Resümee	363
8.1	Zentrale Ergebnisse	364
8.1.1	Die Wertorientierungen der Mitarbeitenden und Führungskräfte	364
8.1.2	Das Erleben der organisationalen Werte vor dem Hintergrund von Wertorientierungen	369
8.1.3	Das Erleben organisationsinterner Berufslaufbahnen	376
8.1.4	Kollektive Orientierungen, Wahrnehmungen und Relevanzrahmen auf hierarchischer Ebene	384
8.1.5	Geschlechtsbezogene Orientierungen, Wahrnehmungen und Relevanzrahmen	388
8.2	Reflexion und Diskussion	391
8.2.1	Rückblick auf das methodische Vorgehen	392
8.2.2	Werte als Deutungsmuster im beruflichen Kontext	394
8.2.3	Berufslaufbahnen im Finanzdienstleistungsunternehmen	402
8.2.4	Die mehrdimensionale Bedeutung von Geschlecht in Berufslaufbahnen	407
8.2.5	Die Zugehörigkeit zum öffentlichen Dienst als zentrales Deutungsmuster	414
8.3	Ausblick und Forschungsperspektiven	420
Literaturverzeichnis	425	