

# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Einleitung</b>	<b>1</b>
1.1	Problemstellung und Relevanz des Themas	1
1.2	Aufbau und Gliederung der Arbeit	10
<b>2</b>	<b>Werte, Wertorientierungen und organisationale Werte</b>	<b>15</b>
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
<b>3</b>	<b>Beruf, Berufslaufbahn und Berufserfolg .....</b>	<b>87</b>
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
<b>4</b>	<b>Geschlechterunterschiede bei Berufslaufbahnen und Berufserfolg .....</b>	<b>129</b>
4.1	Geschlechterverteilung in Führungspositionen im öffentlichen Finanzdienstleistungssektor .....	133
4.2	Erklärungsansätze für Geschlechterunterschiede .....	139
4.2.1	Evolutionenbiologische 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
<b>5</b>	<b>Verortung des Forschungsvorhabens innerhalb des theoretischen Rahmens .....</b>	<b>153</b>

<b>6</b>	<b>Methodisches Vorgehen</b>	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
<b>7</b>	<b>Ergebnisse der Untersuchung</b>	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 <sub>a</sub> : „wir sind Dienstleister“	189
7.1.2.2	Typ II <sub>a</sub> : „anstrengen heißt [...] mich weiterentwickeln wollen“	209
7.1.2.3	Typ III <sub>a</sub> : „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 <sub>b</sub> : „Für die, die was leisten, ist das ein Dorn im Auge“	265

7.2.2.2	Typ II <sub>b</sub> : „Das beste Feedback was man kriegt, ist zufriedene Kunden“ .....	283
7.2.2.3	Typ III <sub>b</sub> : „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 Erfahrungsraum 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
<b>8</b>	<b>Resümee</b> .....	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
	<b>Literaturverzeichnis</b> .....	425