

Diplomarbeit

Titel der Diplomarbeit

„Validierung des Interesseninventars RIASEC-RRK anhand von Studenten der
Betriebswirtschaft der Wirtschaftsuniversität“

Verfasser

Sebastian Körber

angestrebter akademischer Grad

Magister der Naturwissenschaften (Mag. rer. nat.)

Wien, im Juni 2008

Studienkennzahl lt. Studienblatt: A298

Studienrichtung lt. Studienblatt: Psychologie

Betreuer: ao. Univ.-Prof. Mag. Dr. Martin Arendasy

Danksagungen

Besonderer Dank gilt meinem Diplomarbeitsbetreuer Herrn ao. Univ.- Prof. Mag. Dr. Martin Arendasy. Er stand mit Rat und Tat bei auftretenden Problemen immer zur Seite.

Allen Probanden danke ich für Unterstützung bei der Datengewinnung.

Nicht zuletzt danke ich für das empfangene Stipendium, das mir erlaubte, meine Aufmerksamkeit voll auf das Studium zu lenken.

Inhaltsverzeichnis:

I. THEORETISCHER TEIL

1.	Einleitung	S. 6
2.	Interesse	S. 6
2.1.	Etymologie	S. 7
2.2.	Begriffsdefinition	S. 7
2.3.	Interesse und familiärer Kontext	S. 9
2.4.	Interesse und Beruf	S. 9
2.5.	Voraussetzungen für Interesse	S.10
3.	Berufswahl	S. 14
3.1.	Trait- und Faktortheorie	S. 14
3.2.	Laufbahnentwicklungstheorie nach Super	S. 15
3.2.1.	Exkurs: Trends in der Laufbahnentwicklung	S. 17
3.3.	Die Theorie des sozialen Lernens	S. 18
4.	Hollands Theorie	S. 19
4.1.	Grundannahmen	S. 19
4.2.	Persönlichkeitsorientierungen nach Holland	S. 21
4.3.	sekundäre Konstrukte nach Holland	S. 23
4.4.	Person-Umwelt-Aussagen	S. 24
4.5.	Das hexagonale Modell	S. 25
4.6.	Exkurs: Umsetzung Hollands Theorie in spezifische Berufsmöglichkeiten	S. 28
4.7.	Geschlechtsunterschiede in der Interessenorientierung	S. 28
5.	Erhebungsverfahren	S. 29
5.1.	Der Allgemeine Interessen-Struktur-Test	S. 30
5.2.	Der Self-directing Search	S. 33
5.3.	Der EXPLORIX	S. 34
5.4.	Die generelle Interessen-skala	S. 37

5.5.	Der Differentielle Interessen-Test	S. 39
6.	unternehmerische Persönlichkeiten	S. 41
6.1.	ältere Studien zu unternehmerischen Persönlichkeiten	S. 41
6.2.	Beweggründe der Unternehmensgründung	S. 42
6.3.	aktuelle Studien zu unternehmerischen Persönlichkeiten	S. 46
7.	Das Studium der Betriebswirtschaft	S. 51
7.1.	Studienaufbau, Gesamtstundenzahl	S. 51
7.2.	Durchschnittliche Studiendauer und Auslandsaufenthalte	S. 51
II.	METHODISCHER TEIL	S. 54
1.	Stichprobenbeschreibung	S. 54
2.	Material	S. 56
2.1.	Der RIASEC-RRK	S. 56
2.2.	Testaufbau	S. 56
2.3.	Untersuchungsdurchführung (Procedure)	S. 58
3.	Hypothesen	S. 60
4.	Geschlechtsunterschiede	S. 67
4.1.	Realistic	S. 67
4.2.	Investigative	S. 68
4.3.	Artistic	S. 69
4.4.	Social	S. 70
4.5.	Entrepreneurship	S. 71
4.6.	Conventional	S. 73
5.	Interessenunterschiede bezüglich des Alters	S. 74
6.	Altersunterschiede bezüglich der Skalen Rezeptivität, Reproduktivität und Kreativität	S. 76
7.	Unterschiede von unternehmerischen Interessentypen zu anderen	S. 80
8.	Geschlechtsunterschiede in der Altersgruppe unter 25 Jahren	S. 82
9.	Geschlechtsunterschiede in der Altersgruppe über oder gleich 25 Jahren	S. 84
10.	Einfluss des Interessentyps auf die Testdauer	S. 86

11.	Kongruenz der Stichprobe	S. 90
12.	Faktorenanalyse	S. 92
13.	Diskussion und Ausblick	S. 93
14.	Literaturverzeichnis	S. 99
15.	Abbildungsverzeichnis	S.105
16.	Tabellenverzeichnis	S.106

I. THEORETISCHER TEIL

1. Einleitung:

In folgender Arbeit soll ein Beitrag zur Validierung des RIASEC-RKK geleistet werden, der 2006 in der Diplomarbeit von Silvia Steiner vorgestellt wurde. Er baut wie viele Interessentests auf dem Interessenmodell von Holland auf, dessen sechs Interessentypen als empirisch gut abgesichert gelten. International ist diese Theorie anerkannt und dient vielen Instrumenten zur Interessenmessung als Basis. Gerade, weil sein Modell so verbreitet ist, sind weitere Forschungen gerechtfertigt und gesichert (Brown, 1994).

Interessen sind psychische Phänomene, denen Menschen einen großen Einfluss auf ihr individuelles Erleben und Handeln in zahlreichen Kontexten, wie der Schule, der Freizeit oder Beruf zusprechen. Das Interesse, das sie ihren Tätigkeiten in diesen Bereichen entgegenbringen, wird von ihnen als eine wichtige Determinante des Erlebens und auch der Leistung in diesen Kontexten verstanden. Diese Bedeutung des Interesses begründet in der Psychologie und in der Pädagogik eine lange Forschungstradition (Prenzel, 1988).

Die Erfassung von Interessen ist besonders wichtig im Zusammenhang mit Entscheidungen, die Bildung- oder Berufslaufbahn betreffen. Die Berufsberatung führt Individuen an das systematische Auseinandersetzen und Suchen von Informationen bezüglich verschiedener Berufsoptionen heran. Hierfür dienen Instrumente zur Erfassung der Berufsinteressen. Interesse hat einen besonders starken Einfluss auf kognitive und affektive Funktionsweisen von Individuen. Als psychologisches Stadium wird Interesse vereinfacht als fokussierte Aufmerksamkeit, erhöhte kognitive und affektive Aktivierung und überdauernde Anstrengung charakterisiert.

2. Interesse:

2.1. Etymologie:

Das Wort „Interesse“ als Substantiv wird vom lateinischen Verb „inter-esse“ abgeleitet, das etwa folgende Bedeutungen hat: dazwischen(inter) sein(esse), dazwischen liegen, verschieden sein, sich unterscheiden, zugegen sein, teilnehmen, beiwohnen.

Der relationale Aspekt des Dazwischenliegens ist aus dem modernen Sprachgebrauch des Wortes fast gänzlich verschwunden. So umschreibt der Duden (1999) Interesse mit den Begriffen Neigung, Teilnahme, Anteilnahme und Bedeutung, in ökonomischer Spezifizierung mit Vorteil und Nutzen.

2.2. Begriffsdefinition:

Das psychologische Wörterbuch Dorsch (2004) definiert Interesse folgendermaßen:

„das Beachten des Gegenstandes, dem ein subjektiver Wert zugeschrieben wird und der eine (theoretische oder praktische) Bedeutung für unser Bedürfnis hat. Es ist relativ konstant, erworben und kann als Motiv des Handelns Bedeutung bekommen. Dem Interesse soll auch eine angeborene, dabei individuelle Interessenansprechbarkeit zugrunde liegen, wodurch bestimmte Interessentypen aufgestellt werden können. Zudem verschieben sich die Interessen mit den Altersstufen. Auch vielfältige Verzahnungen von Motiven und Interessen sind kennzeichnend.“

Allgemeine Interessen werden nach Todt (1995) definiert als:

„Verhaltens- oder Handlungstendenzen, die relativ überdauernd und relativ verallgemeinert sind. Sie sind auf verschiedene Gegenstands-, Tätigkeits- oder Erlebnisbereiche gerichtet (die wiederum mit den in unserer Kultur unterschiedenen Berufsbereichen beschrieben werden können); sie sind wohlstrukturiert und relativ unabhängig von konkreter Erfahrung entstanden. In ihrer Entwicklung und zur Entwicklung des Selbstbildes. Allgemeine Interessen umfassen kognitive, affektive und konative Komponenten.“

Strong definiert Interesse im Zusammenhang mit der Lerntheorie (Strong, 1943):

„Interessen sind Ausdruck individueller Reaktionen auf die Umwelt. Die Reaktion Vorliebe-Abneigung ist das Resultat eines befriedigenden oder unbefriedigendem Umgangs mit dem Objekt (Aktivität, Mensch, Idee). Unterschiedliche Personen reagieren unterschiedlich auf dasselbe Objekt. Die unterschiedlichen Reaktionen entstehen, weil jedes Individuum mit verschiedenen Voraussetzungen beginnt“

Die kennzeichnende Eigenschaft von Interesse ist die Gegenstandsbezogenheit. Interesse ist immer an ein Objekt oder jemanden geknüpft.

Generell kann der Begriff Interesse psychologisch/pädagogisch aus zwei Perspektiven betrachtet werden.

- Interesse als Disposition (Bergmann & Eder, 1991), als Persönlichkeitsmerkmal (Trait)
- Interesse als Zustand (Interessiertheit – State)

Bei Hidi (1990) werden drei Arten von Interesse unterschieden:

- 1.) Individuelles Interesse: gilt als relativ überdauernde Prädisposition, die einhergeht mit Engagement an Objekten, Personen oder Ereignissen. Dieses Stadium ist mit positivem Affekt assoziiert.
- 2.) Situationsbezogenes Interesse: Diese Form des Interesses wird durch Stimuli aus der Umwelt provoziert. Hier besteht eine fokussierte Aufmerksamkeit. Einmal ausgelöst, kann diese Reaktion beibehalten werden oder auch nicht. Hidi (1990) unterscheidet zwei verschiedene Typen von situationalem Interesse. Die erste Gruppe beinhaltet formale und strukturelle Charakteristika, wie Neuheit, Intensität, Ambiguität. Die zweite Gruppe besteht aus Zufriedenheitsfaktoren, wie beispielsweise Aktivität und wichtigen Themen des Lebens. Gerade bei situationalem Interesse wurde argumentiert, dass es formbar wäre und gerade deswegen im pädagogischem Bereich dieser Thematik besonders viel Aufmerksamkeit zuteil werden sollte.
- 3.) Themengebundenes Interesse: Dieses Interessengebiet bezieht sich auf das von einem Wort oder Absatz eines Themas ausgelöste Interesse. In späteren Untersuchungen benutzen Schiefele (1996,1998) und Schiefele & Krapp(1996) den Begriff des themengebundenen Interesses als eine relativ überdauernde Orientierung hin zu bestimmten Gegenständen oder Themen. Sie untersuchten diesen Interessenbereich mittels einer Interviewreihe an Studenten, die ihre Gefühle (gefühlsbezogener Wert) und den persönlichen Wert (wertbezogener Wert) bezüglich verschiedenen Gegenständen einschätzen sollten. Diese zwei Werte korrelierten hoch. Im Artikel von Hidi (1990) wird aber im Gegensatz zum Vorschlag von Schiefele und Krapp doch eine Differenzierung des themenbezogenen Interesses von den anderen zwei Arten vorgeschlagen. Sie postulieren: „Ein bereits stark

ausgeprägtes individuelles Interesse am Inhalt eines Textes wird die Wahrscheinlichkeit erhöhen, dass diese Faktoren des individuellen Interesses zu einem themenbezogenen Interesse beitragen.

2.3. Interesse und familiärer Kontext:

Super und Crites (1962) kamen zu dem Schluss: „In mehreren Untersuchungen wurde gezeigt, dass der sozioökonomische Status mit der Entwicklung und der Manifestation von Interessen verbunden ist.“

So hemmt oder fördert der Status der Eltern die Entwicklung von Interessen der Kinder. Allgemeine und bereichsspezifische Stimulierung wird als zusätzliche Determinante von Interessen angesehen, mehr noch als das allgemeine Erziehungsverhalten.

2.4. Interesse und Beruf

Die Berufswahl ist ein langfristiger Prozess und hat Einfluss auf die Interessen, wie Berufswahltheorien postulieren.

Nach Holland (1966) kann man die Wahl eines Berufes als den Ausdruck persönlicher Motive, Kenntnisse und Fähigkeiten bezeichnen.

Zum besseren Verständnis werden hier manche von Hollands (1966) Thesen angeführt:

- Berufsstereotype haben eine reliable und wichtige psychologische und soziologische Bedeutung.
- Mitglieder einer Berufsgruppe haben eine ähnliche Persönlichkeit und eine ähnliche Entwicklungsgeschichte.
- Da Personen in einer Berufsgruppe ähnliche Persönlichkeitsstrukturen haben, werden sie in vielen Situationen und Problemen ähnlich reagieren und innerhalb ihrer Gruppe charakteristische zwischenmenschliche Beziehungen entwickeln.
- Berufliche Zufriedenheit, Stabilität und Leistung hängen von der Kongruenz zwischen der Persönlichkeit eines Menschen und den Arbeitsbedingungen ab.

Den Vorgang der Berufswahl stellt sich nach Holland (1966) folgendermaßen dar:

- Das Individuum wendet sich der modalen Berufsklasse zu, für die es in der Entwicklung entsprechend vorbereitet wurde.
- Innerhalb dieser modalen Berufsklasse hängt die individuelle Berufswahl ab von der Selbstbewertung des Individuums bezüglich der Persönlichkeit und Fähigkeiten im Hinblick auf eine erfolgreiche Auseinandersetzung mit der gewählten Umgebung.
- Diese beiden Prozesse werden durch eine Reihe von individuellen und Umweltfaktoren beeinflusst.

Jugendliche integrieren ihr interesse-bezogenes Selbstbild mit ihrem Fähigkeitsbezogenen, sowie mit ihren Werthaltungen. Interessen grenzen sich dann durch eine zunehmende Informiertheit ein.

2.5. Voraussetzungen für Interesse:

- Gemein ist allen Definitionen die Koppelung des Interesses an einen Gegenstand. Man interessiert sich immer „für“ etwas = Gegenstandsbezogenheit
- Interesse als dynamische Kraft, die Handeln initiiert
- Kognitive (Explorationsintention), emotionale und wertbezogene Komponenten

1.) Die Qualität von Interesse wird durch Art und Richtung (inhaltlich Aspekte) bestimmt.

2.) Quantität ist abhängig von:

- Stabilität
- Generalisiertheit: unterschiedliche Interessensbreite: spezifisch bis generell
- Intensität als dynamische Kraft.
 - Häufigkeit und Ausdauer der Konfrontation mit dem interessierenden Gegenstand
 - Ausmaß des Gefühls des Wohlbefindens durch die Konfrontation mit dem interessierenden Gegenstand
 - „Tendenz zur Erschließung des Interessengegenstandes“ (Bergmann, C. & Eder, F., 1991)
 - „Tendenz zum selbstintentionalen Handeln“ (Bergmann, C. & Eder, F., 1991)

Die wichtigsten Elemente des Interesses aus psychologischer Sicht (Rubinstein, 1981):

Unter psychologischer Verwendung des Begriffs sind folgende Elemente zu identifizieren:

- 1.) Gerichtetheit der Persönlichkeit, ihrer Aufmerksamkeit, Gedanken, Absichten und Handlungen auf ein Objekt, d.h. auf Gegenstands- und Tätigkeitsbereiche, auf Sachverhalte, Zusammenhänge, Situationen, Personen, also auf die gesamte Umwelt, auf objektiv gesellschaftliche Beziehungen, auf Werte
- 2.) Gegenstands – und Tätigkeitsbezogenheit: Es gibt kein gegenstandsloses Interesse. Es herrscht immer Interesse an etwas, es ist immer der Sache verpflichtet; sein Bedeutungsakzent liegt auf dem Gegenstand. Erst durch diese Orientierung an dem Gegenstand und in der Auseinandersetzung mit ihm werden Interessen autonom.
- 3.) Umweltbezogenheit: Interessen sind ein soziales Phänomen in einem kulturspezifischen Kontext. Sie sind keine rein psychologische Kategorie. Interessen sind Ergebnisse sozialen Lernens (Schiefele, 1996), Interessen entstehen aus dem Kontakt mit der Umwelt.
- 4.) Handlungstendenz: Bereits Kant unterscheidet ein Interesse an dem Gegenstand und an der Handlung. Tätigkeitsbezogenheit geht in die Handlungstendenz über, sind aber nicht identisch.
- 5.) Die Subjekt-Objekt-Relationalität: Ein Zusammenhang zwischen einem bestimmten Handlungssubjekt und einem oder mehreren Objekten. Gerade durch diesen Zusammenhang unterscheiden sie sich von anderen verhaltensbestimmenden Impulsen.
- 6.) Bewusstheit: Interesse hat Bewusstheitscharakter. Dieser äußert sich im Bewusstwerden des Gegenstandes, seiner Bedeutsamkeit und seines Wertes (Schiefele, 1996). Ein Streben wird provoziert, den Gegenstand besser kennen zu lernen, ihn nicht aus dem Bewusstsein zu verlieren.
- 7.) Emotionalität: Interesse als Gerichtetheit der Persönlichkeit ist immer auch emotional.
- 8.) Wertung: Interesse besitzt das kognitive Kriterium der Wertbezogenheit. Die Bedeutsamkeit des Gegenstandes ist bewusst.

- 9.) Motivationale Steuerung: Interesse ist sowohl eine eigenständige Kraft als auch ein Teil des gesamten dynamischen Systems einer Person. Sigmund Freud nennt die Ichtriebenenergie der Psyche Interesse.
- 10.) Selektive Steuerung: Interessen haben auch selektive Funktion. So wird auf bestimmte Gegenstände oder Gegebenheiten Aufmerksamkeit gelenkt, auf andere nicht.
- 11.) Einstellung: Interesse ist die spezifisch kognitive Einstellung der Person zu Gegenständen und Erscheinungen der Wirklichkeit.
- 12.) Bedürfnis: Für Thorndike (1970) sind Bedürfnis und Interesse synonym.
- 13.) Ursache und Folge des Lernens: Interessen fördern die kognitiven Leistungen und regen zu entsprechender Tätigkeit an. Der Erwerb von Tätigkeiten und Fertigkeiten ist eng mit der Entfaltung von Interessen verbunden (Schiefele, 1996). Man spricht sogar von einem spezifischen kognitiven Lerninteresse, das auf den Prozess des Lernens selbst gerichtet ist und wirksame dynamische Tendenzen enthält für die Entwicklung von Kenntnissen, Fähigkeiten und Fertigkeiten.
- 14.) Angeborene Tendenz und erlernte Disposition: Interesse ist auch konstitutionell bedingt. Diese konstitutionelle Grundlage ist aber nicht im Sinne einer autonomen Selbstentwicklung von Interessen zu verstehen; denn diese werden als solche kulturspezifisch im sozialen Lernprozess erworben (Rubinstein, 1981). Als Ergebnis sozialen Lernens unterliegen sie dem Einfluss der Interaktionen im erzieherischen Umgang, dem Einfluss des jeweiligen gesellschaftlichen Kontextes und der jeweiligen Kultur und damit auch den individuellen und gesellschaftlichen Wertvorstellungen (Schiefele, 1996).
- 15.) Konstanz und Wandel: Interessen als überdauernde Zustände gelten als relativ konstant und stabil. Die Konstanz von Interessen besagt jedoch nicht, dass sie in ihrer Stärke nicht schwanken können. Interessen ändern sich auch im Laufe des Lebens (Thorndike, 1970). Es gehört zum Wesen des Menschen, dass seine Motive wachsen und sich im Laufe des Lebens wandeln. Interessen variieren ganz allgemein aufgrund der Veränderung der Umwelt. So treten starke Interessensveränderungen auf, wenn ein Mensch einer anderen Umwelt ausgesetzt ist.

Es zeigt sich also deutlich, dass Interessen keine autonome Selbstentwicklung durchlaufen, sondern sich kulturspezifisch im interaktionalen Prozess entwickeln und wandeln (Rubinstein, 1981).

- 16.) Dauerhaft und augenblickliche Teilnahmezustände: Eine Dauerwirkung ist unlösbar verbunden mit der unmittelbaren Handlung. Keine Aktivität führt zum Verlust des Interesses.
- 17.) Aktivität und Passivität:
Echtes Interesse setzt ein aktives Umgehen mit dem Gegenstand voraus.

Speziell Hollands (1992) Theorie beruflicher Interessen hat in den vergangenen Jahrzehnten die größte Aufmerksamkeit und empirische Bestätigung erfahren.

In seinem Buch „Making vocational choices“ von 1992 zeigt Holland, unterstützt von Rolfs Werk „Berufliche Interessen“ (2001), dass sich die Interessenpsychologie etabliert hat und auch empirisch Grundanforderungen standhalten kann. Aspekte dieser im Fortschritt befindlichen Interessenpsychologie sind:

- Interessen weisen ein Maß an Zeitstabilität und Konsistenz auf, das einer psychologischen Eigenschaft gleich kommt.
- Betsworth, Bourchard, Cooper, Grotevant, Hansen, Scarr und Weinberg (1994) schließen aus dem Studium vieler Untersuchungen und ihrer eigenen viel beachteten Studie, dass 30% bis 50% der Variation der beruflichen Interessen genetisch bedingt sind.
- Immer schwieriger wird es Interessen von motivationalen Persönlichkeitskonstrukten zu unterscheiden.
- Person und Umwelt wirken aufeinander und stehen in einem ständigen transaktionalen Prozess. Personen versuchen Umwelten ihrer Persönlichkeit anzupassen und Umwelten zwingen umgekehrt zur Anpassung (Jörin, Stoll, Bergmann, & Eder, 2003).
- Menschen interessieren sich für Handlungen, die ihnen positive Verstärkung bringen (Holland, 1992). So wird auch der Zusammenhang von Fähigkeiten und Interessen erklärt.

3. Berufswahl

3.1. Trait- und Faktortheorie (Brown, 1994)

Diese Theorie entspringt einer differential-psychologischen Betrachtungsweise. Als Grundlage der Trait- und Faktortheorie kann das Drei-Stufen-Modell von Parsons angesehen werden. Dieses postuliert eine erfolgreiche Berufswahl basierend auf einer Persönlichkeitsanalyse, einer Arbeitsplatzanalyse und einer optimalen Zuordnung durch professionelle Beratung.

Bis in die 30er Jahre des vergangenen Jahrhunderts galten Interessen als „dauerhaft psychische und neurologische Strukturen, die irgendwo im Gehirn oder dem Nervensystem lokalisiert wurden“. So wurde auch anfangs der Versuch unternommen, Interessen mithilfe konkreter Instrumente zu messen. Inzwischen werden Interessen in der Berufseignung als stabil angesehen. So wird eine Forschung für Arbeitspsychologen und Berufsberater möglich, da sich eine Untersuchung der Eigenschaften und Tendenzen eines Menschen lohnt und bei adäquater Beratung auch zu erfolgreichem und zufriedenstellendem Verhalten führt.

Die Erfolgsprognose ist das Anliegen der dieser Theorie. Holland stützt sich auf den Trait- und Faktorenansatz.

Die Grundannahmen dieser Theorie sind (Seifert K., 1977):

1. Jeder Mensch ist durch seine individuellen Ausprägungen, seiner Persönlichkeitsmerkmale, besonders hinsichtlich der beruflich relevanten Fähigkeiten, für einen Beruf optimal geeignet.
2. Die in einem bestimmten Beruf Tätigen sind durch bestimmte, berufsspezifische Fähigkeits- und Persönlichkeitsschwerpunkte gekennzeichnet. Hier besteht die Annahme, dass die Berufswahl freiwillig und der Persönlichkeit entsprechend getroffen wird.
3. Der individuelle Berufserfolg und die berufliche Zufriedenheit werden im wesentlichen durch den Grad der Übereinstimmung zwischen den beruflichen Eignungsanforderungen und den individuellen Eignungsmerkmalen bestimmt.
4. Die Wahl eines Berufes besteht im wesentlichen in einem bewussten, rationalen Problemlösungs- und Entscheidungsprozess, bei dem entweder die Person selbst oder

ein berufspsychologischer Experte die individuellen Dispositionen den Anforderungen der verfügbaren Berufe zuordnet und dann den passenden Beruf wählt.

Die Essenz dieser Theorie ist die Zuordnung verschiedener Persönlichkeiten zu verschiedenen beruflichen Umwelten.

Praktische Anwendung findet diese Theorie in der Diagnose von Problemen. Diese kommen durch eine inadäquate Berufswahl zustande. Deren Ursache beschreibt Williamson (1939) können verschiedene Faktoren sein:

- Eignungen und Ziele stimmen nicht überein
- Ziele haben keinen Bezug zu den Interessen
- Bestimmte Persönlichkeitsmerkmale würden die berufliche Anpassung erschweren
- Es wird ein Beruf gewählt, für den kaum Eintrittschancen bestehen
- Die Berufswahl hängt damit zusammen, dass Freunde oder Verwandte eine Anstellung versprochen haben oder Druck ausüben
- Die Person hat kaum Kenntnisse über den gewählten Beruf
- Prestigedenken
- Falsche Vorstellungen von Berufslaufbahnen

Die Beratung soll nach der Trait- und Faktortheorie darauf abzielen, Berufsinformationen dem Klienten zuzuführen, die ihm die Wahl eines Berufes, der seinen Fähigkeiten und Bedürfnissen entspricht, erleichtern.

Nachdem diese Wahl getroffen wurde, soll der Berater auch bei der Realisierung des jeweiligen Berufswunsches unterstützend tätig sein.

3.2. Laufbahnentwicklung nach Super (1994)

Hier wird Berufsfindung aus entwicklungspsychologischer Perspektive betrachtet. Super (1994) hat Ende der achtziger Jahre ein Modell entworfen, um den dynamischen und ein Leben lang dauernden Prozess der Berufsentwicklung auch graphisch darzustellen. Es wird als Torbogen seiner Form wegen bezeichnet und besteht aus unterschiedlichen Segmenten und Mörtel, die die Komplexität symbolisieren sollen.

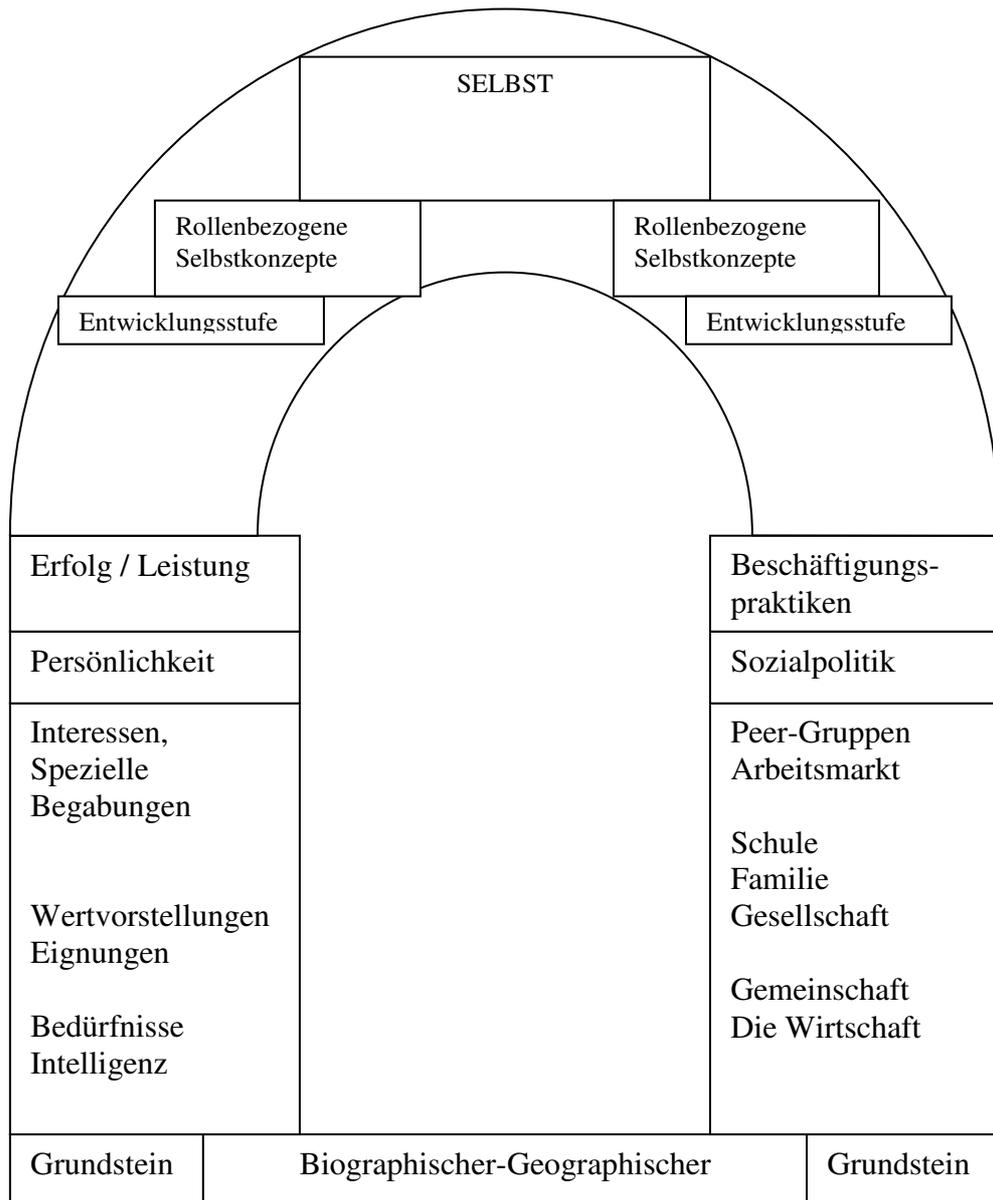


Abb.1: Supers segmentales Modell beruflicher Entwicklung

Die biologisch-geographischen Grundlagen der menschlichen Entwicklung bilden die Türschwelle, an die sich links und rechts die anderen beiden Steine anschließen. Einer trägt die Person und deren psychologische Merkmale und der andere die Gesellschaft, also ökonomische Aspekte, die den Menschen beeinflussen, wenn er in die Gesellschaft hineinwächst.

Die Persönlichkeit setzt sich nach diesem Modell aus Bedürfnissen, Wertvorstellungen, Interessen, Intelligenz, Eignung und speziellen Begabungen zusammen. Bedürfnisse und Intelligenz entwickeln sich nach Super (1994) in einem Zusammenspiel mit der Umwelt.

Wertvorstellungen werden in Form von Zielen aus den Bedürfnissen abgeleitet und manifestieren sich als Interessen.

Die beiden Grundsäulen stehen in Interaktion miteinander, da Individuum und Gesellschaft einander immer beeinflussen. Wirtschaft und Familie haben Auswirkungen auf Einstellungen, Wertvorstellungen und Interessen. Wiederum nimmt das Individuum durch die Anwendung seiner Fähigkeiten Einfluss auf die Gesellschaft.

Der Bogen der Säule symbolisiert die Laufbahn mit den jeweiligen Entwicklungsstufen, dessen Aufsatz die Integration aller individuellen und gesellschaftlichen Komponenten (Brown, 1994). Den Mörtel, um diese Konstruktion zusammenzuhalten, liefert die Lerntheorie.

Den wichtigsten Bestandteil dieser Theorie bildet jedoch das Selbst, da in ihm Selbstkonzepte und gesellschaftliche Rollenbilder zusammentreffen.

3.2.1. Exkurs: Trends in der Laufbahnentwicklung

Welche Bedeutung haben Tests in der Berufsberatung?

Oft problematisiert wurden Geschlechtsunterschiede bei Tests. Hauptkritikpunkt ist, dass sich die Tests hauptsächlich auf männliche Weise konzentrieren. Es herrscht aber Übereinstimmung, dass Tests effiziente Mittel sind, um Daten über Klienten zu sammeln.

Kritiker entgegnen, dass geäußerte Interessen die Berufswahl ebenso gut prognostizieren lassen, wie gemessene Interessen. Sie sehen Tests als einen Ersatz für ein professionelles Beratungsgespräch.

Trends:

- Die Zeit nach der Laufbahnmitte, einschließlich des Rentenalters, wird verstärkt Aufmerksamkeit finden.
- Das Interesse an der Berufsentwicklung und –beratung von Subgruppen wird steigen.
- Technologische Fortschritte werden die Auseinandersetzung mit Problemen beruflicher Entwicklung sowohl verschlimmern als auch erleichtern.
- Die Folgen der Beschäftigung und Beschäftigungslosigkeit für die psychische Gesundheit wachsen sich zu einem großen Problem aus.
- Der Zusammenhang von Bildung und beruflicher Entwicklung wird stärker werden.

3.3. Die Theorie des sozialen Lernens von Krumboltz, Michell & Jones (1979, 1976)

Die zentrale Fragen dieser Theorie lauten:

Warum schlägt man einen bestimmten Bildungsweg ein oder ergreift einen bestimmten Beruf? Warum werden an manchen Punkten im Leben andere Wege eingeschlagen und wie und warum verändert sich die Berufspräferenz?

Vier Faktoren beeinflussen den Entscheidungsweg:

- 1.) Genetische Ausstattung und besondere Begabung: Verschiedene Faktoren können die Berufsoptionen beeinflussen. Genetischer Natur können zum Beispiel Aussehen, Herkunft, Geschlecht, körperliche Eigenschaften hinderlich oder förderlich sein. Erlernte Eigenschaften und Begabungen spielen eine ebenso relevante Rolle bei der Berufschance.
- 2.) Umweltbedingungen und –ereignisse: Faktoren sind:
 - a. Art und Anzahl der Arbeitsplätze,
 - b. Ausbildungsmöglichkeiten
 - c. soziale Regeln bei der Auswahl der Auszubildenden
 - d. Arbeitsgesetze und Gewerkschaftsbestimmungen
 - e. Höhere Gewalt
 - f. Verfügbarkeit und Bedarf an natürlichen Rohstoffen
 - g. Technologische Entwicklungen
 - h. Veränderungen der gesellschaftlichen Struktur
 - i. Ausbildungserfahrungen und Ressourcen in der Familie
 - j. Bildungssystem
 - k. Beeinflussung durch lokale Gemeinschaft
- 3.) Lernerfahrung: Die Berufswahl wird von vergangenen Lernerfahrungen beeinflusst. Diese Theorie postuliert drei Kategorien von Lernerfahrungen:
 - Instrumentelle Lernerfahrungen: Die Person wird für ein bestimmtes Verhalten bestraft oder positiv verstärkt. Belohnte Handlungen werden wiederholt.
 - Assoziative Lernerfahrungen: Zu einem ursprünglich neutralen Reiz wird ein emotional beladener assoziiert.

- Vikariierenden oder stellvertretende Lernerfahrungen: Menschen können Verhalten auch erlernen ohne es selbst auszuüben, also nur durch die Beobachtung von Verhaltensweisen oder Fähigkeiten anderer
- 4.) Aufgaben- oder Problemlösefähigkeit: setzen sich aus Lernerfahrungen, genetischen Eigenschaften, speziellen Begabungen und Umwelteinflüssen zusammen. Zu diesen Fähigkeiten gehören Wahrnehmungs- und Erkenntnisprozesse, Einstellungen und emotionale Reaktionen, Arbeitsstandards und –werte.

4. Die Theorie von Holland

Die Entwicklung der Theorie von Holland begann schon in den 50er-Jahren des zwanzigsten Jahrhunderts. Veröffentlicht wurde sie das erste Mal in schriftlicher Form in einem Beitrag im Jahre 1959 im Journal of Counseling Psychology. Es folgte Hollands Theorie in Buchform „Making vocational choices“ 1973, 1985, 1992. Der Kern seiner Theorie blieb doch immer derselbe. Diese Theorie beschreibt das Zusammenspiel von Merkmalen der Person und Merkmalen der Umwelt bei individuellen Berufswahlentscheidungen.

Obwohl dieses Modell bereits zu jenem Zeitpunkt vorgestellt wurde, galt Hollands Modell nicht als das Dominierende bis in die 1970er, also bereits lange Zeit nach den Anfängen in der Interessen- und Berufswahlforschung in den 1920ern. Holland stellte sich anfangs die Aufgabe, eine Theorie der Berufswahl zu erstellen, die die wichtigsten Aspekte des beruflichen Verhaltens erklären und vorhersagen soll.

4.1. Grundannahmen (Holland, 1992):

- Menschen des westlichen Kulturkreises lassen sich durch ihre Zugehörigkeit zu sechs Interessentypen zuteilen. Diese Interessentypen wurzeln in tieferen Anteilen der Persönlichkeit und der Fähigkeiten.
- Die zweite Grundannahme bezieht sich auf berufliche Umwelten. Das Individualmodell überträgt Holland (1992) auch auf Umwelten. Zu den sechs Interessentypen gibt es nun auch sechs Umwelttypen. Diese unterscheiden sich in ihren physikalischen Bedingungen, ihrer Tätigkeitsstruktur und vor allem in den beruflichen Interessen. Die Merkmale der Umwelten stimmen mit jenen ihrer Mitglieder überein.

- Umwelten sind mit denselben Begriffen beschreibbar wie diejenigen, die sich in ihnen aufhalten.

Für Holland sind Berufspräferenzen Ausdruck der Persönlichkeit (Holland, 1992). Er postuliert:

„Die meisten Instrumente zur Interessenmessung bleiben bei der Annahme, dass Menschen ihre Berufe und die damit verbundenen Aktivitäten sorgsam wahrnehmen und diese Wahrnehmungen über eine lange Zeitperiode bestehen bleiben. Genau so funktioniert es mit Präferenzen bezüglich der Berufswahl. Hätte die Wahrnehmung von Tätigkeiten keine Validität wären Instrumente zur Interessenmessung genau so wenig oder nicht valide“.

Aus Hollands Sicht sind sowohl die Wahrnehmung des Berufes, als auch berufliche Interessen so strukturiert, dass sie dem hexagonalen Modell entsprechen.

Holland sieht Interessen als einen wichtigen Aspekt der Persönlichkeit und hat so ein Modell zur Erfassung personaler Orientierungen entwickelt. Die Beurteilung und Detektion von beruflichen Interessen ist besonders wichtig bezüglich Berufswahl und –entwicklung.

Hollands Unterteilung in sechs Interessentypen ist besonders deswegen so gebräuchlich in der Interessensdiagnostik, da der Vorteil in der praktischen Anwendbarkeit und der leichten Kommunizierbarkeit des Modells liegt.

Dieser Theorie liegt die Annahme zugrunde, dass die meisten Personen, aber auch Umwelten im westlichen Kulturkreis sechs verschiedene Interessentypen zugeordnet werden können (Holland, 1992):

- Realistic (Praktisch- technische Orientierung)
- Investigative (Intellektuell-forschende Orientierung)
- Artistic (Künstlerisch-sprachliche Orientierung)
- Social (soziale Orientierung)
- Enterprising (Unternehmerische Orientierung)
- Conventional (Konventionelle Orientierung)

4.2. Persönlichkeitsorientierungen nach Holland (1958, 1992):

1.) Realistic (Praktisch- technische Orientierung)

Der handwerklich-technische Interessentyp kennzeichnet Personen, die gerne mit den Händen und mit Gegenständen arbeiten und sich für Werkzeuge und Maschinen interessieren. Kraft, Koordination und Geschicklichkeit sind erforderlich und die Ergebnisse sind konkret sichtbar (Mechanik, Elektrotechnik, Landwirtschaft,...). Personen dieser Persönlichkeitsorientierung lehnen soziale Tätigkeiten eher ab. Geld, Macht und sozialer Status sind erstrebenswerte Ziele.

Folgende Attribute charakterisieren diesen Orientierungstyp nach Holland (1992):

Angepasst, aufrichtig, Ausdauernd, beschränkt, echt, kontaktscheu, materialistisch, natürlich, normal, nüchtern, praktisch, unflexibel, unkompliziert, wirtschaftlich, zurückhaltend.

2.) Investigative (Intellektuell-forschende Orientierung)

Dieser Typ beschreibt Personen, die sich gerne mit mathematischen oder naturwissenschaftlichen Themen auseinandersetzen. Systematische Analyse und Forschung in den Bereichen Kultur, Biologie und Physik werden von diesem Interessentyp bevorzugt. Überredende, soziale und repetitive Tätigkeiten werden gemieden. Wissen zählt als wertvolles und anstrebenwertes Gut.

Folgende Attribute charakterisieren diesen Orientierungstyp nach Holland (1992):

Analytisch, anspruchslos, genau, intellektuell, introspektiv, kritisch, pessimistisch, rational, unabhängig, unauffällig, unpopulär, vielschichtig, vorsichtig, wissbegierig, zurückhaltend.

3.) Artistic (Künstlerisch-sprachliche Orientierung)

Der künstlerische Interessentyp bevorzugt offene, unstrukturierte Tätigkeiten, die eine künstlerische Selbstdarstellung ermöglichen. Besondere Fähigkeiten liegen im Bereich Sprache, Kunst, Musik, Schauspiel und Schriftstellerei. Kreativer Ausdruck und Ästhetik sind wichtig. Klar begrenzte, systematische ungeordnete Tätigkeiten liegen Personen dieser Interessenorientierung nicht. Sie streben vor allem ästhetische Werte an.

Folgende Attribute charakterisieren diesen Orientierungstyp nach Holland (1992):

Ausdrucksvoll, einfallsreich, feinfühlig, gefühlsbetont, idealistisch, impulsiv, introspektiv, intuitiv, kompliziert, offen, schöpferisch, unabhängig, unangepasst, unordentlich, unpraktisch.

4.) Social (soziale Orientierung)

Dieser Interessentyp kennzeichnet Personen, die sich gerne mit Menschen umgeben, sich gerne um andere Menschen kümmern. Bevorzugte Tätigkeiten sind Unterrichten, Lehren, Ausbilden, Versorgen und Pflegen. Stärken sind in zwischenmenschlichen Beziehungen anzusiedeln. Arbeit mit Werkzeugen oder an Maschinen liegen Personen dieses Interessentyps nicht. Soziale, ethische Werte stehen bei dieser Gruppe im Vordergrund.

Folgende Attribute charakterisieren diesen Orientierungstyp nach Holland (1992):

Einfühlsam, freundlich, geduldig, gesellig, großzügig, hilfreich, idealistisch, kooperativ, liebenswürdig, taktvoll, überlegen, überzeugend, verantwortungsbewusst, verständnisvoll, warm.

5.) Enterprising (Unternehmerische Orientierung)

Der unternehmerische Interessentyp ist gekennzeichnet durch die Freude am Verkaufen, durch eine Fähigkeit zu motivieren, überzeugen und führen um eine

organisatorisches Ziel zu erreichen. Situationen, in denen durch Sprache beeinflusst, überzeugt, aber auch manipuliert wird, provozieren besonders die Fertigkeiten jener Personen. Beratende Tätigkeiten liegen ihnen weniger gut. Ihre zentrale Werthaltung ist der soziale, politische oder ökonomische Erfolg (Bergmann, C. & Eder F., 1991).

Folgende Attribute charakterisieren diesen Orientierungstyp nach Holland (1992):
Aufregung-suchend, dominierend, ehrgeizig, einnehmend, extrovertiert, gesellig, gesprächig, gewinnorientiert, kokett, optimistisch, selbstbewusst, selbstdarstellend, tatkräftig, waghalsig.

6.) Conventional (Konventionelle Orientierung)

Jener Interessentyp verwaltet ordnet und organisiert gerne. Ein strukturierter und regelhafter Arbeitsalltag liegt Personen dieses Interessentyps. Wichtige Attribute schreibt Holland dieser Orientierung zu. Personen dieses Typs sind ausdauernd, methodisch in ihrem Vorgehen, sorgfältig, sparsam, aber auch unflexibel. Unstrukturierte und offene Aufgaben liegen ihnen nicht.

Folgende Attribute charakterisieren diesen Orientierungstyp nach Holland (1992):
Abwehrend, angepasst, ausdauernd, ergeben, gehemmt, gewissenhaft, gründlich, methodisch, ordentlich, phantasielos, praktisch, prüde, sorgfältig, sparsam, unflexibel.

4.3. sekundäre Konstrukte nach Holland

Holland beschreibt auch sekundäre Konstrukte, welche aus den sechs Grunddimensionen abgeleitet werden. Sie ermöglichen zusätzliche Aussagen und vertiefte Interpretationen (Jörin, Stoll, Bergmann, & Eder, 2003):

- 1.) Kongruenz (Codevergleich) meint die Übereinstimmung von Merkmalen einer Person und Merkmalen der Umwelt. Bei hoher Kongruenz passen die beiden Typen zueinander. Ein Bezugspunkt für die Bestimmung von Kongruenz ist die berufliche

Tätigkeit, bei der individuelle Interessen und das Tätigkeitsangebot einer Umwelt abgeglichen werden. (Rolf, 2001)

- 2.) Differenziertheit (Profilbeurteilung) beschreibt die Form des Profils. Ausschlaggebend ist, ob es eine eindeutige Priorität gibt. Ein undifferenziertes Profil ist bezüglich des Drei-Buchstaben-Codes mehrdeutig, also die verschiedenen Primär-, Sekundär-, und Tertiärdimensionen liegen nicht nahe beieinander, oder widersprechen einander gar. Ein klar differenziertes Profil besitzt eindeutige Präferenzen.
- 3.) Identität (Zusatzskala) beschreibt die Klarheit und Stabilität des Selbstbilds
- 4.) Konsistenz (Codebetrachtung) beschreibt die psychologische Ähnlichkeit anhand der drei Typen innerhalb des Drei-Buchstaben-Codes.

4.4. Person-Umwelt- Aussagen (Jörin, Stoll, Bergmann, & Eder, 2003):

- 1.) Psychische Merkmale weisen ein gewisses Maß an Zeitstabilität und Konsistenz auf:
Hier beruft sich Holland auf die Erblichkeitsansätze, als auch auf lerntheoretische Überlegungen.
- 2.) Menschen sind aktiv in der Gestaltung ihres Lebens:
Der Mensch als aktiv handelndes Subjekt.
- 3.) Neben individuellen Merkmalen haben auch Umwelten einen Einfluss auf die Situationswahl von Personen:
Dies ist abhängig von einem unterschiedlichen Maß an Informationen, das Personen für ihre beruflichen Entscheidungen zur Verfügung steht. Informationsdefizite sind eine Ursache misslungener Person-Umwelt-Zuordnungen.
- 4.) Personen haben einen Einfluss auf die Umwelten, in denen sie sich befinden:
Explizit in Hollands Entwicklungsmodell wird dieser Einfluss erwähnt.
- 5.) Die in einer Umwelt befindlichen Personen sind ein wichtiges Strukturmerkmal dieser Umwelt:
Eine Interessenumwelt setzt sich nach Holland aus der in ihr am meisten vorkommenden Interessentypen zusammen.
- 6.) Menschen lösen in Umwelten differenzielle Prozesse aus:
Wie in der Kongruenzhypothese erwähnt, reagieren Umwelten auf kongruente Mitglieder anders als auf inkongruente.

7.) Zwischen den Personen und den Umwelten, in denen sich diese Personen befinden, gibt es eine transaktionale Beeinflussung:

Es gibt eine reziproke Beziehung zwischen Person und Umwelt.

8.) Auf der Seite der Person ist das Erleben von Passung zwischen der Person und ihrer Umwelt mit spezifischen Aspekten verbunden:

Positive Passung zwischen Person und Umwelt wirkt sich positiv auf die Berufs- und Arbeitszufriedenheit aus.

4.5. Das hexagonale Modell von Holland:

Dieses Modell dient der Bestimmung der Ähnlichkeit von Interessentypen, Umwelttypen und deren Beziehung (Bergmann, C. & Eder, F. 1991).

Die Übereinstimmung von Interesse und Umwelt wird als Kongruenz bezeichnet. Je geringer der Abstand zwischen zwei Typen auf dem Hexagon, umso ähnlicher sind sie einander.

Es gibt nach Holland (1992) vier Abstufungen von Kongruenz:

- Ergreift eine Person (z.B.: Artistic(A)) eines Interessentyps einen Beruf desselben(A), so besteht maximale Kongruenz
- Ergreift diese Person (A) einen Beruf des auf dem Hexagon benachbarten Umwelttyps(S,I) , dann ergibt sich eine mittlere Kongruenz
- Wählt diese Person (A) einen Beruf eines Umwelttyps, der graphisch durch die durchgängigen Linien (R,E) dargestellt ist, so besteht nur eine niedrige Kongruenz.
- Wählt diese Person (A) einen Beruf des auf dem Hexagon gegenüberliegenden Umwelttyps (C), so besteht nach Holland Inkongruenz.

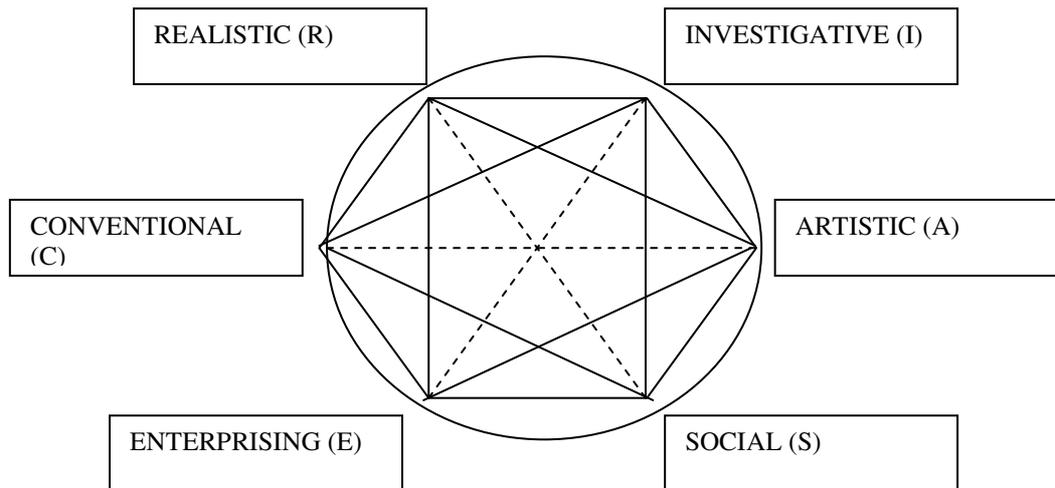


Abb.2: Hexagon nach Holland (1992)

Eine differenzierte Beschreibung des Interessenprofils findet statt, indem neben dem hauptsächlichsten Interessentyp auch die zwei nächsten einberechnet werden. Eine Persönlichkeitsstruktur besteht aus einem dominanten Typ (Primärtyp), ergänzt durch zwei weitere vorherrschende Typen (Sekundär- und Tertiärtypen).

Aus diesen ergeben sich 120 mögliche dreistellige Drei-Buchstaben-Codes (Subtypen). Dadurch entsteht eine Beschreibung, die sich aus drei Buchstaben zusammensetzt. Beispielsweise AIS für den Haupttyp A (Artistic), den am zweitstärksten ausgeprägten Interessentyp I (Investigative) und den am drittstärksten ausgeprägten Interessentyp S (Social).

Hierbei ist noch zu beachten, je näher die verschiedenen Primär- und Subtypen auf dem Hexagon beieinander liegen, umso konsistenter kann die Persönlichkeit beschrieben werden, da keine entgegengesetzten Tendenzen zu beobachten sind. Gegenüberliegende Orientierungen sind inkonsistent. Merkmale sind bei der Person in Kombination vereint, die selten gemeinsam auftreten. Konsistente Merkmalsausprägungen sieht Holland (1992) als stabiler an. Stabile Interessen und berufliche Vergangenheit sollten bei Personen mit konsistentem Profil auftreten.

Verschiedene Weiterentwicklungen des hexagonalen Modells wurden vorgeschlagen. Neben Gati (1991), auf den im nächsten Absatz die Rede kommt, ist hier Prediger zu erwähnen. Er

behauptet, dass die Riasec-Struktur am besten durch zwei bipolare Dimensionen dargestellt werden kann. Diese zwei Dimensionen stellen Präferenzen für vier Arbeitsgebiete dar: Things (Gegenstände), People (Menschen), Data (Daten), Ideas (Ideen).

→ Things beinhaltet Arbeitsgebiete im nichtpersönlichen Bereich, wie beispielsweise produzieren und reparieren.

→ People beinhaltet interpersonale Bereiche, wie helfen und überzeugen.

→ Data-orientierte Personen fühlen sich in unpersönlichen Vorgängen wohl, wie Ordnen und Organisieren.

→ Idea: Dieser Bereich umfasst intrapersonelle Prozesse, wie kreatives Schaffen und Entdecken.

Gati (1991) hat in Anlehnung an Hollands zirkuläres Konzept ein hierarchisches Interessenmodell entworfen. Er postuliert, dass diese Struktur effektiver als das Hexagon wäre, da hier Interkorrelationen zwischen den verschiedenen Typen besser illustriert wären.

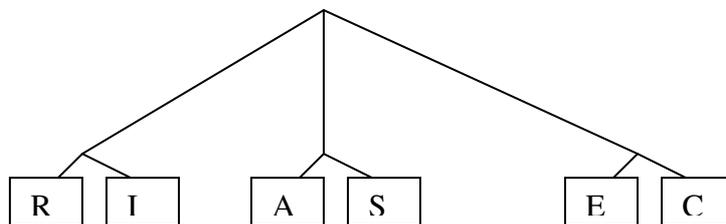


Abb. 3: Gatis (1991) RIASEC- Modell

Die schon erwähnte praktische Anwendbarkeit dieser Theorie ist besonders deswegen gegeben, da viele Instrumente zur Beurteilung auf Hollands Modell aufbauen.

Auf internationaler Ebene ist der SDS, Self-Directed-Search (Holland 1994) ein häufig verwendetes Instrument. Im deutschsprachigen Raum basieren der AIST, der Allgemeine Interessen-Struktur-Test (Bergmann & Eder,1992) , der EXPLORIX (Jörin, Stoll, Bergmann, & Eder, 2003) und der Foto-Interessentest (Toggweiler, 2004) auf der Theorie von Holland.

In der Praxis geht es hauptsächlich darum, fundierte, nachvollziehbare und professionelle Beratung zu leisten. Das Hauptthemengebiet ist Beratungen bezüglich Berufswahl. Diesem Gebiet wird immer mehr Aufmerksamkeit gewidmet, da sich neben psychologischer auch

aus ökonomischer Sicht Vorteile ergeben, wenn man Personal einstellt, das sich auch für die jeweilige Berufssparte interessiert. Interessierte und involvierte Arbeiter erbringen nachweislich höhere Leistung, was damit zusammenhängen kann, dass sie mehr Zufriedenheit und Erfolg im Beruf verspüren.

4.6. Exkurs 2: Umsetzung Hollands Theorie in spezifische Berufsmöglichkeiten

Es gibt sehr viele empirische Untersuchungen des RIASEC-Modells, die das Modell stützen und bestätigen. Diese beziehen sich aber meist nur auf die Messbarkeit der sechs verschiedenen Interessentypen. Auf der Ebene der Berufswahl gibt es überraschenderweise nur wenige Untersuchungen. Der Frage, wie sehr die sechs Typen die Struktur des Arbeitsmarktes repräsentieren, ist selten nachgegangen worden.

In den USA wurde eine so eine Studie vom US- Department of Labor's durchgeführt. Anhand des Occupational Outlook Handbook (JIST Work Inc., 1997) wurden die vorherrschenden Berufe identifiziert mit dem Anspruch, ein Abbild der Arbeitswelt der westlichen Staaten zu schaffen. Holland hat in seinem Vocational Preference Inventory (VPI) eine bestimmte Anzahl an verschiedenen Berufen angeführt, die auf die Ausprägungen des RIASEC-Hexagons passen.

Die Studie von Deng, Armstrong & Rounds (2007) kommt zu dem Ergebnis, dass die sechs Typen von Holland nicht ausreichen, um die gesamte Bandbreite des US-amerikanischen Arbeitsmarkts zu repräsentieren. Weiter haben die Sozialisation, persönliche Bedeutung der Arbeit, Ansehen und Geschlecht Einfluss auf berufliche Interessen. Wichtig war, dass Ansehen keine eigene Dimension darstellt, aber auch nicht unabhängig von Hollands Typen ist. In der Studie von Tracey and Rounds (1996) und in der hier zitierten US-amerikanischen Studie kommt man zu dem Ergebnis, dass Berufe der Dimensionen I und A das höchste Ansehen genießen, also den höchsten Prestige-Wert besitzen. C und R haben dieser Studie zufolge das geringste Ansehen.

4.7. Geschlechtsunterschiede in der Interessenorientierung (Proyer, 2007):

Einige Studien bestätigen, dass es bezüglich der Geschlechter Orientierungsunterschiede in den sechs Interessendimensionen von Holland gibt. Die stärksten Effekte wurden bezüglich

der personenbezogenen Dimensionen gefunden, also Interesse, das zu Berufen passt, die interaktionale Aufgaben beinhalten. Männer hingegen erzielen systematisch höhere Werte in gegenstandsbezogenen Dimensionen und den dazu passenden Berufen. Diese kennzeichnen Aufgaben ohne sozialen Kontakt.

Lippa (1998) berichtet von großen Differenzen und unterstützt seine Aussage auch empirisch. Männer haben höhere Werte in der Skala „Realistic“ (hohe Differenz, $d=1.06$) und „Investigative“ (geringe Differenz, $d=.32$). Frauen erzielen hingegen höhere Werte in den Skalen „Artistic“ (mittlere Differenz, $d=.63$), „Social“ (mittlere Differenz, $d=.63$), und „Enterprising“ (geringe Differenz, $d=.27$).

Wie auch nachgewiesen wurde durch die Überprüfung des eventuellen Geschlechtsunterschieds an nonverbalen Verfahren, besteht eine stabile Differenz in der Interessenorientierung bezüglich den bereits erwähnten Dimensionen. Als nonverbaler Test wurde der Foto-Interessen-Test (Toggweiler, Jungo & Stoll, 2004) herangezogen, der ebenfalls auf dem RIASEC Modell von Holland basiert.

5. Methoden zur Erfassung beruflicher Interessen und der Interessentypen (Rolfs, 2001):

Die Messung von Interesse ist in der Vergangenheit vor allem im Rahmen der Berufsinteressenforschung behandelt worden. Berufsinteressentests ist gemein, dass den Testpersonen eine Liste verschiedener Berufe oder berufs- oder freizeitbezogener Tätigkeiten zur Beurteilung vorgelegt werden.

Die Beurteilung kann auf verschiedene Arten erfasst werden. Differenziert wird zwischen Verhaltensäußerungen und verbalen Äußerungen. Verhalten kann anhand der Registrierung von Aktivitäten erfolgen, die eine Person freiwillig ausübt, wie lange sie diese Tätigkeit aufrechterhält und wie viel Aufmerksamkeit sie dieser Tätigkeit widmet. Hoher Aufwand und die schwere Zugänglichkeit emotionaler Aspekte interessierenden Verhaltens sind die Nachteile dieser Methode. Deswegen wird eine Diagnostik auf verbaler Ebene vorgezogen. Unstrukturierte Interviews führen zu artikulierten Interessen. Strukturierte Interviews werden häufiger eingesetzt, also der Einsatz von Testverfahren.

Verhalten

Verbale Äußerungen

→ unstrukturiertes Vorgehen

→ strukturiertes Vorgehen

→ objektive Tests

→ subjektive Tests

→ rationale Itemgenerierung

→ empirische Itemgenerierung

Abb. 4: Methoden zur Erfassung beruflicher Interessen (Dawis, 1992; Übersetzung Rolfs, 2001)

Im englischsprachigen Raum stehen allein 72 Inventare zur Erfassung von Interessen zur Verfügung. Diese Verfahren werden pro Jahr etwa 3,5 Millionen mal angewendet. Fünf von sechs Interessentests im amerikanischen Wert nach den sechs Interessentypen nach Holland aus. Dies bestätigt die theoretische Basis, die Holland in diesem Bereich gelegt hat. Seit 1992 stehen auch im deutschsprachigen Raum Interessentests zur Verfügung, nämlich in Form des Allgemeinen Interessen-Struktur-Test (Bergmann & Eder, 1991) und dem Umwelt-Struktur-Test (Bergmann & Eder, 1991).

5.1. Der Allgemeine Interessen-Struktur-Test (AIST) und Umwelt-Struktur-Test (UST) (Bergmann & Eder, 1991)

Der Allgemeine Interessen-Struktur-Test (AIST) ist ein Interessenfragebogen zur Erfassung schulisch-beruflicher Interessen ab dem 14. Lebensjahr (Bergmann & Eder, 1991). Interesse wird als hier als Begriff nicht problematisiert. Auf diesen Test bezogen, wird Interesse als etwas aufgefasst, das man „gerne tut“, das man „um der Sache selbst willen tut“.

Aufbau:

Der AIST besteht aus 60 Items und basiert auch auf dem Person-Umwelt-Modell von Holland (1992) mit den 6 Interessendimensionen. Diese werden auch als Persönlichkeitsorientierung aufgefasst. Zu jeder Interessendimension gibt es eine Umweltdimension. Es sind somit differential- und berufspsychologisch fundierte Zuordnungen zu beruflichen Umwelten möglich (Bergmann & Eder, 1991).

Der Umwelt-Struktur-Test (UST) ist ein mit dem AIST korrespondierendes Verfahren. Der UST erfasst die Umwelttypen nach denselben Orientierungen wie der AIST, nämlich den sechs Typen nach Holland. Die Ergebnisse dieser zwei Tests werden miteinander verknüpft und geben Auskunft über die Kongruenz der Berufs- oder Umweltwahl.

Der AIST verwendet ein fünffach abgestuftes Antwortformat, welches von „Das interessiert mich sehr; das tue ich gerne“ bis „Das interessiert mich gar nicht; das tue ich sehr ungern“ reicht.

Die wesentlichen Merkmale des Verfahrens lassen sich folgendermaßen zusammenfassen (Bergmann & Eder, 1991):

- Subjektive Interessenmessung (selbsteingeschätzte Präferenzen)
- Tätigkeiten, die zu den sechs Interessenorientierungen zuordenbar sind werden als Items verwendet
- Fünffaches Antwortformat
- Kognitive, emotionale und wertbezogene Merkmale werden durch das gewählte Antwortformat berücksichtigt.

Durchführung:

Die Durchführung des AIST und UST kann sowohl in Einzel- als auch in Gruppensituationen vorgegeben werden. Der AIST ist immer zuerst vorzugeben. Es gibt kein Zeitlimit. Der Test soll vollständig ausgefüllt werden. Üblicherweise dauern die zwei Tests zusammen 15-20 Minuten, exklusive der Zeit, die benötigt wird das Testmanual durchzulesen (ca. 10 Minuten).

Beispielitems:

- Realistic: mit Maschinen oder technischen Geräten arbeiten
- Investigative: in einem Laboratorium Experimente durchführen
- Artistic: etwas nach künstlerischen Gesichtspunkten gestalten
- Social: andere Menschen beraten
- Enterprising: für eine Sache Werbung betreiben
- Conventional: Statistiken anlegen und auswerten

Anwendung:

Anwendung findet der AIST in Verbindung mit dem UST (Umwelt-Struktur-Test) bei der Berufsorientierung, bei der Schullaufbahnberatung, Studienwahl- und Berufsberatung, psychologische Beratung von Schülern und Studenten, Organisationsberatung und Forschung.

- Berufsorientierung: Zu den angestrebten Effekten zählen eine intensivere Beschäftigung mit der eigenen Ausbildungs- und Berufswahl, die Abklärung ausbildungs- und berufsrelevanter Persönlichkeitsmerkmale, eine erhöhte Informiertheit, die Entwicklung eines kognitiven Orientierungsschemas für die jeweilig anstehende ausbildungs- oder berufsbezogene Aufgabe (Bergmann & Eder, 1991).
- Schullaufbahnberatung: Der AIST gibt fundierten Rat bei der Wahl des Schulzweiges und der Spezialisierung in der Schule.
- Studienwahl- und Berufsberatung: Durch die Durchführung des AIST und des UST bekommt der Ratsuchende ein spezifisches Bild der eigenen Interessen und den Umwelten, die zur optimalen Interessennützung passen.
- Psychologische Beratung von Schülern und Studenten: in Form von schulpsychologischer Beratung zur Findung möglicher Ursachen von mangelndem Lernerfolg und/oder Lernmotivation, oder in Form von Studentenberatung zur Untersuchung der Passung des gewählten Studiums
- Organisationsberatung und –entwicklung: In diesem Bereich kann der AIST angewendet werden um latente personale Ressourcen nutzbar zu machen und der UST zur Erfassung der betrieblichen Anforderungsstrukturen.

- Forschung: In allen Fragestellungen, wo Interesse als Variable vorkommt, kann der AIST verwendet werden. Mithilfe des UST können Umwelten objektiviert und kategorisiert werden. Dadurch wird ein Vergleich möglich.

Gütekriterien:

Die interne Konsistenz (Cronbachs Alpha) beträgt beim AIST .79-.87, beim UST .77-.91.

Die Stabilität beziehungsweise die Retest Reliabilität beträgt beim AIST zwischen .83 und .96 nach einem Zeitraum von zwei Tagen, nach einem Zeitraum von zwei Jahren zwischen .60 und .75. Beim UST beträgt die Stabilität nach zwei Jahren .56 und .79.

5.2. Der Self-directing Search (Holland, 1994)

Im Zusammenhang mit der Erarbeitung der sechs Interessendimensionen wurde Holland auch zur Entwicklung des Self-directing Search angeregt. Der SDS selbst wurde seit seiner Einführung 1970 oft überarbeitet. Seitdem wurde dieses Instrument zur Interessenmessung weltweit von mehr als 22 Millionen Personen durchgeführt und mittlerweile in über 25 verschiedene Sprachen übersetzt. In mehr als 500 Forschungsstudien wird über das Instrument berichtet. Der SDS, wie auch der EXPLORIX wurden hauptsächlich aufgrund zweier Intentionen entwickelt. Erstens, um die Kapazität von Berufs- und Laufbahnberater/innen zu erhöhen und zweitens, als Instrument zur Berufs- und Laufbahnberatung für Personen, die keinen Zugang zu Beratungsstellen haben, oder keine Beratung wünschen.

Der amerikanische SDS besteht in seiner Standardform aus sieben Bestandteilen:

PUG: Professional User's Guide: Anwendungs- Durchführungs- und Auswertungsmöglichkeiten für Berater/innen

TM Technical Manual

AB Assessment Booklet: Persönlichkeitscharakterisierung bestehend aus dem Fragebogen und einer selbst durchführbaren Grundausswertung

OF Occupations Finder: Berufsregister mit Holland-Codes (=Drei-Buchstaben-Codes)

- EOF Educational Opportunities Finder: Register für Zweitausbildungen und Nachdiplom-Studiengänge, sortiert nach Holland-Codes
- LAF Leisure Activities Finder: Register für Freizeit- und Sportmöglichkeiten, sortiert nach Holland-Codes
- YYC You and Your Career: Kurzeinführung der Holland-Typen; Zusatzinstruktionen zur Absicherung des Berufswahl-Entscheids

5.3. Der EXPLORIX (Jörin, Stoll, Bergmann, & Eder, 2003)

EXPLORIX ist sowohl ein Messinstrument für berufliche Interessen und Persönlichkeit, als auch eine berufsberatende Intervention. Er entspricht in etwa einer deutschsprachigen Version des amerikanischen SDS (Jörin, Stoll, Bergmann, & Eder, 2003). Es hat den Anspruch berufsrelevante Aspekte der Persönlichkeit zu erfassen. Der EXPLORIX basiert auf dem Modell von Holland und ist eine Übersetzung des Self-directed-Search (SDS) (Holland, 1994), allerdings keine hundertprozentige Übertragung, sondern eine an den kulturellen Kontext angepasste und in verschiedener Hinsicht weiterentwickelte Form des SDS.

Ein separater Kurzfragebogen soll die „berufliche Identität“ erfassen, d.h. Klarheit und Stabilität des Selbstbildes eigener Interessen, Fähigkeiten, Werte und Ziele.

Die Durchführung ist auf zwei Ebenen möglich, einerseits als Selbsttest, hier wird der Test völlig eigenständig durchgeführt, andererseits als Bestandteil einer Beratung. Durch den Selbsttest wird die Eigeninitiative, der Handlungskompetenz gefördert. In der Beratungssituation ist hingegen eine tiefergehende Auswertung möglich, die auch noch andere Faktoren berücksichtigt.

Aufbau:

Das Testheft des EXPLORIX besteht aus 228 Items zur Erfassung der sechs Interessentypen.

Er ist in vier Bereiche unterteilt (Jörin, Stoll, Bergmann, & Eder, 2003):

- Präferenzen für Tätigkeiten, 66 Items in Aufbau auf das RIASEC-Modell in sechs Blöcken zu je 11 Items vorgegeben werden, dichotom
- Einschätzung von Kompetenzen, sechs Blöcke, 66 Items, dichotom
- Sympathie für verschiedene Berufe, sechs Blöcke à 14 Items, 84 Items, dichotom

- Globale Fähigkeitseinschätzung, 12 Items, vier-skaliges Antwortformat

Um destruktive Ergebnisse zu vermeiden, werden beim EXPLORIX vier Sicherheitsvorkehrungen getroffen:

- Jede Dimension wird fünfmal eingeschätzt.
- Im Berufsregister wird nach allen Permutationen des Drei-Buchstaben-Codes gesucht.
- Vergleich des Personen-Codes mit dem Code des Berufswunsches und bei Nicht-Übereinstimmung erhält der Klient den Rat, Hilfe zu suchen.
- Wenn vertiefte Unterstützung benötigt wird, wird der Klient an eine Berufs- oder Laufbahnberatungsstelle verwiesen.

Das länderspezifische Berufsregister enthält mehr als 1000 Berufs- und Funktionsbezeichnungen. Dieses soll die Auswahl einer passenden Berufsmöglichkeit unterstützen und stellt auch einen Unterschied zu gewöhnlichen Interesseninventaren dar, da das Ergebnis direkt in konkrete Berufsideen übersetzt werden kann. Es ist im deutschsprachigen Raum spezifisch an die Schweiz, Deutschland oder Österreich angepasst. Zur Erleichterung des Verständnisses sind schwer verständliche Berufsbezeichnungen in Klammer durch populäre ergänzt. Hinweise auf verschiedene berufliche Tätigkeiten, die auf eine spezifische Ausbildung folgen werden gegeben.

Durchführung:

Die Durchführung in Einzel- als auch Gruppensituation ist möglich, aber es kann dem Klienten der Test nach einer kurzen Instruktion auch mitgegeben werden und dann selbstständig durchgeführt werden. In Gruppensituationen kann auch die Möglichkeit in Betracht gezogen werden, die Ergebnisse zu diskutieren und auf diese Weise Wege aus anderen Perspektiven zu beleuchten.

Anwendung:

Der EXPLORIX findet abgesehen von der Berufs- und Laufbahnberatung noch andere Anwendungsgebiete. So wird er auch in Mittelschulen, Hochschulen, in der

Erwachsenenbildung, Wiedereingliederung, Frauenförderung und in Arbeitsämtern zur Problemabklärung und zur Gewinnung neuer Perspektiven.

In der Personalberatung wird dieser Test auch angewendet, um zu überprüfen, wie weit Daten über eine bestimmte Person zusammenpassen und wie konsistent der Eindruck von einem Teilnehmer mit dessen Ergebnissen ist.

Durch das Ausfüllen des Testhefts kommt der schon erwähnte Drei-Buchstaben-Code zustande, welcher die jeweilige Interessenorientierung beschreibt. Länderspezifische Normen zu diesen Codes geben Aufschluss über adäquate Berufsmöglichkeiten (Der EXPLORIX (Jörin, Stoll, Bergmann, & Eder, 2003). Die übliche Durchführungsdauer beträgt 40-50 Minuten. Diese erfolgt in vier Schritten:

In Schritt 1 wird das Arbeitsheft ausgefüllt. Dieses beinhaltet eine Auflistung der Berufswünsche, Präferenzen für Tätigkeiten, Einschätzung der Kompetenzen, Sympathien für Berufe und globale Fähigkeitseinschätzung. Schritt 2 beinhaltet die Suche eines geeigneten, d.h. ein dem Interessenprofil entsprechenden Berufes im Berufsregister. Ein Vergleich des Gesamtcodes des aktuellen Berufs mit dem Drei-Buchstaben-Code findet in Schritt 3 statt. In Schritt 4 werden weitere Schritte vorgeschlagen, um die Qualität der Entscheidungsfindung zu erhöhen.

Beispielitems aus dem Bereich „Tätigkeiten“: Anzukreuzen sind Tätigkeiten, die gerne ausgeübt werden. Das Antwortformat ist dichotom (gern/ungern).

- Realistic: „aus Holz ein Büchergestell zimmern“
- Investigative: „ein Experiment mit Chemikalien durchführen“
- Artistic: „einen Prospekt graphisch gestalten“
- Social: „Interviews zum Thema Jugendkriminalität durchführen“
- Enterprising: „Strategien für geschäftlichen Erfolg kennen lernen“
- Conventional: „in einer Firma eine Lohnabrechnung erstellen“

Beispielitems aus dem Bereich „Fähigkeiten“: Hier wird eine Selbsteinschätzung vorgenommen. Das dichotome Antwortformat variiert zwischen „ja“ und „nein“.

- Realistic: „Ich kann einen Fahrradschlauch auswechseln“

- Investigative: „Ich kann Algebra anwenden, um mathematische Probleme zu lösen“
- Artistic: „Ich kann ein Bild malen“
- Social: „Ich kann leicht eine vertrauliche, warme Atmosphäre schaffen“
- Enterprising „Ich kann Leute leicht dazu bringen, Dinge zu tun, wie ich es will“
- Conventional: „Ich kann große Mengen von Dokumenten systematisch einordnen“

Gütekriterien:

Durchführungs-, Auswertungs- und Interpretationsobjektivität sind beim EXPLORIX nur teilweise erfüllt. Durchführungsobjektivität kann nur in den Beratungssituationen gewährleistet werden, nicht aber bei der Selbsttestung. Auswertungsobjektivität ist gegeben, da nur die Ja-Antworten addiert werden müssen.

Die sechs Interessentypen weisen eine durchschnittliche innere Konsistenz (Cronbachs Alpha) von .89 auf. Deutliche Unterschiede bezüglich des Geschlechts können beobachtet werden. In der Skala „Realistic“, die den handwerklich-technischen Bereich beschreibt, erzielen Männer höhere Werte, wo hingegen bei der sozialen Interessenorientierung Frauen deutlich häufiger angesiedelt sind.

5.4. Die generelle Interessen-skala (GIS) (Brickenkamp, 1990).

Der GIS baut auf keiner spezifischen Interessendefinition auf. Hier wird Interesse einfach als „emotional-kognitive Verhaltenspräferenz“ (Brickenkamp, 1990) angesehen. Dies soll betonen, dass es sich bei Interessen um Neigungen handelt. Im Sinne der Verhaltenspräferenz können Interessen also nur unipolar eingeschätzt werden, da es nicht weniger als Interesse gibt.

Der GIS hat den Anspruch, einige Verbesserungen gegenüber anderen und älteren deutschsprachigen Interessentest umzusetzen:

- Erweiterung und Aktualisierung des Interessenspektrums; die bekanntesten deutschsprachigen Verfahren differenzierten in nur neun beziehungsweise elf Interessengebiete

- Ökonomisierung der Teststruktur; eine Verkürzung des Tests wird realisiert und damit wird die Belastung für die Versuchspersonen reduziert
- Vereinfachung des Auswertungsverfahrens und Verkürzung der Auswertungszeit; Normalerweise wird zur Verringerung der Durchschaubarkeit eines Verfahrens die Reihenfolge der Items vermischt. Hierbei wurde darauf verzichtet, da die Versuchspersonen den Test willentlich ausführen.
- Erweiterung der Normen; es stehen mehrere Vergleichsnormen zur Verfügung

Aufbau:

Nach dieser Vorgehensweise wurden für die 16 verschiedenen Interessengebiete 42 allgemein verständliche Items konstruiert.

Die verschiedenen Inhaltsklassen lauten: Musik, Kunst, Architektur, Literatur, Politik, Handel, Erziehung, Medizin, Kommunikationstechnik, Naturwissenschaft, Biologie, Natur/Landwirtschaft, Ernährung, Mode, Sport, Unterhaltung.

Die verschiedenen Kombinationen werden als zweiteiliger Code dargestellt. Ersten Teil bildet ein Kürzel bestehend aus drei Buchstaben der Inhaltsklasse, zum Beispiel MUS für Musik, den zweiten Teil bildet ein Kürzel aus drei Buchstaben der Verhaltensmodalität, zum Beispiel REP für reproduktiv.

Verhaltensmodalitäten unterscheiden sich in rezeptiv, rekonstruktiv und kreativ.

Rezeptivität beschreibt wie im Wortsinne schon enthalten die Empfänglichkeit für bestimmte Sinnesreize, die Aufnahmebereitschaft für Ereignisse, Fakten, Wissensbestände, für mehr oder weniger alles, was ein Interessengebiet inhaltlich umfasst (Brickenkamp, 1990).

Rezeptive Tätigkeiten sind aktiv, aber nicht schöpferisch. Zum Beispiel Lesen, Zuhören, Beobachten,...

Reproduktivität beschreibt die Intention zu aktivem Handeln. Keine schöpferischen Tätigkeiten sind damit gemeint. Hier beginnt nämlich schon der Übergang zur kreativen Verhaltensmodalität, wo eigene Ideen und Konzepte eingebracht werden, die vor allem den Anspruch der Neuheit erfüllen müssen, eingebracht werden.

Zum Beispiel sind Items für die Interessenskala Musik im:

- rezeptiven Bereich (MUS-REZ): Musik hören
- reproduktiven Bereich (MUS-REP): Singen oder ein Musikinstrument spielen
- kreativen Bereich (MUS-KRE): Musik komponieren

Die Antwortskala reicht von 0 (kein Interesse) bis 5 (hohes Interesse).

Durchführung:

Der GIS kann sowohl einzeln als auch Gruppen vorgegeben werden. Die untere Altersgrenze beträgt 13 Jahre. Normiert ist dieser Test für die Alterskategorie von 13-18 Jahren. Es gibt keine Zeitgrenzen. Die durchschnittliche Bearbeitungsdauer beträgt 5-10 Minuten exklusive der Zeit, die für die Instruktion benötigt wird. Insgesamt kann man mit einer Gesamttestdauer von 15-20 Minuten rechnen.

Gütekriterien:

Objektivität ist bei korrekter Durchführung vollständig gegeben. Reliabilität ist nach umfangreichen Untersuchungen zur internen Konsistenz auch gegeben. 9000 Untersuchte bilden die nach Geschlechtern getrennte Norm für den Altersbereich von 13-18 Jahren. Diese wurden später durch schulspezifische Normen noch ergänzt.

5.5. Differentieller Interessen-Test (DIT) (Todt, 1967)

Der DIT erfasst nach Vorstellung seines Autors „Verhaltens- oder Handlungstendenzen, die variieren auf Dimensionen der Stabilität, der Generalität, der Intensität (bipolar: Zuneigung, Abneigung) und die qualitativ gekennzeichnet sind durch ihre Richtung“.

Folgende Gesichtspunkte waren bei der Konstruktion maßgebend:

- neben den Berufsinteressen sollen auch möglichst viele Freizeitinteressen erfasst werden.
- Möglichst viele Materialarten sollen herangezogen werden, an denen sich Interessen manifestieren können

- Ein Itemformat soll verwendet werden, das normative Messwerte liefert. Das war bis dato im deutschsprachigen Raum noch nicht der Fall.

Folgende Interessenrichtungen waren von Todt (1967) nach Durchsicht von über 30 Interessenfragebögen als relevant selektiert und um einige weitere ergänzt worden:

Musik	Kunst
Literatur und Sprache	Sozialpflege und Erziehung
Biologie	Mathematik
Technik und Naturwissenschaft	Verwaltung und Wirtschaft
Sport	Unterhaltung

Die Erfassung der jeweiligen Interessenrichtung erfolgt mittels vier Materialarten (Berufs- und Tätigkeitsbezeichnungen, Zeitschriften- und Büchertitel).

Beispielsweise lautet die Instruktion für die Materialart „Tätigkeiten“:

„Geben Sie bitte an, wie gern Sie die unten aufgeführten Tätigkeiten ausführen. Es kommt nicht darauf an, dass Sie sie auch ausführen können. Es kommt nur darauf an, wie gern Sie sie ausführen oder ausführen möchten.“

Zur Auswahl stehen in dieser Materialart 132 Tätigkeiten, nämlich für jede Interessenrichtung zwölf. Das Antwortformat ist fünfkategorial und reicht von 1= sehr ungerne bis 5= sehr gern.

Gütekriterien:

Als Belege der Konstruktvalidität des DIT sind anzusehen:

- Konsistenz und faktorielle Struktur
- Korrelationen zwischen den Fragebögen, je nach Interessenrichtung zwischen .5 und .75
- Korrelationen mit Noten entsprechender Schulfächer: je nach Interessenrichtung zwischen .2 und .4.
- Korrelationen mit entsprechenden Kenntnistests: je nach Interessenrichtung zwischen .25 und .5.

- Unbedeutende Korrelationen mit Intelligenzfaktoren. So korrelieren beispielsweise Interesse für Mathematik und Interesse für Technik mit Tests der Raumvorstellung und des logischen Denkens +.3

6. unternehmerische Persönlichkeiten:

6.1. Ältere Studien zu unternehmerischen Persönlichkeiten:

Der erste bemerkenswerte Artikel zu Geschlechtunterschieden bezüglich Unternehmertum erschien 1976. 20 weibliche Unternehmer wurden befragt. Explorative und deskriptive Methoden wurden kombiniert, um individuelle Charakteristika, Beweggründe und Einstellungen, die den Frauen gemein waren, zu erfassen. Die Ergebnisse waren, dass wie bei Männern die Motivatoren, ein eigenes Unternehmen zu gründen, Unabhängigkeit, Arbeitszufriedenheit und die finanzielle Entlohnung waren. Trotzdem waren Frauen mit schwierigeren Umständen beim Erhalten finanzieller Unterstützung und Fremdfinanzierung konfrontiert.

Diese Studie war die einzige für fünf Jahre auf diese Thematik bezogen. Erst während der 80er widmeten ein paar Forscher diesem Gebiet ihre Aufmerksamkeit. Die Mehrheit der untersuchten Faktoren waren menschliches Kapital, wie Bildung, Arbeitserfahrung und psychologische Profile, wie Motivation und Risikofreude (Brandstätter, 1997).

Human Capital: 1981 begann ein Strom von deskriptiven Untersuchungen, die die Charakteristika weiblicher Unternehmer genauer unter die Lupe nehmen sollten. Auch hier waren die Ergebnisse gleich: Männer und Frauen zeigen bezüglich der Thematik ähnliche Eigenschaften. Auch wurde festgestellt, dass sich für Frauen das Erlangen der notwendigen Finanzierung als gravierend schwieriger darstellte als für Männer. Histrich und O'Brien untersuchten den Grund dafür 1983. Die Frage, die es zu beantworten galt, war, ob die schwierigere Finanzierung der weiblichen Unternehmen an die Art derer gebunden war, oder an das Geschlecht der Gründer. Auch wurde in dieser Studie darauf eingegangen, dass Frauen berichteten, dass sie gesellschaftlich größere Hürden ihres Geschlechts wegen zu bewältigen hatten.

1983 startete die erste Längsschnittuntersuchung von weiblichen Unternehmern in den Vereinigten Staaten von Amerika. Die Befragung erfasste die Motive ein Unternehmen zu gründen, soziale Unterstützung, Hürden und Herausforderungen und die Charakteristika, Wachstum, und Leistung der Geschäfte. 463 Frauen wurden befragt. Allein demographische Gemeinsamkeiten fielen auf. So waren der Großteil der Unternehmerinnen das erstgeborene Kind, kamen aus der mittleren sozialen Schicht, hatten einen College-Abschluss, waren verheiratet und hatten Kinder und einen unterstützenden Ehemann. Die meisten Frauen hatten ihre Unternehmen in typisch weiblichen Gebieten gegründet.

Cliff (2005) hat herausgefunden, dass weibliche kanadische Unternehmer oft große Geschäfte gründen, diese aber immer noch kleiner wären, als die der männlichen Kollegen. Natürlich wollten weibliche Unternehmerinnen auch, dass ihr Unternehmen wächst, sie machten sich aber mehr Gedanken über die Risiken, die mit schnellem Wachstum verbunden sind. Sie bevorzugten im allgemeinen eine langsamere und dafür stetigere Entwicklung ihres Unternehmens.

Eine Studie von Persönlichkeitscharakteristika weiblicher Unternehmer in Polen kam zu folgenden Ergebnissen:

- Im Durchschnitt waren Frauen besser ausgebildet und hatten mehr Erfahrung als männliche Unternehmer
- Keine generellen Persönlichkeitsunterschiede konnten gefunden werden
- Frauen legten mehr Wert auf Innovation als wichtigen Erfolgsfaktor
- Frauen konzentrierten sich eher für eine längerfristige Gewinnsteigerung als Männer (Zapalska, 2006)

6.2. Beweggründe der Unternehmensgründung

Die Beweggründe, ein eigenes Unternehmen zu gründen, waren unter den Frauen in den verschiedenen Ländern sehr ähnlich. In Norwegen gaben Frauen die starke Bedeutung der Unabhängigkeit für die Gründung eines Geschäfts an. Sie glaubten in dieser Studie, dass sie bessere unternehmerische Fähigkeiten als Männer besäßen (Kolvereid, 2006).

- Bonett und Furnham (1991) verglichen eine Versuchsgruppe, bestehend aus Buben und Mädchen im Alter von 16 bis 19 Jahren, die an einem Jungunternehmerprojekt teilnahmen, mit einer Kontrollgruppe. Diese wurden bezüglich protestantischen Werten, wirtschaftlicher Kontrollüberzeugung und hoher Leistungsmotivation untersucht. Sie fanden heraus, wie angenommen, dass die unternehmerische Gruppe höhere Werte bei protestantischer Arbeitshaltung, wirtschaftlicher Kontrollüberzeugung und Leistungsmotivation aufwies.

- Davidsson (1991) untersuchte eine repräsentative geschichtete Stichprobe von schwedischen Firmen im Einzelhandel, Reparaturservice und Fabrikation, unterteilt nach 2-4, 5-9, 10-19 Mitarbeitern. Er konzentrierte sich auf den Zusammenhang zwischen berichtetem Wachstum (Veränderungen in Mitarbeiteranzahl und Geschäftsumsatz) während der vergangenen drei Jahre als abhängige Variable und Indikatoren von Fähigkeit, Bedarf und Möglichkeit als unabhängige Variable. Selbst eingeschätzte Fähigkeiten hatten einen höheren Einfluss auf das Wachstum als die objektiven Fähigkeiten selbst.

- Cromie (1987) berichtet von einer Studie aus Belfast, Nordirland. Banken und andere kleine Agenturen stellten Namen und Adressen von Personen bereit, die bereits ein Unternehmen gegründet haben, oder im Begriff waren, dies zu tun. 35 Männer und 34 Frauen wurden befragt. Von diesen hatten zwei Drittel bereits ihr Unternehmen gegründet, der Rest stand kurz davor. Die Befragung erfolgte per Telefon über die Beweggründe ein eigenes Geschäft zu eröffnen. Später wurden den Personen auch noch per Fragebogen untersucht. Folgende Eigenschaften wurden erhoben: Leistungsmotivation, Unabhängigkeit und Kontrollüberzeugung.

Die häufigsten von 14 Kategorien von Gründen, sich selbstständig zu machen waren: Autonomie (der Wunsch nach Selbstbestimmung), Leistung (Freude am Führen eines Geschäfts), Geld (Erwartung, als Selbstständiger mehr Geld zu verdienen), Unzufriedenheit mit der Karriere (Unzufriedenheit mit Aspekten des letzten Berufs), Kindererziehung (Möglichkeit, mehr Zeit mit den Kindern zu verbringen). Geld wurde öfter von Männern erwähnt, Kindererziehung war für mehr Frauen ein Thema. Keine Geschlechtsunterschiede zeigten sich bei den Werten zu Leistungsmotivation und Kontrollüberzeugung.

Eine zweite Studie zum Unternehmertum, diesmal auch mit Österreichbezug, wird hier zitiert. „Wie können Wertvorstellungen als Prädiktoren von unternehmerischem oder sozialem Interesse beurteilt werden?“ gilt es in dieser Studie zu beantworten (Brandstätter, 1997).

Super (1957) hat postuliert, dass „Arbeitszufriedenheit und Lebenszufriedenheit davon abhängen, wie sehr ein Individuum seine Fähigkeiten, Interessen, Persönlichkeitseigenschaften und Wertvorstellungen im Leben umsetzen kann“. Diese Aussage erklärt den Wunsch nach selbstständiger Arbeitsgestaltung.

Sucht man nach Persönlichkeitscharakteristika, die unternehmerische Personen auszeichnen, so muss man von der Grundannahme ausgehen, dass einige situationale Anforderungen an Unternehmer gleich sind, ungeachtet den Unterschieden in den Umweltbedingungen. Eine dieser situationalen Bedingungen ist das selbstbestimmte und freie Agieren. Abhängige Menschen können keine erfolgreichen Unternehmer werden. Zweitens muss ein erfolgreicher Unternehmer immensem Druck gewachsen sein. Ein Unternehmen zu gründen stellt ein enormes Risiko dar und beinhaltet immer die Möglichkeit des wirtschaftlichen Fehlschlagens. Um diese Unsicherheit stark entgegenzutreten zu können ist eine hohe emotionale Stabilität gefordert. Eine dritte unerlässliche Eigenschaft einer unternehmerischen Persönlichkeit ist, um den situationalen Gegebenheiten erfolgreich zu begegnen, eine soziale Fähigkeit. Ein Unternehmer muss Kunden von der Brauchbarkeit oder gar Notwendigkeit des angebotenen Produkts oder der angebotenen Dienstleistung überzeugen, genauso wie Mitarbeiter motivieren. Ein soziales Netzwerk ist die Basis einer erfolgreichen Firma. Diese Seite ist im Handel von größerer Bedeutung als in rein technischen Unternehmungen, wo die Produkte schon für sich selbst sprechen.

Letzten Endes sollen unternehmerische Persönlichkeiten in einer sich ständig wandelnden Umwelt den Mut haben, neue Ideen umzusetzen und Flexibilität gegenüber schwankenden Verhältnissen beweisen.

In der hier erwähnten Studie werden Unternehmer nach ihren Persönlichkeiten unterschieden. Einerseits solche, die das Geschäft geerbt haben, andererseits jene, die es sich selbst aufgebaut haben. Getestet wurde mittels des 16PF von Cattell. Die Brauchbarkeit dieses Instruments zur Erfassung und Vorhersage von Führungsverhalten wurde unlängst erst von Brandstätter (1997) mit einer experimentellen Simulation eines Assessment Centers gezeigt.

Es erscheint offensichtlich, dass Personen, die ihr Geschäft selbst gegründet haben im Gegensatz zu jenen, die es geerbt haben mehr unternehmerische Qualitäten aufweisen sollten. Hier liegt auch die These zugrunde, dass ein guter Unternehmer prädisponiert ist und diese Eigenschaften nicht gelernt werden können. Dies sollte für Frauen, als auch für Männer gelten. Ein wenig unterstützt diese Annahme eine Studie von 1976 aus Österreich. Die Studie wurde von der IMAS (Austrian Market Research Institute) durchgeführt. In der Stichprobe wurden Unternehmer und die allgemeine Population miteinander verglichen. Items mit Verteilung waren (Brandstätter, 1997):

	Entrepreneurs (%)	General Population (%)
1. Sometimes, I find it quite enticing to take a risk	70	24
2. I can easily start a conversation with stranger	52	33
3. I do not care too much what others think about me	34	44
4. I like it most if things are going their usual way;	12	42

Die Versuchspersonen bei dieser Studie bestanden aus 368 Personen, die über die Handelskammer angeschrieben wurden. 157 Personen waren Firmengründer, 98 haben ein Geschäft geerbt, 113 Personen planten, ein eigenes Unternehmen zu gründen.

Auch bei dieser Studie kam heraus, dass Firmengründer eine stabilere und unabhängige Persönlichkeit aufweisen, als Menschen, die eine Firma übernommen oder geerbt haben. Diejenigen, die ein Unternehmen aufzubauen planen, sind in ihren Persönlichkeitseigenschaften jenen ähnlich, die selbst eine Firma gegründet haben (Brandstätter, 1997).

Wirtschaftlicher Erfolg wird von unternehmerischen Persönlichkeiten auch anders wahrgenommen. Firmengründer fühlen sich generell wohler in deren Rolle als solche, die das Geschäft geerbt haben. Sie sind zufriedener mit dem Fortkommen der Firma in den letzten fünf Jahren und blicken optimistischer in die nächsten fünf. Außerdem schreiben sie sich selbst Erfolg und Misserfolg zu, und machen nicht die wirtschaftliche Situation dafür

verantwortlich. Zuletzt glauben sie auch mit höherer Wahrscheinlichkeit an eine Expansion ihres Unternehmens.

Kritik:

All diese Studien müssen natürlich auch kritisch betrachtet werden, da Kausalität in Korrelationsstudien eine riskante Sache ist. Wie kann man sicher sein, dass Persönlichkeitscharakteristika die Gründe sind, ein Unternehmen zu gründen und nicht die Folge des Agierens als Unternehmer, besonders, wenn diese nicht objektiv gemessen werden, sondern in Form von Selbstbeschreibung erhoben werden?

In der hier angeführten Studie kann dem so begegnet werden: Unternehmensgründer- und Erben müssen unter ähnlichen Bedingungen agieren. Unter Berücksichtigung des Alters und dem Bildungsniveau kann auch von ähnlichem Status ausgegangen werden. So erscheint es dem Autor sehr unwahrscheinlich, dass Persönlichkeitsunterschiede zwischen Gründern und Erben durch unterschiedliche Situationen bedingt sind. Viel plausibler erscheint es anzunehmen, dass emotional unabhängige und stabile Personen öfter den Mut und die Initiative besitzen, die zu einer Unternehmensgründung notwendig ist.

6.3. Eine aktuelle Studie:

Es gibt Zusammenhänge zwischen bestimmten Persönlichkeitseigenschaften und unternehmerischem Verhalten. Bis zu den 80ern gab es zu diesem Zusammenhang keine reliablen und validen Ergebnisse. Die verschiedenen Studien widersprachen einander sogar. Erfolgreiche Unternehmer unterscheiden sich von anderen Menschen bereits in frühen Jahren, wie man vielen Biographien entnehmen kann. Obwohl dieser Zusammenhang auch von vielen Forschern Zustimmung erfährt, haben lange empirische Untersuchungen zu diesem Thema gefehlt.

Systematische Untersuchungen setzten sich zum Ziel, Prädiktoren von unternehmerischen Verhalten zu definieren. Die hier zitierte Studie von 2003 von Eva Schmitt-Rodermund soll dieses Thema wissenschaftlich beleuchten. Generell können Unternehmer als Individuen definiert werden, die eine Verbesserung auslösen, für andere Personen und die Gesellschaft. Unternehmer können in allen Berufssparten gefunden werden und treten durch

unterschiedlichste Aktivitäten in den Vordergrund. Sie kreieren neue Produkte , Prozesse und Services für den Markt.

Wichtiger erscheint die Frage, was eine unternehmerische Persönlichkeit determiniert. So erscheinen verschiedene Unternehmer doch einige ausschlaggebende Persönlichkeitseigenschaften gemein zu haben, wie eine weite Bandbreite von Studien belegt.

So können kurz folgende auffälligste Unterschiede zwischen unternehmerischen und anderen Persönlichkeiten zusammengefasst werden:

- unternehmerische Persönlichkeiten haben eine hohe Aufgabenorientierung
- Sie sind besonders an der Erreichung von Zielen interessiert
- In der Problemlösung zeigen sie Kreativität und Initiative
- Sie sind risikofreudig und selbstbewusst
- Interne Kontrollüberzeugung, also sie bewerten ihr Handeln als effektiv
- Sie sind unabhängig und autonom
- Investieren viel Energie auf die Erreichung von Zielen
- Sie identifizieren sich mit und binden sich an Problemstellungen
- Sie sind sehr konsequent in der Zielerreichung und schwer ablenkbar

Holland (1992) beschreibt Arbeitsumgebungen, die für unternehmerische Interessentypen förderlich sind als solche, die Fähigkeiten verlangen wie Überzeugungskraft, Führungsqualität, Manipulationsgeschick, Dominanz, hohes Selbstbewusstsein, Gespür für wirtschaftbezogene Themen.

Welche persönlichen und Umweltgegebenheiten sollen vorhanden sein, um eine unternehmerische Persönlichkeit zu fördern?

Nach Holland (1992) spielen Persönlichkeitseigenschaften eine Rolle, genauso wie familiäre Herkunft. Es wurde anhand von Hollands RIASEC-Modell und dem Five-Factor Model gezeigt, dass hohes unternehmerisches Interesse und Potential mit hohen Werten bei Bewusstheit und Extraversion und niedrigen Werten bei Neurotizismus korreliert. Kein Unterschied wurde bezüglich intellektueller Offenheit gefunden. Unternehmer haben gezeigt, dass sie

kreativer und innovativer als Angestellte sind. So kann also angenommen werden, dass Kinder und Jugendliche mit den genannten Eigenschaften unternehmerische Kompetenz aufweisen (De Fruyt & Mervielde, 1997).

Der elterliche Erziehungsstil hat Einfluss auf die Entwicklung der Persönlichkeit. Der autoritäre Erziehungsstil begünstigt die Entwicklung zu einer unternehmerischen Persönlichkeit. Dieser Stil zeichnet sich durch Unterstützung und gleichzeitiges Gewähren von Autonomie aus. Innere Kontrollüberzeugung und die Erfahrung von Selbsteffizienz resultieren ebenfalls aus dem autoritären Erziehungsstil. Obwohl Holland nicht explizit darauf eingeht, nimmt er an, dass der Beruf der Eltern oft zu dem Interessengebiet der Kinder passt. Dies ist erstens durch das genetische Erbe erklärbar, zweitens durch das soziale Lernen innerhalb der Familie. So haben andere Studien gezeigt, dass Eltern von erfolgreichen Unternehmern oft selbst Unternehmer waren. Wirtschaftsstudenten haben eine höhere Wahrscheinlichkeit, eine unternehmerische Karriere einzuschlagen, wenn deren Eltern selbstständig statt angestellt sind (Scherer, Adams, Carley, & Wiebe, 1989).

Außerdem hängen noch die Bedingungen, die es ermöglichen, ein neues eigenes Unternehmen zu eröffnen von Faktoren, wie Kultur, Marktsituation, Steuer und anderen ab.

In der hier zitierten von Schmitt-Rodermund (2003) an der Universität Jena wurde der Zusammenhang zwischen früher, selbsteingeschätzter unternehmerischer Kompetenz und Erfolg im Wirtschaftsleben untersucht.

Eine Längsschnittstudie wäre sicher das adäquate Mittel zur Beantwortung der Fragestellung, doch aus verschiedenen Gründen wurde hier die Kombination aus zwei Querschnittstudien gewählt.

Stichprobe 1:

Im Sommer 1998 wurden 320 Schüler aus unterschiedlichen Schulrichtungen mit einem strukturierten Fragebogen interviewt. Die Schüler wurden aus sieben Schulen in Ostdeutschland ausgewählt. Der Mittelwert des Alters betrug 15.5 Jahre in einem Bereich von 14 bis 17 Jahren. Die Geschlechterverteilung war ziemlich ausgeglichen. Circa die Hälfte (54.1%) waren Frauen. Wichtig zu erwähnen ist noch, dass repräsentativ für die dort ansässige Bevölkerung fast alle Untersuchten auch in Ostdeutschland aufgewachsen sind. Die untersuchten Schüler besuchten die 10. Schulstufe.

Stichprobe 2:

Ostdeutsche machten einen gravierenden Wandel in ihrer Lebensumgebung durch, da sie seit 1989 von einer kommunistischen Staatsform zu einer kapitalistischen umgewandelt wurden.

1997 wurden 139 ostdeutsche Unternehmensgründer mittels semi-strukturiertem Fragebogen interviewt. Diese Stichprobe beinhaltete auch ein paar Westdeutsche, die nach Ostdeutschland umgezogen sind, teilweise im Zuge der Expansion westdeutscher Firmen in den Osten. Die Stichprobe wurde nicht anhand von Wachstum, Größe oder Art der Firmen unterschieden. So nahmen beispielsweise auch Inhaber von Bäckereien, Autowerkstätten an der Untersuchung teil. Die Nummer der Angestellten reicht von 1 bis 433.

Der Anspruch war parallele Daten von den Firmengründern und den Schülern zu erfassen. Es wurden dieselben Skalen verwendet und diese dann verglichen.

Ergebnisse:

- 1.) Geschlecht hatte keinen signifikanten Effekt auf unternehmerische Fähigkeiten oder Karrieren.
- 2.) Persönlichkeitseigenschaften, als auch Erziehungsstil stehen in Zusammenhang mit unternehmerischer Kompetenz im Erwachsenenalter: Je höher die Qualität der Erziehung (autoritär) und je unternehmerischer die Persönlichkeitsprofile, umso höher waren selbstberichtete Neugier, Führerqualität und unternehmerische Fähigkeiten. Genauso war es auch bei Kindern von selbstständigen Eltern. Unternehmerisches Interesse kam häufiger bei Schülern vor, die eine bessere Beurteilung bezüglich unternehmerischen Fähigkeiten erfahren haben.
- 3.) Kein direkter Zusammenhang konnte zwischen Erziehungsstil auf das Interesse bestätigt werden
- 4.) Wie in der Hypothese der Studie angenommen, besteht ein Zusammenhang zwischen unternehmerischem Interesse und unternehmerischen Erfolg.
- 5.) Je älter der Befragte, desto weniger wurde über unternehmerische Fähigkeiten berichtet.
- 6.) Je stärker das unternehmerische Persönlichkeitsprofil, desto zufriedener zeigten sich die Personen mit ihrem beruflichen Fortkommen und Erfolg. Natürlich konnte auch

ein Zusammenhang zwischen dem Einkommen und der Arbeitszufriedenheit festgestellt werden.

Weitere Ergebnisse sind interessant. So entscheiden dieser Studie nach nicht so sehr die wirtschaftlichen Umgebungsfaktoren, ob ein Unternehmen erfolgreich wird, sondern eher die Einstellung, die Wahrnehmung und die Einschätzung des Unternehmers selbst. Haben diese angegeben, dass sie mit dem wirtschaftlichen Fortschritt zufrieden sind 1997, war es sehr wahrscheinlich, dass das Geschäft bis 2001 weiter besteht. Hier interagieren einige Faktoren. Je mehr finanziellen Erfolg ein Unternehmer verzeichnen konnte, desto zufriedener war er. Je mehr sie also ihre Eigenschaften und Fähigkeiten bestätigt sahen, desto höher war die Zufriedenheit.

Die Rolle eines unternehmerischen Profils als Jugendlicher wird betont. In der Gruppe der zielorientierten, extrovertierten und kreativen jungen Menschen befinden sich auch jene, die unternehmerische Ambitionen und Fähigkeiten besitzen.

Kritik

- 1.) Am meisten ist die Wahl der Querschnittstudie zu bemängeln. Retrospektive Information steht immer im Verdacht von aktuellen Ereignissen beeinflusst zu werden, also kein realistisches Abbild von vergangenen Prozessen und Situationen wiederzugeben.
- 2.) Implizite Annahmen beeinflussen die Studie. Ein Modell für unternehmerischen Erfolg wird aufgestellt. Persönlichkeit wird als Ursache und nicht als Ergebnis von unternehmerischem Handeln gesehen. Hierbei beruft sich die Autorin auf Untersuchungen, die ergaben, dass Persönlichkeit ein relativ stabiles Konstrukt darstellt.

7. Das Studium der Betriebswirtschaft

Das Diplomstudium Betriebswirtschaft dient der wissenschaftlichen Berufsvorbildung in den Sozial und Wirtschaftswissenschaften. Es vermittelt insbesondere jene Kenntnisse, welche die Studierenden auf die Bewältigung unterschiedlicher beruflicher Situationen in den betriebswirtschaftlichen Kernbereichen von Großunternehmen aber auch von Klein- und Mittelbetrieben und von Non-Profit- Organisationen vorbereiten. Die Absolventinnen und Absolventen sollen in der Lage sein, einschlägige Problemstellungen der Wirtschaftspraxis auf der Basis des aktuellen Standes der Bezugswissenschaften zu bearbeiten und als kompetente Ansprechpartner für diese Belange zu fungieren (WU-Wien).

7.1. Studienaufbau, Gesamtstundenzahl

Das Diplomstudium Betriebswirtschaft dauert 8 Semester und gliedert sich in 2 Studienabschnitte. Der erste Studienabschnitt dauert 2 Semester, der zweite Studienabschnitt 6 Semester. Das Diplomstudium Betriebswirtschaft umfasst 125 Semesterstunden. Davon entfallen 34 Semesterstunden auf die Pflichtfächer des ersten Studienabschnitts, 79 Semesterstunden auf die Pflicht- und Wahlfächer des zweiten Studienabschnitts sowie 12 Semesterstunden auf die freien Wahlfächer.

Der erste Studienabschnitt bildet zugleich die Studieneingangsphase.

7.2. Durchschnittliche Studiendauer und Auslandsaufenthalte:

Die kürzeste berichtete Studiendauer liegt bei 5 Semestern, die längste bei 32 Semestern.

Die durchschnittliche Studiendauer des ViCaPP-Graduiertenpanels liegt bei 14 Semestern; die Hälfte der TeilnehmerInnen hat innerhalb von 13 Semestern abgeschlossen. Die mittleren 50% des Panels liegen zwischen 11 und 16 Semestern.

80% der TeilnehmerInnen gaben an, im dafür erfragten Zeitraum (1996 und früher - 2001) zumindest während eines Jahres in größerem Ausmaß (nicht unbedingt Vollzeit, aber über Ferialpraxen und Gelegenheitsjobs hinausgehend) berufstätig gewesen zu sein; 33% waren nach eigenen Angaben während dieser gesamten Zeit berufstätig. Die nicht berufstätigen AbsolventInnen hatten eine durchschnittliche Studiendauer von 12,7

Semestern.

Die zumindest während eines Jahres Berufstätigen brauchten hingegen im Durchschnitt ca. 14,3 Semester.

Bei den über die gesamte Zeit Erwerbstätigen lag die durchschnittliche Studiendauer bei rund 15,8 Semestern.

46% der TeilnehmerInnen gaben an, während ihres Studiums mehr als zwei Monate durchgehend im Ausland verbracht zu haben. Das am häufigsten genannte Land waren die USA, dahinter Frankreich, England und Deutschland.

Die Berufe der Eltern stellen sich wie folgen dar:

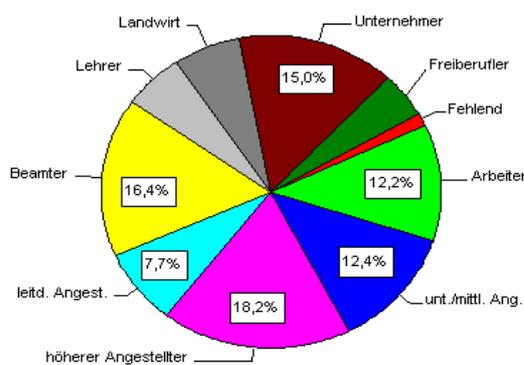


Abb.5: Beruf des Vaters

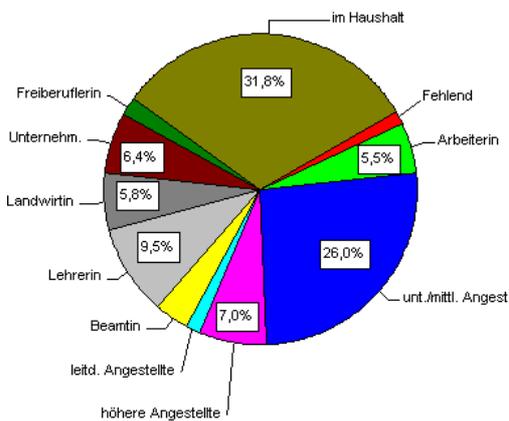


Abb.6: Beruf der Mutter

Zur Zeit umfasst das WU-Graduiertenpanel 642 Personen, davon sind 54% männlich und 46% weiblich. Die Frauen sind dabei um ca. sieben Monate jünger als die Männer (29,1 vs. 29,7 Jahre). Die mittleren 50% des Panels liegen zwischen 27 und 31 Jahren.

Insgesamt stellt sich die Altersverteilung im Nach Geschlechtern getrennt ergibt sich Panel folgendermaßen dar: folgende Darstellung:

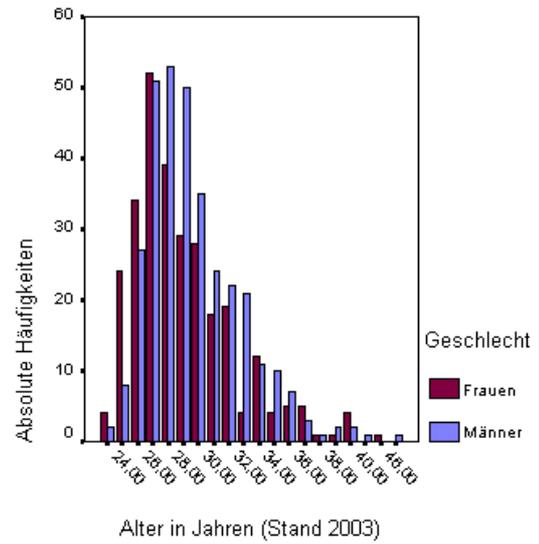
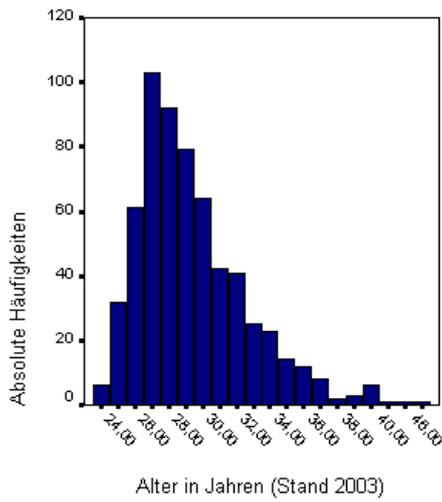


Abb. 7: Alter der Studenten der Wirtschaftsuniversität Wien

II.METHODISCHER TEIL:

1.1. Stichprobenbeschreibung

Der Fragebogen wurde von 111 Studenten und Studentinnen der Wirtschaftsuniversität Wien ausgefüllt. Diese studierten zum Testzeitpunkt Betriebswirtschaftslehre. Davon waren 53 Personen(47,8%) männlich und 58 Personen (52,2%) weiblich. Die älteste getestete Person war zum Testzeitpunkt 30 Jahre alt, die jüngste 20 Jahre. Der Mittelwert beträgt 24,3 Jahre, der Median 24 Jahre. Die Standardabweichung 2,26.

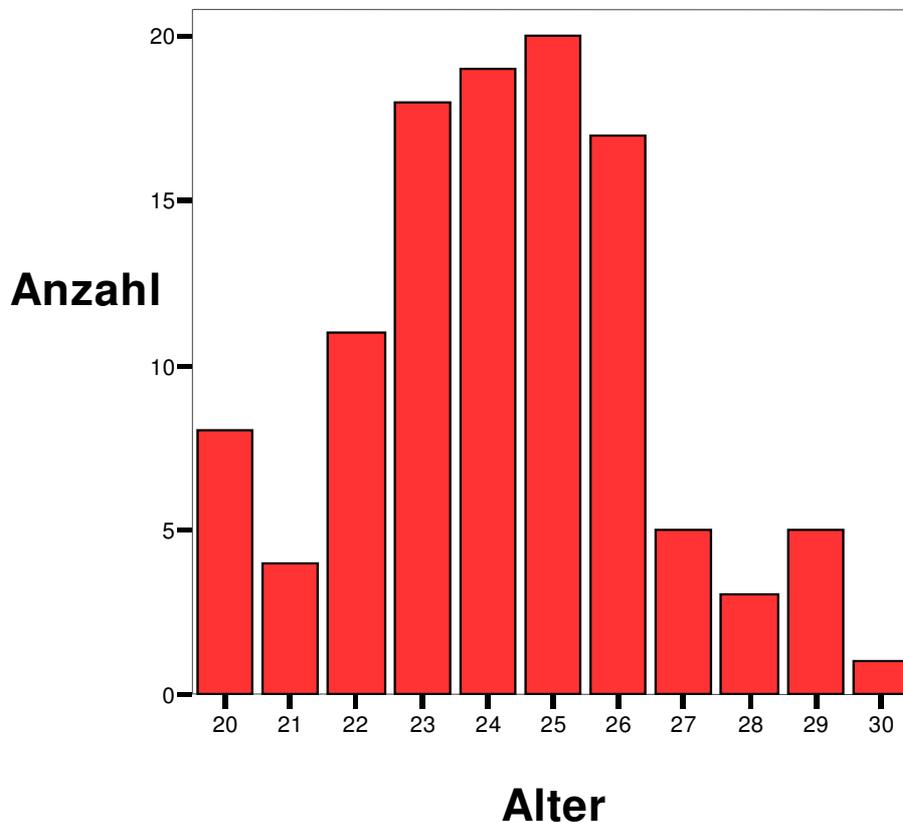


Abb. 8: Altersverteilung der Stichprobe

Die durchschnittliche Testdauer beträgt 713,4 Sekunden, die kürzeste 118 Sekunden und die längste 1997 Sekunden.

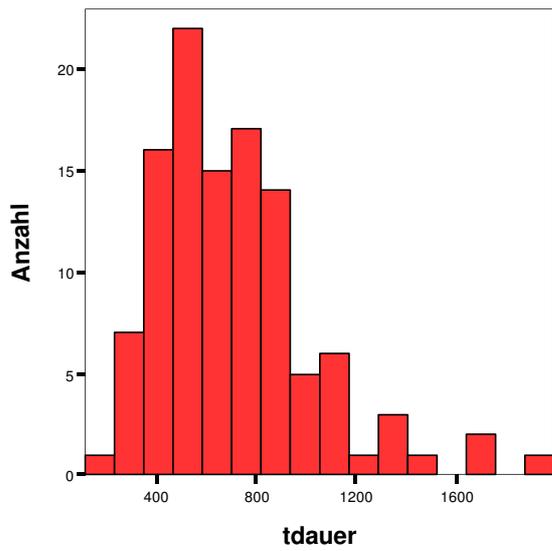


Abb.9: Verteilung der Testdauer

	Gültig	Alter	Bildungsgrad	Testdauer
N		111	111	111
Mittelwert		24,3	3,3	713,4
Median		24	3	685
Standardabweichung		2,26	0,76	312,7
Minimum		20	2	118
Maximum		30	6	1997

Tab.1: Stichprobenbeschreibung

Das Bildungsniveau der getesteten Personen stellt sich graphisch wie folgt dar:

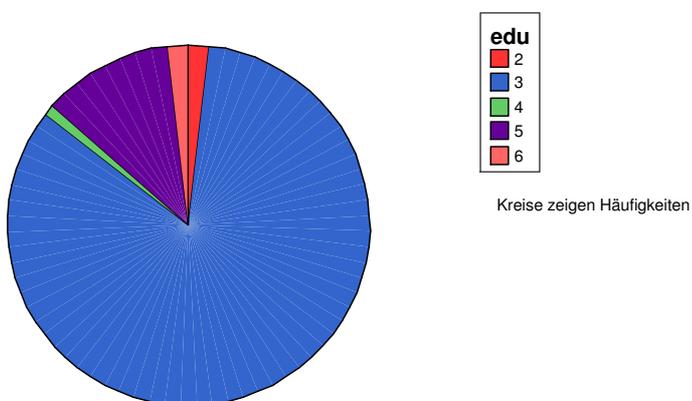


Abb. 10: Verteilung des Bildungsniveaus

Der Großteil der Stichprobe hat als Student offensichtlich eine abgeschlossenes Gymnasium oder eine AHS als Bildungsniveau angegeben.

2. Material:

2.1. Der RIASEC-RRK:

Die modifizierte Version zur Erfassung von Interesse und Berufsneigung, welche im Zuge dieser Diplomarbeit auf ihre Validität überprüft werden soll, ist der RIASEC-RRK. Der Name RIASEC-RRK steht für die beiden Konstruktionsprinzipien des Fragebogens. Einerseits die sechs Interessenorientierungen nach Holland: Realistic, Investigative, Artistic, Social, Enterprising, Conventional; und andererseits für die Unterteilung in Verhaltensmodalitäten: rezeptiv, reproduktiv, kreativ (RRK). Diese wurden der Generellen Interessenskala (GIS) von Brickenkamp (1990) entnommen.

Dieser Fragebogen wurde erstmals 2006 in der Diplomarbeit von Silvia Steiner 2006 vorgestellt. Die Autorin geht von der Interessendefinition von Todt (1995) aus, die im Kapitel 2 angeführt ist. Dort wird Interesse als relativ stabile Disposition aufgefasst. Ein weiteres in dieser Definition impliziertes wichtiges Merkmal ist die Unabhängigkeit des Interesses von äußeren Gegebenheiten (z.B.: Belohnung).

Die Items wurden anhand der Berufswahltheorie von Holland (1997) entwickelt. Zu den sechs Interessentypen wurden jeweils sieben Interessengebiete festgelegt und Items entworfen. Die weitere Differenzierung erfolgte nach rezeptive, reproduktiven und kreativen Verhaltensmodalitäten.

Somit ergibt das pro Interessentyp 21 Items und insgesamt 126 Items.

2.2. Aufbau

Die Testung erfolgte über einen Online-Fragebogen. Man loggt sich mittels Passwort und persönlichen Code ein. Dieser enthält die Probandennummer. Weiter ist das Alter als offene

Antwortkategorie, das Geschlecht (1=männlich, 2=weiblich) und die höchste abgeschlossene Schulbildung anzugeben. Diese besteht aus sechs Stufen:

- abgeschlossene Volksschule/Sonderschule
- abgeschlossene Hauptschule, AHS-Unterstufe
- abgeschlossene Matura (AHS, BHS)
- abgeschlossene Fachhochschule, Akademie
- abgeschlossene Universität
- abgeschlossene Doktoratsstudium

Nach weiteren Fragen zu demographischen Aspekten erfolgt die Instruktion. Diese lautet:

Der folgende Interessensfragebogen enthält die Beschreibung einer Reihe von Tätigkeiten. Bitte geben Sie für jede Tätigkeit an, wie sehr Sie diese interessiert bzw. interessieren würde. Wichtig: Sie sollen die Tätigkeiten alleine aufgrund Ihres Interesses beurteilen – also wie gerne Sie die Tätigkeit ausüben bzw. ausüben würden! Ob Sie die für eine Tätigkeit relevanten Fähigkeiten, Begabungen, Möglichkeiten und Mittel etc. besitzen, spielt dabei keine Rolle. Sie können das Ausmaß Ihres Interesses für eine Tätigkeit vierfach abstufen (trifft nicht zu – trifft eher nicht zu – trifft eher zu – trifft zu).

Bitte antworten Sie spontan und ehrlich! Klicken Sie nun bitte auf „Weiter“.

In dieser Instruktion wird betont, dass nur das Interesse an einer Handlung relevant ist, nicht, diese auch ausüben zu können.

Nach der Instruktion folgen die 126 Items des RIASEC-RRK, wobei ein Item immer auf einer Seite dargestellt wird und erst bei Beantwortung desselben die nächste Seite erscheint.

2.3. Untersuchungsdurchführung, Procedure:

Der Fragebogen RIASEC-RRK wurde im Zeitraum 13.4.2007 bis 4.6. 2007 vorgegeben. 111 Versuchspersonen der Wirtschaftsuniversität Wien haben den Fragebogen online ausgefüllt. Sie bekamen zuerst die Anfrage nach der Bereitschaft an der Teilnahme an einem Fragebogen. Bei Zustimmung bekamen sie per Mail den Link zum Testzentrum, den sie nur anklicken mussten, um den Test online auszufüllen.

Die Testpersonen konnten sich mittels Passwort und Probandencode Zugang zum Fragebogen verschaffen. Die durchschnittliche Testdauer betrug 713 Sekunden, was 11,9 Minuten entspricht.

Zu den Variablen der Untersuchung:

Die sechs Interessenorientierungen nach Holland (1997) werden über den RIASEC-RRK (Steiner, 2006) erfasst. Unterschiede (unabhängige Variablen) sollen das Geschlecht und Alter, sowie die Testdauer sein. Der Bildungsgrad ist bei den meisten Testteilnehmern ähnlich und bietet somit keine Basis für interessierende Fragestellungen. Der Versuchsleitereffekt kann aufgrund der Onlinevorgabe des Fragebogens ausgeschlossen werden.

	N	Minimum	Maximum	Mittelwert	Standardabweichung
Enterpreneurship	111	45,00	84,00	65,5315	8,99173
Investigative	111	32,00	82,00	57,9820	10,66855
Artistic	111	24,00	79,00	52,0180	13,93751
Conventional	111	26,00	73,00	49,6937	10,51820
Social	111	21,00	75,00	49,4144	11,23345
Realistic	111	22,00	76,00	44,8198	13,04900

Tab.2: Deskriptive Statistik

Anhand der deskriptiven Statistik lässt sich erkennen, dass die Stichprobe ziemlich gut die Population widerspiegelt. Der für Betriebswirtschaftslehre-Studenten angegebene Drei-Buchstaben-Code lautet EIC und der Primärtyp und der Sekundärtyp entsprechen dieser Annahme. In der hier vorliegenden Stichprobe ergeben die Mittelwerte einen Drei-Buchstaben-Code von EIA.

Nach Geschlechtern aufgeteilt ergeben sich folgende Mittelwerte und Drei-Buchstaben-Codes:

Gesamt: EIA

Männer: EIR

Frauen: EAI

	N	Minimum	Maximum	Mittelwert	Standardabweichung
Enterpreneurship	53	50,00	84,00	67,2453	8,99980
Investigative	53	36,00	82,00	59,4340	11,49834
Realistic	53	24,00	76,00	47,9057	12,63430
Conventional	53	26,00	72,00	47,1698	10,46925
Social	53	21,00	66,00	45,1509	10,63810
Artistic	53	24,00	75,00	44,8679	11,85982

Tab.3 Deskriptive Statistik = Männer

	N	Minimum	Maximum	Mittelwert	Standardabweichung
Enterpreneurship	58	45,00	81,00	63,9655	8,76990
Artistic	58	35,00	79,00	58,5517	12,47337
Investigative	58	32,00	78,00	56,6552	9,76128
Social	58	24,00	75,00	53,3103	10,38928
Conventional	58	29,00	73,00	52,0000	10,10819
Realistic	58	22,00	68,00	42,0000	12,88546

Tab.4 Deskriptive Statistik = Frauen

	Minimum	Maximum	Mittelwert
Realistic rezeptiv	8,00	26,00	17,5135
Realistic reproduktiv	7,00	26,00	14,0360
Realistic kreativ	7,00	25,00	13,2703
Realistic	22,00	76,00	44,8198
Investigative rezeptiv	11,00	28,00	20,6937
Investigative reproduktiv	10,00	28,00	19,2342
Investigative kreativ	7,00	28,00	18,0541
Investigative	32,00	82,00	57,9820
Artistic rezeptiv	8,00	28,00	20,3423
Artistic reproduktiv	7,00	28,00	16,6937

Artistic kreativ	7,00	26,00	14,9820
Artistic	24,00	79,00	52,0180
Social rezeptiv	7,00	25,00	18,0901
Social reproduktiv	7,00	27,00	17,3153
Social kreativ	7,00	27,00	14,0090
Social	21,00	75,00	49,4144
Enterpreneurship rezeptiv	15,00	28,00	22,4144
Enterpreneurship reproduktiv	13,00	28,00	22,2342
Enterpreneurship kreativ	11,00	28,00	20,8829
Enterpreneurship	45,00	84,00	65,5315
Conventional rezeptiv	7,00	25,00	15,1532
Conventional reproduktiv	9,00	27,00	17,7387
Conventional kreativ	7,00	26,00	16,8018
Conventional	26,00	73,00	49,6937

Tab.5 Deskriptive Statistik

Anhand dieser Werte lässt sich erkennen, dass fünf der sechs Interessenbereiche in ihrer Intensität von rezeptiv zu kreativ hin abfallen.

3. Hypothesen:

1. H0: Es gibt keine signifikanten Unterschiede bezüglich der Interessendimension „Realistic“ zwischen den Geschlechtern.
H1: Es gibt einen signifikanten Unterschied bezüglich der Interessendimension „Realistic“ zwischen den Geschlechtern.
2. H0: Es gibt keine signifikanten Unterschiede bezüglich der Interessendimension „Investigative“ zwischen den Geschlechtern.
H1: Es gibt einen signifikanten Unterschied bezüglich der Interessendimension „Investigative“ zwischen den Geschlechtern.
3. H0: Es gibt keine signifikanten Unterschiede bezüglich der Interessendimension „Artistic“ zwischen den Geschlechtern.
H1: Es gibt einen signifikanten Unterschied bezüglich der Interessendimension „Artistic“ zwischen den Geschlechtern.
4. H0: Es gibt keine signifikanten Unterschiede bezüglich der Interessendimension „Social“ zwischen den Geschlechtern.

- H1: Es gibt einen signifikanten Unterschied bezüglich der Interessendimension „Social“ zwischen den Geschlechtern.
5. H0: Es gibt keine signifikanten Unterschiede bezüglich der Interessendimension „Entrepreneurship“ zwischen den Geschlechtern.
H1: Es gibt einen signifikanten Unterschied bezüglich der Interessendimension „Entrepreneurship“ zwischen den Geschlechtern.
6. H0: Es gibt keine signifikanten Unterschiede bezüglich der Interessendimension „Conventional“ zwischen den Geschlechtern.
H1: Es gibt einen signifikanten Unterschied bezüglich der Interessendimension „Conventional“ zwischen den Geschlechtern.
7. H0: Wirtschaftsstudenten im Alter unter 25 Jahren unterscheiden sich bezüglich der Interessendimension „Realistic“ nicht signifikant von jenen im Alter über 25 Jahren.
H1: Wirtschaftsstudenten im Alter unter 25 Jahren unterscheiden sich bezüglich der Interessendimension „Realistic“ signifikant von jenen im Alter über 25 Jahren.
8. H0: Wirtschaftsstudenten im Alter unter 25 Jahren unterscheiden sich bezüglich der Interessendimension „Investigative“ nicht signifikant von jenen im Alter über 25 Jahren.
H1: Wirtschaftsstudenten im Alter unter 25 Jahren unterscheiden sich bezüglich der Interessendimension „Investigative“ signifikant von jenen im Alter über 25 Jahren.
9. H0: Wirtschaftsstudenten im Alter unter 25 Jahren unterscheiden sich bezüglich der Interessendimension „Social“ nicht signifikant von jenen im Alter über 25 Jahren.
H1: Wirtschaftsstudenten im Alter unter 25 Jahren unterscheiden sich bezüglich der Interessendimension „Social“ signifikant von jenen im Alter über 25 Jahren.
10. H0: Wirtschaftsstudenten im Alter unter 25 Jahren unterscheiden sich bezüglich der Interessendimension „Entrepreneurship“ nicht signifikant von jenen im Alter über 25 Jahren.
H1: Wirtschaftsstudenten im Alter unter 25 Jahren unterscheiden sich bezüglich der Interessendimension „Entrepreneurship“ signifikant von jenen im Alter über 25 Jahren.
11. H0: Wirtschaftsstudenten im Alter unter 25 Jahren unterscheiden sich bezüglich der Interessendimension „Conventional“ nicht signifikant von jenen im Alter ab 25

Jahren.

H1: Wirtschaftsstudenten im Alter unter 25 Jahren unterscheiden sich bezüglich der Interessendimension „Conventional“ signifikant von jenen im Alter ab 25 Jahren.

12. H0: Wirtschaftsstudenten im Alter unter 25 Jahren unterscheiden sich bezüglich der Skala „Rezeptiv“ nicht signifikant von jenen im Alter über 25 Jahren.

H1: Wirtschaftsstudenten im Alter unter 25 Jahren unterscheiden sich bezüglich der Skala „Rezeptiv“ signifikant von jenen im Alter über 25 Jahren.

13. H0: Wirtschaftsstudenten im Alter unter 25 Jahren unterscheiden sich bezüglich der Skala „Reproduktiv“ nicht signifikant von jenen im Alter über 25 Jahren.

H1: Wirtschaftsstudenten im Alter unter 25 Jahren unterscheiden sich bezüglich der Skala „Reproduktiv“ signifikant von jenen im Alter über 25 Jahren.

14. H0: Wirtschaftsstudenten im Alter unter 25 Jahren unterscheiden sich bezüglich der Skala „Kreativ“ nicht signifikant von jenen im Alter über 25 Jahren.

H1: Wirtschaftsstudenten im Alter unter 25 Jahren unterscheiden sich bezüglich der Skala „Kreativ“ signifikant von jenen im Alter über 25 Jahren.

15. H0: Es gibt keine Geschlechtsunterschiede bezüglich der Skala „Rezeptivität“.

H1: Es gibt Geschlechtsunterschiede bezüglich der Skala „Rezeptivität“.

16. H0: Es gibt keine Geschlechtsunterschiede bezüglich der Skala „Reproduktivität“.

H1: Es gibt Geschlechtsunterschiede bezüglich der Skala „Reproduktivität“.

17. H0: Es gibt keine Geschlechtsunterschiede bezüglich der Skala „Kreativität“.

H1: Es gibt Geschlechtsunterschiede bezüglich der Skala „Kreativität“.

18. H0: Die Interessendimension „Entrepreneurship“ unterscheidet sich nicht signifikant von der Interessendimension „Realistic“.

H1: Die Interessendimension „Entrepreneurship“ unterscheidet sich signifikant von der Interessendimension „Realistic“.

19. H0: Die Interessendimension „Entrepreneurship“ unterscheidet sich nicht signifikant von der Interessendimension „Investigative“.

H1: Die Interessendimension „Entrepreneurship“ unterscheidet sich signifikant von der Interessendimension „Investigative“.

20. H0: Die Interessendimension „Entrepreneurship“ unterscheidet sich nicht signifikant von der Interessendimension „Artistic“.
H1: Die Interessendimension „Entrepreneurship“ unterscheidet sich signifikant von der Interessendimension „Artistic“.
21. H0: Die Interessendimension „Entrepreneurship“ unterscheidet sich nicht signifikant von der Interessendimension „Social“.
H1: Die Interessendimension „Entrepreneurship“ unterscheidet sich signifikant von der Interessendimension „Social“.
22. H0: Die Interessendimension „Entrepreneurship“ unterscheidet sich nicht signifikant von der Interessendimension „Conventional“.
H1: Die Interessendimension „Entrepreneurship“ unterscheidet sich signifikant von der Interessendimension „Conventional“.
23. H0: Es gibt keinen signifikanten Geschlechtsunterschied bezüglich Studenten unter 25 Jahren in der Interessendimension „Realistic“.
H1: Es gibt einen signifikanten Geschlechtsunterschied bezüglich Studenten unter 25 Jahren in der Interessendimension „Realistic“.
24. H0: Es gibt keinen signifikanten Geschlechtsunterschied bezüglich Studenten unter 25 Jahren in der Interessendimension „Investigative“.
H1: Es gibt einen signifikanten Geschlechtsunterschied bezüglich Studenten unter 25 Jahren in der Interessendimension „Investigative“.
25. H0: Es gibt keinen signifikanten Geschlechtsunterschied bezüglich Studenten unter 25 Jahren in der Interessendimension „Artistic“.
H1: Es gibt einen signifikanten Geschlechtsunterschied bezüglich Studenten unter 25 Jahren in der Interessendimension „Artistic“.
26. H0: Es gibt keinen signifikanten Geschlechtsunterschied bezüglich Studenten unter 25 Jahren in der Interessendimension „Social“.
H1: Es gibt einen signifikanten Geschlechtsunterschied bezüglich Studenten unter 25 Jahren in der Interessendimension „Social“.
27. H0: Es gibt keinen signifikanten Geschlechtsunterschied bezüglich Studenten unter 25 Jahren in der Interessendimension „Entrepreneurship“.

- H1: Es gibt einen signifikanten Geschlechtsunterschied bezüglich Studenten unter 25 Jahren in der Interessendimension „Entrepreneurship“.
28. H0: Es gibt keinen signifikanten Geschlechtsunterschied bezüglich Studenten unter 25 Jahren in der Interessendimension „Conventional“.
- H1: Es gibt einen signifikanten Geschlechtsunterschied bezüglich Studenten unter 25 Jahren in der Interessendimension „Conventional“.
29. H0: Es gibt keinen signifikanten Geschlechtsunterschied bezüglich Studenten über 25 Jahren in der Interessendimension „Realistic“.
- H1: Es gibt einen signifikanten Geschlechtsunterschied bezüglich Studenten über 25 Jahren in der Interessendimension „Realistic“.
30. H0: Es gibt keinen signifikanten Geschlechtsunterschied bezüglich Studenten über 25 Jahren in der Interessendimension „Investigative“.
- H1: Es gibt einen signifikanten Geschlechtsunterschied bezüglich Studenten über 25 Jahren in der Interessendimension „Investigative“.
31. H0: Es gibt keinen signifikanten Geschlechtsunterschied bezüglich Studenten über 25 Jahren in der Interessendimension „Artistic“.
- H1: Es gibt einen signifikanten Geschlechtsunterschied bezüglich Studenten über 25 Jahren in der Interessendimension „Artistic“.
32. H0: Es gibt keinen signifikanten Geschlechtsunterschied bezüglich Studenten über 25 Jahren in der Interessendimension „Social“.
- H1: Es gibt einen signifikanten Geschlechtsunterschied bezüglich Studenten über 25 Jahren in der Interessendimension „Social“.
33. H0: Es gibt keinen signifikanten Geschlechtsunterschied bezüglich Studenten über 25 Jahren in der Interessendimension „Entrepreneurship“.
- H1: Es gibt einen signifikanten Geschlechtsunterschied bezüglich Studenten über 25 Jahren in der Interessendimension „Entrepreneurship“.
34. H0: Es gibt keinen signifikanten Geschlechtsunterschied bezüglich Studenten über 25 Jahren in der Interessendimension „Conventional“.
- H1: Es gibt einen signifikanten Geschlechtsunterschied bezüglich Studenten über 25 Jahren in der Interessendimension „Conventional“.

35. H0: Die Testdauer hat keinen signifikanten Einfluss auf das Antwortverhalten
H1: Die Testdauer hat einen signifikanten Einfluss auf das Antwortverhalten
36. H0: Die Interessendimension „Realistic“ korreliert nicht signifikant mit der Dimension „Investigative“.
H1: Die Interessendimension „Realistic“ korreliert signifikant mit der Dimension „Investigative“.
37. H0: Die Interessendimension „Realistic“ korreliert nicht signifikant mit der Dimension „Artistic“.
H1: Die Interessendimension „Realistic“ korreliert signifikant mit der Dimension „Artistic“.
38. H0: Die Interessendimension „Realistic“ korreliert nicht signifikant mit der Dimension „Social“.
H1: Die Interessendimension „Realistic“ korreliert signifikant mit der Dimension „Social“.
39. H0: Die Interessendimension „Realistic“ korreliert nicht signifikant mit der Dimension „Entrepreneurship“.
H1: Die Interessendimension „Realistic“ korreliert signifikant mit der Dimension „Entrepreneurship“.
40. H0: Die Interessendimension „Realistic“ korreliert nicht signifikant mit der Dimension „Conventional“.
H1: Die Interessendimension „Realistic“ korreliert signifikant mit der Dimension „Conventional“.
41. H0: Die Interessendimension „Investigative“ korreliert nicht signifikant mit der Dimension „Artistic“.
H1: Die Interessendimension „Investigative“ korreliert signifikant mit der Dimension „Artistic“.
42. H0: Die Interessendimension „Investigative“ korreliert nicht signifikant mit der Dimension „Social“.
H1: Die Interessendimension „Investigative“ korreliert signifikant mit der Dimension „Social“.

43. H0: Die Interessendimension „Investigative“ korreliert nicht signifikant mit der Dimension „Entrepreneurship“.
H1: Die Interessendimension „Investigative“ korreliert signifikant mit der Dimension „Entrepreneurship“.
44. H0: Die Interessendimension „Investigative“ korreliert nicht signifikant mit der Dimension „Conventional“.
H1: Die Interessendimension „Investigative“ korreliert signifikant mit der Dimension „Conventional“.
45. H0: Die Interessendimension „Artistic“ korreliert nicht signifikant mit der Dimension „Social“.
H1: Die Interessendimension „Artistic“ korreliert signifikant mit der Dimension „Social“.
46. H0: Die Interessendimension „Artistic“ korreliert nicht signifikant mit der Dimension „Entrepreneurship“.
H1: Die Interessendimension „Artistic“ korreliert signifikant mit der Dimension „Entrepreneurship“.
47. H0: Die Interessendimension „Artistic“ korreliert nicht signifikant mit der Dimension „Conventional“.
H1: Die Interessendimension „Artistic“ korreliert signifikant mit der Dimension „Conventional“.
48. H0: Die Interessendimension „Social“ korreliert nicht signifikant mit der Dimension „Entrepreneurship“.
H1: Die Interessendimension „Social“ korreliert signifikant mit der Dimension „Entrepreneurship“.
49. H0: Die Interessendimension „Social“ korreliert nicht signifikant mit der Dimension „Conventional“.
H1: Die Interessendimension „Social“ korreliert signifikant mit der Dimension „Conventional“.

50. H0: Die Interessendimension „Entrepreneurship“ korreliert nicht signifikant mit der Dimension „Conventional“.

H1: Die Interessendimension „Entrepreneurship“ korreliert signifikant mit der Dimension „Conventional“.

4. Geschlechtsunterschiede

4.1. Realistic:

Gibt es einen signifikanten Geschlechtsunterschied bezüglich der Interessendimension „Realistic“ in der Population (Hypothese Nr.1)? Um den T-Test zum Mittelwertsvergleich anwenden zu dürfen, muss zuerst die Normalverteilung und die Homogenität der Varianzen geprüft werden.

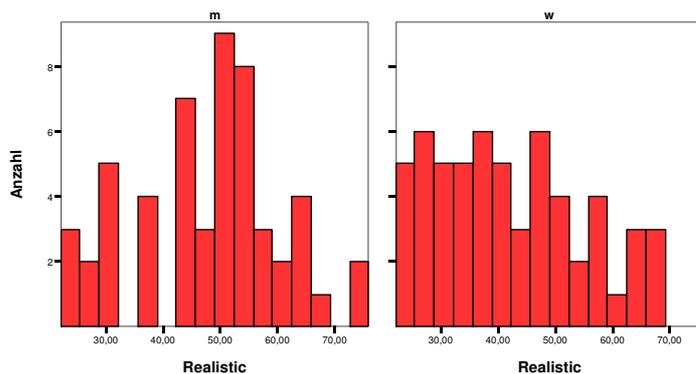


Abb.11: Geschlechterverteilung bezüglich der Interessendimension „R“

Sex	N	Mittelwert	Standardabweichung	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
M	53	47,91	12,63	,508
W	58	42,00	12,89	,767

Tab.6 Kolmogorov Smirnov-Test zur Überprüfung der Normalverteilung

Sowohl den Histogrammen als auch dem Kolmogorov-Smirnov-Test ist zu entnehmen, dass die Stichprobe hinsichtlich dieser Interessendimension normalverteilt ist. Die Varianzen sind homogen, also wird ein T-Test angewendet.

		Levene-Test		T-Test für die Mittelwertgleichheit		
		Varianzgleichheit		T	df	Signifikanz (2-seitig)
		F	Signifikanz			
Realistic	Varianzen sind gleich	,311	,578	2,434	109	,017
	Varianzen sind nicht gleich			2,437	108,448	,016

Tab.7 T-Test bei unabhängigen Stichproben

Wie aus dem T-Test ersichtlich, besteht ein signifikanter Geschlechtsunterschied bezogen auf die Interessendimension „Realistic“.

→ So sind den Daten nach Männer signifikant mehr an technisch-praktischen Tätigkeiten interessiert.

4.2. Investigative

Gibt es einen signifikanten Geschlechtsunterschied bezüglich der Interessendimension „Investigative“ in der Population (Hypothese Nr.2)?

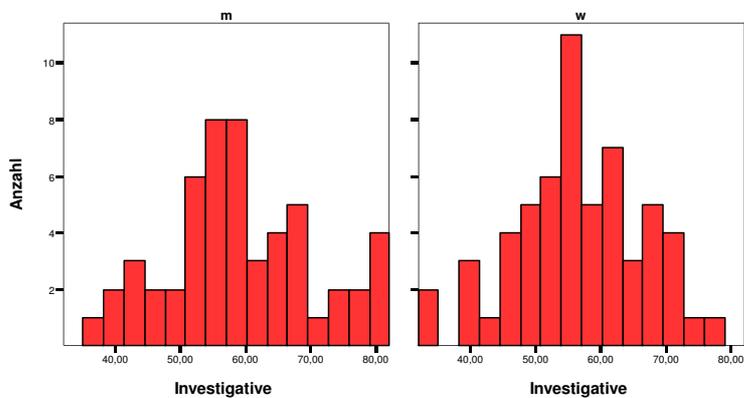


Abb. 12: Geschlechterverteilung bezüglich der Interessendimension „I“

Sex	N	Mittelwert	Standardabweichung	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
M	53	59,43	11,50	,814
W	58	56,66	9,76	,885

Tab.8 Kolmogorov Smirnov-Test zur Überprüfung der Normalverteilung

Die Voraussetzungen zur Anwendung des T-Tests sind erfüllt. Sowohl ist die Stichprobe hinsichtlich der Interessendimension „Investigative“ normalverteilt, als sind auch die Varianzen homogen.

		Levene-Test der Varianzgleichheit		T-Test für die Mittelwertgleichheit		
		F	Signifikanz	T	df	Signifikanz (2-seitig)
Realistic	Varianzen sind gleich	1,311	,255	1,376	109	,172
	Varianzen sind nicht gleich			1,366	102,491	,175

Tab.9 T-Test bei unabhängigen Stichproben

→ Der T-test zeigt, dass es hier keinen signifikanten Unterschied bezüglich der Interessendimension „Investigative“ zwischen Männern und Frauen gibt.

4.3. Artistic:

Gibt es einen signifikanten Geschlechtsunterschied bezüglich der Interessendimension „Artistic“ in der Population (Hypothese Nr.3)?

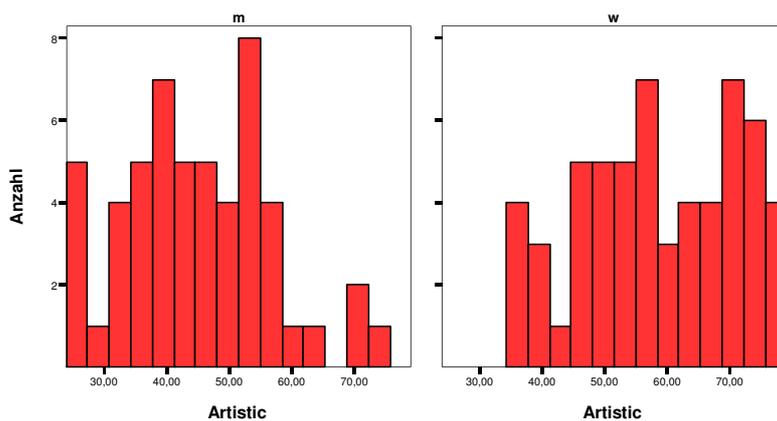


Abb. 13: Geschlechterverteilung bezüglich der Interessendimension „A“

Sex	N	Mittelwert	Standardabweichung	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
M	53	44,87	11,86	,993
W	58	58,55	12,47	,450

Tab.10 Kolmogorov Smirnov-Test zur Überprüfung der Normalverteilung

Sowohl anhand der Diagramme ,als auch anhand des Kolmogorov-Smirnov-Tests kann man annehmen, dass die Stichprobe bezüglich dieser Interessendimension bei beiden Geschlechtern normalverteilt ist und somit die Voraussetzung zur Anwendung eines T-Tests erfüllt sind.

		Levene-Test der Varianzgleichheit		T-Test für die Mittelwertgleichheit		
		F	Signifikanz	T	df	Signifikanz (2-seitig)
Artistic	Varianzen sind gleich	,817	,368	-5,910	109	,000
	Varianzen sind nicht gleich			-5,924	108,821	,000

Tab.11 T-Test bei unabhängigen Stichproben

Bei der Interessendimension „Artistic“ gibt es einen signifikanten Unterschied zwischen den Geschlechtern.

→ Frauen sind signifikant höher in dieser Dimension als Männer. Frauen interessieren sich in dieser Population signifikant mehr für künstlerische Tätigkeiten als Männer.

4.4. Social

Gibt es einen signifikanten Geschlechtsunterschied bezüglich der Interessendimension „Social“ in der Population (Hypothese Nr.4)?

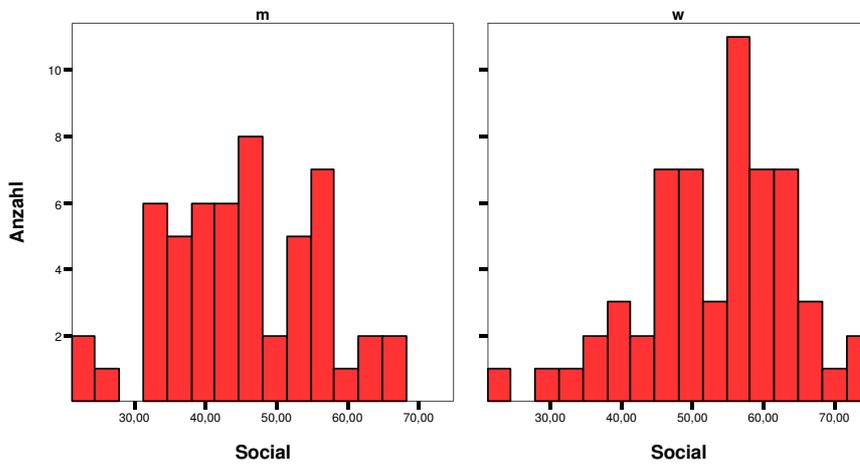


Abb. 14: Geschlechterverteilung bezüglich der Interessendimension „S“

Sex	N	Mittelwert	Standardabweichung	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
M	53	45,15	10,64	,961
W	58	53,31	10,39	,619

Tab.12 Kolmogorov Smirnov-Test zur Überprüfung der Normalverteilung

Sowohl anhand der Diagramme ,als auch anhand des Kolmogorov-Smirnov-Tests kann man annehmen, dass die Stichprobe bezüglich dieser Interessendimension bei beiden Geschlechtern normalverteilt ist und die Varianzen homogen sind. Somit sind die Voraussetzung zur Anwendung eines T-Tests erfüllt.

		Levene-Test der Varianzgleichheit		T-Test für die Mittelwertgleichheit		
		F	Signifikanz	T	df	Signifikanz (2-seitig)
Social	Varianzen sind gleich	,090	,765	-4,086	109	,000
	Varianzen sind nicht gleich			-4,082	107,586	,000

Tab. 13 T-Test bei unabhängigen Stichproben

Auch bei der Interessenskala „Social“ gibt es in dieser Population einen signifikanten Unterschied zwischen den Geschlechtern.

→ Frauen sind signifikant mehr an sozialen Tätigkeiten interessiert als Männer.

4.5. Entrepreneurship

Gibt es einen signifikanten Geschlechtsunterschied bezüglich der Interessendimension „Entrepreneurship“ in der Population (Hypothese Nr. 5)?

Dazu ist es notwendig, dass die Stichprobe der jeweiligen Geschlechter annähernd normalverteilt bezüglich dieser Interessendimension ist. Weiter müssen die Varianzen homogen sein.

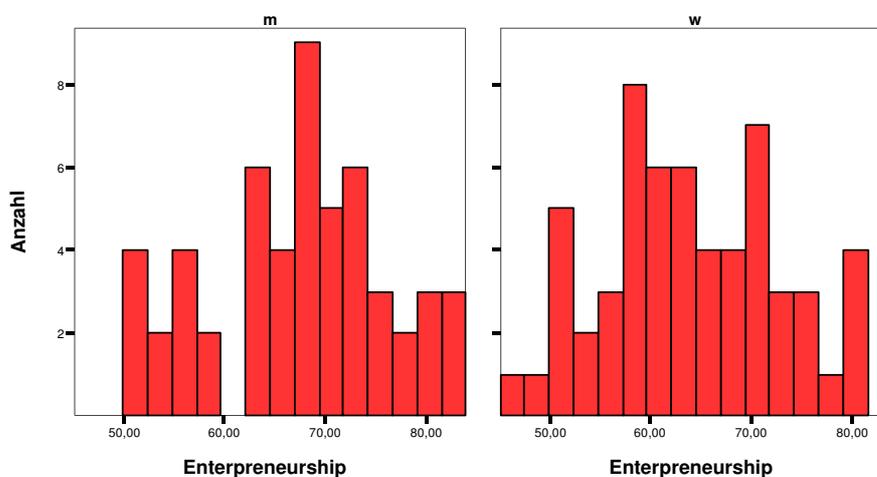


Abb. 15: Geschlechterverteilung bezüglich der Interessendimension „E“

Sex	N	Mittelwert	Standardabweichung	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
M	53	67,25	9,00	,759
W	58	63,97	8,77	,969

Tab. 14 Kolmogorov Smirnov-Test zur Überprüfung der Normalverteilung

Nach Anwendung eines Histogramms und weiterer Überprüfung durch den Kolmogorov-Smirnov-Test kann festgestellt werden, dass die Voraussetzung für den T-Test, nämlich die Normalverteilung der Stichprobe, erfüllt ist.

Die T-Werte betragen $-5,910$ (Varianzen sind gleich) und $5,924$ (Varianzen sind nicht gleich) bei 109 Freiheitsgraden beziehungsweise 108,821 Freiheitsgraden.

$$t(109) = 1,944, p < .05$$

			Levene-Test der Varianzgleichheit		T-Test für die Mittelwertgleichheit		
			F	Signifikanz	T	df	Signifikanz (2-seitig)
Entrepreneurship	Varianzen sind gleich	,005	,942	1,944	109	,055	
	Varianzen sind nicht gleich			1,941	107,5	,055	

Tab.15 T-Test bei unabhängigen Stichproben

Dadurch, dass wir hier aber eine 1-seitige Fragestellung haben, ist die Signifikanz durch zwei zu teilen. In der Literatur gibt Hypothesen, dass Männer mehr unternehmerisches Interesse besitzen, als Frauen. So wird es auch hier mit einem Signifikanzniveau von .0275 bestätigt.
 → So sind Männer in dieser Stichprobe unternehmerischer als Frauen, wie sich aus den Mittelwerten ablesen lässt.

4.6. Conventional

Gibt es einen signifikanten Geschlechtsunterschied bezüglich der Interessendimension „Conventional“ in der Population (Hypothese Nr.6)?

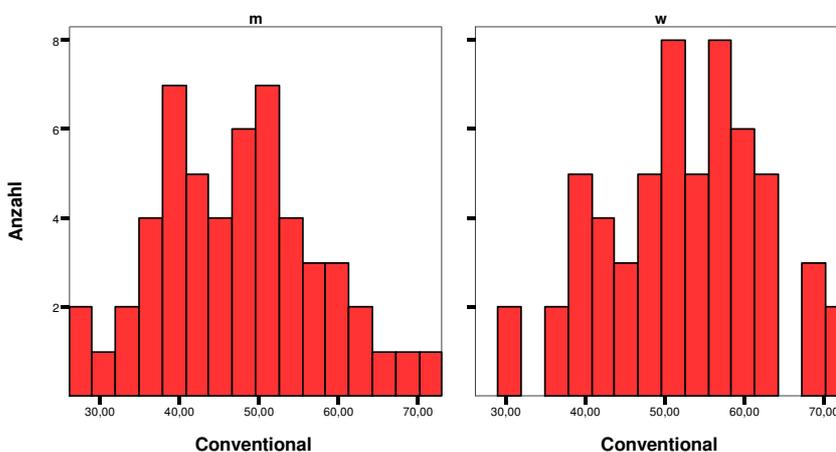


Abb. 16: Geschlechterverteilung bezüglich der Interessendimension „C“

Sex	N	Mittelwert	Standardabweichung	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
M	53	47,17	10,47	,833
W	58	52,00	10,11	,917

Tab.16 Kolmogorov Smirnov-Test zur Überprüfung der Normalverteilung

Sowohl anhand der Diagramme als auch anhand des Kolmogorov-Smirnov-Tests kann man annehmen, dass die Stichprobe bezüglich dieser Interessendimension bei beiden Geschlechtern normalverteilt ist und die Varianzen homogen sind. Somit sind die Voraussetzung zur Anwendung eines T-Tests erfüllt.

		Levene-Test der Varianzgleichheit		T-Test für die Mittelwertgleichheit		
		F	Signifikanz	T	df	Signifikanz (2-seitig)
Conventional	Varianzen sind gleich	,039	,844	-2,472	109	,015
	Varianzen sind nicht gleich			-2,468	107,269	,015

Tab.17 T-Test bei unabhängigen Stichproben

Anhand des Ergebnisses des T-Tests kann angenommen werden, dass sich Männer und Frauen signifikant bezüglich der Interessendimension „Conventional“ unterscheiden.

→ Frauen interessieren sich signifikant mehr für konventionelle Tätigkeiten als Männer.

5. Interessenunterschiede bezüglich des Alters in (Hypothesen 7-11)

Das Alter der Studenten hat einen Einfluss auf deren Interessen. So verändert das Wirtschaftsstudium allein durch die ständig präsente, auf Effizienz ausgerichtete Werthaltung auch den einzelnen Studenten und dessen Präferenzen.

Hierzu wird die Stichprobe in zwei Gruppen unterteilt. Studenten unter 25 Jahren und jene darüber.

60 Personen sind unter 25 Jahre alt, 51 darüber. Das gibt eine ziemlich ausgewogene Aufteilung.

	Realistic	Investigative	Artistic	Social	Enterpreneurship	Conventional
N	60	60	60	60	60	60
Mittelwert	43,18	58,02	54,63	52,05	64,73	51,32
Standardabweichung	12,89	10,47	12,57	9,63	9,12	8,58
Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	,659	,806	,903	,755	,775	,985

Tab.18 Kolmogorov-Smirnov-Anpassungstest = Gruppe < 25

	Realistic	Investigative	Artistic	Social	Entrepreneurship	Conventional
N	51	51	51	51	51	51
Mittelwert	46,7451	57,9412	48,9412	46,3137	66,4706	47,7843
Standardabweichung	13,09785	11,00438	14,93240	12,24498	8,83935	12,23162
Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	,890	,966	,850	,938	,777	,329

Tab.19 Kolmogorov-Smirnov-Anpassungstest = Gruppe >= 25

Anhand der Diagramme und des Kolmogorov-Smirnov-Tests ist ersichtlich, dass die Stichproben normalverteilt sind. Somit kann ein T-Test angewendet werden.

			Levene-Test der Varianzgleichheit		T-Test für die Mittelwertgleichheit		
			F	Signifikanz	T	df	Sig. (2-seitig)
Realistic	Varianzen sind gleich		,087	,768	-1,440	109	,153
	Varianzen sind nicht gleich				-1,438	105,574	,153
Investigative	Varianzen sind gleich		,270	,604	,037	109	,971
	Varianzen sind nicht gleich				,037	104,236	,971
Artistic	Varianzen sind gleich		1,419	,236	2,181	109	,031
	Varianzen sind nicht gleich				2,150	98,196	,034
Social	Varianzen sind gleich		3,876	,052	2,761	109	,007
	Varianzen sind nicht gleich				2,708	94,332	,008
Entrepreneurship	Varianzen sind gleich		,154	,696	-1,015	109	,313
	Varianzen sind nicht gleich				-1,017	107,096	,311
Conventional	Varianzen sind gleich		9,358	,003	1,781	109	,078
	Varianzen sind nicht gleich				1,732	87,597	,087

Tab.20 Test bei unabhängigen Stichproben

→ Aus den T-Tests kann man folgendes ablesen:

- Es gibt einen signifikanten Unterschied zwischen der Altersgruppe unter 25 Jahren und der Altersgruppe über 25 Jahren bezüglich künstlerischen Interessen. Aus den Mittelwerten lässt sich ablesen, dass die Gruppe junger Wirtschaftsstudenten signifikant höher künstlerisch-sprachlich orientiert ist als die Gruppe der älteren Wirtschaftsstudenten.
- Es gibt einen signifikanten Unterschied zwischen der Altersgruppe unter 25 Jahren und der Altersgruppe über 25 Jahren bezüglich sozialen Interessen. Aus den Mittelwerten lässt sich ablesen, dass die Gruppe junger Wirtschaftsstudenten signifikant höher sozial orientiert ist als die Gruppe der älteren Wirtschaftsstudenten.

6. Altersunterschiede bezüglich der Skalen Rezeptivität, Reproduktivität und Kreativität (Hypothesen 12-14)

Junge Studenten unterscheiden sich von älteren hinsichtlich Rezeptivität, Reproduktivität und Kreativität.

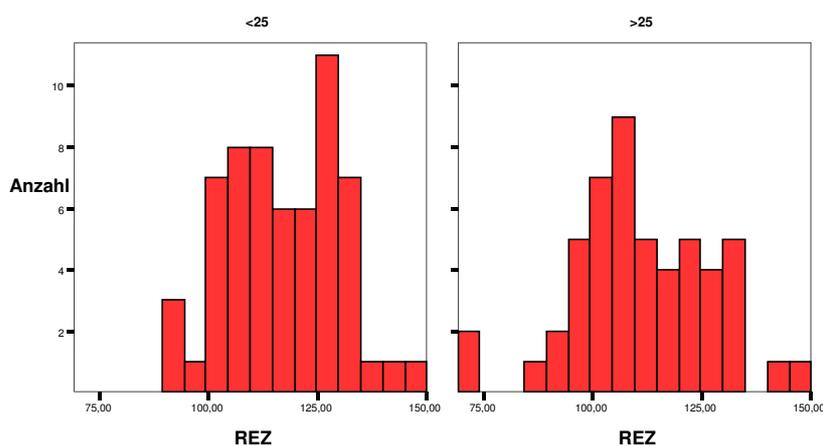


Abb. 17: Altersverteilung bezüglich Rezeptivität

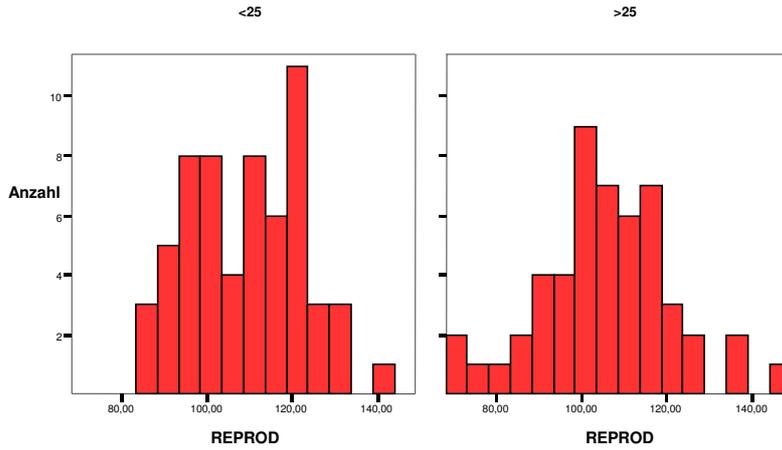


Abb. 18: Altersverteilung bezüglich Reproduktivität

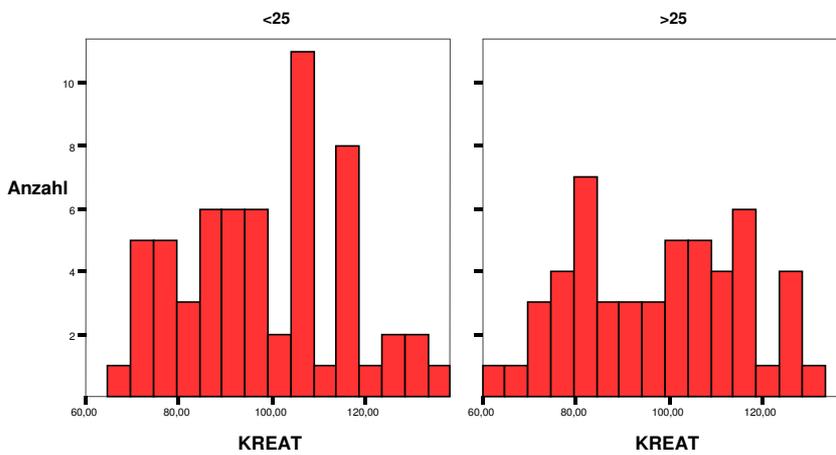


Abb. 19: Altersverteilung bezüglich Kreativität

	REZ	REPROD	KREAT
N	60	60	60
Mittelwert	116,8833	108,8667	98,1833
Standardabweichung	12,79710	13,22487	17,20513
Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	,754	,401	,901

Tab.21 Kolmogorov-Smirnov-Anpassungstest für Studenten < 25 Jahre

	REZ	REPROD	KREAT
N	51	51	51
Parameter der Mittelwert	111,0588	105,3529	97,7843
Normalverteilung Standardabweichung	16,01676	15,60490	18,06357
Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	,963	,956	,501

Tab.22 Kolmogorov-Smirnov-Anpassungstest für Studenten \geq 25 Jahre

Wie aus den Diagrammen und dem Kolmogorov-Smirnov-Test ersichtlich, sind die Voraussetzungen zur Verwendung eines T-Tests erfüllt.

		Levene-Test der Varianzgleichheit		T-Test für die Mittelwertgleichheit		
		F	Signifikanz	T	df	Sig. (2-seitig)
REZ	Varianzen sind gleich	,991	,322	2,129	109	,036
	Varianzen sind nicht gleich			2,091	95,223	,039
REPROD	Varianzen sind gleich	,085	,771	1,284	109	,202
	Varianzen sind nicht gleich			1,267	98,556	,208
KREAT	Varianzen sind gleich	,447	,505	,119	109	,905
	Varianzen sind nicht gleich			,119	104,290	,906

Tab.23 T-Test bei unabhängigen Stichproben

→ Aus dem T-Test kann gelesen werden, dass ein signifikanter Unterschied bezüglich rezeptiver Interessen zwischen den Studenten unter 25 Jahren und über 25 Jahren zu beobachten ist. Aus den Mittelwerten lässt sich folgern, dass Studenten unter 25 Jahren ihre Interessen rezeptiver empfinden, als jene über diesem Alter.

Gibt es Geschlechtsunterschiede bezüglich der Skalen Rezeptivität, Reproduktivität und Kreativität (Hypothesen 15-17)?

Aus den Diagrammen und den Kolmogorov-Smirnov-Tests wird ersichtlich, dass die Voraussetzung der Normalverteilung für den T-Test erfüllt sind.

	REZ	REPROD	KREAT
N	53	53	53
Parameter der Mittelwert	111,4528	103,6792	96,6415
Normalverteilung Standardabweichung	16,07981	14,65471	17,66145
Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	,977	,987	,869

Tab.24 Kolmogorov-Smirnov-Anpassungstest = Männer

	REZ	REPROD	KREAT
N	58	58	58
Parameter der Mittelwert	116,7241	110,5172	99,2414
Normalverteilung Standardabweichung	12,71109	13,48975	17,46004
Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	,626	,703	,883

Tab.25 Kolmogorov-Smirnov-Anpassungstest = Frauen

Die Voraussetzungen zur Durchführung des T-Tests sind erfüllt.

		Levene-Test der Varianzgleichheit		T-Test für die Mittelwertgleichheit		
		F	Signifikanz	T	df	Sig. (2-seitig)
REZ	Varianzen sind gleich	1,642	,203	-1,924	109	,057
	Varianzen sind nicht gleich			-1,904	98,917	,060
REPROD	Varianzen sind gleich	,013	,910	-2,560	109	,012
	Varianzen sind nicht gleich			-2,550	105,823	,012
KREAT	Varianzen sind gleich	,004	,951	-,779	109	,437
	Varianzen sind nicht gleich			-,779	107,868	,438

Tab.26 Test bei unabhängigen Stichproben

Keine signifikanten Unterschiede konnten bei den Skalen Kreativität und Rezeptivität zwischen den Geschlechtern gefunden werden.

→ Es gibt einen signifikanten Unterschied zwischen Männern und Frauen hinsichtlich der Dimension „Reproduktivität“. Aus den Mittelwerten lässt sich ablesen, dass Frauen signifikant reproduktiver sind als Männer.

7. Unterschiede von unternehmerischen Interessentypen zu anderen (Hypothesen 18-22)

Unterscheidet sich die Interessendimension „Entrepreneurship“ signifikant von den anderen Dimensionen in meiner Population (Hypothesen 18-22)?

Die Überprüfung der Voraussetzung der Normalverteilung zur Anwendung des T-Tests findet mittels Komlogorov-Smirnov-Test und Betrachtung der Histogramme statt.

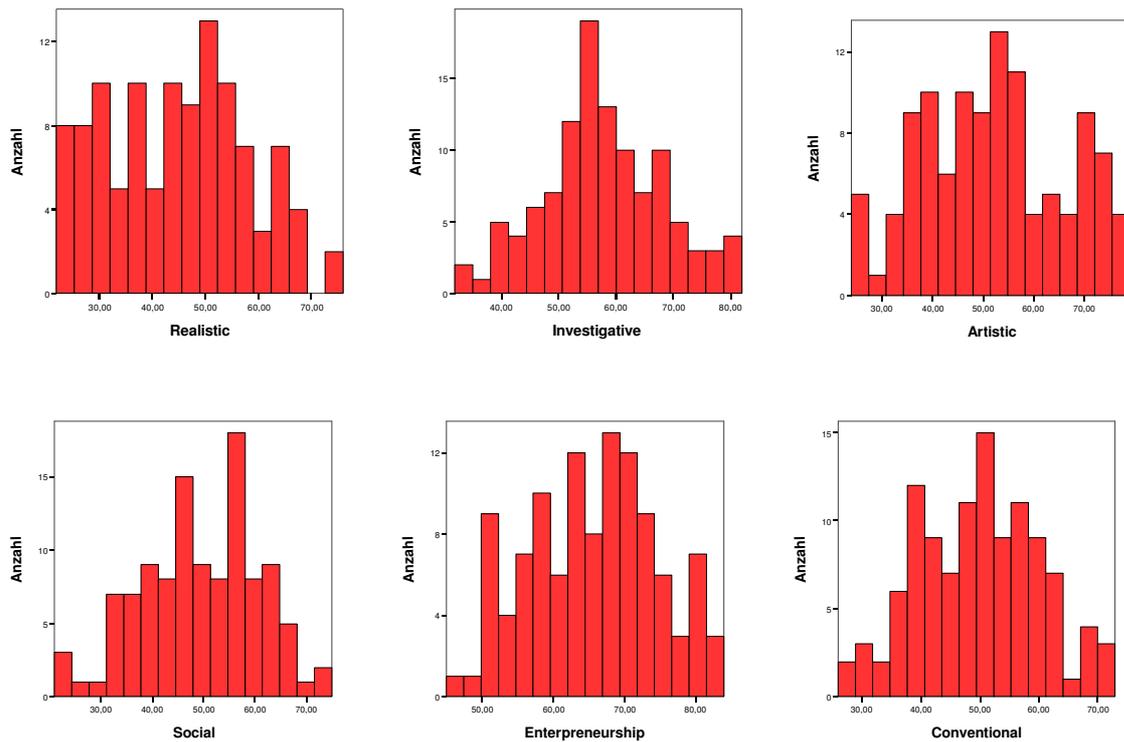


Abb. 20: Verteilung der Stichprobe in den verschiedenen Interessendimensionen

	Realistic	Investigative	Artistic	Social	Entrepreneurship	Conventional
N	111	111	111	111	111	111
Mittelwert	44,82	57,98	52,02	49,41	65,53	49,69
Standardabweichung	13,05	10,67	13,94	11,23	8,99	10,52
Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	,469	,816	,560	,511	,897	,577

Tab.27 Kolmogorov-Smirnov-Anpassungstest

Die Voraussetzung zur Anwendung des T-Tests ist für alle Interessendimensionen gegeben.

		Mittelwert	N	Standardabweichung
Paaren 1	Realistic	44,8198	111	13,04900
	Enterpreneurship	65,5315	111	8,99173
Paaren 2	Investigative	57,9820	111	10,66855
	Enterpreneurship	65,5315	111	8,99173
Paaren 3	Artistic	52,0180	111	13,93751
	Enterpreneurship	65,5315	111	8,99173
Paaren 4	Social	49,4144	111	11,23345
	Enterpreneurship	65,5315	111	8,99173
Paaren 5	Enterpreneurship	65,5315	111	8,99173
	Conventional	49,6937	111	10,51820

Tab.28 Statistik bei gepaarten Stichproben

		Gepaarte Differenzen		T	df	Sig. (2-seitig)
		Mittelwert	Standardabweichung	Mittelwert	Standardabweichung	Standardfehler des Mittelwertes
		Untere	Obere	Obere	Untere	Obere
Paaren 1	Realistic - Enterpreneurship	-20,71171	14,30600	-15,253	110	,000
Paaren 2	Investigative - Enterpreneurship	-7,54955	11,24014	-7,076	110	,000
Paaren 3	Artistic - Enterpreneurship	-13,51351	15,32429	-9,291	110	,000
Paaren 4	Social - Enterpreneurship	-16,11712	13,90928	-12,208	110	,000
Paaren 5	Enterpreneurship - Conventional	15,83784	12,36751	13,492	110	,000

Tab.29 Test bei gepaarten Stichproben

Das Signifikanzniveau wurde Bonferroni korrigiert.

Aus den Daten wird ersichtlich, dass in diesem Falle alle Alternativhypothesen angenommen werden können. Die Interessendimension „Entrepreneurship“ unterscheidet sich signifikant von allen anderen Interessendimensionen.

Nach Betrachtung der Mittelwerte lässt sich folgern, dass die Interessendimension „Entrepreneurship“ signifikant höher ausgeprägt ist als die übrigen fünf Interessendimensionen.

8. Geschlechtsunterschiede in der Altersgruppe unter 25 Jahren Hypothesen 23-28

Um die Geschlechtsunterschiede in der Gruppe der unter 25-jährigen in den verschiedenen Interessendimensionen mittels T-Test überprüfen zu können ist es notwendig zu überprüfen, ob die Voraussetzungen zur Anwendung gegeben sind. So muss die Stichprobe normalverteilt sein und die Varianzen homogen.

Um dies zu prüfen, wird der Kolmogorov-Smirnov-Test verwendet.

1. für die Altersgruppe unter 25 Jahren

	Realistic	Investigative	Artistic	Social	Entrepreneurship	Conventional
N	60	60	60	60	60	60
Mittelwert	43,18	58,02	54,63	52,05	64,73	51,32
Standardabweichung	12,89	10,47	12,57	9,63	9,12	8,58
Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	,659	,806	,903	,755	,775	,985

Tab.30 Kolmogorov-Smirnov-Anpassungstest, Alter = <25 Jahre

Die Voraussetzung zur Anwendung des T-Tests sind erfüllt:

	sex	N	Mittelwert	Standardabweichung	Standardfehler des Mittelwertes
Realistic	m	20	49,9000	11,42435	2,55456
	w	40	39,8250	12,37219	1,95622
Investigative	m	20	61,0000	9,88886	2,21122
	w	40	56,5250	10,54900	1,66794
Artistic	m	20	47,9000	10,76006	2,40602
	w	40	58,0000	12,15920	1,92254
Social	m	20	48,2000	8,50139	1,90097
	w	40	53,9750	9,68607	1,53150
Entrepreneurship	m	20	67,0500	10,45026	2,33675
	w	40	63,5750	8,27070	1,30771
Conventional	m	20	52,0000	8,68756	1,94260
	w	40	50,9750	8,61867	1,36273

Tab.31 Gruppenstatistiken(a)

		Levene-Test der Varianzgleichheit		T-Test für die Mittelwertgleichheit		
		F	Signifikanz	T	df	Sig. (2-seitig)
Realistic	Varianzen sind gleich	,648	,424	3,048	58	,003
	Varianzen sind nicht gleich			3,131	40,956	,003
Investigative	Varianzen sind gleich	,208	,650	1,581	58	,119
	Varianzen sind nicht gleich			1,616	40,401	,114
Artistic	Varianzen sind gleich	,989	,324	-3,147	58	,003
	Varianzen sind nicht gleich			-3,279	42,556	,002
Social	Varianzen sind gleich	,421	,519	-2,264	58	,027
	Varianzen sind nicht gleich			-2,366	42,870	,023
Entrepreneurship	Varianzen sind gleich	1,293	,260	1,403	58	,166
	Varianzen sind nicht gleich			1,298	31,270	,204
Conventional	Varianzen sind gleich	,008	,928	,433	58	,667
	Varianzen sind nicht gleich			,432	37,837	,668

Tab.32 T-Test bei unabhängigen Stichproben = Alter < 25 Jahre

Der T-Test bringt folgende Ergebnisse:

→ In der Skala der praktisch-technischen Orientierung („Realistic“) gibt es signifikante Unterschiede zwischen den Geschlechtern in der Altersgruppe der unter 25-Jährigen.

Männer sind mehr an Tätigkeiten interessiert, die mit dieser Interessendimension zusammenhängen.

→ In der Interessendimension der künstlerisch-sprachlichen Orientierung sind auch signifikante Geschlechtsunterschiede in der untersuchten Altersgruppe gefunden worden. Frauen weisen hier signifikant höhere Werte auf.

→ Auch bezogen auf die soziale Interessenorientierung gibt es einen signifikanten Unterschied zwischen den Geschlechtern. Weibliche Studenten der Wirtschaftswissenschaften unter 25 Jahren sind mehr an sozialen Tätigkeiten als Männer derselben Kategorie.

9. Geschlechtsunterschiede in der Altersgruppe über oder gleich 25 Jahren

(Hypothesen 29-34)

Für die Altersgruppe ab 25 Jahren findet dasselbe Prozedere statt.

Zur Überprüfung der Normalverteilung wird der Kolmogorov-Smirnov-Test verwendet:

	Realistic	Investigative	Artistic	Social	Enterpreneurship	Conventional
N	51	51	51	51	51	51
Mittelwert	46,75	57,94	48,94	46,31	66,47	47,78
Standardabweichung	13,10	11,00	14,93	12,24	8,84	12,23
Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	,890	,966	,850	,938	,777	,329

Tab.33 Kolmogorov-Smirnov-Anpassungstest = Alter ab 25 Jahre

Aus dem K-S-Test lässt sich ersehen, dass die Voraussetzungen zur Verwendung des T-Tests erfüllt sind.

	sex	N	Mittelwert	Standardabweichung	Standardfehler des Mittelwertes
Realistic	m	33	46,6970	13,33811	2,32187
	w	18	46,8333	13,02599	3,07026
Investigative	m	33	58,4848	12,42256	2,16249
	w	18	56,9444	8,00347	1,88644
Artistic	m	33	43,0303	12,27163	2,13622
	w	18	59,7778	13,42323	3,16388
Social	m	33	43,3030	11,47411	1,99739
	w	18	51,8333	11,97178	2,82178
Enterpreneurship	m	33	67,3636	8,16937	1,42211
	w	18	64,8333	9,98970	2,35460
Conventional	m	33	44,2424	10,48222	1,82472
	w	18	54,2778	12,81454	3,02042

Tab.34 Gruppenstatistiken(a)

		Levene-Test der Varianzgleichheit		T-Test für die Mittelwertgleichheit		
		F	Signifikanz	T	df	Sig. (2-seitig)
Realistic	Varianzen sind gleich	,035	,852	-,035	49	,972
	Varianzen sind nicht gleich			-,035	35,787	,972
Investigative	Varianzen sind gleich	4,279	,044	,474	49	,638
	Varianzen sind nicht gleich			,537	47,479	,594
Artistic	Varianzen sind gleich	,929	,340	-4,506	49	,000
	Varianzen sind nicht gleich			-4,387	32,450	,000
Social	Varianzen sind gleich	,016	,900	-2,499	49	,016
	Varianzen sind nicht gleich			-2,467	33,796	,019
Entrepreneurship	Varianzen sind gleich	1,434	,237	,976	49	,334
	Varianzen sind nicht gleich			,920	29,574	,365
Conventional	Varianzen sind gleich	,674	,416	-3,019	49	,004
	Varianzen sind nicht gleich			-2,844	29,580	,008

Tab.35 Test bei unabhängigen Stichproben = Alter ab 25 Jahre

Aus dem T-Test lässt sich ablesen, dass es signifikante Geschlechtsunterschiede zwischen Wirtschaftsstudenten in dieser Altersgruppe gibt. In der Interessendimension „Artistic“ sind Frauen signifikant höher in ihren Werten als Männer. Ebenso zeigen in der Dimension „Social“ die Frauen signifikant mehr Interesse als Männer.

Auch in der Dimension „Conventional“ zeigen Frauen ein signifikant höheres Interesse als Männer in der untersuchten Population von Wirtschaftsstudenten ab einem Alter von 25 Jahren.

Auffällig ist, dass es keinen Geschlechterunterschied in der sonst von Männern dominierten Dimension „Realistic“ gibt.

10. Einfluss des Interessentyps auf die Testdauer (Hypothese 35)

Gibt es bezüglich der verschiedenen Interessendimensionen einen signifikanten Unterschied in der Dauer der Durchführung des Tests?

Die Stichprobe wird dafür in zwei Gruppen unterteilt. Diejenigen, die unter 710 Sekunden gebraucht haben bilden die Gruppe 0, diejenigen, die mehr oder genau so lange gebraucht haben, bilden die Gruppe 1.

Um den T-Test anwenden zu können, müssen die Voraussetzungen erfüllt sein. Die Stichproben müssen normalverteilt sein und die Varianzen homogen. Dies wird mittels Histogrammen und Kolmogorv-Smirnov-Test überprüft.

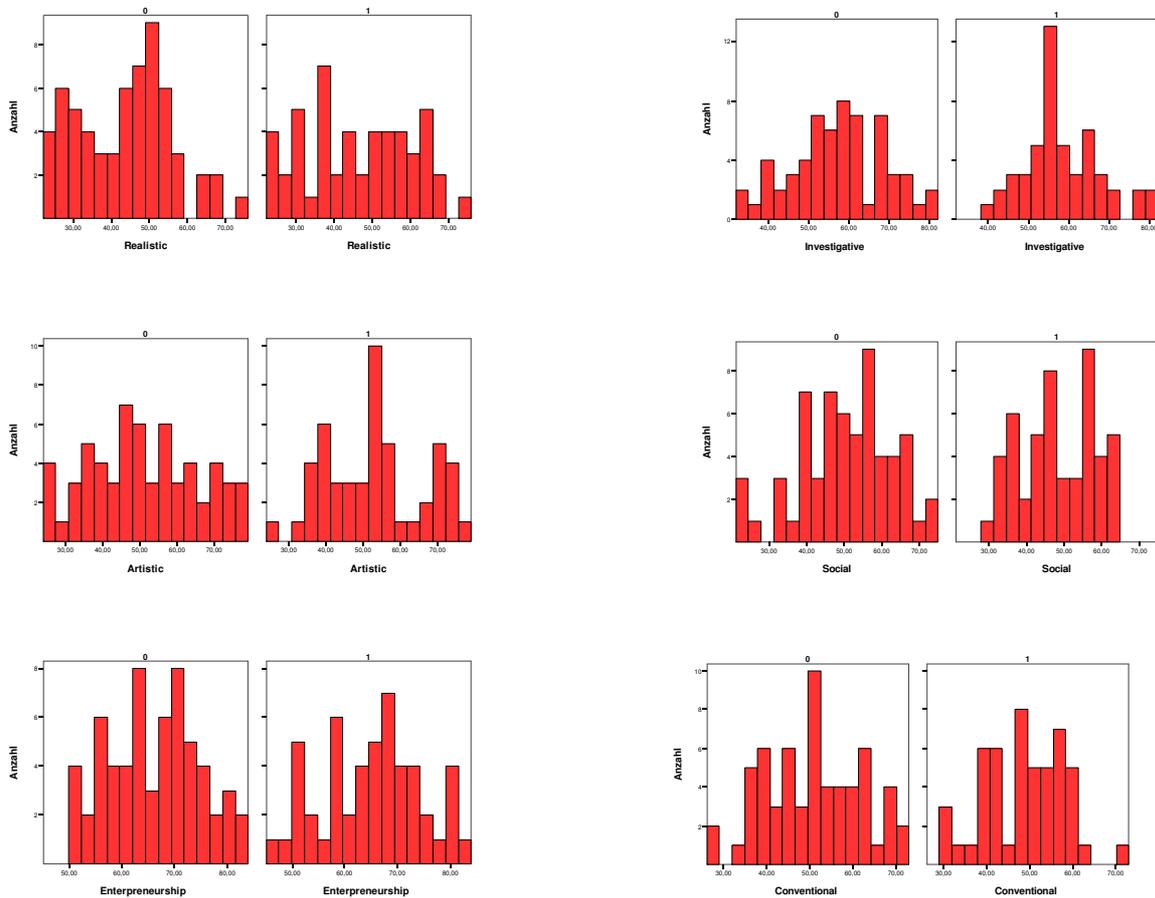


Abb.21: Verteilung der Stichprobe in den verschiedenen Interessendimensionen hinsichtlich der Testdauer

	Realistic	Investigative	Artistic	Social	Enterpreneurship	Conventional
N	61	61	61	61	61	61
Mittelwert	43,69	57,34	51,08	50,34	66,03	50,84
Standardabweichung	12,43	11,49	14,56	12,35	8,69	11,43
Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	,583	,956	,982	,805	,870	,983

Tab.36 Kolmogorov-Smirnov-Anpassungstest = Testdauer < 710 Sek.

	Realistic	Investigative	Artistic	Social	Enterpreneurship	Conventional
N	50	50	50	50	50	50
Mittelwert	46,20	58,76	53,16	48,28	64,92	48,30
Standardabweichung	13,77	9,62	13,19	9,71	9,40	9,20
Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	,648	,547	,634	,516	,856	,778

Tab.37 Kolmogorov-Smirnov-Anpassungstest = Testdauer >= 710 Sek.

Die Voraussetzungen zur Anwendung des T-Tests sind erfüllt.

		Levene-Test der Varianzgleichheit		T-Test für die Mittelwertgleichheit		
		F	Signifikanz	T	df	Sig. (2-seitig)
Realistic	Varianzen sind gleich	1,658	,201	-1,009	109	,315
	Varianzen sind nicht gleich			-,999	99,930	,320
Investigative	Varianzen sind gleich	2,170	,144	-,694	109	,489
	Varianzen sind nicht gleich			-,706	108,941	,482
Artistic	Varianzen sind gleich	,862	,355	-,780	109	,437
	Varianzen sind nicht gleich			-,788	107,868	,433
Social	Varianzen sind gleich	1,701	,195	,963	109	,338
	Varianzen sind nicht gleich			,986	108,829	,326
Enterpreneurship	Varianzen sind gleich	,168	,682	,647	109	,519
	Varianzen sind nicht gleich			,642	101,151	,522
Conventional	Varianzen sind gleich	2,161	,144	1,267	109	,208
	Varianzen sind nicht gleich			1,295	108,970	,198

Tab.38 Test bei unabhängigen Stichproben

Der T-Test zeigt, dass die Testdauer keinen Einfluss auf die Interessenorientierung hat und umgekehrt.

Nachdem diese Aufteilung zu keinen signifikanten Ergebnissen geführt hat, wurde die Stichprobe in Quartile unterteilt und diese jeweils miteinander verglichen.

Perzentile	25	495,00
	50	685,00
	75	847,00

Tab.39 Testdauer

Scheffé

Abhängige Variable	(I) TESTDAUER	(J) TESTDAUER	Standardfehler	Signifikanz
Realistic	0	1	3,50372	,565
		2	3,41948	,307
		3	3,60544	,608
	1	0	3,50372	,565
		2	3,38669	,977
		3	3,57435	1,000
	2	0	3,41948	,307
		1	3,38669	,977
		3	3,49182	,974
	3	0	3,60544	,608
		1	3,57435	1,000
		2	3,49182	,974
Investigative	0	1	2,88343	,535
		2	2,81410	,651
		3	2,96714	,848
	1	0	2,88343	,535
		2	2,78711	,996
		3	2,94156	,960
	2	0	2,81410	,651
		1	2,78711	,996
		3	2,87364	,991
	3	0	2,96714	,848
		1	2,94156	,960
		2	2,87364	,991
Artistic	0	1	3,76374	,520
		2	3,67325	,994
		3	3,87301	,993
	1	0	3,76374	,520
		2	3,63802	,653
		3	3,83962	,710

	2	0	3,67325	,994
		1	3,63802	,653
		3	3,75096	1,000
	3	0	3,87301	,993
		1	3,83962	,710
		2	3,75096	1,000
Social	0	1	3,01749	,931
		2	2,94494	,400
		3	3,10510	1,000
	1	0	3,01749	,931
		2	2,91670	,776
		3	3,07832	,945
	2	0	2,94494	,400
		1	2,91670	,776
		3	3,00724	,442
	3	0	3,10510	1,000
		1	3,07832	,945
		2	3,00724	,442
Entrepreneurship	0	1	2,40981	,537
		2	2,35187	,833
		3	2,47977	,980
	1	0	2,40981	,537
		2	2,32931	,951
		3	2,45839	,322
	2	0	2,35187	,833
		1	2,32931	,951
		3	2,40162	,609
	3	0	2,47977	,980
		1	2,45839	,322
		2	2,40162	,609
Conventional	0	1	2,84336	,992
		2	2,77500	,614
		3	2,92591	,735
	1	0	2,84336	,992
		2	2,74839	,782
		3	2,90069	,874
	2	0	2,77500	,614
		1	2,74839	,782
		3	2,83371	,999
	3	0	2,92591	,735
		1	2,90069	,874
		2	2,83371	,999

Tab.40 Mehrfachvergleiche

Nach Anwendung einer Varianzanalyse kommen aber auch hier nur nicht signifikante Ergebnisse heraus.

11. Konsistenz der Stichprobe (Hypothesen 36-50)

Wie konsistent ist die Population von Wirtschaftsstudenten? Liegen die Typen nahe beieinander auf dem hexagonalen Modell? Sind Wirtschaftsstudenten konsistent, so sollen nebeneinander liegende Interessendimensionen hohe Korrelationen aufweisen.

Hierzu werden die einzelnen Korrelationen überprüft.

			Realistic	Investigative	Artistic	Social	Entrepreneurship	Conventional
Realistic	Korrelation	nach	1	,376**	,188	-,049	,198*	,305**
	Pearson							
	Signifikanz (2-seitig)			,000	,049	,609	,037	,001
Investigative	Korrelation	nach	,376**	1	,295**	,264**	,356**	,312**
	Pearson							
	Signifikanz (2-seitig)		,000		,002	,005	,000	,001
Artistic	Korrelation	nach	,188*	,295**	1	,577**	,161	,338**
	Pearson							
	Signifikanz (2-seitig)		,049	,002		,000	,092	,000
Social	Korrelation	nach	-,049	,264**	,577**	1	,067	,172
	Pearson							
	Signifikanz (2-seitig)		,609	,005	,000		,484	,070
Entrepreneurship	Korrelation	nach	,198*	,356**	,161	,067	1	,204*
	Pearson							
	Signifikanz (2-seitig)		,037	,000	,092	,484		,032
Conventional	Korrelation	nach	,305**	,312**	,338**	,172	,204*	1
	Pearson							
	Signifikanz (2-seitig)		,001	,001	,000	,070	,032	

**= Ergebnis ist signifikant bei einem Signifikanzniveau von 1%

*= Ergebnis ist signifikant bei einem Signifikanzniveau von 5%

Tab.41 Korrelationen

Hoch signifikant, also signifikant bei einem Signifikanzniveau von 1% fällt die Korrelation zwischen der Interessendimension „Realistic“ und den Interessendimensionen „Conventional“ (.305) und „Investigative“ aus (.376) aus.

→ Die Interessendimension „Investigative“ korreliert signifikant mit den Dimensionen „Realistic“(.376), „Artistic“(.295), „Social“(.264), „Entrepreneurship“(.356) und „Conventional“(.312).

→ Die Interessendimension „Artistic“ korreliert signifikant bei einem Signifikanzniveau von 1% mit den Interessendimensionen „Investigative“(.295), „Social“(.577) und „Conventional“(.338).

Weiter korreliert die Interessendimension „Artistic“ auf einem Signifikanzniveau von 5% signifikant mit der Dimension „Realistic“(.188).

→ Die Interessendimension „Social“ korreliert signifikant bei einem Signifikanzniveau von 1% mit den Interessendimensionen „Investigative“(.264) und „Artistic“(.577).

→ Die Interessendimension „Entrepreneurship“ korreliert signifikant bei einem Signifikanzniveau von 1% mit der Interessendimension „Investigative“(.356).

Bei einem Signifikanzniveau von 5% korreliert „Entrepreneurship“ auch noch signifikant mit den Interessendimensionen „Realistic“(.198) und „Conventional“(.204).

→ Die Interessendimension „Conventional“ korreliert signifikant bei einem Signifikanzniveau von 1% mit den Interessendimensionen „Realistic“(.305), „Investigative“(.312) und „Artistic“(.338).

Bei einem Signifikanzniveau von 5% korreliert die Interessendimension „Conventional“ auch noch signifikant mit der Interessendimension „Entrepreneurship“(.204).

12. Faktorenanalyse:

Komponente	Anfängliche Eigenwerte(a)			Summen von quadrierten Faktorladungen für Extraktion			
	Gesamt	% der Varianz	Kumulierte %	Gesamt	% der Varianz	Kumulierte %	
Unbearbeitet	1	17,248	16,023	16,023	17,248	16,023	16,023
	2	12,144	11,281	27,305	12,144	11,281	27,305
	3	7,416	6,889	34,194	7,416	6,889	34,194
	4	5,685	5,281	39,475	5,685	5,281	39,475
	5	4,746	4,409	43,884	4,746	4,409	43,884
	6	3,496	3,248	47,132	3,496	3,248	47,132
Neu skaliert	1	17,248	16,023	16,023	18,426	14,624	14,624
	2	12,144	11,281	27,305	13,024	10,337	24,961
	3	7,416	6,889	34,194	8,501	6,747	31,707
	4	5,685	5,281	39,475	6,739	5,349	37,056
	5	4,746	4,409	43,884	5,877	4,664	41,720
	6	3,496	3,248	47,132	4,104	3,257	44,978

Tab. 42: Faktorenanalyse

Erklärte Gesamtvarianz

Komponente	Rotierte Summe der quadrierten Ladungen		
	Gesamt	% der Varianz	Kumulierte %
1	11,170	8,865	8,865
2	10,123	8,034	16,899
3	9,660	7,666	24,566
4	9,257	7,346	31,912
5	8,579	6,809	38,721
6	8,431	6,691	45,412

Tab. 43. Faktorenanalyse Rotierte Faktorenlösung

Für die Faktorenanalyse wurden die Werte der einzelnen Items verwendet.

Die Tabelle "Erklärte Gesamtvarianz" zeigt die Eigenwerte vor der Extraktion (1.Spalte), danach (2.Spalte 6 Faktoren) und die Rotierte Faktorenlösung (3.Spalte), welche wir genauer betrachten

45,4% der Gesamtvarianz können durch die sechs Interessendimensionen erklärt werden.

Auch der Screeplot zeigt bei ungefähr sechs Faktoren einen Knick, was für die Validität des Tests spricht.

13. Diskussion und Ausblick

Die Stichprobe der untersuchten Studenten der Betriebswirtschaft zeigt sich bezüglich Alters- und Geschlechterverteilung sehr ausgewogen. Das begünstigte die Anwendung der verschiedenen Testverfahren.

Der Drei-Buchstaben-Code der Gesamtstichprobe EIA (Entrepreneurship-Investigative-Artistic) bestätigt die Annahme, dass Wirtschaftsstudenten in erster Linie unternehmerische Interessen haben. Er entspricht zwar nicht exakt dem von der Literatur (Jörin, Stoll, Bergmann & Eder, 2003) vorgegebenen EIC (Entrepreneurship-Investigative-Conventional), doch sind Primär- und Sekundärorientierung in der Population gleich.

Die Interessendimension „Entrepreneurship“ ist bei den Wirtschaftsstudenten stärker ausgeprägt als alle anderen. Das entspricht auch dem angenommenen Drei-Buchstaben-Code, der als Primärinteresse auch diese Dimension annimmt. Wirtschaftsstudenten sind demnach hauptsächlich an unternehmerischen Tätigkeiten interessiert. Diese beinhalten die Freude am Verkauf, durch Fähigkeit zu motivieren, den Willen zu überzeugen und zu führen. Sozialer, politischer und ökonomischer Erfolg sind die zentralen Begriffe für Studenten der Betriebswirtschaft. Unternehmerische Persönlichkeiten wollen durch Ehrgeiz zu Erfolg und hohem sozialen Status gelangen. Sie zeichnen sich auch durch Risikofreude und Selbstbewusstsein aus, sowie durch schwere Ablenkbarkeit und emotionale Stabilität. Erfolgreiche Unternehmer glauben an die Wirksamkeit des eigenen Verhaltens und setzen dieses bewusst ein (Brandstätter, 1997).

Bezüglich der Interessendimension „Realistic“ ist erwartungsgemäß ein signifikanter Geschlechtsunterschied bestätigt worden. Dies postulieren schon die Studien von Lippa (1998). Männer sind konform mit den Angaben aus der Literatur mehr an praktisch-technischen Tätigkeiten interessiert als Frauen. Männer weisen generell höhere Werte in dieser Skala auf. Sie bevorzugen manuelle Tätigkeiten und arbeiten gerne mit Maschinen und Werkzeugen. Geld, Macht und sozialer Status sind erstrebenswerte Ziele.

Die Interessendimension „Investigative“ ist als Sekundärdimension im Drei-Buchstaben-Code vertreten und weist nach Überprüfung in der Population der Wirtschaftsstudenten keine

Geschlechtsunterschiede auf. Männer als auch Frauen, die an der Wirtschaftsuniversität Wien Betriebswirtschaftslehre studieren, interessieren sich in gleichem Maße für intellektuell-forschende Tätigkeiten, setzen sich mit mathematischen und naturwissenschaftlichen Themen auseinander (Bergmann, 1991).

Die künstlerisch-sprachliche Orientierung stellt den Tertiärfaktor in der Population dar, also die am drittstärksten ausgeprägte Interessenorientierung. In dieser Orientierung konnte ein gravierender Geschlechtsunterschied festgestellt werden. Entsprechend früheren Studien sind auch hier Frauen mehr an künstlerisch-sprachlichen Tätigkeiten interessiert als Männer. Sie bevorzugen offene, unstrukturierte Aufgaben, sind einfallsreich und unabhängig in ihrem Denken (Bergmann, 1991).

Bei Frauen ist dieser Interessentyp in der Stichprobe sogar der zweitstärkste Faktor. Dies kann man in der Kombination mit dem am stärksten ausgeprägten Faktor „E“ so deuten, dass Frauen bei der unternehmerischen Tätigkeit kreativer sind, mehr auf sprachlichen Austausch achten und mit mehr Feinfühligkeit vorgehen. Es werden von ihnen neben ökonomischen Werten auch ästhetische Werte angestrebt.

Auch in der Interessendimension „Social“ gibt es signifikante Unterschiede bezüglich des Geschlechts, entsprechend den bisherigen Ergebnissen. So sind Frauen signifikant mehr an sozialen, zwischenmenschlichen Kontakten interessiert als Männer. Sie kümmern sich lieber um andere Menschen und zeichnen sich durch Geduld aus (Bergmann, 1991). Diese Ergebnisse bestätigen auch jene aus vorangegangenen Studien. Frauen achten mehr auf das soziale Element bei der Unternehmensführung, sind um ein kommunikatives und harmonisches Arbeitsklima bemüht und suchen den sozialen Kontakt zu Mitarbeitern als auch Kunden.

Je nachdem, wie man die Literatur liest, kann man das hier vorliegende Ergebnis bezüglich der Interessendimension „Entrepreneurship“ als signifikant oder nicht signifikant interpretieren. Denn es gibt in der Literatur Studien, die einen Unterschied in unternehmerischem Interesse bezüglich der Geschlechter postulieren. Genauso besagen gerade aktuellere Studien, dass sich Frauen und Männer bezüglich unternehmerischen nicht voneinander unterscheiden. Sicher hat hier Einfluss, dass Frauen höhere Ausprägungen im

sozialen Bereich aufweisen und auch im künstlerisch-sprachlichen. Wie neuere Studien belegen und auch hier erbrachte Ergebnisse, legen Frauen bei der Unternehmensführung mehr Augenmerk auf zwischenmenschliche Aspekte (DeMartino, 2003).

Auch bei der Skala „Conventional“ zeigt sich, dass ein Unterschied zwischen den Geschlechtern besteht. Hier zeigen Frauen höhere Ausprägungen, was impliziert, dass Frauen sich selbst wie folgt einschätzen: Sie organisieren gerne, gehen methodisch vor und sind sehr sorgfältig in ihrer Arbeitsweise (Bergmann, 1991). Diese Interessendimension sollte der Literatur nach im Drei-Buchstaben-Code vertreten sein, ist aber bei dieser Population nicht der Fall.

Altersunterschiede:

Die Stichprobe ist derart gestaltet, dass man sie genau bei 25 Jahren in zwei ähnlich große und normalverteilte Gruppen teilen kann. Das Alter der ersten Gruppe reicht von 19-24 Jahren, das der zweiten von 25-30 Jahren.

Studenten der Population unter dem Alter von 25 Jahren zeigen ein höheres Interesse an künstlerisch-sprachlichen Tätigkeiten, als jene über diesem Alter. Gründe dafür kann das Studium an sich bieten, welches nicht auf jene Interessengebiete eingeht und rein pragmatisch ökonomische Fähigkeiten beurteilt und fördert. Da implizit in dieser Interessenorientierung die Tendenz zu unstrukturierten, offenen Tätigkeiten enthalten ist, lässt sich folgern, dass gerade diese in diesem Studium nicht oft gefördert und unterstützt werden. So kann sich dieser Unterschied auf den Einfluss des Studiums beziehen, kann aber auch alleine von der Variable Alter abhängen oder anderen intervenierenden, nicht erfassten Variablen beeinflusst werden.

Weiter weisen Studenten der Betriebswirtschaft unter 25 Jahren ein signifikant höheres Interesse an sozialen Tätigkeiten auf, als jene darüber. Aus der Literatur lässt sich folgern, dass Unternehmer sehr ehrgeizige und auf Effizienz und wirtschaftlichen Erfolg ausgerichtete Personen sind. Soziale Handlungen wie helfende Tätigkeiten gehören nicht zu den bevorzugten Interessen dieser Berufsgruppe. Unternehmer müssen oft Härte im Geschäftsleben zeigen, um erfolgreich zu werden. Insofern kann man die Ergebnisse interpretieren, dass diese Härte im Studium der Betriebswirtschaftslehre vermittelt wird und bei fortgeschrittenen Studenten bereits stärker ausgeprägt ist.

Hierbei soll auch der Geschlechtsunterschied bezüglich der Interessenskala „Social“ miteinbezogen werden. Wie auch aus der neueren Literatur hervorgeht, bewegen sich Frauen anders auf unternehmerischen Parkett als Männer. Sie legen mehr Wert auf den zwischenmenschlichen Kontakt und das Arbeitsklima in ihren Unternehmen, während Männer sich eher auf sozialen Status und finanziellen Erfolg konzentrieren. Insofern decken sich die Ergebnisse mit jenen aus bereits vergangenen Studien (DeMartino, 2003). Nichtsdestotrotz soll die soziale Komponente bei der Unternehmensführung nicht unterschätzt werden. Sie gewinnt stark an Bedeutung, wie sich an Auswahlverfahren für Führungskräfte ersehen lässt.

Die Effizienz eines Unternehmens hängt sicher auch von den sozialen Fähigkeiten des Geschäftsführers ab, sowohl im Mitarbeiter- als auch im Kundenkontakt. Vielleicht schlägt sich die stärkere soziale Orientierung erst zeitverzögert im Umsatz eines Unternehmens nieder, da durch die sensible Betreuung und den individuellen Umgang Vertrauen entsteht, welches eine Bindung zu einem Unternehmen zur Folge hat. Bindung ist in einem von Anbietern überfüllten Markt eine höchst relevante Erfolgskomponente.

Auch bezüglich der Dimensionen „Rezeptivität“, „Reproduktivität“ und „Kreativität“ können Ergebnisse interpretiert werden.

Geschlechtsunterschiede können bei der Skala „Reproduktivität“ beobachtet werden. Frauen sind den Ergebnissen nach reproduktiver in ihren Interessen als Männer. Frauen zeigen also stärkere Intention zu aktivem Handeln.

Junge Studenten (<25 Jahre) sind rezeptiver als ältere (>=25 Jahre). Sie sind demnach empfänglicher für bestimmte Sinnesreize, die Aufnahmebereitschaft für Ereignisse, Fakten, Wissensbestände inhaltlich umfassen. Dieses Ergebnis entspricht auch der Erwartung, dass jüngere Menschen sich mehr für die Aufnahme neuer Information interessieren und generell offener sind.

Konsistenz:

Die Population der Betriebswirtschaftsstudenten stellt sich insgesamt als ziemlich konsistent dar. Die Korrelationen zwischen den Dimensionen „Realistic“, „Investigative“ und „Conventional“, die auf dem Hexagon nebeneinander liegen sind signifikant hoch. Dementsprechend sind Wirtschaftsstudenten, die sich für technisch-praktische Dinge

interessieren auch tendenziell mehr an intellektuell-forschenden und konventionellen Tätigkeiten interessiert. Das heißt weiter, dass Menschen die sich für Tätigkeiten interessieren, für die Kraft, Geschick und Koordination notwendig sind, sich auch vermehrt mit naturwissenschaftlichen Themen auseinandersetzen oder methodisch, sorgfältiges Vorgehen bevorzugen. Wie bereits bestehende Studien postulieren, laden Männer in der Skala „Realistic“ höher als Frauen.

Die Interessendimension „Investigative“ korreliert hoch mit den nächststehenden „Realistic“ und „Artistic“, aber auch mit allen anderen Interessendimensionen. So sind intellektuell-forschende Personen an mehr oder weniger allen anderen Bereichen interessiert. Dies liegt in ihrer Natur, da der forschende Mensch viele Gebiete vernetzen muss um neue Impulse zu empfangen und umsetzen zu können.

Auch die Interessendimension „Artistic“ weist Korrelationen mit den nächstliegenden Dimensionen „Investigative“ und „Social“ auf. Der Zusammenhang mit sozialem Interesse ist besonders hoch. Je mehr man sich für künstlerische und sprachliche Tätigkeiten interessiert, desto sozialer ist man auch, umgibt sich gern mit Menschen, genießt zwischenmenschliche Beziehungen. Auch ein signifikanter Zusammenhang besteht zu intellektuellen Tätigkeiten. So sind Personen, die künstlerische Tätigkeiten schätzen auch an forschenden und intellektuellen Tätigkeiten interessiert.

Gemein ist den beiden Interessendimensionen die notwendige Kreativität im Denken. Innovation und Kreativität entspringt oft dem Anstoß durch zwischenmenschlichen Kontakt. So kann man die soziale Auseinandersetzung als eine notwendige Voraussetzung zu kreativem Schaffen sehen. Im künstlerischen Interessentyp ist nicht nur die Kreativität bezogen auf die Künste enthalten, sondern auch die Affinität zu sprachlichen Tätigkeiten. Sprache und soziale Auseinandersetzung sind Basis füreinander. So lässt sich dieser hohe Zusammenhang besonders gut interpretieren.

Auch mit konventionellen Interessen besteht ein Zusammenhang. Dieser liegt am anderen Ende des Hexagons und deutet auf mangelnde Konsistenz hin. Künstlerische Tätigkeiten sind unstrukturiert und offen, im Gegensatz zu konventionellen Tätigkeiten, die sich über Struktur und Regelung auszeichnen.

Insgesamt hat sich die untersuchte Stichprobe erwartungsgemäß dargestellt. In der Faktorenanalyse zeigten sich die sechs verschiedenen Interessentypen wie von Holland beschrieben. Die Interessendimensionen der Betriebswirtschaftsstudenten der Wirtschaftsuniversität Wien konnten erfasst werden und somit zur Validierung des RIASEC-RRK beigetragen werden. Diese Validierung soll dazu dienen, den Weg des hier besprochenen Interesseninventars in die Praxis der Laufbahnberatung zu ebnen.

14. Literaturverzeichnis:

- Abel J. & Tarnai C.(Hrsg.)(1998). *Pädagogisch-psychologische Interessenforschung im Studium und Beruf*. Münster: Waxmann Verlag.
- Ainley M. (2002). *Interest, Learning, and the Psychological Processes That Mediate Their Relationship*. Journal of Educational Psychology Vol. 94, No. 3, 545–561.
- Armstrong I, Rounds J. & Hubert L. (2007). *Re-conceptualizing the Past: Historical data in vocational interest research*. Journal of Vocational Behavior.
- Armstrong P. A. (2008). *Holland's RIASEC Model as an Integrative Framework for Individual Differences*. Journal of Counseling Psychology Copyright 2008 by the American Psychological Association, Vol. 55, No. 1, 1–18.
- Bergmann, C. (1992). Schulisch-berufliche Interessen als Determinanten der Studien- bzw. Berufswahl und -bewältigung. Eine Überprüfung des Modells von Holland. In A. Krapp & M. Prenzel, *Interesse, Lernen, Leistung. Neuere Ansätze der pädagogisch-psychologischen Interessenforschung* (S. 195-220). Münster: Aschendorff.
- Bergmann, C. & Eder, F. (1991). *Allgemeiner Interessen-Struktur-Test (AIST), Umwelt-Struktur-Test (UST)*. Göttingen: Beltz.
- Betsworth G., Bouchard T., Cooper C., Grotevant H. (1994). *Genetic and environmental influences on vocational interests assessed using adoptive and biological families and twins reared apart and together*. Journal of Vocational Behavior. Vol 44(3) Juni 1994.
- Bird, B., Brush, C. (2002). *A gendered perspective on organizational creation*. Entrepreneurship Theory and Practice 26 (3), 41–65.
- Bonnett C. & Furnham A. (1991). *Who wants to be an entrepreneur? A study of adolescents interested in a Young Enterprise scheme*. Journal of Economic Psychology 12, 465-478.
- Brandstätter H. (1997). *Becoming an entrepreneur — A question of personality structure?* Journal of Economic Psychology, Volume 18, Issues 2-3, April 1997, Pages 157-177.
- Brickenkamp R. (1990). *Die generelle Interessen-skala (GIS)*. Göttingen [u.a.] : Verl. für Psychologie Hogrefe.

- Brockhaus, R. H., & Horwitz, P. S. (1986). *The psychology of the entrepreneur*. In D. L. Sexton & R. W. Smilor (Hrsg.), *The art and science of entrepreneurship* (S. 125–148). Cambridge, MA: Ballinger.
- Brown, D. (1994). Trait- und Faktortheorie. D. Brown & L. Brooks (Hrsg.), *Karriere-Entwicklung* (S. 17-41). Stuttgart: Klett-Cotta.
- Cliff, J.E., Langton, N., Aldrich, H.E. (2005). *Walking the talk? Gendered rhetoric vs. action in small firms*. *Organization Studies* 26, 63–91.
- Crites, J.O. (1973). *Theory and research handbook for the Career Maturity Inventory*. Monterey, CA: CTB/McGraw-Hill
- Cromie, S. (1987). *Motivations of aspiring male and female entrepreneurs*. *Journal of Occupational Behavior* 8, 251-261.
- Cromie, S. (2000). *Assessing entrepreneurial inclinations: Some approaches and empirical evidence*. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 9, 7–30.
- Davidsson, P. (1991). *Continued entrepreneurship: Ability, need, and opportunity as determinants of small firm growth*. *Journal of Business Venturing* 6, 405-429.
- Dawis, R. V. (1992). *The individual differences tradition in counseling psychology*. *Journal of Counseling Psychology*, 39, 7–19.
- De Fruyt, F., & Mervielde, I. (1997). *The five-factor model of personality and Holland's RIASEC interest types*. *Personality and Individual Differences*, 23, 87–103.
- DeMartino, R., Barbato, R. (2003). *Differences between women and men MBA entrepreneurs: Exploring family flexibility and wealth creation as career motivators*. *Journal of Business Venturing* 18, 815–832.
- Deng, C.-P., Armstrong, P. I., & Rounds, J. (2007). *The fit of Holland's RIASEC model to US occupations*. *Journal of Vocational Behavior*, 71, 1–22.
- Dorsch, F. (2004). *Dorsch psychologisches Wörterbuch*. Bern: Huber.
- Dries Berings, Filip De Fruyt & René Bouwen, 2004. *Work values and personality traits as predictors of enterprising and social vocational interests*. *Personality and Individual Differences*, Volume 36, Issue 2, January 2004, Pages 349-364.
- Duden (1999). *Duden, das große Wörterbuch der deutschen Sprache in zehn Bänden*. Mannheim: Dudenverlag.

- Gati, I. (1991). *The structure of vocational interests*. Psychological Bulletin, 109, 309–324.
- Greene, P.G., Hart, M.M., Gatewood, E.J., Brush, C.G., Carter, N.M. (2003). *Women entrepreneurs: Moving front and center: An overview of research and theory*. White Paper Series. U.S. Association for Small Business & Entrepreneurship, Boca Raton, FL.
- Heckhausen, H. (1989). *Motivation und Handeln*. Berlin: Springer.
- Hidi, S., & Berndorff, D. (1998). *Interest and learning: Proceedings of the Seeon Conference on Interest and Gender* (pp. 74–90). In L. Hoffmann, A. Krapp, & K. A. Kiel: Renninger.
- Hidi S., & Krapp A. (Hrsg.) (1998). *The role of interest in learning and development* (pp. 183–211). Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Holland, J. L. (1992). *Making vocational choices* (2nd ed.). Odessa, FL: Psychological Assessment Resources.
- Holland, J.L. (1994). *The self-directed search*. Odessa, FL: Psychological Assessment Resources.
- Holland, J. L. (1958). *A personality inventory employing occupational titles*. Journal of Applied Psychology, 42, 336–342.
- Holland, J. L. (1966). *The psychology of vocational choice: A theory of personality types and model environments*. Waltham, MA: Blaisdell.
- Jörin, S., Stoll, F., Bergmann, C. & Eder, F. (2003). *EXPLORIX – Das Werkzeug zur Berufswahl und Laufbahnplanung*. Bern: Hans Huber.
- Kolvereid L. (2006). *New business start-up and subsequent entry into self-employment* Journal of Business Venturing, Volume 21, Issue 6, November 2006, Pages 866-885
- Krapp, A., Hidi, S., & Renninger, A. (1992). *Interest, learning and development*. In K. A. Renninger, S. Hidi, & A. Krapp (Hrsg.), *The role of interest in learning and development* (S. 3–25). Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Krapp, A. (1999). *Interest, motivation and learning: An educational psychological perspective*. European Journal of Psychology of Education, 14, 23–40.
- Kubinger, K. D. (2006). *Psychologische Diagnostik. Theorie und Praxis psychologischen Diagnostizierens*. Göttingen: Hogrefe.

- Lipka, R. A. (1998). *Gender-related individual difference and the structure of vocational interests: The importance of the "People-Things" dimension*. Journal of Personality and Social Psychology, 74, 996–1009.
- Miner, J. B. (2000). *Testing a psychological typology of entrepreneurship using business founders*. Journal of Applied Behavioral Science, 36, 43–69.
- Parasuraman, S., Purohit, Y.S., Godshalk, V.M., Beutell, N.J. (1996). *Work and family variables, entrepreneurial career success and psychological well-being*. Journal of Vocational Behavior 48, 275–300.
- Prenzel M. (1984). *Arbeiten zur empirischen Pädagogik und Pädagogischen Psychologie Nr. 9*, Hrsg. Schiefele H. & Krapp A: München.
- Prenzel, M. (1988). *Die Wirkungsweise von Interesse*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Proyer R.T. & Häusler J. (2007). *Gender Differences in Vocational Interests and Their Stability Across Different Assessment Methods*. Swiss Journal of Psychology 66(4) 2007, 243-247.
- Rolfs, H. (2001). *Berufliche Interessen: Die Passung zwischen Person und Umwelt in Beruf und Studium*. Göttingen: Hogrefe.
- Rubinstein, S. L. (1981). *Probleme der allgemeinen Psychologie*. Darmstadt: Steinkopff.
- Scherer, R. F., Adams, J. S., Carley, S. S., & Wiebe, F. A. (1989). *Role model performance effects on development of entrepreneurial career preference*. Entrepreneurship Theory and Practice, 13, 53–71.
- Schiefele, U. (1996). *Topic interest, text representation, and quality of experience*. Contemporary Educational Psychology, 21, 3–18.
- Schiefele, U. (1998). *Individual interest and learning, what we know and what we don't know*. Hrsg: L. Hoffman, A. Krapp, K. Renninger, & J. Baumert, Interest and learning: Proceedings of the Seeon Conference on Interest and Gender (pp. 91–104): Kiel.
- Schiefele, U., & Krapp, A. (1996). *Topic interest and free recall of expository text*. Learning and Individual Differences, 8, 141–160.

- Schiefele, U., Krapp, A., & Winteler, A. (1992). *Interest as a predictor of academic achievement: A meta-analysis of research*. Hrsg: K. A. Renninger, University of Houston Jason P. McVay and James Rounds.
- Schiefele, U. & Wild, K. (2000). *Interesse und Lernmotivation – Untersuchungen zu Entwicklung, Förderung und Wirkung*. Waxmann Verlag GmbH.
- Schuler, H. (1996). *Psychologische Personalauswahl: Einführung in die Eignungsdiagnostik*. Hrsg: Verlag für angewandte Psychologie, Göttingen.
- Schmitt-Rodermund E. (2003). *Pathways to successful entrepreneurship: Parenting, personality, early entrepreneurial competence, and interests*. Journal of Vocational Behavior, Volume 65, , Issue 3, December 2004, Pages 498-518.
- Seifert K., Eckhardt H. & Jaide W. (1977). *Handbuch der Berufspsychologie*, Verlag für Psychologie, Göttingen.
- Steiner S. (2006). *Konstruktion und theoretische Überprüfung eines neuen Interessenfragebogens unter Berücksichtigung differentialpsychologischer Aspekte*. Wien: Universität Wien/Institut für Psychologie.
- Stewart, W. H. (1996). *Psychological correlates of entrepreneurship*. Garland: New York, USA
- Strong, E. K., Jr. (1943). *Vocational interests of men and women*. Consulting Psychologists Press: Stanford, CA, USA
- Super, D. E. (Hrsg.) (1964). *La psychologie des intérêts*. Presses Univ. De France: Paris
- Super, D. E., Crites, J. O., Hummel, R. C., Moser, H. P., Overstreet, P. L., & Warnath, C. F. (1957). *Vocational development: A framework for research*. Teachers College Press: New York.
- Super, D. E. (1994). *Der Lebenszeit-, Lebensraumansatz der Laufbahnentwicklung*. D. Brown & L. Brooks (Hrsg.), *Karriere-Entwicklung* (S. 211-280). Klett-Cotta: Stuttgart.
- Thorndike, E. L. (1970). *Psychologie der Erziehung*. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft.
- Todt E. (1978). *Das Interesse, Empirisch Untersuchungen zu einem Motivationskonzept*. Verlag Hans Huber: Bern.
- Todt, E. (1967). *Differentieller Interessen-Test (DIT)*. Bern: Hans Huber.

- Toggweiler, S., Jungo, D., & Stoll, F. (2004). *Der Foto-Interessentest Serie FIT 2003: Zur Erfassung von Berufsinteressen mittels fotografischer Stimuli*. Zeitschrift für Personalpsychologie, 3, 34–42.
- Tracey, T. J., & Rounds, J. (1992). *Evaluating the RIASEC circumplex using high-point codes*. Journal of Vocational Behavior, 41, 295–311
- Tracey, T. J. G., & Rounds, J. (1996). *The spherical representation of vocational interests*. Journal of Vocational Behavior, 48, 3–41.
- Williamson, E. (1939). *How to counsel students*. New York: McGraw-Hill
- <http://www.wu-wien.ac.at/project/vicapp/prostats.htm>.
- Zapalska A. (2006). *Entrepreneurial Environment and the Life-Cycle Growth and Development Approach to Analyzing Family Businesses in the Transitional Polish Economy*. International Research in the Business Disciplines, Volume 5, 2006, Pages 55-70.

15. Abbildungsverzeichnis:

Abbildung 1:	Supers segmentales Modell beruflicher Entwicklung	S. 16
Abbildung 2:	Hexagon nach Holland	S. 26
Abbildung 3:	Gatis RIASEC- Modell	S. 27
Abbildung 4:	Methoden zur Erfassung beruflicher Interessen	S. 30
Abbildung 5:	Beruf des Vaters	S. 52
Abbildung 6:	Beruf der Mutter	S. 52
Abbildung 7:	Alter der Studenten der Wirtschaftsuniversität Wien	S. 53
Abbildung 8:	Balkendiagramm: Altersverteilung der Stichprobe	S. 54
Abbildung 9:	Histogramm: Verteilung der Testdauer	S. 55
Abbildung 10:	Kreisdiagramm: Verteilung des Bildungsniveaus	S. 55
Abbildung 11:	Histogramm: Geschlechterverteilung bezüglich der Interessendimension „R“	S. 67
Abbildung 12:	Histogramm: Geschlechterverteilung bezüglich der Interessendimension „I“	S. 68
Abbildung 13:	Histogramm: Geschlechterverteilung bezüglich der Interessendimension „A“	S. 69
Abbildung 14:	Histogramm: Geschlechterverteilung bezüglich der Interessendimension „S“	S. 70
Abbildung 15:	Histogramm: Geschlechterverteilung bezüglich der Interessendimension „E“	S. 72
Abbildung 16:	Histogramm: Geschlechterverteilung bezüglich der Interessendimension „C“	S. 73
Abbildung 17:	Histogramm: Altersverteilung bezüglich Rezeptivität	S. 76
Abbildung 18:	Histogramm: Altersverteilung bezüglich Reproduktivität	S. 77
Abbildung 19:	Histogramm: Altersverteilung bezüglich Kreativität	S. 77
Abbildung 20:	Histogramme: Verteilung der Stichprobe in den verschiedenen Interessendimensionen	S. 80
Abbildung 21:	Histogramme: Verteilung der Stichprobe in den verschiedenen Interessendimensionen hinsichtlich der Testdauer	S. 86

16. Tabellenverzeichnis:

Tabelle 1:	Stichprobenbeschreibung	S. 55
Tabelle 2:	deskriptive Statistik gesamt	S. 58
Tabelle 3:	deskriptive Statistik = Männer	S. 59
Tabelle 4:	deskriptive Statistik = Frauen	S. 59
Tabelle 5:	deskriptive Statistik	S. 60
Tabelle 6:	Kolmogorov Smirnov-Test zur Überprüfung der Normalverteilung für die Interessendimension „Realistic“	S. 67
Tabelle 7:	T-Test bei unabhängigen Stichproben für die Interessendimension „Realistic“	S. 68
Tabelle 8:	Kolmogorov Smirnov-Test zur Überprüfung der Normalverteilung für die Interessendimension „Investigative“	S. 68
Tabelle 9:	T-Test bei unabhängigen Stichproben für die Interessendimension „Investigative“	S. 69
Tabelle 10:	Kolmogorov Smirnov-Test zur Überprüfung der Normalverteilung für die Interessendimension „Artistic“	S. 69
Tabelle 11:	T-Test bei unabhängigen Stichproben für die Interessendimension „Artistic“	S. 70
Tabelle 12:	Kolmogorov Smirnov-Test zur Überprüfung der Normalverteilung für die Interessendimension „Social“	S. 71
Tabelle 13:	T-Test bei unabhängigen Stichproben für die Interessendimension „Social“	S. 71
Tabelle 14:	Kolmogorov Smirnov-Test zur Überprüfung der Normalverteilung für die Interessendimension „Entrepreneurship“	S. 72
Tabelle 15:	T-Test bei unabhängigen Stichproben für die Interessendimension „Entrepreneurship“	S. 72
Tabelle 16:	Kolmogorov Smirnov-Test zur Überprüfung der Normalverteilung für die Interessendimension „Conventional“	S. 73
Tabelle 17:	T-Test bei unabhängigen Stichproben für die Interessendimension „Conventional“	S. 74
Tabelle 18:	Kolmogorov-Smirnov-Anpassungstest = Gruppe < 25	S. 74

Tabelle 19:	Kolmogorov-Smirnov-Anpassungstest = Gruppe ≥ 25	S. 75
Tabelle 20:	T-Test bei unabhängigen Stichproben zur Überprüfung eines eventuellen Altersunterschiedes	S. 75
Tabelle 21:	Kolmogorov-Smirnov-Anpassungstest für Studenten < 25 Jahre bzgl. der Skalen Rezeptivität, Reproduktivität und Kreativität	S. 77
Tabelle 22:	Kolmogorov-Smirnov-Anpassungstest für Studenten ≥ 25 Jahre bzgl. der Skalen Rezeptivität, Reproduktivität und Kreativität	S. 77
Tabelle 23:	T-Test bei unabhängigen Stichproben zur Überprüfung eines signifikanten Altersunterschiedes bezüglich der Skalen Rezeptivität, Reproduktivität und Kreativität	S. 78
Tabelle 24:	Kolmogorov-Smirnov-Anpassungstest = Männer in den Skalen Rezeptivität, Reproduktivität und Kreativität	S. 78
Tabelle 25:	Kolmogorov-Smirnov-Anpassungstest = Frauen in den Skalen Rezeptivität, Reproduktivität und Kreativität	S. 79
Tabelle 26:	T-Test bei unabhängigen Stichproben zur Überprüfung eines signifikanten Geschlechtunterschieds bezüglich der Skalen Rezeptivität, Reproduktivität und Kreativität	S. 79
Tabelle 27:	Kolmogorov-Smirnov-Anpassungstest = die sechs Interessendimensionen	S. 80
Tabelle 28:	Statistik bei gepaarten Stichproben	S. 81
Tabelle 29:	T-Test bei unabhängigen Stichproben zur Überprüfung eines signifikanten Unterschiedes der Interessendimension „Entrepreneurship“ zu den anderen fünf Interessendimensionen	S. 81
Tabelle 30:	Kolmogorov-Smirnov-Anpassungstest, Alter = < 25 Jahre	S. 82
Tabelle 31:	Gruppenstatistiken(a)	S. 82
Tabelle 32:	T-Test bei unabhängigen Stichproben zur Überprüfung eines signifikanten Geschlechterunterschiedes in der Altersgruppe unter 25 Jahren.	S. 83
Tabelle 33:	Kolmogorov-Smirnov-Anpassungstest, Alter = ≥ 25 Jahre	S. 84
Tabelle 34:	Gruppenstatistiken(a)	S. 84

Tabelle 35:	T-Test bei unabhängigen Stichproben zur Überprüfung eines signifikanten Geschlechterunterschiedes in der Altersgruppe ≥ 25 Jahren	S. 85
Tabelle 36:	Kolmogorov-Smirnov-Anpassungstest = Testdauer < 710 Sek	S. 87
Tabelle 37:	Kolmogorov-Smirnov-Anpassungstest = Testdauer ≥ 710 Sek	S. 87
Tabelle 38:	T-Test bei unabhängigen Stichproben zur Überprüfung eines signifikanten Unterschiedes	S. 87
Tabelle 39:	Unterteilung der Testdauer in Quartile	S. 88
Tabelle 40:	Varianzanalyse, Mehrfachvergleiche	S. 88
Tabelle 41:	Korrelationsmatrix der sechs Interessendimensionen	S. 90
Tabelle 42:	Faktorenanalyse	S. 92
Tabelle 43:	Faktorenanalyse rotierte Faktorenlösung	S. 92

Curriculum Vitae

Name: Sebastian Körber

Geburtsdatum und Ort: 11. September 1981 in Wien

Eltern: Dr. Heinz Körber (Chemiker)
Dr. Michaela Weiss (Ärztin)

Wohnort: 1090 Wien, Strudlhofgasse 5/ 16
Tel.: 0650/7785278

Staatsbürgerschaft: Österreich

Familienstand: ledig

Bildungsweg:

- 1990 – 1994:** Schottengymnasium Wien, Orden der Benediktiner
- 1994 – 1999:** BRG Klosterneuburg
- 2000:** Präsenzdienst, FLAR 1, SMOLA-Kaserne
- 2002 -** Studium der Psychologie mit Fokus auf Wirtschafts- und Personalpsychologie

Berufserfahrung:

- 1996 - 1999:** Leiter von Rhetorikseminaren der Vienna Business Schools
- 1998 – 2008:** Schauspieler, Darsteller in TV-Werbespots und Printmedien, Moderationen von Veranstaltungen
- 2001 – 2008:** Kellner, Barkeeper, Partyphotograph
- 2006:** 3-monatiges Praktikum bei Dr. Rothmayr, Gerichtsgutachterin, Psychotherapeutin im Bereich der Sachverständigentätigkeit und der Begutachtung von Kindern und Jugendlichen
- 2006:** 1 Monate Lehrtätigkeit mit Straßenkindern in Ekuador

Fremdsprachen: Englisch (Wort und Schrift)
Spanisch (Wort und Schrift)
Italienisch (Wort)
Französisch (Schulkenntnisse)

Besondere Kenntnisse: Microsoft Office (Word, Power Point, Excel)
Internetkenntnisse, SPSS

Interessen: Sport (Eishockey, Surfen, Bergsteigen,...), Abenteuerreisen, Literatur