



universität
wien

Diplomarbeit

Titel der Diplomarbeit

Die Selbstdarstellung in Bewerbungsschreiben
unter besonderer Berücksichtigung von Geschlechtsunterschieden und
Unterschieden zwischen Absolventinnen und Absolventen der
Psychologie und der Rechtswissenschaften

Verfasserin

Mag.^a Monika Stempkowski

Angestrebter akademischer Grad

Magistra der Naturwissenschaften (Mag. rer. nat.)

Wien, 2013

Studienkennzahl: 298

Studienrichtung: Psychologie

Betreuer: ao. Univ.-Prof. Dr. Georg Gittler

Danksagung

In meinem zweiten Studienjahr wurde ich dem Proseminar „Differentielle Psychologie – Empirische Genderforschung“ bei Frau Mag.^a Dr.ⁱⁿ Elisabeth Ponocny-Seliger zugeteilt. Bis zu diesem Zeitpunkt hatte ich mich kaum für Genderproblematiken interessiert – dies sollte sich bald ändern. Durch den Unterricht bei Mag.^a Dr.ⁱⁿ Ponocny-Seliger erlernte ich nicht nur viel über empirische Forschung, sie öffnete mir durch ihre umsichtige und fesselnde Herangehensweise an diese Themen auch den Blick dafür, welche wesentliche Rolle sie in unserem Leben spielten und wie groß die Auswirkungen waren, die die Zuordnung zu einem Geschlecht auf jeden Menschen hat. Frau Mag.^a Dr.ⁱⁿ Ponocny-Seliger hat diese Diplomarbeit als externe Betreuerin in ihrer Freizeit begleitet. Ich möchte ihr von ganzem Herzen danken, nicht nur für die viele Zeit und die Energie, die sie in diese Betreuung investiert hat, für ihre stets konstruktiven Anmerkungen und dafür, dass ich mich immer mit Fragen an sie wenden konnte. Ohne ihre umfassende Unterstützung wäre diese Arbeit schwer möglich gewesen. Darüber hinaus möchte ich mich aber vor allem auch dafür bedanken, dass sie mich einer faszinierenden Thematik nähergebracht und dadurch meine Sicht auf die Menschen und die Gesellschaft nachhaltig beeinflusst hat.

Der Abschluss meiner Studien und die Entstehung dieser Arbeit wären auch nicht möglich gewesen, wenn ich nicht wunderbare Menschen um mich hätte, die an mich glauben und mich unterstützen. Ich möchte meinen Eltern Renate und Helmut danken, die durch ihre Liebe und Unterstützung mir alles ermöglicht haben, was ich in meinem Leben erreicht habe. Spät habe ich erkannt, dass meine Mutter mit all ihren Sichtweisen auf Geschlechterverhältnisse Recht hatte – wie so oft. Umso mehr danke ich ihr dafür, bereits früh den Grundstein für diese Denkweise gelegt zu haben. Die Liebe und Gleichberechtigung, in der die beiden ihre Ehe leben, war für mich stets ein Vorbild.

Ich habe das Glück in einer ungemein erfüllenden und schönen Partnerschaft zu leben, die mir Halt und Geborgenheit gibt, in der ich mich entfalten kann. Lieber Phillip, ich danke dir für deine Liebe und deine wunderbare Art, mich glücklich zu machen. In dir habe ich einen Partner an meiner Seite, auf den ich mich verlassen und auf den ich bauen kann.

Inhaltsverzeichnis

Einleitung.....	9
THEORETISCHER TEIL.....	10
1. Das <i>Selbst</i> , seine Geschichte und Definitionen.....	10
2. Theorien zu Selbst und Selbstkonzept.....	12
2.1 Die Theorie der Selbstaufmerksamkeit.....	12
2.2 Die Theorie der Selbstüberwachung.....	14
2.3 Die Theorie der Selbstwerterhaltung.....	14
2.4 Die Theorie der symbolischen Selbstergänzung.....	15
2.5 Die Theorie der Selbstregulation.....	16
2.6 Die Theorie der Selbstziele.....	17
2.7 Selbstkonzeptstruktur-Modelle.....	18
3. Impression-Management-Theorie.....	20
3.1 Vorläufer der Impression-Management-Theorie.....	20
3.1.1 George Herbert Meads Theorie des Symbolischen Interaktionismus.....	20
3.1.2 Erving Goffmans Analyse des Alltagslebens.....	21
3.2 Die Impression-Management-Theorie.....	22
3.2.1 Soziale Erwünschtheit.....	23
3.3 Impression-Management-Taktiken und -Strategien.....	24
3.3.1 Kategorisierungen von Selbstdarstellungsverhalten.....	24
3.3.2 Beschreibung einzelner Selbstdarstellungstechniken.....	27
3.3.2.1 Positive Selbstdarstellungstechniken.....	27
3.3.2.2 Negative Selbstdarstellungstechniken.....	32
4. Gender.....	35
4.1 Definition sex, sex-category, gender.....	35
4.2 Gender Schema Theorie.....	36

4.3	Geschlechterstereotypen	36
4.4	Geschlechtsrollenidentität	40
5.	Geschlecht und Selbstdarstellung.....	41
5.1	Äußerlichkeiten und Essverhalten.....	42
5.2	Akademische Leistungen und Selbstdarstellung.....	43
6.	Der Einfluss von Impression Management und Geschlecht auf eine Bewerbungssituation	45
6.1	Einfluss von Impression Management in einer Bewerbungssituation.....	45
6.2	Einfluss von Geschlecht in einer Bewerbungssituation.....	48
6.3	Einfluss des Zusammenspiels von Geschlecht und Impression Management in einer Bewerbungssituation	51
7.	Bewerbungsschreiben.....	54
8.	Rechtswissenschaften und Psychologie.....	57
8.1	Zahlen und Fakten	57
	Rechtswissenschaften	57
	Psychologie.....	59
	Einkommensunterschiede zwischen Frauen und Männern.....	60
8.2	Rechtsanwältinnen und Rechtsanwälte und Klinische und Gesundheitspsychologinnen und -psychologen	61
	EMPIRISCHER TEIL	63
9.	Fragestellungen.....	63
10.	Hypothesen	64
11.	Methode und Untersuchungsdesign.....	67
11.1	Datenerhebung	67
11.2	Stichprobenbeschreibung	68
11.3	Kategorienschema	68
	Motivationsschreiben.....	69

Lebenslauf	71
12. Quantitative Ergebnisse	72
12.1 Übersicht über die angewendeten Verfahren	72
12.2 Häufigkeiten der einzelnen Techniken	73
12.3 Ergebnisse in Bezug auf Unterschiede zwischen den Geschlechtern.....	74
Länge des Motivationsschreibens und des Lebenslaufes	74
Selbstdarstellungstechniken	74
Inhalte des Motivationsschreibens und des Lebenslaufes	76
12.4 Ergebnisse in Bezug auf Unterschiede zwischen den Professionen	77
Länge des Motivationsschreibens und des Lebenslaufes	77
Selbstdarstellungstechniken	77
Inhalte des Motivationsschreibens und des Lebenslaufes	79
12.5 Ergebnisse unter Berücksichtigung des Geschlechtes und der Profession	81
Länge des Motivationsschreibens und des Lebenslaufes	81
Selbstdarstellungstechniken	81
Inhalte des Motivationsschreibens und des Lebenslaufes	84
13. Qualitative Ergebnisse.....	85
13.1 Interviews.....	85
Der Einfluss persönlicher Beziehungen auf den Bewerbungsprozess	86
Die Bedeutung des Geschlechtes für den Bewerbungsprozess.....	87
13.2 Qualitative Besonderheiten in den Motivations schreiben.....	90
Zuschreibungen von persönlichen Stärken	90
Äußerlichkeiten der Bewerbungen	93
13.3 Fallvignetten.....	93
Bewerber X.....	93
Bewerberin Y	95

13. 4	Externe Validierung der Motivationsschreiben	96
14.	Interpretation und Diskussion der Ergebnisse	96
15.	Kritik und Ausblick	102
	Literaturverzeichnis	104
	Abbildungsverzeichnis	111
	Tabellenverzeichnis	112
	Anhang	113
	Zusammenfassung	113
	Abstract	115
	Auswertungsbogen für die quantitative Auswertung der Bewerbungsunterlagen	117
	Interviews mit Expertinnen und Experten	119
	Interview Rechtsanwalt, 11. November 2011	119
	Interview Personalerin, 21. November 2011	122
	Interview Psychologe 13. Februar 2013	127
	Interview Einrichtungsleiterin psychosoziale Beratungsstelle, 15. März 2013	129
	Lebenslauf	140

Einleitung

Österreich beugt, wie viele andere Länder, alljährlich den „Equal Pay Day“, in diesem Jahr handelt es sich um den 5. April. Er kennzeichnet den Tag, bis zu dem Frauen arbeiten müssen, um insgesamt so viel zu verdienen, wie Männer bereits bis zum 31. Dezember des Vorjahres verdient haben. Als Berechnungsgrundlage dient ein Bericht des Rechnungshofes, Reihen Einkommen¹, der aufzeigt, dass Frauen durchschnittlich um 25.5% weniger verdienen als Männer. Doch nicht nur bei der Höhe des Einkommens gibt es starke Unterschiede, Frauen sind außerdem weit seltener in hohen Positionen tätig als Männer. Eine Studie der Universität Salzburg aus dem Jahr 2012² belegt, dass der Frauenanteil an der Geschäftsführung der 200 umsatzstärksten Unternehmen Österreichs bei 5.1% liegt, keine einzige Frau findet sich im Vorstand der zehn umsatzstärksten Unternehmen. Bei den Aufsichtsräten sind die Zahlen kaum höher, lediglich 11.2% der Personen in den Aufsichtsräten dieser Unternehmen sind weiblich. Während es vor dem Gesetz heute also eine komplette Gleichberechtigung zwischen Frauen und Männern gibt, bestehen weiterhin ein großes ökonomisches Ungleichgewicht, welches Frauen in ihrer Lebensführung stark beeinträchtigt.

Für den gesamten Arbeitsprozess spielt die Art und Weise, in der sich eine Person im Rahmen des Bewerbungsprozesses präsentiert, eine wesentliche Rolle. Von ihr unter anderem hängt es ab, ob die Person eingestellt und möglicherweise sogar welches Gehalt sie beziehen wird.

Aus der Genderforschung ist bekannt, dass die unterschiedliche Sozialisation von Frauen und Männern teilweise darin resultiert, dass die Geschlechter unterschiedliche Verhaltensweisen an den Tag legen. Im Rahmen dieser Studie soll untersucht werden, ob solche Verhaltensunterschiede in Bezug auf den Bewerbungsprozess festzustellen sind. Sie könnten einer der Gründe dafür sein, warum ein „Equal Pay Day“ in Österreich weiterhin notwendig ist.

¹ Vgl. http://www.rechnungshof.gv.at/fileadmin/downloads/2010/berichte/einkommensbericht/Einkommensbericht_2010.pdf, zuletzt aufgerufen 3.4.2013.

² Vgl. <http://www.uni-salzburg.at/pls/portal/docs/1/1753300.PDF>, zuletzt aufgerufen 3.4.2013.

THEORETISCHER TEIL

1. Das *Selbst*, seine Geschichte und Definitionen

Die Beschäftigung mit dem *Selbst* des Menschen hat eine lange Tradition sowohl in der Psychologie als auch in der Philosophie. Bereits der Vorsokratiker Heraklit von Ephesus (ca. 540-475 v. Chr.) prägte den Satz „Ich erforsche mich selbst.“ (Helferich, 2005, S. 8). Auch andere große Philosophen wie Thomas Hobbes, Immanuel Kant, Johann Gottlieb Fichte, Georg Wilhelm Friedrich Hegel und David Hume haben sich damit befasst (für eine Übersicht siehe Mummendey, 2006, S. 27ff.).

Die psychologische Erforschung des Selbst nimmt ihren Ausgang bei William James (1890). James unterscheidet primär zwischen *I* und *me*. Das *I* wird als Subjekt angesehen, welches wahrnimmt und über Wissen verfügt. Das *me* hingegen stellt das Objekt dar, um das gewusst wird. Es gliedert sich in *material me* (dies umfasst den eigenen Körper, das Bewusstsein um das eigene Zuhause und die Familie), *social me* (das Wissen um die Beurteilung der eigenen Person durch andere) und *spiritual me* (dies bezieht sich auf das eigene innere Erleben, wie etwa Kognitionen und Emotionen). James ist mit seiner Annahme, dass dem Menschen so viele *Selbste* eigen sind, wie er Kontakte zu anderen Menschen hat, ein Vorläufer heutiger Theorien zur Selbstkonzeptforschung: „...a man has as many social selves as there are individuals who recognize him and carry an image of him in their heads.“ (James, 1890, S. 294)

Der Soziologe Charles Cooley entwickelte zu Beginn des 20. Jahrhunderts seine *looking glass self*-Theorie (Cooley, 1964, S. 168ff.). Er postuliert, dass das Wissen um und die Einstellung zur eigenen Person entscheidend von den Interaktionen mit den Mitmenschen und dem sozialen Umfeld abhängen. Das Individuum passt sich im Laufe seiner Entwicklung primär daran an, was andere von ihm erwarten. Sukzessive sieht es sich dann nur mehr mit den Augen der anderen, gleichsam wie durch einen Spiegel. Das Selbst wird zum Spiegelbild-Selbst. Dies gilt natürlich für beide Seiten der Interaktion: „Each to each a looking-glass, reflects the other that does pass.“ (Cooley, 1964, S. 184)

Auch George Herbert Mead geht auf die Bedeutung der Mitmenschen für das Selbst und die eigene Entwicklung ein, er hebt allerdings jene Personen hervor, die von besonderem

Einfluss sind: die *significant others*. Es handelt sich hierbei um dem Individuum sehr nahestehende Menschen wie seine Eltern, Geschwister und enge Freundinnen und Freunde. Deren Meinungen und Einstellungen dem Individuum gegenüber beeinflussen nach Mead sehr dessen Selbstverständnis. Bezugnehmend auf William James unterscheidet George Mead zwischen „the self as knower“ und „the self as known“ (Mead, 1995, S. 216ff.). Auf George Meads Theorie des symbolischen Interaktionismus wird später noch näher eingegangen werden (siehe Seite 20).

Sigmund Freud geht in seinem psychodynamischen Modell umfassend auf die Beschaffenheit des Selbst ein, wenn man *das Ich* als Selbst interpretiert. Dieses *Ich* unterliegt einem ständigen Beeinflussungsprozess: einerseits durch das *Es*, welches die unbewussten Triebe verkörpert, die das *Ich* durch die Abwehrmechanismen zu bekämpfen sucht. Gleichzeitig werden von Seiten des *Über-Ich* moralische Standards vorgegeben, welche das *Ich* zu erfüllen versucht (Schuster & Springer-Kremser, 1997, S. 42ff.).

Die Psychologie blickt somit auf eine lange Theorie- und Forschungsgeschichte zum *Selbst* zurück. In der heutigen wissenschaftlichen Diskussion finden sich zwei Strömungen: jene Wissenschaftler und Wissenschaftlerinnen, die von *dem Selbst* als Einheit ausgehen (vgl. etwa Baumeister, 1999 und Suls, 1982) und jene, die darauf verweisen, dass ein *Selbst* als Entität nicht existiert und man vielmehr von *Selbstkonzepten* ausgehen sollte (vgl. Mummendey, 2006, S. 37ff.).

Sigrun-Heide Filipp (1984, S. 129 ff.) beschreibt das Selbstkonzept als das gesamte Spektrum des selbstbezogenen Wissens, das zeitlich recht stabil ist. Dieses Wissen enthält einerseits deskriptive Elemente in Form von Faktenwissen, es sind aber auch evaluative Elemente enthalten, denn es kommt zu Bewertungen der eigenen Person. Diese Bewertungen führen dann zum Selbstwertgefühl. Das Selbstkonzept stellt daher eine kognitiv-affektive Struktur dar (vgl. auch Amelang, Bartussek, Stemmler, & Hagemann, 2006, S. 405ff.).

Auch Helga E. Schachinger unterscheidet zwischen Selbst und Selbstkonzept (Schachinger, 2005, S. 24ff.). Sie postuliert, dass das Selbstkonzept (oder die Selbstkonzepte) das gesamte Wissen um die eigene Person und somit sämtliche selbstrelevanten Informationen umfasst. Da aber das Selbst mehr darstellt als das Wissen darum, ist das Selbst weitreichender als die Selbstkonzepte. Der Grad der Ausdifferenzierung der Selbstkonzepte hat Einfluss auf den Selbstwert. Dieser ist höher, je eindeutiger definiert und stabiler die Selbstkonzepte sind und

je höher ihre innere Konsistenz ist. Der Selbstwert wiederum wird definiert als die Gesamtheit der affektiv und kognitiv bewerteten Selbstkonzepte.

Hans Dieter Mummendey verweist in diesem Zusammenhang darauf, dass es zunehmend zu einer Substanziierung des Selbst kommt. Er argumentiert, dass es sich hierbei um keine wissenschaftlich haltbare Einheit handeln kann und plädiert dafür, von einem Begriff auszugehen „... der klarstellt, dass es hier um nicht mehr und nicht weniger als um sämtliche auf die eigene Person bezogenen psychologischen Prozesse geht, vor allem um Vorgänge, deren Gegenstand man selbst ist.“ (Mummendey, 2006, S. 25). Er schreibt weiter: „Soll oder muss der Kürze halber (...) eine substantivische Kurzbezeichnung gefunden werden, so erscheint der Begriff ‚Selbstkonzept‘ wohl noch am ehesten geeignet, solche selbstbezogenen Einschätzungen zu umschreiben. Ein ‚Selbst‘ existiert für psychologisch-wissenschaftliche Zwecke also nur als Ergebnis einer Einschätzung, einer Beurteilung von sich selbst, es geht darum festzustellen, was für ein Bild jemand von sich hat, über was für Selbstbilder er verfügt. (...) unter dem Selbstkonzept kann man mithin die Gesamtheit der auf die eigene Person bezogenen Beurteilungen verstehen.“ (Mummendey, 2006, S. 25)

Nach dieser ersten Annäherung an den Begriff des *Selbst* sollen im nächsten Kapitel die führenden Theorien zu *Selbst* und *Selbstkonzepten* vorgestellt werden.

2. Theorien zu Selbst und Selbstkonzept

Das Selbst war somit in verschiedensten Wissenschaften ein Objekt von Interesse. In der Psychologie haben sich vor allem sozialpsychologische Themen damit auseinandergesetzt, aber auch im Bereich der Tiefenpsychologie und der Differentiellen Psychologie ist das Selbst von Bedeutung. Die wesentlichsten psychologischen Theorien zu diesem Thema werden im Folgenden erläutert.

2.1 Die Theorie der Selbstaufmerksamkeit

Die Theorie der Selbstaufmerksamkeit wurde von Shelley Duval und Robert A. Wicklund 1972 entwickelt (Duval & Wicklund, 1972, S. 7ff.). Sie beschäftigt sich mit der Richtung der Aufmerksamkeit. Diese kann entweder nach außen auf ein externes Objekt oder nach innen auf die eigene Person gerichtet sein. Dieser Zustand wird als objektive Selbstaufmerksamkeit

bezeichnet, man selbst wird zum Objekt der eigenen Wahrnehmung. Fokussiert wird auf den im jeweiligen Moment salienten Aspekt des Selbst, dies können Emotionen, Kognitionen, innere Standards oder ähnliches sein (Wicklund & Frey, 1993, S. 154ff.).

Wird die Aufmerksamkeit nach innen gelenkt, kommt es automatisch zu einem Vergleich des wahrgenommenen Selbst mit der Vorstellung vom idealen Selbst, die eine Person von sich hat. Dieser Vergleich wird meist als negativ erlebt, da das reale Selbst dem idealen nicht gerecht werden kann. Das Individuum möchte das Erleben dieser Diskrepanz reduzieren, entweder durch eine Veränderung im Verhalten oder durch eine Abwehrreaktion. Diese kann etwa dadurch erfolgen, dass Stimuli vermieden werden, die Selbstaufmerksamkeit erzeugen (Wicklund & Frey, 1993, S. 155f.).

Experimentell kann der Zustand objektiver Selbstaufmerksamkeit etwa durch einen Spiegel oder eine Kamera erzeugt werden (Duval & Wicklund, 1972). Allan Fenigstein, Michael F. Scheier und Arnold H. Buss entwickelten 1975 einen Fragebogen, um Selbstaufmerksamkeit zu messen. Eine Faktorenanalyse ergab in weiterer Folge eine Unterscheidung zwischen privater und öffentlicher Selbstaufmerksamkeit. Geschlechtsunterschiede fanden die Autoren, entgegen ihren Erwartungen, keine (Fenigstein, Scheier, & Buss, 1975, 522ff.).

In einem Experiment gingen Heinz-Gerd Bolten, Hans Dieter Mummendey und Margret Isermann-Gerke (1983) der Unterscheidung zwischen öffentlicher und privater Selbstaufmerksamkeit nach. Sie postulierten, dass das Vorhandensein eines Spiegels eher zu privater Selbstaufmerksamkeit, das Vorhandensein einer Kamera eher zu öffentlicher Selbstaufmerksamkeit führt. Die Probandinnen und Probanden wurden den verschiedenen Bedingungen (Spiegel-Bedingung, Kamera-Bedingung, Kontroll-Bedingung) zugewiesen und in weiterer Folge gebeten, Konservatismus-Items zu beantworten. Die Ergebnisse unterschieden sich in der Spiegel-Bedingung von jenen der Kamera-Bedingung dahingehend, welche Form der Selbstaufmerksamkeit hervorgerufen wurde. Eine mögliche Erklärung könnte sein, dass zwar in beiden Fällen Selbstaufmerksamkeit hervorgerufen wird, diese aber in eine je nach Empfänger verschiedene Selbstpräsentation mündet (Bolten, Mummendey, & Isermann-Gerke, 1983, S. 2ff.).

2.2 Die Theorie der Selbstüberwachung

Die Theorie der Selbstüberwachung von Mark Snyder 1979 entwickelte Theorie geht davon aus, dass jeder Mensch sein eigenes Verhalten überwacht und kontrolliert (Snyder, 1979, S. 85ff.). Das Ausmaß, in dem das Verhalten und die Selbstpräsentation dem sozialen Umfeld gegenüber überwacht wird, unterscheidet sich allerdings stark zwischen verschiedenen Typen von Menschen. Mark Snyder unterscheidet zwischen *high self-monitoring* und *low self-monitoring* Personen, wobei *high self-monitoring* Personen ihr Verhalten stark den Anforderungen anpassen, die eine soziale Situation an sie stellt. Durch das Beobachten des Verhaltens anderer Leute lernen sie, was sozial adäquat ist und orientieren sich dann daran. Sie fragen sich: „Who does this situation want me to be and how can I be that person?“ (Snyder, 1979, S. 102). Demgegenüber ist es Personen mit einem geringen Grad an Selbstüberwachung wichtig, in jeder Situation ihren eigenen Prinzipien treu zu bleiben. Ihre Selbstdarstellung orientiert sich also vor allem an eigenen Werten. Sie fragen sich: „Who am I and how can I be me in this situation?“ (Snyder, 1979, S. 103). Empirisch konnten diverse Unterschiede zwischen diesen Personengruppen festgestellt werden. So werden etwa verschiedene soziale Situationen bevorzugt aufgesucht. *High self-monitoring* Personen präferieren Situationen mit klaren Anforderungen an ihr Verhalten, während *low self-monitoring* Personen eher nach Situationen suchen, die ihrem Selbstbild entsprechen. Dies gilt sowohl für den privaten als auch für den beruflichen Bereich. Personen mit geringer Selbstüberwachung wechseln seltener den Sexualpartner als Personen mit hoher Selbstüberwachung. Auch die Entstehung und der Umgang mit psychischen Störungen wird durch die Selbstüberwachung beeinflusst: *High self-monitorer* entwickeln psychische Störungen eher aufgrund von Problemen mit ihrer Selbstdarstellungsfähigkeit, *low self-monitorer* eher aufgrund von erlebten Diskrepanzen zwischen ihren Prinzipien und ihrem Verhalten.

2.3 Die Theorie der Selbstwerterhaltung

Ein für das Individuum sehr wesentlicher Aspekt des Selbst ist der Selbstwert. Mit ihm beschäftigt sich das *self-evaluation maintenance*-Modell von Abraham Tesser (1980, S. 77ff.). Es besagt, dass Menschen stets die Erhaltung eines positiven Selbstwertes und die weitere Erhöhung anstreben. Wesentlichen Einfluss haben dabei die Beziehungen zu ihren

Mitmenschen und deren Leistungen, wobei verschiedene Faktoren diesen Einfluss moderieren. Vorrangig entscheidend ist die Nähe der Betroffenen zu ihren Mitmenschen. Je näher andere Menschen uns stehen, umso wesentlichere Auswirkungen auf unseren Selbstwert gehen von ihren Leistungen aus. Allerdings beeinflussen diese unseren Selbstwert nur dann, wenn sie in einem Bereich erbracht werden, der wesentlich für uns ist, somit einen Bestandteil unseres Selbstbildes darstellt. Handelt es sich also um einen solchen Bereich, kommt es zu Vergleichsprozessen mit den anderen Personen. Je besser die Leistung und je größer die Nähe zu den anderen Personen, desto größer ist auch die Bedrohung für unseren Selbstwert. Ist die Kategorie, in der die Leistung erbracht wird, für uns allerdings nicht relevant, so tritt ein Phänomen auf, das Robert B. Cialdini als „Basking in reflected glory“ bezeichnet hat (Cialdini, et al., 1976, S. 366ff.). Es kommt somit nicht zu einem Vergleichs-, sondern zu einem Reflexionsprozess. Die Person sonnt sich im Licht der Leistung der anderen Person und ihr Selbstwert wird dadurch sogar noch erhöht.

Obwohl laut Abraham Tesser Selbstwert nicht direkt messbar ist (Tesser, 1980, S. 90f), konnten das Modell und seine Komponenten mehrmals empirisch bestätigt werden (Tesser & Campbell, 1980, S. 345f.; Tesser, 1980, S. 89f.; Tesser & Paulhus, 1983, S. 679ff.). Betrachtet man die Mechanismen, die den Selbstwert der Menschen aufrecht erhalten oder verbessern, im Lichte der Impression-Management-Theorie, so kann davon gesprochen werden, dass kontinuierlich versucht wird, auch vor sich selbst in einem guten Licht dazustehen. Wir präsentieren uns also gleichermaßen uns selbst gegenüber (Mummendey, 1995, S. 95).

2.4 Die Theorie der symbolischen Selbstergänzung

Die Theorie der symbolischen Selbstergänzung der Autoren Robert A. Wicklund und Peter M. Gollwitzer basiert auf den Arbeiten Kurt Lewins (Lewin, 1926, S. 57ff.). Dieser ging davon aus, dass der Wunsch, ein Ziel zu erreichen, zu einem Spannungszustand führt, der erst dann aufgelöst wird, wenn das Ziel (oder ein Ersatzziel) erreicht ist. Darauf aufbauend wird postuliert, dass jeder Mensch sogenannte selbstbezogene Ziele verfolgt. Es handelt sich dabei um Fähigkeiten oder Eigenschaften, die Teil des Selbstkonzeptes und der Selbstdefinition sind, wie „intelligent sein“ oder „sportlich sein“ (Wicklund & Gollwitzer, 1985, S. 31ff.). Um diese selbstbezogenen Ziele zu erreichen, stehen verschiedene

Handlungsweisen zur Verfügung, die im Rahmen der Theorie als *Symbole* bezeichnet werden. Diese Symbole können Objekte, Verhaltensweisen, Äußerungen oder ähnliches sein. Durch sie erfolgt eine Zuschreibung der angestrebten Eigenschaft oder Fähigkeit zu den Personen. Die Symbole müssen von der Gesellschaft verstanden und für das jeweilige Ziel anerkannt sein, denn nur so kann die Zuschreibung durch die Mitmenschen erfolgen. Nun greifen die Autoren erneut auf Kurt Lewin zurück, der folgendes postuliert hat: Kann ein Ziel aus welchen Gründen auch immer nicht erreicht werden, so bleibt der entstandene Spannungszustand aufrecht. Dieser kann allerdings auch durch das Erreichen eines Ersatzzieles befriedigt werden (Lewin, 1926, S. 72ff.). Für die Theorie der symbolischen Selbstergänzung bedeutet dies, dass eine Person bemüht sein wird, sich die erforderlichen Attribute anzueignen, um selbstbezogene Ziele zu erreichen. Kann sie allerdings die benötigten Attribute nicht erreichen, so greift sie auf Ersatzsymbole zurück. Darauf aufbauend ergeben sich drei Postulate der Theorie der symbolischen Selbstergänzung:

- Postulat 1: Fehlt es einer Person an entsprechenden Symbolen, um ein selbstbezogenes Ziel zu erreichen, so wird sie bestrebt sein, dies durch Zuschreiben von alternativen Symbolen auszugleichen. (Die Autoren sprechen in diesem Zusammenhang von *selbtsymbolisierenden Handlungen* (Wicklund & Gollwitzer, 1985, S. 36).)
- Postulat 2: Diese alternativen Symbole müssen von der sozialen Umwelt wahrgenommen und akzeptiert werden, damit das Ziel erreicht werden kann.
- Postulat 3: Diese Handlungen werden primär ausgeführt, um dadurch eigene Bedürfnisse zu befriedigen. Es ist nicht das Ziel, den Vorstellungen anderer Menschen zu entsprechen, wie dies beim Impression-Management der Fall wäre.

Als Möglichkeiten der Selbstsymbolisierung werden Selbstbeschreibungen, soziale Beeinflussung und materielle Objekte genannt. Die Theorie konnte vielfach empirisch bestätigt werden (vgl. für eine Aufzählung Wicklund & Gollwitzer, 1985, S.37ff.).

2.5 Die Theorie der Selbstregulation

Diese von Charles S. Carver und Michael F. Scheier entwickelte Theorie der Selbstregulation bietet ein Modell, wie ein Individuum mit innerpsychischen Diskrepanzen umgehen kann (Carver & Scheier, 1999, S. 299ff.). Auf kybernetischen Ansätzen aufbauend gehen die

Autoren davon aus, dass die Individuen Vorstellungen von Verhaltensstandards besitzen. Diese Standards sind ihnen kognitiv bewusst. Damit sie in ein Verhalten umgesetzt werden können, ist eine Verbindung zwischen Kognition und Verhalten notwendig, welche als eine Art Regelkreis angesehen wird. Die Person nimmt die aktuelle Situation wahr und beurteilt sie. Dann kommt es zu einem Vergleich mit gespeicherten Idealen. Stimmen diese beiden Größen überein, kommt es zu keiner Veränderung, bemerkt die Person allerdings eine Diskrepanz, wird das Verhalten angepasst, bis die Diskrepanz ausreichend vermindert wurde. Das Verhalten dient somit der Selbstregulation, da eine Übereinstimmung zwischen Ist- und Soll-Zustand hergestellt werden soll. Dieser Regelkreis wird sodann ununterbrochen fortgesetzt. Bei den zu erreichenden Standards muss es sich allerdings nicht um so wesentliche Ziele wie das ideale Selbst handeln. Es können auch durchaus kleinere Ziele sein, wie das Erreichen einer sportlichen Leistung.

2.6 Die Theorie der Selbstziele

Im Rahmen der Theorie der Selbstziele (Greenwald & Pratkanis, 1984, S. 129ff. und Breckler & Greenwald, 1986, S. 145ff.) wird das Selbst in vier Facetten geteilt, wobei jede eigene Ziele verfolgt, eigene Strategien anwendet und anhand eigener Standards überprüft wird. Die Entwicklung der vier Komponenten verläuft parallel mit der gesamten Persönlichkeitsentwicklung des Menschen:

- Das diffuse Selbst: Diese primitivste Form des Selbst strebt primär hedonistisch nach positiven Affekten und Lusterleben. Es herrscht im Kleinstkindalter vor, wenn das Kind noch nicht genau zwischen sich und der Außenwelt differenzieren kann. Ziele wie Essen oder Schlafen werden verfolgt. Im Erwachsenenalter kann dieser Zustand durch Anonymität in einer Gruppe oder durch Substanzmissbrauch hervorgerufen werden.
- Das öffentliche Selbst: Es entwickelt sich, wenn die angesprochene Differenzierung zur Außenwelt stattgefunden hat. Das öffentliche Selbst strebt nach Anerkennung durch das soziale Umfeld. Hier angewandte Strategien sind etwa Konformität oder Anpassung der eigenen Einstellung. Auslöser für dieses Verhalten kann eine Kamera sein oder eine Situation, in der die Person vor anderen sprechen muss.

- Das private Selbst: Dies stellt eine Stufe der Entwicklung dar, in der primär eigene, innere Ziele verfolgt werden. Anhand innerer Standards wird dann das Verhalten evaluiert. Als typische Situationen werden hier Alleinsein oder das Vorhandensein eines Spiegels genannt. In diesen Situationen stabilisieren sich die Einstellungen der Person, die Person ruft sich ihre Unabhängigkeit ins Gedächtnis.
- Das kollektive Selbst: Das Ziel hier stellt das Erreichen von gemeinsamen Gruppenzielen dar. Die Person fühlt sich einer Gruppe zugehörig und möchte ihre Rolle in dieser Gruppe erfüllen. Zu diesem Zweck werden die Ziele und Standards der Gruppe internalisiert und sodann innerlich evaluiert.

Die Theorie trifft auch eine eindeutige Aussage über das Selbstdarstellungsverhalten von Individuen. Dieses ist dem öffentlichen Selbst zuzuordnen und kommt dann zum Tragen, wenn dieses Selbst durch externe Bedingungen stimuliert wird.

2.7 Selbstkonzeptstruktur-Modelle

Mit der Strukturierung des Selbstkonzeptes befasst sich eine eigene Strömung der Selbstkonzeptforschung. Es können hier grundsätzlich zwei Richtungen unterschieden werden: die eine Richtung geht davon aus, dass einem Generalfaktor-Modell der Intelligenz nachempfunden auch das Selbstkonzept eindimensional ist. Ein allgemeines Selbstkonzept sei vorhanden, die Wahrnehmung der eigenen Fähigkeiten in etwa sozialer, körperlicher und emotionaler Sicht laufen darin zusammen (Byrne, 1996, S. 8ff.). Empirisch ergab sich allerdings immer wieder eine Mehrdimensionalität des Selbstkonzeptes (Marsh & Hattie, 1996, S. 38ff.). Dem gegenüber vertritt die zweite Richtung die Auffassung, dass das Selbstkonzept multidimensional beschaffen sei. Wegweisend für diese Forschungen waren Richard J. Shavelson, Judith J. Hubner und George C. Stanton (1976, S. 407ff.). Sie entwickelten ein Strukturmodell des Selbstkonzepts, das empirisch belegt wurde und in der folgenden Grafik verdeutlicht wird. (Für einen Überblick siehe auch McConnell, 2011 oder Marsh & Craven, 2006)

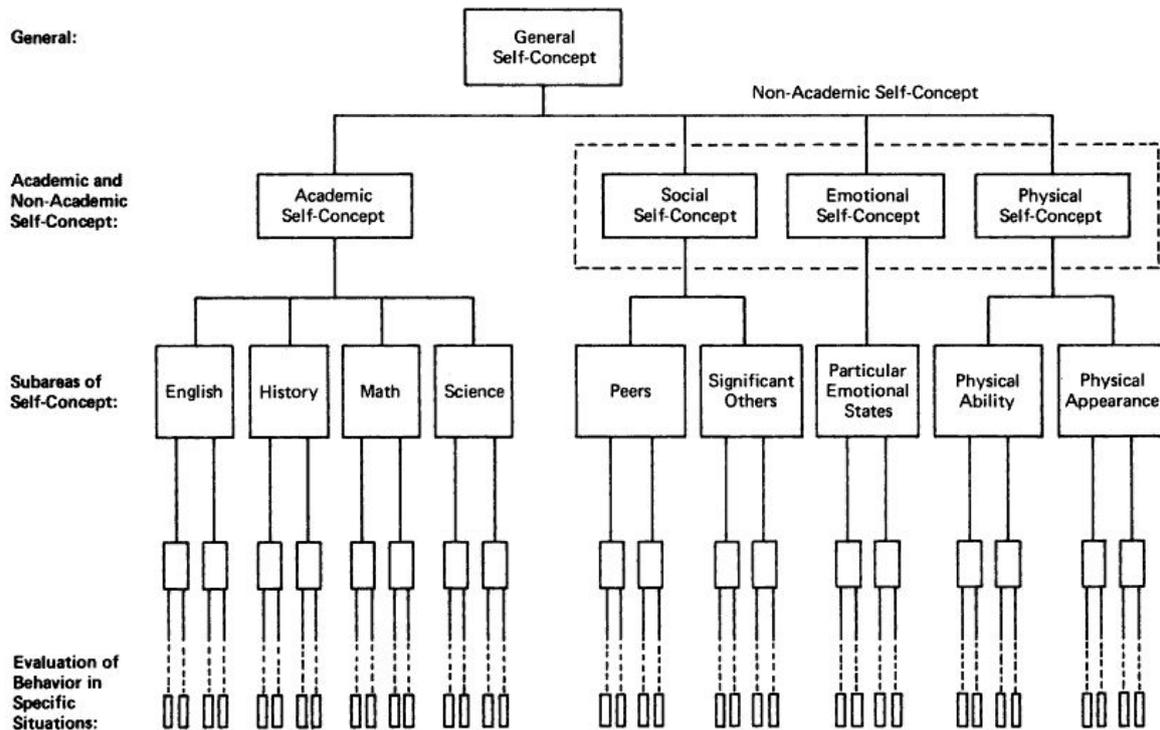


Figure 1
One possible representation of the hierarchic organization of self-concept.

Abbildung 1: Strukturmodell des Selbstkonzepts, Shavelson, Hubner, & Stanton, 1976, S. 413

Ausgehend von einer untersten Ebene, auf der konkrete eigene Verhaltensweisen evaluiert werden, werden diese auf einer höheren Ebene zu Untereinheiten eines Selbstkonzeptes zusammengefasst, wenn sie sich als stabil erweisen. Die Untereinheiten verbinden sich zu verschiedenen Formen des Selbstkonzeptes, wie dem akademischen oder dem sozialen Selbstkonzept. Über all diesen Formen steht das generelle Selbstkonzept.

Es wird postuliert, dass das Selbstkonzept folgende sieben Merkmale aufweist: Es ist strukturiert, besteht aus vielen Facetten, ist hierarchisch, stabil, entwicklungsfähig, es bewertet laufend die Situation des Individuums und es kann abgegrenzt werden von anderen Systemen, mit denen es in Verbindung steht. Das Modell wurde später noch erweitert und konkretisiert (Marsh, Byrne, & Shavelson, 1988, S. 366ff.).

3. Impression-Management-Theorie

Unter *Impression Management* wird das Verhalten einer Person verstanden, mit Hilfe dessen sie den Eindruck, den sie auf ihre Interaktionspartner und Interaktionspartnerinnen macht, beeinflusst und zu kontrollieren sucht (Mummendey, 1995, S. 111ff.). Selbstdarstellung bildet den Hauptfokus dieser Studie, daher soll nun ein ausführlicher Überblick über den aktuellen Stand der Forschung gegeben werden. Zwei wichtige Wegbereiter dieser sozialpsychologischen Theorie sollen vorgestellt werden, bevor detaillierter auf die Theorie eingegangen wird.

3.1 Vorläufer der Impression-Management-Theorie

3.1.1 George Herbert Meads Theorie des Symbolischen Interaktionismus

Dieser von George Herbert Mead entwickelte Ansatz (Mead, 1995, S. 157ff.) ist eine Weiterführung der Theorie von William James (siehe Seite 10). Es wird postuliert, dass jeder Reiz eine bestimmte Bedeutung besitzt, die in Kombination mit der jeweiligen Situation eine Reaktion auslöst. Im Rahmen der Theorie wird diese Bedeutung als *Symbol* bezeichnet. Erlern werden Symbole über Sozialisationsprozesse, über die Sprache und über Verhaltensweisen anderer Objekten oder Situationen gegenüber. Dadurch gibt es auch eine gewisse gesellschaftliche Übereinstimmung über die Bedeutung von Dingen, diese ist aber nicht absolut, sondern kann beispielsweise zwischen verschiedenen Kulturen variieren.

Um nun zu gemeinsamen Bedeutungszuschreibungen zu kommen, müssen die Menschen diese in sozialen Interaktionsprozessen entwickeln. Dies wird als *Definition der Situation* bezeichnet. Symbole, die bei verschiedenen Menschen aufgrund einer einheitlichen Definition dieselbe Reaktion hervorrufen, werden als *signifikante Symbole* bezeichnet. Hierzu zählen vor allem die Sprache und gewisse Gesten, wie etwa das Nicken mit dem Kopf, das in unserem Kulturkreis Zustimmung signalisiert. Diese gemeinsame Zuschreibung von Bedeutungen ermöglicht es den Interaktionspartnern und Interaktionspartnerinnen, sich einem Objekt oder einer Situation gegenüber gleich zu verhalten.

Doch die Zuschreibung von Bedeutungen erfolgt nicht nur Objekten gegenüber, auch die Teilnehmerinnen und Teilnehmer an einer Interaktion schreiben sich gegenseitig Bedeutungen und Werte zu. Jedem Interaktionspartner und jeder Interaktionspartnerin kommt eine bestimmte Rolle zu, die mit Erwartungen verbunden ist. Diese Zuschreibungen ermöglichen es den Teilnehmerinnen und Teilnehmern, das Verhalten des Gegenübers einzuordnen und vorherzusagen und entsprechend darauf zu reagieren. Indem die Interaktionspartner und Interaktionspartnerinnen sich in die Rolle des Gegenübers versetzen, können sie erkennen, welche Anforderungen und Erwartungen an ihr eigenes Verhalten gestellt werden und dementsprechend reagieren.

Zuletzt erfolgt die Zuschreibung von Bedeutungen und Werten auch der eigenen Person gegenüber, es kommt zu einer Definition der eigenen Rolle in einer sozialen Situation. George H. Mead bezeichnet nun im Rahmen seiner Theorie diese Rolle als *Selbst*. Da wir in verschiedene soziale Situationen eingebunden werden, gibt es auch mehrere Varianten des Selbst.

Auch das Selbstbild wird durch die Interaktion mit anderen massiv beeinflusst. Von besonderer Bedeutung sind hier die *significant others*. Es handelt sich hierbei um Menschen, die uns besonders nahe stehen, wie die Eltern oder die Partnerin bzw. der Partner. Es muss allerdings unterschieden werden zwischen der Bedeutung, die die Urteile anderer auf das *I* und auf das *me* haben. Während das *I* sich primär aus sich selbst heraus definiert, ist das *me* vollkommen angewiesen auf die Beurteilung durch andere und stellt somit jenes Selbst dar, das sich aus der Interaktion mit den Mitmenschen ergibt.

3.1.2 Erving Goffmans Analyse des Alltagslebens

Der Soziologe Erving Goffman (Goffman, 1983, S. 19ff.) beschreibt anhand einer Analogie zum Theater menschliches Sozialverhalten folgendermaßen: in jeder Interaktion müssen die Teilnehmer und Teilnehmerinnen die Situation definieren, dies erfolgt wie bei George H. Mead über Bedeutungszuschreibungen und Kategorisierungen. Diese Definition wird von den Teilnehmern und Teilnehmerinnen durch Informationsübermittlung beeinflusst und zu kontrollieren versucht.

Da es sich um eine soziale Situation handelt, sind Informationen über das Selbst und das Selbstkonzept des Interaktionspartners oder der Interaktionspartnerin von besonderer Bedeutung. Ganz im Sinne des Impression Managements versucht nun jeder und jede Beteiligte, die Informationen über die eigene Person zu manipulieren und das Bild, das das Gegenüber von ihm oder ihr hat, zu beeinflussen, analog einem Schauspieler oder einer Schauspielerin, die versuchen, ihre Rolle möglichst authentisch zu spielen und dem Publikum, das die Echtheit der Darstellung bewertet. Von Seiten des Schauspielers oder der Schauspielerin werden verschiedene Techniken angewandt, die sich sowohl auf die äußere Erscheinung als auch auf den sprachlichen Ausdruck und das Verhalten beziehen.

Ebenso in Analogie zu einer Bühne werden von Erving Goffman zwei verschiedene Räume postuliert: so gibt es einerseits die Bühne, auf der die Interaktion mit dem Publikum stattfindet, andererseits einen hinteren Bühnenraum, in dem sich der Schauspieler oder die Schauspielerin auf seine oder ihre Rolle vorbereiten und Requisiten auswählen kann. Spielt er oder sie seine oder ihre Rolle überzeugend, so schließt das Publikum aus der Darstellung auf das Selbst des Schauspielers oder der Schauspielerin. Es handle sich hierbei aber nicht um eine organische Einheit, sondern Erving Goffman bezeichnet das Selbst vielmehr als "dramatische Wirkung, die sich aus einer dargestellten Szene entfaltet" (Goffman, 1983, S. 231).

Diese beiden Theorien waren, obgleich sie meist empirisch unüberprüft geblieben sind, wegbereitend für die Impression-Management-Theorie, welche im Folgenden vorgestellt werden soll.

3.2 Die Impression-Management-Theorie

Hans Dieter Mummendey fasst die Impression-Management-Theorie in einem Satz wie folgt zusammen: "Individuen kontrollieren (beeinflussen, steuern, manipulieren etc.) in sozialen Interaktionen den Eindruck, den sie auf andere Personen machen." (Mummendey, 1995, S. 111). Den Postulaten George H. Meads und Erving Goffmans folgend wird die Selbstpräsentation also als Mittel gesehen, den Eindruck bezüglich der eigenen Person bei einem Interaktionspartner oder einer Interaktionspartnerin zu beeinflussen, es kommt zu

einer Wechselwirkung zwischen dem gezeigten Selbstbild und dem Fremdbild der anderen Person.

Die Gründe, Impression Management zu betreiben, können vielschichtig sein. So kann eine günstige Selbstdarstellung zu Verstärkungsprozessen führen und diese wiederum Lernprozesse auslösen, durch die der Selbstwert generell erhöht wird. Weiters stellt Impression Management auch eine Form sozialer Macht dar. Indem man Kontrolle über das Verhalten anderer Personen erlangt, übt man soziale Macht aus. Eine bestimmte Form der Selbstdarstellung kann Auswirkungen auf das Verhalten des Interaktionspartners oder der Interaktionspartnerin haben. Indem sich jemand beispielsweise bei seinem Gegenüber einschmeichelt und sich selbst demütig und devot gibt, kann er oder sie dadurch subtil die Reaktion des Interaktionspartners oder der Interaktionspartnerin beeinflussen. Auch die Kombination dieser beiden Aspekte stellt einen Grund für Impression Management dar: durch die Verstärkung steigt der eigene Selbstwert und dies stellt eine Machtressource dar, welche in zukünftigen sozialen Situationen von Vorteil sein kann (Mummendey, 1995, S. 130ff.).

Das Hauptaugenmerk der Theorie liegt also auf der Selbstdarstellung und damit auf einem Phänomen, das in allen sozialen Situationen beobachtbar ist. Sie besitzt dadurch eine große Allgemeingültigkeit. Die einzige Voraussetzung stellen grundlegende lernpsychologische Verhaltensregeln dar. Diese Sparsamkeit und Universalität der Theorie kann sowohl als Stärke als auch als Schwäche angesehen werden (Mummendey, 1995, S. 128ff.).

3.2.1 Soziale Erwünschtheit

Im Rahmen der psychologischen Diagnostik gibt es eine intensive Auseinandersetzung mit einem Phänomen, welches Impression-Management-Verhalten ähnlich ist: Reaktionstendenzen bei psychologisch-diagnostischen Verfahren. In den meisten Fällen neigen Versuchsteilnehmerinnen und Versuchsteilnehmer dazu, sich durch ihre Antworten in einem günstigen Licht darzustellen, sich also etwa als intelligent, kompetent, hilfsbereit oder ähnliches zu präsentieren. Ergeben sich hingegen Vorteile aus einer ungünstigen Darstellung (wie beispielsweise im Bereich der Invaliditätspension), so ist auch diese

Vorgehensweise denkbar. Dieser in der Diagnostik unerwünschte Effekt wird meist als Messfehler bewertet.

Laut Hans Dieter Mummendey (1995, S. 119ff.) besteht in der Gesellschaft ein großer Konsens, welche Eigenschaften oder Verhaltensweisen als sozial erwünscht angesehen werden. Dennoch kann es zwischen verschiedenen Gruppierungen zu Abweichungen in der Bewertung kommen. So haben beispielsweise verschiedene Altersgruppen unterschiedliche Einstellungen einer Verhaltensweise gegenüber, ebenso sind Unterschiede zwischen verschiedenen sozioökonomischen Schichten denkbar. Hans Dieter Mummendey prägt außerdem die Begriffe der *situativen Erwünschtheit* und der *personalen Erwünschtheit* (Mummendey, 1995, S. 121), da auch die jeweilige Situation und die Persönlichkeit einen massiven Einfluss auf die Bewertung eines Verhaltens haben. Von wesentlicher Bedeutung ist schlussendlich das Publikum, demgegenüber ein Verhalten präsentiert wird. Verschiedenen Rezipienten und Rezipientinnen werden verschiedene Verhaltensweisen aufgrund ihrer sozialen Erwünschtheit dargeboten.

3.3 Impression-Management-Taktiken und -Strategien

Menschen bedienen sich der unterschiedlichsten Verhaltensweisen, um sich ihren Mitmenschen gegenüber zu präsentieren. Eine Reihe von Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern hat versucht, diese Verhaltensweisen in Taxonomien zu ordnen. Es soll nun ein Überblick über einige dieser Taxonomien gegeben werden, bevor genauer auf die einzelnen Verhaltensweisen eingegangen wird.

3.3.1 Kategorisierungen von Selbstdarstellungsverhalten

Ein wesentliches Kategorisierungssystem wurde von James T. Tedeschi, Sverre Lindskold und Paul Rosenfeld vorgelegt, das in seinen Grundzügen exemplarisch ist für viele andere Taxonomien (Tedeschi, Lindskold, & Rosenfeld, 1985, S. 65ff.). Sie unterteilen Verhaltensweisen einerseits in Strategien und Taktiken. Bei Strategien handelt es sich um länger andauernde, situationsüberdauernde Verhaltensweisen, während Taktiken kürzer dauern und situationspezifisch sind. Eine zweite Unterscheidung wird getroffen zwischen assertiven und defensiven Verhaltensweisen. Assertiv wird im Allgemeinen mit *durchsetzungsbereit* übersetzt, es handelt sich also um eine aktive Verhaltensweise, mit der

eigene Interessen verfolgt werden. Der eigenen Person sollen durch die assertive Selbstdarstellung Vorteile zukommen. Demgegenüber sind defensive Verhaltensweisen eher darauf ausgerichtet, sich zu verteidigen oder zu schützen.

Aus der beschriebenen Einteilung ergibt sich durch eine Kombination der verschiedenen Kriterien die folgende Tabelle inklusive Beispielen für die verschiedenen Verhaltensweisen:

Tabelle 1: Selbstdarstellungsverhaltensweisen nach James T. Tedeschi, Svenn Lindskold und Paul Rosenfeld (1985) S. 68ff.

	Assertiv	Defensiv
Strategien	<ul style="list-style-type: none"> • Kompetenz • Attraktivität • Status und Prestige • Glaub- und Vertrauenswürdigkeit • Selbstoffenbarung 	<ul style="list-style-type: none"> • Entschuldigen • self-handicapping-Strategien (z. B. Alkoholismus oder Ängstlichkeit) • Symptome einer Geisteskrankheit
Taktiken	<ul style="list-style-type: none"> • Sich-Einschmeicheln • Einschüchtern • Hilfsbedürftig erscheinen • Kompetent und fähig erscheinen • Sich als moralisch vorbildhaft darstellen 	<ul style="list-style-type: none"> • Entschuldigungen • Rechtfertigungen • Prophylaktisches Hinweisen auf mögliche Schwierigkeiten • self-handicapping-Taktiken

Wie bereits beim Betrachten der Tabelle 1 auffällt, ist eine eindeutige Trennung anhand der vorgeschlagenen Kriterien kaum möglich. Manche Verhaltensweisen können sowohl taktisch als auch strategisch angewendet werden, ebenso ist manchmal eine Abgrenzung zwischen assertiv und defensiv nicht möglich. Die Einteilung darf somit nicht als absolut angesehen werden, sie dient eher einer Veranschaulichung und didaktischen Aufbereitung.

Eine weitere Taxonomie stammt von Paul Rosenfeld, Robert A. Giacalone und Catherine A. Riordan (1995, S. 29). Danach lassen sich Verhaltensweisen einerseits anhand der Gegenpole acquisitiv und protektiv einordnen. Acquisitiv bedeutet, dass sich jemand durch sein Verhalten positiv darstellen möchte, ein Verhalten, das als protektiv eingestuft wird, ist hingegen darauf ausgerichtet, nicht schlecht dazustehen oder eventuell entstandenen Schaden zu minimieren. Diese Unterscheidung ist der gängigen Differenzierung zwischen dem Streben nach Erfolg und der Vermeidung von Misserfolg nachempfunden. Als zweite

Dimension führen die Autoren die Unterscheidung zwischen direkt und indirekt an. Als direkt werden Verhaltensweisen bezeichnet, mit denen sich die handelnde Person unmittelbar selbst darstellt, während indirekte Verhaltensweisen über das Kontrollieren anderer Personen oder Assoziationen mit der handelnden Person wirken sollen. Auch hieraus ergeben sich die Kombinationen acquisitiv-direkt, acquisitiv-indirekt, protektiv-direkt und protektiv-indirekt.

Weitere Kategorisierungssysteme, wie beispielsweise bei Robert M. Arkin (1981, S. 311ff.), entsprechen weitgehend den bereits vorgestellten Taxonomien, es wird daher nicht näher darauf eingegangen.

Hans Dieter Mummendey (1995, S. 140f.) unterscheidet nicht anhand der oben vorgestellten Kategorien, sondern trennt die Verhaltensweisen in positive und negative Selbstdarstellungstechniken. Die folgende Tabelle 2 gibt einen Überblick:

Tabelle 2: Selbstdarstellungstechniken nach Hans Dieter Mummendey (1995), S. 140f.

<u>Positive Selbstdarstellungstechniken</u>	<u>Negative Selbstdarstellungstechniken</u>
<ul style="list-style-type: none"> • Eigenwerbung betreiben • Hohe Ansprüche signalisieren • Hohes Selbstwertgefühl herausstellen • Sich über Kontakte aufwerten • Kompetenz und Expertentum signalisieren • Glaubwürdigkeit ausstrahlen • Beispielhaft erscheinen • Attraktivität herausstellen • Hohen Status und Prestige herauskehren • Offenheit hervorkehren • Sich beliebt machen, sich einschmeicheln 	<ul style="list-style-type: none"> • Entschuldigen, Abstreiten von Verantwortlichkeit, Rechtfertigen • Widerrufen, leugnen • Sich als unvollkommen darstellen • Understatement • Hilfsbedürftig erscheinen • Bedrohen, einschüchtern • Andere abwerten • Symptome geistiger Erkrankung zeigen

Die Auflistung der Techniken erfolgt nicht in einer bestimmten Reihenfolge, weiters überlappen sich die Verhaltensweisen vielfach. Eine eindeutige Ordnung ist daher kaum möglich.

3.3.2 Beschreibung einzelner Selbstdarstellungstechniken

Einschränkend soll mit Hans Dieter Mummendey (1995, S. 135) darauf hingewiesen werden, dass es sich bei den im Folgenden vorgestellten Verhaltensweisen nicht vorrangig um empirische Befunde handelt, sondern vielfach um Beobachtungen und persönliche Erfahrungen der Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler. Die angeführten Techniken werden nach dem System Hans Dieter Mummendeys dargestellt, zuerst die positiven, dann die negativen Selbstdarstellungstechniken.

3.3.2.1 Positive Selbstdarstellungstechniken

Eigenwerbung betreiben

Unter diesem Sammelbegriff für eine Vielzahl von Impression-Management-Techniken werden Verhaltensweisen verstanden, mit denen die handelnde Person versucht, bei ihrem Gegenüber einen positiven und kompetenten Eindruck zu erzeugen. Laut Hans D. Mummendey handelt es sich hierbei um die üblichste Form des Impression Managements (Mummendey, 1995, S. 141ff.).

Dieses Verhalten findet sich bis zu einem gewissen Grad in vielen Verhaltensweisen wieder, die im Folgenden noch beschrieben werden. Tedeschi et al. (Tedeschi, Lindskold, & Rosenfeld, 1985, S. 75f.) gehen so weit, *entitlements*, *enhancements* und *BIRGing-and-blasting* (siehe unten) unter dem Begriff der Eigenwerbung zusammenzufassen. Betont wird, dass der Fokus dieser Verhaltensweisen darauf liegt, sich selbst als fähig und kompetent zu präsentieren. Ziel ist es also nicht, sich beliebt zu machen, sondern man will in dem oder der anderen ein positives Bild bezüglich der eigenen Leistungsfähigkeit erzeugen. Intensive Eigenwerbung kann hingegen sogar dazu führen, dass man sich bei anderen Personen unbeliebt macht. Roy F. Baumeister und Edward E. Jones konnten in einem Experiment zeigen, dass Eigenwerbung dann betrieben wird, wenn das Gegenüber die Persönlichkeitseigenschaften der handelnden Person nicht kennt. Sind diese hingegen bekannt, verhält man sich diesem Bild entsprechend (Baumeister & Jones, 1978, S. 616ff.). Experimentell konnte weiters gezeigt werden, dass jene Person, der gegenüber die Eigenwerbung betrieben wird, in weiterer Folge selbst diese Selbstdarstellungstechnik anwendet. Eigenwerbung führt somit zu Reziprozität (Baumeister, Hutton, & Tice, 1989, S. 59ff.).

Hohe Ansprüche signalisieren

Ansprüche können in vielerlei Weise signalisiert werden, etwa durch das Hervorkehren eines akademischen Titels oder indem man eigene Leistungen und eventuelle Rekorde herausstreicht. Laut Hans D. Mummendey (1995, S. 143f.) erlangt eine solche Zuschreibung aber vielleicht erst dadurch Bedeutung, dass sie von einer wichtigen Persönlichkeit oder Instanz bestätigt wird.

Hohes Selbstwertgefühl herausstellen und übertreiben

Bei diesen Techniken handelt es sich um intensivere Formen der Eigenwerbung. Unter self-enhancement wird verstanden, dass jemand kurzfristig ein unrealistisch hohes Selbstwertgefühl zeigt. Dieses Verhalten ließ sich vor allem unmittelbar nach einem Erfolg beobachten. Overstatement hingegen bezeichnet die Tendenz, die eigenen Vorzüge übertrieben darzustellen (Mummendey, 1995, S. 144f.).

Tedeschi et al. berichten, dass die Verhaltensweise der Selbsterhöhung kulturabhängig ist. Während sich chinesische Studierende eher als bescheiden darstellen, stellen amerikanische Studierende eher ihre Leistungsfähigkeit in den Vordergrund (Tedeschi, Lindskold, & Rosenfeld, 1985, S. 71f.).

Sich über Kontakte aufwerten und sich über Kontakte positiv abheben

Robert B. Cialdini et al. beschrieben als erste die Technik des basking in reflected glory (BIRGing). Darunter versteht man, dass eine Person durch das Assoziiert-Werden mit einer bekannten Persönlichkeit zu einer positiven Selbstdarstellung gelangt (Cialdini, et al., 1976, S. 366ff.). Durch die Assoziation partizipiert die Person an dem Ruhm oder Erfolg der bekannten Persönlichkeit. Die Assoziation kann auf viele Dinge begründet sein: die gemeinsame Herkunft aus einem Ort, gemeinsame religiöse oder politische Überzeugungen, einen gemeinsamen Kleiderstil etc. Empirisch belegen konnten Cialdini et al. dieses Phänomen mit einer Untersuchung über den Grad der Identifikation von Studierenden mit dem Football-Team ihrer Hochschule. Je erfolgreicher das Team war, desto größer war die Identifikation, zur Schau gestellt mittels Aufklebern, Mützen oder T-Shirts. All diese äußeren Zeichen drückten die Zugehörigkeit zu der erfolgreichen Institution aus und sollten damit auch etwas über die Person des Trägers oder der Trägerin aussagen.

Sidney Rosen und Abraham Tesser konnten in ihren Experimenten den sogenannten *MUM-Effekt* zeigen, welcher eng mit der Technik des BIRGing zusammenhängt. Das Phänomen, dass jeder Mensch zwar gerne positive, erwünschte Nachrichten überbringt, sich aber davor scheut, schlechte zu überbringen, hänge auch damit zusammen, dass die Botschaft quasi auf den Überbringer oder die Überbringerin zurückstrahle. Unter *MUM* wird in diesem Zusammenhang verstanden, *to keep mum*, sich absolut still zu verhalten (Rosen & Tesser, 1970, S. 260ff.).

Unter *boosting* wird nach John F. Finch und Robert B. Cialdini eine weitere Technik der Selbstdarstellung über die Assoziation mit einer anderen Person verstanden. Es bezeichnet das Verhalten, die andere Person so darzustellen, dass die Verbindung mit ihr ein günstiges Licht auf die eigene Person wirft. Ist die Bewertung der anderen Person positiv, kann die Darstellung dem angepasst werden. Wird die Person aber negativ bewertet, so kann versucht werden, auf diese Bewertung einzuwirken, um in weiterer Folge selbst positiver beurteilt zu werden (Finch & Cialdini, 1989, S. 222ff.).

Kompetenz und Expertentum signalisieren

Eine sehr beliebte Technik, um sich selbst positiv darzustellen, ist die Selbstpräsentation als Experte/in. Kompetenz und Expertentum führen nicht nur zu einem hohen gesellschaftlichen Status, sondern laut einer Untersuchung von David C. Martin auch zu höheren Lohnauszahlungen (Martin, 1987, S. 417ff.). Sich selbst Kompetenz zuzuschreiben, wirkt zwar eventuell in einer Bewertung als unbescheiden, dennoch sind die Vorteile laut Tedeschi et al. wesentlich (Tedeschi, Lindskold, & Rosenfeld, 1985, S. 83f.). Eine offene Zuschreibung erfolgt laut Hans Dieter Mummendey allerdings nur solange, bis der Expertenstatus von der Interaktionspartnerin oder dem Interaktionspartner akzeptiert wird (Mummendey, 1995, S. 147f.). Danach erfolgt die Selbstdarstellung eher wieder in bescheidenerer Weise.

Beispielhaft erscheinen

Bei dieser Technik verhält sich die handelnde Person in einer Art und Weise, die ihre moralische Vorbildlichkeit herausstreichen soll. Über die Selbstdarstellung hinausgehend hat dies den Effekt, dadurch das Verhalten der Mitmenschen beeinflussen zu wollen. Diese Form des Impression Managements ist besonders häufig bei religiösen und politischen Führern und Führerinnen zu finden. Auch von einem oder einer Vorgesetzten wird erwartet, dass er

oder sie die Gruppennormen besonders genau befolgt und ein moralisches Vorbild darstellt. Dies zeigt sich auch darin, dass eine solche Person jederzeit das Verhalten der anderen beurteilen und diese eventuell beschämen kann. Die Technik ist nicht ohne Risiko: so kann eine exzessiv zur Schau getragene Moralität dazu führen, dass die Mitmenschen eingeschüchtert werden, oder die Darstellung wirkt lächerlich und bringt somit nicht den gewünschten Effekt (Jones & Pittman, 1982, S. 245ff.).

Attraktivität herausstellen

Der Begriff Attraktivität umfasst in diesem Zusammenhang mehr als die reine körperliche Attraktivität. Es handelt sich um einen allgemeinen Ausdruck für Beliebtheit oder Sympathie. Hohe Beliebtheitswerte bedeuten viel soziale Macht, da man sich von einem attraktiven und sympathischen Gegenüber eher beeinflussen lässt als von einem unsympathischen.

Um die Darstellung der eigenen Attraktivität nicht zu stören, ist es manchmal hilfreich, nicht zu kompetent zu erscheinen. So konnten Walter R. Gove, Michael Hughes und Michael R. Geerken zeigen, dass sich Menschen einer Person des anderen Geschlechts gegenüber als dümmer darstellten, als sie in Wahrheit waren, um dadurch ihre Attraktivität zu steigern (Gove, Hughes, & Geerken, 1980, S. 100f.).

Status und Prestige betonen

Nach Hans D. Mummendey kann eine Unterscheidung der beiden Begriffe folgendermaßen getroffen werden: während unter Status eine „nicht immer unbedingt an eine Rolle, ein Amt, eine Funktion oder Position gebundene Ressource sozialen Einflusses“ (Mummendey, 1995, S. 152) verstanden wird, ergibt sich Prestige unmittelbar aus einer bestimmten Position.

Ein hoher sozialer Status erhöht die Wahrscheinlichkeit, das Verhalten einer anderen Person beeinflussen zu können. So konnte gezeigt werden, dass Personen der Meinung eines oder einer anderen eher folgten, wenn er oder sie mit einem Dokortitel angesprochen wurde und einen Arztkittel trug, als wenn diese Attribute nicht vorhanden waren (Schmidt, 1971, S. 61ff.). Dieses Experiment ist auch ein Hinweis auf die Wirksamkeit der Technik, die eigene Kompetenz und das eigene Expertentum in den Vordergrund zu stellen.

Diese Technik entspricht der oben besprochenen Theorie des symbolischen Interaktionismus. Als Symbol im Sinne dieser Theorie fungieren viele Statussymbole wie ein

teures Auto oder ein akademischer Titel, da sie Bedeutungszuschreibungen zu der Person zulassen, die sie zur Schau stellt.

Glaubwürdigkeit und Vertrauenswürdigkeit betonen

Allgemein ist es einer Person, die als glaubwürdig und/oder vertrauenswürdig eingeschätzt wird, viel leichter möglich, Einfluss auf andere Personen auszuüben, als wenn ihre Mitmenschen ihr nicht vertrauen. Sich selbst als glaubwürdig darzustellen führt also ebenfalls zu sozialer Macht, wenn die Technik Erfolg hat. Hovland, Janis und Kelley konnten zeigen, dass eine vertrauenswürdige Person auch dann einen deutlichen Einfluss auf andere ausüben kann, wenn sie kein Experte bei dem jeweiligen Thema ist (Hovland, Janis, & Kelley, 1953, S. 19ff.). Wenig überraschend handelt es sich bei der Glaubwürdigkeit um ein zentrales Merkmal für die Bewertung eines politischen Kandidaten oder einer Kandidatin, wie Janet Sigal et al. zeigen konnten (Sigal, Hsu, Foodim, & Betman, 1988, S. 278ff.).

Offenheit hervorkehren

Indem sich eine Person einer anderen öffnet und ihr Einblicke in ihr Inneres gewährt, kann sie verschiedene Ziele verfolgen: wird das Öffnen in einem angemessenen Maß betrieben, steigt dadurch der Sympathiewert der Person, sie wirkt vertrauenswürdig und attraktiver. Es ist von zentraler Bedeutung, sich weder zu wenig noch zu weit zu öffnen, da dies auf Irritation bei der Interaktionspartnerin oder dem Interaktionspartner stoßen könnte. Gleichzeitig kann die Person erwarten, dass sich in dem von ihr vorgegebenen Ausmaß nun die andere Person ihr gegenüber öffnen wird. Dieser Norm der Reziprozität folgend konnte Paul C. Cozby zeigen, dass sich Personen im Allgemeinen an das Ausmaß der Offenheit der anderen Person anpassen und mit ebenso viel Offenheit reagieren (Cozby, 1972, S. 157ff.).

Sich beliebt machen, einschmeicheln

Unter dem Begriff *ingratiation* werden verschiedene Verhaltensweisen verstanden, die darauf abzielen, auf die Mitmenschen einen positiven und sympathischen Eindruck zu machen. Diese Sympathie soll in weiterer Folge dazu führen, dass man von den anderen Personen öfter belohnt wird. Randall A. Gordon (Gordon, 1996, S. 55) unterscheidet zwischen folgenden Techniken: *opinion conformity*, *other enhancement*, *rendering favors*

und *self-presentation* (hierbei handelt es sich um einen Sammelbegriff für Techniken wie *self-promotion, entitlement* oder *name usage*).

Ein Vorgehen mit diesen Techniken birgt ein gewisses Risiko in sich: baut man auf Schmeicheleien, um bei einer anderen Person Beliebtheit zu erlangen, so begibt man sich in eine Abhängigkeit dieser Person gegenüber. Aus einem Abhängigkeits-Verhältnis heraus wirken vorgebrachte Schmeicheleien allerdings unglaubwürdiger als aus einer unabhängigen Position heraus, man wirkt anbiedernd. Daher sollte unauffällig und nicht offensichtlich vorgegangen werden (Mummendey, 1995, S. 154ff.).

3.3.2.2 Negative Selbstdarstellungstechniken

Entschuldigen, Abstreiten von Verantwortlichkeit, Rechtfertigen

Diese Formen der Selbstdarstellung werden nicht in jeder beliebigen Situation eingesetzt, sondern setzen voraus, dass die Person ein als negativ bewertetes Verhalten gesetzt hat und nun bemüht ist, die negativen Konsequenzen abzuwenden oder zumindest abzuschwächen. Das Ausmaß dieser Konsequenzen ist von folgenden Faktoren abhängig: die Relevanz der verletzten Norm, der angerichtete Schaden und die Verbindung zwischen der Person und dem Schaden (Schlenker & Weigold, 1992, S. 158f.). Die Person hat nun verschiedene Möglichkeiten, die Situation zu verbessern. Sie kann abstreiten, dass der Vorfall stattgefunden hat oder dass sie darin verwickelt sei (*proclaiming innocence*). Sie kann versuchen, die Verantwortung dafür zu reduzieren, indem sie die Verbindung zwischen sich und dem Ereignis auflöst oder die Verantwortung auf äußere statt auf innere Umstände zurückführt (*excuses*). Weiters kann die Person ihr Verhalten rechtfertigen und so die Meinung der Mitmenschen über den Vorfall verändern, indem sie die Relevanz der Norm oder das Ausmaß des Schadens verkleinert oder indem sie ihr Verhalten im Licht einer höherwertigen Norm rechtfertigt (*justification*). Schließlich hat die Person auch die Möglichkeit, ihr Fehlverhalten einzugestehen und sich dafür zu entschuldigen (*apologies*) (Schlenker & Weigold, 1992, S. 158ff.).

Vorsorglich abschwächen

Rechnet eine Person bereits damit, dass eine unangenehme Situation eintreten oder sie ein Fehlverhalten setzen könnte, so kann sie bestrebt sein, bereits präventiv darauf hinzuweisen und so vorsorglich negative Konsequenzen abzuschwächen (*disclaimers*) (Mummendey,

1995, S. 162f.). Es stellt einen Vorteil dieser Technik dar, dass die handelnde Person auf diese Weise die Reaktionen ihrer Mitmenschen auf das erwartete Ereignis antizipieren kann, ohne die negativen Konsequenzen für dessen tatsächliches Eintreten tragen zu müssen (Schlenker & Leary, 1982, S. 658)

Sich als unvollkommen darstellen

Auch diese Technik zielt darauf ab, Verantwortung abzugeben. Jemand schreibt sich selbst eine Schwäche oder Unfähigkeit zu oder stellt sich als krank dar. In weiterer Folge kann er oder sie für sein oder ihr Tun nicht in gleicher Weise verantwortlich gemacht werden, wie wenn er oder sie über die Fähigkeit verfügen würde oder gesund wäre (Berglas, 1988, S. 137ff.). Dieses Verhalten hat für die Person in jedem Fall Vorteile. Kommt es in weiterer Folge tatsächlich zu einem Fehlverhalten, so ist sie dafür nicht verantwortlich zu machen. Hat die Person hingegen Erfolg, so bedeutet dies einen doppelten Verdienst, da sie diesen trotz ihrer Krankheit oder fehlenden Fähigkeit erreicht hat. Auch Verhaltensweisen wie überhöhter Alkohol- oder Drogenkonsum oder Ängstlichkeit werden teilweise auf diese präventive Wirkung der Verantwortungsabgabe zurückgeführt (Mummendey, 1995, S. 164f.).

Understatement

Hierbei handelt es sich um eine Technik, bei der die eigenen Fähigkeiten und Leistungen als geringer dargestellt werden als sie tatsächlich sind bzw. als man selbst sie tatsächlich wahrnimmt. Die handelnde Person baut in diesem Fall darauf, dass ihre Mitmenschen diese Untertreibung nicht wirklich ernst nehmen und daher Rückschlüsse auf die eigentlich hohen Fähigkeiten und Leistungen ziehen (Mummendey, 1995, S. 165f.). Gleichzeitig signalisiert die Person durch dieses Verhalten Bescheidenheit.

Hilfsbedürftig erscheinen

Eine Person stellt sich selbst als schwach und hilfsbedürftig dar und erweckt dadurch bei ihren Mitmenschen den Impuls, ihr zu helfen. Die Hilfsbedürftigkeit kann sich beispielsweise durch eine Krankheit ausdrücken, die Hilfe und Unterstützung erfordert. Da es in vielen Kulturen eine anerkannte soziale Norm darstellt, Hilfe zu leisten, kann die Person mit dieser Unterstützung im Allgemeinen rechnen (Mummendey, 1995, S. 166f.).

Geschlechterrollenstereotypen folgend gibt es gewisse Verhaltensweisen, bei denen sich Männer bzw. Frauen „typisch“ hilflos darstellen. So sind nach Jones und Pittman (Jones & Pittman, 1982, S. 247f.) Frauen bei Tätigkeiten wie Reifen wechseln, mathematische Aufgaben lösen oder Koffertragen stereotyp hilflos, während Männer diese Technik bei Aktivitäten wie Kinderbetreuung oder Kochen an den Tag legen.

Bedrohen, einschüchtern

Um sich selbst als stark und überlegen darzustellen, kann eine Person auf die Technik der Einschüchterung zurückgreifen. Dabei muss es sich nicht unbedingt um die Drohung mit körperlicher Gewalt oder ähnlichem handeln. Schon die Androhung, die andere Person in eine unangenehme oder peinliche Lage zu bringen, kann als Einschüchterung ausreichen (Jones & Pittman, 1982, S. 238ff.). Um den gewünschten Effekt zu erzielen, ist oft eine Andeutung ausreichend. So schreibt Mummendey in diesem Zusammenhang: „Bei einer Person, der man zutraut, dass sie nicht nur droht, zeigt oft schon das alleinige Anheben der Augenbrauen einen Effekt...“ (Mummendey, 1995, S. 169).

Abwerten anderer

Die Technik *blasting* stellt ein negatives Pendant zu der oben beschriebenen Technik des *Basking in reflected glory* dar. Jemand setzt Personen, Vorkommnisse oder Gruppen herab, mit denen er oder sie nicht in Verbindung gebracht werden möchte oder mit denen er oder sie nicht verbunden ist. Dadurch kommt es gleichsam zu einer Erhöhung des eigenen Selbst und indirekt zu *self-promotion*. Experimentell konnte dieses Verhalten durch Robert B. Cialdini und Kenneth D. Richardson nachgewiesen werden (Cialdini & Richardson, 1980, S. 408ff.).

4. Gender

If one had to predict a person's life course on the basis of a single attribute, the best choice would probably be gender.

Phyllis A. Katz, 1986, S. 21

4.1 Definition sex, sex-category, gender

Die Variable Geschlecht spielt in unserer Gesellschaft eine kaum zu überschätzende Rolle. Menschen ordnen sich einem Geschlecht zu und teilen ihre Mitmenschen in die beiden Kategorien *Frau* und *Mann* ein. Auf den ersten Blick handelt es sich also um eine simple dichotome Variable, deren Ausprägung bei einer Person auf einen Blick festgestellt werden kann.

Doch Geschlecht ist wesentlich vielschichtiger als das. Die Unterscheidung zwischen *sex* und *gender* hat bereits vor langer Zeit Einzug gehalten in die Psychologie und der Begriff *gender* ist inzwischen Allgemeinwissen geworden (Athenstaedt & Alfermann, 2011, S. 9). Unter *sex* wurde das biologische Geschlecht einer Person verstanden, eine von Natur aus vorgegebene Konstante im Leben eines Menschen. *Gender* bezeichnet hingegen das sozial konstruierte Geschlecht, das durch Sozialisation zustande kommt (West & Zimmerman, 1987, S. 125f.).

Doch auch diese Differenzierung scheint nicht ausreichend zu sein, ist doch beispielsweise das biologische Geschlecht teilweise weder eindeutig feststell- noch unveränderbar. Candace West und Don Zimmermann schlagen daher eine Unterscheidung folgender Konzepte vor (West & Zimmerman, 1987, S. 127):

- *sex*: hierbei handelt es sich um die Klassifikation einer Person als Mann oder Frau aufgrund von biologischen Kriterien zum Zeitpunkt ihrer Geburt. Bei dem Kriterium kann es sich entweder um die Geschlechtsorgane des Babys handeln oder um das vor der Geburt festgestellte chromosomale Geschlecht des Kindes. Diese beiden Kriterien müssen nicht zwangsläufig übereinstimmen.
- *sex-category*: im Alltag wird die Zuordnung einer Person zu einem Geschlecht verlangt. *Sex-category* bezeichnet diese Zuordnung aufgrund der Darstellung der Person. Dies muss nicht mit der Geburtsklassifikation übereinstimmen.
- *gender*: An jedes Geschlecht werden normative Verhaltensanforderungen gestellt. Mit dem Begriff „Gender“ wird deren Erfüllung durch ein geschlechtsadäquates Verhalten bezeichnet.

Geschlecht geht also weit über das biologische Geschlecht hinaus. Kaum eine andere Variable übt solchen Einfluss auf unser Alltagsleben aus. Anhand der Kategorie Geschlecht werden Menschen in zwei Klassen eingeteilt, an die jeweils spezielle Ansprüche bezüglich ihrer äußerlichen Erscheinung, ihres Verhaltens, ihrer Interessen und ihrer Berufswahl gestellt werden. Eine Missachtung oder ein Zuwiderhandeln werden mit sozialen Sanktionen bestraft. Es herrschen allgemein anerkannte Vorstellungen darüber, wie ein Mann bzw. eine Frau zu sein hat, mit anderen Worten, es gibt klar definierte Geschlechterstereotype.

4.2 Gender Schema Theorie

Sandra Bem veröffentlichte 1981 ihre Gender-Schema-Theorie, mit der sie erklärt, wie es dazu kommt, dass die Menschen sich nach den Zuschreibungen verhalten, die an ihr jeweiliges Geschlecht gemacht werden. Bem postuliert, dass Kinder in ihrer Entwicklung durch ihre Beobachtungen und das Verhalten ihrer Mitmenschen Geschlechtsschemata erlernen, anhand derer sie sich und andere einordnen können. Sie erlernen, welche Verhaltensweisen für welches Geschlecht als adäquat angesehen werden und sich dementsprechend zu verhalten. Die Zuordnung zu einem Geschlecht mit allen daraus resultierenden Konsequenzen wird Teil der Identität des Kindes und beeinflusst in weiterer Folge sein Denken, Urteilen und Handeln. Die gesamte Person wird dadurch beeinflusst: „...the child also learns to evaluate his or her adequacy as a person in terms of gender schema, to match his or her preferences, attitudes, behaviors, and personal attributes against the prototypes stored within it. The gender schema becomes a prescriptive standard or guide...“ (Bem, 1981, S. 355). Durch den Kreislauf aus Zuschreibung, Erleben und Ausüben des stereotypen Verhaltens perpetuieren sich die Unterschiede zwischen den Geschlechtern. Dem Kind werden somit zwei wesentliche Aspekte in Hinblick auf Geschlecht beigebracht: es gibt klare Unterschiede zwischen Frauen und Männer, die sich auf verschiedenen Ebenen ausdrücken, und diese Dichotomie zwischen weiblich und männlich spielt in so gut wie allen Lebensbereichen eine gewichtige Rolle.

4.3 Geschlechterstereotypen

Thomas Eckes definiert Geschlechterstereotypen wie folgt: „*Geschlechterstereotype* sind kognitive Strukturen, die sozial geteiltes Wissen über die charakteristischen Merkmale von

Frauen und Männern enthalten.“ (Eckes, 2010, S. 171). Sie enthalten also Vorstellungen über typische Verhaltensweisen von Männern und Frauen, über deren Aussehen, deren Interessen und Meinungen. Menschen wenden diese Stereotype in sozialen Interaktionen an, da sie die Informationsverarbeitung erleichtern. Diese Anwendung geschieht anfänglich automatisch, ohne bewusste Kontrolle (Eckes, 2010, S. 171).

Geschlechterstereotypen setzen sich aus zwei Anteilen zusammen: einem deskriptiven und einem präskriptiven Anteil. Der deskriptive Anteil gibt eine Aussage darüber, wie Männer und Frauen sind, wie sie sich verhalten und welche Eigenschaften sie haben. Werden diese Annahmen verletzt, ist die Reaktion darauf üblicherweise Überraschung. Der präskriptive Anteil trifft eine normative Aussage und besagt, wie Frauen und Männer zu sein haben. Die Verletzung dieser Normen führt im Allgemeinen zu einer verärgerten Reaktion oder anderen sozialen Sanktionen (Athenstaedt & Alfermann, 2011, S. 14f.).

Der Inhalt von Geschlechterstereotypen wird meist über Fragebögen in Form von Eigenschaftslisten erfasst. Ein Beispiel hierfür wäre der *Bem Sex-Role Inventory* (Bem, 1974, S. 155ff.). Es konnte gezeigt werden, dass Geschlechterstereotype kulturübergreifend ähnlich sind. So wurden in einer von John E. Williams und Deborah L. Best in 25 Ländern durchgeführten Studie folgende Eigenschaften in allen Nationen als typisch für Männer angesehen: abenteuerlustig, aggressiv, dominant, kräftig, kühn, maskulin, robust, selbtherrlich, stark, unabhängig, unnachgiebig, unternehmungslustig. Als typisch weiblich wurden folgende Eigenschaften in allen 25 Nationen angesehen: einfühlsam, feminin, gefühlvoll, liebevoll, träumerisch, unterwürfig (Williams & Best, 1990, S. 77).

Eine Erklärung für diese eindeutige Zuschreibung von Emotionalität und Wärme an Frauen und von Aktivität und Kompetenz an Männer liefert Alice H. Eagly in ihrer Theorie der sozialen Rollen („social role theory of sex differences and similarities“ (Eagly, 1987, S. 8ff.)). Sie postuliert, dass sich diese Aufteilung aus den sozialen Rollen ergibt, die Männer und Frauen im Privat- und Berufsleben typischerweise übernehmen. Frauen sind traditionell für die Erziehung der Kinder und den Haushalt zuständig und im Berufsleben üben sie vermehrt soziale Berufe aus. Wärme und Emotionalität stellen für diese Bereiche wesentliche Eigenschaften dar. Männer hingegen haben weiterhin oft die Rolle des Berufstätigen in höheren Positionen und des Familienernährers inne. Die Zuschreibung von Kompetenz, Stärke und Aktivität folgt aus der Wahrnehmung von Männern in diesen Positionen und den

Anforderungen, die an sie gestellt werden und denen sie entsprechen müssen. Es wird also vielfach der Schluss gezogen, dass es sich um dauerhafte Persönlichkeitseigenschaften handelt, die nicht bloß aufgrund der Anforderungen des Umfeldes und der Situation gezeigt werden.

Stereotypen über Männer und Frauen treffen theoretisch Aussagen über jeden Menschen. Da aber nicht alle Personen unter diese Zuschreibungen subsumiert werden können, werden Substereotype gebildet, welche Aussagen über eine bestimmte Untergruppe von Personen machen. Diese Untergruppe kann nun entweder mit der übergeordneten Gruppe grundsätzlich übereinstimmen, aber einige Besonderheiten aufweisen. Dies trifft beispielweise auf die Typen *Geschäftsmann* oder *Macho* zu. Sie kann aber auch mit den der übergeordneten Gruppe zugeschriebenen Eigenschaften nicht übereinstimmen, sondern entgegengesetzte Charakteristika aufweisen. Indem diese Gruppe von der übergeordneten abgegrenzt wird, bleibt das die allgemeine Gruppe betreffende Stereotyp erhalten. Ein Beispiel hier wäre der Subtyp der *Karrierefrau* (Athenstaedt & Alfermann, 2011, S. 24f.).

Thomas Eckes hat in seinen Studien verschiedene Typen von Geschlechtersubgruppen feststellen können (Eckes, 1997, S. 115f.). Die nachfolgende Tabelle gibt einen Überblick über die Subgruppen inklusive Beispiele von Eigenschaften, die den Gruppen zugeschrieben werden:

Tabelle 3: Subgruppen von Frauen und Männern (nach Eckes, 1997, S. 115f.)

Frauensubgruppen	
Tussi	konservativ, submissiv, abhängig, betont physische Attribute, materialistisch orientiert
Hausfrau	konservativ, submissiv, abhängig, legt wenig Wert auf Äußerlichkeiten, eher idealistische Ziele
Karrierefrau	unabhängig, dominant, selbstbewusst, lehnt traditionelle Frauenrolle ab, strebt nach sozial anerkannter Position, zielstrebig, egoistisch

Tabelle 3 (Fortsetzung): Subgruppen von Frauen und Männern (nach Eckes, 1997, S. 115f.)

Emanze	unabhängig, dominant, selbstbewusst, ablehnende Haltung zu traditioneller Rolle, progressiv, strebt Neudefinition der Rolle der Frau an
Männersubgruppen	
Alternativer	gesellschaftskritisch, gefühlsbetont, politisch interessiert
Professor	realitätsfern, nachdenklich, achtet nicht auf sein Äußeres
Punker	soziale Randgruppe, politisch uninteressiert, aggressiv, ohne Ehrgeiz
Yuppie	zielstrebig, materialistisch, strebt nach sozialem Ansehen
Macho	oberflächlich, egoistisch, legt großen Wert auf sein Äußeres
Spießer	bieder, ordnungsliebend, benimmt sich unauffällig

Eckes führte seine Studien im deutschen Raum durch, die Ergebnisse können auf Österreich übertragen werden (Athenstaedt, Heinzle, & Lerchbaumer, 2008, S. 267).

Die Subgruppe der Karrierefrauen betrifft also Frauen, die im Berufsleben stehen. Diese Gruppe wird zwar als kompetent wahrgenommen, ihr wird aber keine Wärme attestiert. Als solche unterscheidet sie sich stark von der übergeordneten Gruppe der Frauen. Berufstätigen Frauen wird dennoch eine andere Haltung entgegengebracht als berufstätigen Männern, die sich dann auch in Ungleichheiten wie der schlechteren Bezahlung manifestieren (vgl. Seite 57 Kapitel „Professionen“). Wie eine Studie von Joris Lammers, Ernestine H. Gordijn und Sabine Otten zeigen konnte, wird männlichen Politikern eher zugetraut, wirtschaftliche Probleme zu lösen, da sie über Eigenschaften wie Durchsetzungsfähigkeit und Wettbewerbsorientierung verfügen. Weibliche Politiker seien eher geeignet, Probleme des Gesundheitswesens zu lösen, da sie sozial und fürsorglich seien. Handelt es sich allerdings nicht um eine typische Vertreterin oder einen typischen

Vertreter des jeweiligen Geschlechtes, kommt es nicht zu dieser Einschätzung ihrer Fähigkeiten (Lammers, Gordijn, & Otten, 2009, S. 172ff.).

Die Wahrnehmung einer berufstätigen Frau ändert sich in dem Moment, in dem sie ein Kind zur Welt bringt. Amy Cuddy und Susan Fiske konnten zeigen, dass eine berufstätige Mutter zwar als wärmer, aber als weniger kompetent wahrgenommen und eingeschätzt wird als vor der Geburt ihres Kindes. Außerdem werden Mütter weniger gern angestellt und in ihre Ausbildung wird weniger investiert. Die Kompetenz eines Mannes wird nicht davon berührt, wenn er Vater wird. Hingegen werden sie als warmherziger wahrgenommen, was ihnen einen zusätzlichen Bonus bringt (Cuddy & Fiske, 2004, S. 711ff.). Eveline Melching zeigte durch die Befragung von Personalberaterinnen und Personalberatern, dass bei Bewerbern und Bewerberinnen um die Stelle eines Anwaltes bzw. einer Anwältin ein Unterschied zwischen Frauen und Männern mit Kindern gemacht wird. Es wird angenommen, dass Mütter sich ihrer Arbeit gegenüber weniger verpflichtet fühlen als Väter dies tun. Es wurde zwar kein Unterschied in der Einstellungswahrscheinlichkeit zwischen Müttern und Vätern gemacht, sehr wohl aber beim Einstiegsgehalt: Vätern wäre ein Einstiegsgehalt von 3316€ geboten worden, Müttern nur 2775€ (Melching, 2012, S. 5ff.).

In Führungspositionen findet man weitaus seltener Frauen als Männer. In Erweiterung der oben erläuterten Theorie der sozialen Rollen postulieren Alice Eagly und Steven Karau in ihrer Rollenkongruenztheorie für Vorurteile gegenüber weiblichen Führungskräften, dass dies unter anderem darauf zurückzuführen sei, dass die Eigenschaften, die Frauen traditionell zugeschrieben werden, nicht mit den Anforderungen, die an eine Führungsposition gestellt werden, übereinstimmen (Eagly & Karau, 2002, S. 588ff.). Frauen in Führungspositionen werden somit folgende zwei Vorurteile entgegengebracht: sie seien für Führungspositionen weniger geeignet als ihre männlichen Kollegen (dieser Effekt ist umso stärker, je männlicher ein Beruf angesehen wird) und ein effektives Führungsverhalten durch eine Frau wird negativer bewertet, da es nicht mit den Anforderungen an weibliches Verhalten übereinstimmt (Eagly & Karau, 2002, S. 576ff.).

4.4 Geschlechtsrollenidentität

Durch die Internalisierung von Geschlechterstereotypen und –schemata entwickeln Personen eine Geschlechtsrollenidentität. Sie ordnen sich einem Geschlecht zu und dies

drückt sich auch in ihrer Selbstdarstellung aus. Ging man früher davon aus, dass es sich bei Männlichkeit/Weiblichkeit um eine einzige Persönlichkeitsdimension handelt, konnte Sandra Bem zeigen, dass in Wahrheit voneinander getrennte Skalen vorliegen. Sie konstruierte ein Messinstrument zur Erfassung dieser Skalen, den Bem Sex-Role Inventory, mit dem sozial erwünschte männliche und weibliche Eigenschaften abgefragt werden (Bem, 1974, S. 155ff.). Bem entwickelte in weiterer Folge ihr *Androgyniekonzept*. Demzufolge sind Männlichkeit und Weiblichkeit zwei voneinander unabhängige Dimensionen, die bei jedem Menschen unterschiedlich stark ausgeprägt sind. Es ergeben sich somit vier verschiedene Typen: Personen, die sich entweder hoch maskulin und niedrig feminin oder hoch feminin und niedrig maskulin beschreiben, werden als *Geschlechertypisierte* bezeichnet. Personen mit einem hohen Wert sowohl auf der maskulinen als auch auf der femininen Dimension werden *androgyne Typen* genannt. Schließlich handelt es sich bei den Personen mit einem niedrigen Wert auf beiden Dimensionen um *undifferenzierte Typen* (Bem, 1974, S. 158ff.).

Die auf den ersten Blick so simpel erscheinende Variable Geschlecht entpuppt sich bei näherem Hinsehen als vielschichtig und komplex, von biologischen, persönlichen und sozialen Faktoren beeinflusst und mit massiven Auswirkungen auf das Verhalten, Erleben und das Selbstkonzept eines Menschen. Auf den Zusammenhang zwischen Selbstdarstellung und Geschlecht soll im Folgenden näher eingegangen werden.

5. Geschlecht und Selbstdarstellung

Es wurde bereits ausgeführt, dass von Männern und Frauen unterschiedliche Verhaltensweisen und Eigenschaften erwartet werden. Der Schluss liegt nahe, dass sich diese Unterschiede auch in der Selbstdarstellung der Menschen manifestieren, Frauen und Männer also andere Strategien und Techniken verwenden, um den Eindruck, den sie bei einer anderen Person hinterlassen, zu beeinflussen. Hier sollen nun einige empirische Befunde zu diesem Thema vorgestellt werden, die selbstverständlich keinen Anspruch auf Vollständigkeit erheben. Auf die Thematik der unterschiedlichen Selbstdarstellung in Bewerbungssituationen wird gesondert eingegangen (vgl. Seite 45 „Der Einfluss von Impression Management und Geschlecht auf eine Bewerbungssituation“)

Verschiedene Studien haben sich mit generellen Unterschieden in der Selbstdarstellung zwischen Männern und Frauen beschäftigt. So konnten Mark Bolino und William Turnley zeigen, dass Männer grundsätzlich stärkeres Impression Management betreiben und öfter proaktive Verhaltensweisen wie *Ingratiation* oder *Self-promotion* anwenden. Frauen verwendeten demgegenüber diese Taktiken insgesamt weniger und verhielten sich passiver (Bolino & Turnley, 2003, S. 153). Michael Sadler, Jeffrey Hunger und Christopher Miller zeigten, dass Frauen öfter defensiver Selbstdarstellungstechniken anwenden als Männer (Sadler, Hunger, & Miller, 2010, S. 625f.).

5.1 Äußerlichkeiten und Essverhalten

"Was ein Mann schöner ist wie ein Aff', ist ein Luxus!" – Dieses Zitat der Tante Jolesch von Friedrich Torberg weist pointiert darauf hin, dass Äußerlichkeiten für das Ansehen eines Mannes nicht relevant sind, umso relevanter sind sie für Frauen. So konnten John Williams und Susan Bennett beispielsweise zeigen, dass das Adjektiv *attractive* für Frauen als zentraler angesehen wird als für Männer (Williams & Bennett, 1975, S. 329ff.). Frauen achten mehr auf ihr Äußeres als Männer, da dieses für das Bild, das sie bei anderen erzeugen, von ausschlaggebenderer Bedeutung ist. John Daly et al. konnten experimentell nachweisen, dass Frauen in der Toilette eines Restaurants signifikant mehr Zeit dafür aufwenden, sich vor dem Spiegel zurechtzumachen, als dies Männer tun. Es zeigte sich weiters, dass es einen Zusammenhang zwischen der Dauer dieses Verhaltens und der Art der Beziehung zu der Begleitung der Frauen gibt. Personen, die mit ihrem Ehepartner bzw. ihrer Ehepartnerin das Lokal besuchten, verbrachten signifikant weniger Zeit vor dem Spiegel als Personen, die mit ihrer Begleitung zu einem ersten Rendezvous verabredet waren. Es zeigt sich also, dass die Vermittlung eines guten äußerlichen Eindruckes vor allem zu Beginn einer Beziehung wichtig ist (Daly, Hogg, Sacks, Smith, & Zimring, 1983, S. 186ff.).

Auch in den Posen, die Männer und Frauen auf Fotografien einnehmen, lassen sich Unterschiede erkennen. Janet Mills konnte feststellen, dass Frauen auf Fotografien signifikant öfter lächeln. Insgesamt zeigen sie öfter ein Verhalten, das von Mills als *unterwürfig* bezeichnet wird. Dies drückt sich in ihrem Lächeln, der Neigung des Kopfes und der Zuwendung des Gesichtes zur Kamera aus (Mills, 1984, S. 635ff.).

Amanda Willson und Barbara Lloyd replizierten die Studie, erweiterten sie allerdings um die Variable der Studienrichtung der Versuchsteilnehmer und Versuchsteilnehmerinnen, die entweder *Science* oder *Art* studierten. Die Autorinnen stellten fest, dass das Verhalten einer Kamera gegenüber nicht durch das Geschlecht beeinflusst wird, sondern durch die Studienrichtung. Sie stellten daraufhin die These auf, dass es sich nicht um eine Funktion des Geschlechtes handelt, sondern um eine Funktion des sozialen Status, ob jemand unterwürfiges Verhalten zeigt. Da künstlerische Studien als weniger prestigeträchtig angesehen werden als naturwissenschaftliche Studien, nehmen deren Studierende einen niedrigeren sozialen Rang ein. Die Autorinnen postulieren, dass sozialer Status und Geschlecht oft interagieren und sich dadurch das unterschiedliche Verhalten der Frauen in dem Experiment von Janet Mills erklären lässt (Willson & Lloyd, 1990, S. 94ff.).

Bella DePaulo berichtet von weiteren Unterschieden im nonverbalen Verhalten zwischen Männern und Frauen. So zeigen Frauen mehr nonverbale Verhaltensweisen als Männer, sie schauen ihre Interaktionspartner und Interaktionspartnerinnen öfter an, kommen ihnen näher und berühren sie mehr als dies Männer tun. Außerdem drücken Frauen ihre Emotionen stärker nonverbal aus als Männer (DePaulo, 1992, S. 222f.).

Schließlich vermittelt eine Person auch durch ihr Essverhalten einer anderen Person gegenüber Informationen über sich selbst. DeAnna Mori, Shelly Chaiken und Patricia Pliner haben festgestellt, dass Frauen in Anwesenheit eines begehrenswerten Mannes weniger essen als bei Anwesenheit eines nicht begehrenswerten Mannes (Mori, Chaiken, & Pliner, 1987, S. 695ff.).

5.2 Akademische Leistungen und Selbstdarstellung

Auch bezüglich der Darstellung der eigenen Leistungen und Fähigkeiten zeigen die Geschlechter unterschiedliche Verhaltensweisen. Kimberly Daubman, Laurie Heatherington und Alicia Ahn (1992) ließen Studierende ihre Leistungen für das Ende des Semesters vorhersagen. Die Studierenden wurden auf die Kategorien *öffentlich* und *privat* verteilt. Jene, die ihre Einschätzung *öffentlich* bekannt gaben, taten dies so, dass der Versuchsleiter oder die Versuchsleiterin und die anderen Studierenden sie hören konnten. Die Studierenden in der *privat*-Bedingung schrieben ihre Einschätzung auf einen Zettel und steckten diesen in ein Kuvert. Später wurden die Einschätzungen mit den tatsächlich

erzielten Studienerfolgen verglichen. Folgende Ergebnisse wurden erzielt: in der *öffentlich*-Bedingung schätzten Männer ihre Leistungen zu hoch ein, Frauen hingegen realistisch. In der *privat*-Bedingung kam es nicht zu solchen Unterschieden. In einer zweiten Versuchsanordnung gaben die Versuchsleiterin oder der Versuchsleiter jeweils unmittelbar vor der Einschätzung durch die Studierenden ihre eigenen Leistungen bekannt, in einer Bedingung handelte es sich um hohe Leistungen, in einer zweiten Bedingung um eher niedrige Leistungen. Die Effekte dieser Informationen wirkten sich auf die Schätzungen der Studierenden aus: Frauen schätzten ihre Leistungen signifikant schlechter ein, als diese tatsächlich waren, bei Männern war dies nicht der Fall. Die Autorinnen bieten die Erklärung an, dass Frauen den Selbstwert ihres Gegenübers schützen und ihn nicht durch eigene gute Leistungen gefährden wollen (Daubman, Heatherington, & Ahn, 1992, S. 187ff.).

Die niedrigere Einschätzung der eigenen Leistungen durch die Studentinnen könnte ihren Ursprung in dem weiblichen Stereotyp haben, dass Frauen bescheiden sind und ihre Leistungen nicht in den Vordergrund stellen. Jerald Jellison, Renée Jackson-White, Richard Bruder und Wendy Martyna zeigten in ihren Untersuchungen, dass gute Leistungen und die Darstellung des eigenen Erfolges davon abhängen, ob dies durch das Gegenüber belohnt wird oder nicht. Da Frauen für Erfolg oft bestraft würden, könnte dies dazu führen, dass sie keinen Erfolg anstreben und ihre Selbstdarstellung daran anpassen (Jellison, Jackson-White, Bruder, & Martyna, 1975, S. 369ff.).

Tatsächlich konnte Laurie Rudman zeigen, dass eine intensive Selbstdarstellung in Form von *self-promotion* durch Frauen sich negativ auswirken kann. *Self-promotion* führt zwar einerseits dazu, dass der Person höhere Kompetenzen zugeschrieben werden. Während dieses Verhalten für Männer durchwegs positive Konsequenzen hat, da es dem männlichen Stereotyp von Stärke und Führungskompetenz gepaart mit hoher Leistungsfähigkeit entspricht, kann es bei Frauen dazu führen, dass ihre Kompetenzen zwar vielleicht auch höher eingeschätzt werden, ihr Verhalten aber insgesamt auf Ablehnung stößt. Sich nicht so zu verhalten, wie es von einer Frau erwartet wird, ist mit negativen sozialen Konsequenzen verbunden. Eine Situation, in der eine positive und intensive Selbstdarstellung notwendig ist, wie beispielsweise ein Bewerbungsgespräch, stellt Frauen also vor ein soziales Dilemma (Rudman, 1998, S. 641ff.). Dies ist für die hier vorliegende Untersuchung von wesentlicher Bedeutung.

Dennoch haben Frauen sehr wohl die Fähigkeit, sich und andere in einem so guten Licht darzustellen, dass dies einen positiven Effekt bei ihrem Gegenüber hat. Corinne Moss-Racusin und Laurie Rudman zeigten, dass Frauen, die dazu angehalten waren, jemand anderen zu „promoten“, dies genauso überzeugend taten wie Männer, die sich selbst darstellten. In der Darstellung der eigenen Person waren Frauen hingegen viel zurückhaltender (Moss-Racusi & Rudman, 2010, S. 198ff.).

6. Der Einfluss von Impression Management und Geschlecht auf eine Bewerbungssituation

Ist ein Posten zu besetzen, so muss meist aus einem Pool von Bewerbern und Bewerberinnen jene Person ausgewählt werden, die am besten geeignet scheint. Diese Entscheidung muss häufig auf Basis weniger Informationen (Lebenslauf, Bewerbungsschreiben, etc.) und kurzer Interaktionen in Form eines Bewerbungsgespräches getroffen werden. Die Vermutung liegt daher nahe, dass neben der fachlichen Qualifikation noch andere Faktoren bei der Auswahl eine Rolle spielen. Im Folgenden soll der Einfluss des Einsatzes von Impression Management und der Einfluss des Geschlechtes in dieser Situation beleuchtet werden. Außerdem soll ein Überblick über den Forschungsstand zum Zusammenspiel dieser beiden Variablen gegeben werden.

6.1 Einfluss von Impression Management in einer Bewerbungssituation

Welche Faktoren üben nun neben den fachlichen Qualifikationen einer Bewerberin oder eines Bewerbers einen Einfluss auf die Entscheidung in einem Bewerbungsprozess aus? Murray R. Barrick, Jonathan A. Shaffer und Sandra W. DeGrassi führten eine Meta-Analyse durch und erhielten folgende Ergebnisse: Den größten Einfluss auf die Bewertung durch die Personalistin oder den Personalisten hatte die äußere Erscheinung einer Person, vor allem ihr professionelles Auftreten (Hygiene, die Wahl der richtigen Kleidung, etc.), gefolgt von ihrer Attraktivität. Angewandte Impression-Management-Strategien hatten den

zweitstärksten Effekt. Hier wurden zwei Untergruppen differenziert: Als wesentlichste Strategie erwies sich *self-promotion*, worunter *exemplification*, *entitlements*, *enhancements* und *self-promotion* zusammengefasst werden. Als zweite Kategorie wurde *other enhancements* genannt, welches darauf abzielt, sich bei seinem Gegenüber beliebt zu machen. Der drittstärkste Effekt ging von der Variablen *verbale und nonverbale Merkmale* aus, also von dem Sprechstil einer Person, ihrer verbalen Flüssigkeit, ihren Gesten und Mimiken (Barrick, Shaffer, & DeGrassi, 2009, S. 1402ff.).

Es zeigt sich also, dass Kandidatinnen und Kandidaten den Eindruck, den sie bei ihrem Gegenüber erzeugen, bis zu einem gewissen Grad kontrollieren und positiv beeinflussen können. Zu ähnlichen Ergebnissen kamen auch David C. Gilmore und Gerald R. Ferris (1989) und Chad A. Higgins, Timothy A. Judge und Gerald R. Ferris (2003). Sandy J. Wayne und Robert C. Linden fanden heraus, dass Untergebene die Bewertung durch ihre Vorgesetzten durch Impression Management beeinflussen (1995, S. 245ff.).

Auch der wesentliche Effekt von *self-promotion* wurde immer wieder nachgewiesen. So untersuchten Amy Kristof-Brown, Murray M. Barrick und Melinda Franke (2002, S. 36ff.), wie Charaktereigenschaften der Bewerberinnen und Bewerber den Einsatz von Impression Management beeinflussen und wie sich das auf ihre Beurteilung auswirkt. Auch in dieser Untersuchung ging der stärkste Effekt von *self-promotion* aus. Der Effekt von *other-enhancement* mag kleiner sein, er führt allerdings zu einer positiveren affektiven Bewertung der Bewerberin oder des Bewerbers, wie K. Michele Kacmar und Dawn S. Carlson zeigen konnten (1999, S. 1301ff.). Dass eine Kombination aus *ingratiation* und *self-promotion* einen höheren Einfluss hat als jede der Techniken für sich, zeigten Karin Proost, Bert Schreurs, Karel de Witte und Eva Derous (2010, S. 2161ff.). In ihrer Untersuchung wurde der stärkste Effekt gemessen, wenn die Techniken *self-promotion* und *ingratiation* kombiniert eingesetzt wurden. Für sich betrachtet war *self-promotion* immer noch erfolgreicher als *ingratiation*, was wiederum mehr Einfluss ausübte, als wenn keinerlei Technik angewandt wurde.

Doch übt Impression Management ungefiltert Einfluss auf die Bewertungen der Bewerber und Bewerberinnen aus? In einer Untersuchung mit realen Bewerbungsgesprächen wurde festgestellt, dass sich der Effekt von Impression Management auf die Bewertung durch die Interviewenden bestätigte. Zusätzlich konnten folgende Moderatorvariablen festgestellt werden: je strukturierter ein Interview durchgeführt wurde, desto weniger Einfluss übten

nonverbale Verhaltensweisen aus, welche ebenfalls zu den Selbstdarstellungstechniken gezählt wurden. Doch auch in strukturierten Interviews wurden Impression-Management-Techniken als Informationsquelle für berufsrelevante Charakteristika der Bewerberinnen und Bewerber verwendet und führten zu einer positiveren Bewertung. Weiters kristallisierte sich der Grad des Kundenkontaktes, den eine Stelle mit sich brachte, als Moderatorvariable heraus. Kam es kaum zu Kundenkontakt im Berufsalltag, so schmälerte dies den Einfluss von Impression-Management-Techniken, die auf die Person der/des Bewerber/in fokussieren. War Kundenkontakt hingegen ein wichtiger Bestandteil der Arbeitsaufgabe, kam es zu einem positiven Einfluss von selbst-fokussiertem Impression Management. Schließlich zeigte sich auch, dass die Länge des Bewerbungsgespräch einen moderierenden Effekt ausübt: je länger das Interview, desto schwächer der Einfluss der Impression-Management-Verhaltensweisen (Tsai, Chen, & Chiu, 2005, S. 119ff.).

Um zu testen, welche Impression-Management-Strategien von Bewerberinnen und Bewerbern auch tatsächlich angewandt werden, führten Cynthia K. Stevens und Amy L. Kristof (1995) eine Analyse anhand real durchgeführter Interviews durch. Sie codierten Verhaltensweisen wie *self-promotion*, *personal stories*, *entitlements*, *excuses*, *justifications* in die beiden Kategorien *assertive* und *defensive* Impression-Management-Taktiken und vermuteten, dass Bewerber und Bewerberinnen mehr assertive als defensive Taktiken zeigen werden und mehr *self-promotion* als *ingratiation*. Beide Hypothesen wurden bestätigt. Bewerber und Bewerberinnen verwendeten vor allem folgende Techniken: sich selbst darstellen als hart arbeitend und energiegeladen (63% zeigten dieses Verhalten), als erfolgreich, selbstbewusst und kompetent (54%), „interpersonally skilled“ (54%), wachstumsorientiert (33%), ziel- oder resultatorientiert (29%), als effektive Führungspersönlichkeit (17%) (Stevens & Kristof, 1995, S. 594ff.). Bezüglich der Auswirkungen des Einsatzes der Impression-Management-Techniken zeigte sich, dass ein verstärkter Einsatz zu einer höheren Bewertung durch die Interviewenden und einer höheren Anstellungswahrscheinlichkeit führte.

Ebenfalls mit den Auswirkungen von gezielten Selbstdarstellungsverhaltensweisen beschäftigte sich eine Untersuchung von Arup Varma, Soo Min Toh und Shaun Pichler. Sie ist für die hier durchgeführte Studie von besonderem Interesse, da untersucht wurde, wie sich

die Anwendung von Impression Management in Bewerbungsschreiben auf die Bewertung der Bewerber und Bewerberinnen und die Anstellungswahrscheinlichkeit auswirkt. Auch für schriftliche Bewerbungen zeigte sich ein Einfluss von Impression Management auf den weiteren Verlauf der Bewerbung, wobei auch hier wieder selbstfokussierte Taktiken (wie *self-enhancement*) wesentlich effizienter waren als Taktiken, die das Gegenüber ansprechen sollten, wie beispielsweise das Hervorkehren dessen Erfolge. Bereits auf der Stufe der schriftlichen Bewerbung zeigt sich also eine Beeinflussung des Prozesses durch Impression-Management-Verhaltensweisen (Varma, Tho, & Pichler, 2006, S. 205ff.).

In diesem Zusammenhang soll darauf verwiesen werden, dass in der bisherigen Forschung vor allem das Bewerbungsgespräch untersucht wurde. Zu diesem Thema können selbstverständlich nicht alle Ergebnisse hier aufgezählt werden, sie sind auch nicht der Hauptfokus der hier durchgeführten Untersuchung. Zusammenfassend sei auf Gregory S. Jelf (1999) und Allen I. Huffcutt (2011) verwiesen. Der Fokus der aktuellen Untersuchung liegt hingegen auf dem Bewerbungsschreiben als erstem Akt des Bewerbungsprozesses.

6.2 Einfluss von Geschlecht in einer Bewerbungssituation

Auf politischer Ebene wird seit geraumer Zeit versucht, eine Gleichstellung der Geschlechter auf dem Arbeitsmarkt zu erreichen, welche bereits beim Bewerbungsprozess beginnt. So bestimmt §7 Gleichbehandlungsgesetz³, dass die Ausschreibung einer Stelle geschlechtsneutral zu erfolgen hat. Dem Gesetz ist es allerdings nicht möglich, die persönliche Interaktion zwischen der anstellenden Person und einem Bewerber oder einer Bewerberin zu kontrollieren. Dass das Geschlecht in dieser Situation einen starken Einfluss ausübt, zeigt sich anhand der nun vorgestellten Untersuchungen. Als *Geschlecht* wird in diesem Zusammenhang durchwegs das biologische Geschlecht bezeichnet.

In einer Studie (Dipboye, Arvey, & Terpstra, 1977), in der der Einfluss von Geschlecht, körperlicher Attraktivität und Qualifikationen systematisch variiert wurde, wurde beobachtet, wie sich das auf die Bewertung durch männliche und weibliche Bewerber auswirkte, die ebenfalls in die Kategorien *sehr attraktiv*, *durchschnittlich attraktiv* und *wenig*

³ BGBl 16/1994 idF 140/2011.

attraktiv eingeteilt wurden. Als Untersuchungsmaterial wurden Bewerbungsschreiben mit Fotografien verwendet. Sowohl Frauen als auch Männer würden eher eine qualifiziertere Person einstellen als eine unqualifiziertere, eher einen Mann als ein Frau und eher eine sehr attraktive Person als eine durchschnittlich attraktive Person, welche sie aber wiederum eher einstellen würden als eine unattraktive Person. Auch Wechselwirkungen zeigten sich: so hat ein attraktiver Mann eher eine Chance auf eine Anstellung als eine attraktive Frau, für unattraktive Personen gilt dasselbe. Dieser Effekt war umso stärker, je weniger qualifiziert die Personen waren. Diese Bewertungen zeigten sich nicht nur für den Auswahlprozess an sich, sondern auch für die Frage der Höhe des Gehaltes. Auf die Frage, welche Person die Anstellung bekäme, wenn man sich für eine entscheiden müsste, wurde am häufigsten der attraktive, qualifizierte Mann genannt. Von der Attraktivität der bewertenden Person ging kein Effekt aus. Die Autoren vermuten, dass die erzielten Effekte besonders relevant für die Phase des Auswahlprozesses sein, in der aufgrund einer schriftlichen Bewerbung entschieden wird, ob eine Person zu einem Interview geladen wird oder nicht (Dipboye, Arvey, & Terpstra, 1977, S. 294). In der Interviewsituation würden eventuell andere Faktoren relevant werden, in dieser Vor-Auswahlphase spielen Kategorien wie Attraktivität und Geschlecht hingegen noch eine stärkere Rolle.

Untersuchungen wie die eben berichtete wurden häufiger durchgeführt, die Ergebnisse gleichen sich, dennoch gibt es Unterschiede. So konnte beispielsweise gezeigt werden, dass männliche und weibliche Bewerberinnen und Bewerber nicht gleichermaßen diskriminierten (Tyler & McCullough, 2009, S. 278ff.). Zwar wurden Frauen allgemein als weniger kompetent eingeschätzt, sie seien mit weniger sozialen Fähigkeiten ausgestattet und die Wahrscheinlichkeit, dass sie zu einem Interview geladen werden, sei signifikant geringer als für Männer. Zusätzlich zeigte sich aber eine starke Wechselwirkung: differenzierte man zwischen männlichen und weiblichen Bewerberinnen und Bewertern, zeigte sich, dass Männer Frauen signifikant schlechter bewerteten als Männer, Frauen machten hingegen keine solchen Unterschiede. Ein weiterer wesentlicher Einflussfaktor ist die Art der Stelle. Handelt es sich dabei um einen Beruf, der eher männlich bewertet wird, so bewerteten Männer Frauen dafür als signifikant schlechter geeignet. Entspricht der Beruf hingegen eher einem weiblichen Stereotyp, so unterschieden die männlichen Bewerber nicht zwischen Männern und Frauen. Frauen machten - unabhängig von der Konnotation der Stelle - keinen

Unterschied zwischen Männern und Frauen. Ähnliche Ergebnisse erzielten auch Martha Foschi, Larissa Lai und Kirsten Sigerson (1994) und Janine Bosak und Sabine Sczesny (2011).

Laura M. Graves und Gary N. Powell (1988, S. 23ff.) hingegen fanden in ihrer Untersuchung keinerlei Diskriminierungen im Rahmen eines Bewerbungsgespräches aufgrund des Geschlechtes.

Michael S. Cole, Hubert S. Feild und William F. Giles (2004, S. 602ff.) fanden heraus, dass männliche und weibliche Bewerberinnen und Bewerber nicht dieselben Informationen aus Bewerbungsschreiben herauslesen. Während beispielsweise männliche Bewerber aus den Bewerbungen von Frauen herauslasen, dass diese mehr extrauniversitäre Interessen hätten als ihre männlichen Mitbewerber, lasen weibliche Bewerberinnen dies nicht heraus. Diese unterschiedliche Wahrnehmung könnte sich auf den weiteren Bewerbungsprozess auswirken.

Es soll nun noch etwas stärker darauf eingegangen werden, wie Bewerber oder Bewerberin und die stereotypen Zuschreibungen zu einem Beruf zusammenpassen. So führten Heather K. Davison und Michael J. Burke eine Metaanalyse durch, die folgende Ergebnisse erbrachte: sowohl Männer als auch Frauen erfahren Diskriminierung aufgrund des Geschlechtes, wenn sie sich für eine Stelle bewerben, die inkongruent mit dem jeweiligen Geschlechtsstereotyp ist. Da die vorgewiesenen Qualifikationen gleich waren, wurde die Entscheidung aufgrund dieser Stereotype getroffen (Davison & Burke, 2000, S. 235ff.).

Es zeigt sich also ein wesentlicher Einfluss der Passung zwischen dem Geschlecht des Bewerbers oder der Bewerberin und den Erwartungen, die bezüglich des Geschlechtsstereotypes an einen Beruf gerichtet sind. Dieser Effekt zeigt sich auch Männern gegenüber, wie Madeline E. Heilman und Aaron S. Wallen (2010, S. 665f.) zeigen konnten. Frauen gegenüber kommt es zu einem sogenannten *backlash*. In vielen Berufen und Positionen, vor allem auf einer höheren Stufe der Karriereleiter, werden stereotype männliche Eigenschaften erwartet: Durchsetzungsfähigkeit, Entschlossenheit, Selbstbewusstsein, Entscheidungsfähigkeit etc. Befindet sich nun eine Frau in so einer Position, steht sie vor dem Dilemma, entweder den Erwartungen zu entsprechen, die an sie als Frau gerichtet werden oder jenen, die der Beruf mit sich bringt. Es ist unmöglich, beiden gerecht zu werden. Verhält sie sich der weiblichen Geschlechtsrolle entsprechend, wird dies

im Beruf als schwach und unpassend erlebt. Erfüllt sie hingegen die Erwartungen, die aufgrund ihrer Stelle an sie gerichtet werden, verletzt sie damit das weibliche Stereotyp, was – wie bereits oben ausgeführt – mit massiven sozialen Sanktionen verbunden ist. Dieser Backlash-Effekt konnte vielfach belegt werden, einige Beispiele: (Rudman & Phelan, 2008, Phelan, Moss-Racusin, & Rudman, 2008, Rudman & Glick, 1999, Amanatullah & Morris, 2010, Rudman, Moss-Racusin, Phelan, & Nauts, 2012).

6.3 Einfluss des Zusammenspiels von Geschlecht und Impression Management in einer Bewerbungssituation

Es hat sich also gezeigt, dass sowohl die Variable *Impression Management* als auch die Variable *Geschlecht* den Bewerbungsprozess beeinflussen. Doch wie wirken diese beiden Variablen zusammen? Welche Impression-Management-Techniken wenden Frauen, welche Männer in beruflichen Situationen an? Wer hat womit Erfolg? Hier ein Überblick über den aktuellen Stand der Forschung zu diesen Themen:

Im Jahr 2007 führten Rosanna E. Guadagno und Robert B. Gialdini eine Durchsicht der Literatur zu den Themen Gender und Impression Management im Arbeitskontext durch (Guadagno & Cialdini, 2007, S. 486ff.). Sie ordneten die Verhaltensweisen der Selbstdarstellung in Anlehnung an Rosenfeld, Giacalone und Riordan (1995) und Tedeschi (1990) den Kategorien *acquisitive/protective* einerseits und *direct/indirect* andererseits zu. Daraus ergaben sich vier Kombinationen. Für die beiden Techniken *intimidation* und *supplication* führten sie die Sonderkategorie *negative/direct* ein. Danach untersuchten sie, welche Verhaltensweisen von welchem Geschlecht in der Literatur berichtet werden. Einschränkend muss hier angeführt werden, dass die Daten in fast allen Fällen auf der Selbstbeschreibung der befragten Personen beruhen.

- *acquisitive/direct*: Folgende Verhaltensweisen werden von Männern häufiger berichtet als von Frauen: *favor-doing* (um bei der anderen Person das Bedürfnis zu wecken, diesen Gefallen irgendwann auszugleichen), *self-promotion/enhancement*, *entitlement/acclaiming* (sich verantwortlich zeigen für positive Ereignisse). Frauen berichten hingegen folgende Verhaltensweisen öfter als Männer: *modesty*, *opinion conformity* und *flattery/compliments*. Gemischte Ergebnisse gibt es für die Techniken *charm* und *ingratiation*, hier ist also nicht eindeutig, ob Männer oder Frauen dies öfter anwenden.

Keinerlei geschlechtsspezifische Ergebnisse wurden gefunden für *exemplification* und *other-enhancement*.

- *acquisitive/indirect*: Zu diesen Techniken liegen weniger für diese Untersuchung interessante Ergebnisse vor. Lediglich für *association/basking in reflected glory* wird von einem häufigeren Verhalten von Männern berichtet. Bezüglich *physical appearance* liegen gemischte Ergebnisse vor. Die Techniken *boosting* („reducing unfavorable features of a positively linked other“), *burnishing* („enhancing unfavorable features of a positively linked other“), *blurring* („disclaiming negative link with a favorable other“) und *belittling* („reducing favorable traits of negatively linked other“) weisen keine Geschlechtsunterschiede auf. (Alle Zitate S. 487).
- *protective/direct*: In dieser Kategorie gibt es zwei Techniken, die von Männern häufiger angegeben werden: *sandbagging* (sich fälschlicherweise als unfähig darstellen, um Erwartungen niedrig zu halten) und *self-handicapping* (Hindernisse aufbauen, so dass eine Aufgabe kaum ausgeführt werden kann). Frauen hingegen wenden mehr *excuses* an, mehr *hedging* und mehr *apologies*. Unter *excuses* wird verstanden, dass zwar zugegeben wird, dass ein Fehler gemacht wurde, Verantwortung dafür wird aber abgestritten. *Apologies* hingegen bedeutet, dass jemand Verantwortung übernimmt. *Hedging* wird beschrieben als „verbal strategies that imply uncertainty and lack of commitment“ (S. 487). Gemischte Resultate ergaben sich für die Techniken *justifications* und *accounts*, also dafür, ein Verhalten zwar zu verantworten, aber es nicht als falsch anzusehen und für *verbal damage control*. Keine Ergebnisse bzw. keine Forschung konnte für die Techniken *disclaimers*, *remedial* und *self-reported handicap* gefunden werden.
- *protective/indirect*: Auch in dieser Kategorie fanden sich ausschließlich bei der Technik *blasting* („derogating a negatively linked other) eine häufigere Nennung durch Männer. Keine Unterschiede wurden berichtet für die Verhaltensweisen *dissociation* (sich von anderen nach einem negativen Ereignis distanzieren), *blaring* („proclaiming a negative link to an unfavorable other“) und *burying* („disclaiming a positive link to an unfavorable other“) (Alle Zitate S. 487).
- *negative/direct*: In dieser bereits oben erwähnten Kategorie befinden sich die Techniken *intimidation/coercion*, die von Männern häufiger berichtet werden, und *supplication/playing dumb*, was hingegen Frauen häufiger als Strategie angeben.

Weiters berichten die Autorin und der Autor darüber, dass Frauen, wie bereits bezüglich des backlash-Effektes ausgeführt, häufig mit sozialen Sanktionen zu rechnen haben, wenn sie sich nicht entsprechend den Erwartungen, die aufgrund von Geschlechtsstereotypen an sie gerichtet werden, verhalten. Außerdem haben das Klima und die Einstellungen, die in einer Organisation bezüglich dieser Themen herrschen, einen massiven Einfluss darauf, wie die Betroffenen die Situation erleben.

Auch zur Frage, welche Techniken eingesetzt werden, wenn es darum geht, eine Beförderung zu erwirken, wurden Untersuchungen gemacht. So berichten Val Singh, Savita Kumra und Susan Vinnicombe (2002, S. 77ff.) über von Männern und Frauen eingesetzte Strategien zur Erreichung dieses Zieles. Männer geben an, mehr Strategien zu verwenden, die auf den/die Manager/in wirken sollen (*manager-focused*), als Frauen, sie betreiben signifikant mehr *networking* und in dieser Studie auch mehr *ingratiation*. Hier lässt sich allerdings eine Unterscheidung nach Altersklassen erkennen. Während ältere Frauen den Nutzen von *ingratiation* erkannt und ihre Scheu überwunden haben dürften, es einzusetzen, verwenden junge Frauen bis 30 diese Strategie kaum. Männer berichten auch von einem stärkeren Einsatz von *self promotion of ambition and success*, allerdings war der Unterschied nur in der Gruppe der unter 30jährigen signifikant. Die Studie zeigt weiters, dass Männer signifikant öfter mit Führungspersonen auf gleicher Augenhöhe kommunizieren als dies Frauen tun. Bezüglich der Strategien, die die AutorInnen als *job-focused* bezeichnen, zeigen Frauen mehr „high performance, visible commitment and preparation strategies“.

Im zweiten Teil der Untersuchung wurden semistrukturierte Interviews mit Männern und Frauen zu ihren Erfahrungen durchgeführt. Es zeigte sich, dass beide Geschlechter dieselben Faktoren als wesentlich für eine Beförderung angeben: harte Arbeit und den Vorstellungen entsprechen. Dies hat auch viel damit zu tun, wie man sich selbst präsentiert. Männer sahen diese Vorgaben eher emotionslos, sie waren ihnen bewusst und sie verhielten sich dementsprechend. Frauen hingegen hinterfragten diese Anforderungen eher und begegneten ihnen allgemein mit einer anderen Einstellung: „it is thus clear that, far from being unaware of the way in which promotion operated within their environment, the women in this study generally knew the rules of the game, but many chose not to play.“ (S.85).

7. Bewerbungsschreiben

Die in dieser Arbeit durchgeführte Untersuchung beschäftigt sich mit einem speziellen Abschnitt des Bewerbungsprozesses, nämlich mit der schriftlichen Bewerbung bei einer potenziellen Arbeitgeberin oder einem potenziellen Arbeitgeber. Dieser erste Kontakt entscheidet darüber, ob jemand überhaupt in die nähere Auswahl für die Besetzung einer Stelle kommt. Da bisher vor allem das Bewerbungsgespräch Gegenstand einschlägiger Forschung war, wird der Schwerpunkt in dieser Untersuchung auf den schriftlichen Teil der Bewerbung gelenkt. Auch hierfür gibt es bereits Forschungsergebnisse, welche im Folgenden vorgestellt werden. Die meisten der nun angeführten Ergebnisse beziehen sich auf Untersuchungen zu Lebensläufen. Motivationsschreiben oder gar ganze Bewerbungsmappen wurden deutlich seltener untersucht.

Jan K. Arnulf, Lisa Tegner und Oyvunn Larssen (2010, S. 221ff.) interessierten sich für den Einfluss, den das Layout eines Lebenslaufs auf dessen Bewertung hat. In ihrer Studie legten sie daher ihren Probanden, welche zur Hälfte aus professionellen Personalerinnen und Personalern und zur Hälfte aus Studierenden bestanden, wortgleiche Lebensläufe vor, allerdings in drei verschiedenen Layouts: in einem klassisch Design auf weißem Papier, in einem klassischen Design, allerdings auf buntem Papier gedruckt und in einem „kreativen“ Design, das ebenfalls auf weißem Papier gedruckt war. Dieses „kreative“ Design wird folgendermaßen beschrieben: „In the „creative“ layout the contents of the résumé such as education, work experience, etc. were written into a graphical pattern of circles and squares that conveyed a more dynamic, but less orderly, shaped presentation (...).“ (S.225). In der Bewertung der verschiedenen Designs zeigten sich signifikante Unterschiede: das klassische weiße Layout wurde signifikant besser bewertet als der auf buntem Papier gedruckte Text. Dieser allerdings hinterließ einen signifikant besseren Eindruck als das kreative Design. Die Chance, zu einem Interview geladen zu werden, ist daher signifikant größer, wenn man sich mit einem „klassischen“ Lebenslauf auf weißem Papier bewirbt. Die Unterschiede in der Bewertung zwischen Studierenden und Professionellen waren nicht signifikant, die Personalerinnen und Personalern zeigten lediglich eine Tendenz, sich weniger durch die äußerliche Form beeinflussen zu lassen.

Neben dem Layout wurden noch weitere Faktoren gefunden, die die Bewertung eines Lebenslaufs beeinflussen. In einer umfangreichen Studie mit Lebensläufen von College-Graduierte (Thoms, R., Roberts, & Dombkowski, 1999, S. 349ff.) ergaben sich folgende Ergebnisse kurz zusammengefasst: eine Seite ist besser als zwei Seiten, der Notendurchschnitt (ab einem mittleren Niveau) sollte besser angegeben werden als nichts darüber zu schreiben, ein besserer Notendurchschnitt wird wenig überraschend positiver bewertet als ein schlechterer. Weiters erwies es sich als vorteilhaft, am College belegte relevante Lehrveranstaltungen anzugeben, sowie erzielte Leistungen aufzulisten. Bezüglich Impression Management untersuchten die Autorinnen und der Autor den Gebrauch von *general objective statements* und *specific objective statements*. Damit sind Aussagen gemeint, die die Kandidatin oder den Kandidaten in einem positiven Licht erscheinen lassen sollen, wobei mit *general* Gemeinplätze wie „Ich suche nach einer Herausforderung“ gemeint sind. *Specific objective statements* hingegen beziehen sich konkret auf die ausgeschriebene Stelle und die Passung der Kandidatin oder des Kandidaten zu dieser. Generell konnte eine Tendenz dazu festgestellt werden, überhaupt *objective statements* in die Bewerbung aufzunehmen, wenn vorhanden wurden *specific objective statements* allerdings wesentlich besser bewertet.

Weiters wurde untersucht, welche der drei großen Bereiche *Ausbildung*, *Berufserfahrung* und *außerschulische Erfahrungen*, aus denen Lebensläufe oft bestehen, Einfluss auf die *Anstellbarkeit* eines Bewerbers oder einer Bewerberin haben (Cole, Rubin, Feild, H.S., & Giles, 2007, S. 331ff.). Sie fanden heraus, dass in den Lebensläufen von College-Absolventinnen und Absolventen die Faktoren *Ausbildung* und *außerschulische Erfahrung* signifikanten Einfluss darauf ausübten, ob jemand als anstellbar angesehen wurde oder nicht. Allerdings ist dies bei der untersuchten Gruppe auch nicht verwunderlich, da man unmittelbar nach Abschluss seiner Ausbildung kaum über relevante Berufserfahrung verfügen kann. Sie fanden aber auch heraus, dass ein Defizit in einer der Kategorien durch gute Werte in einer der anderen Kategorien ausgeglichen werden kann. Verfügt jemand also beispielsweise nicht über wesentliche außerschulische Aktivitäten, kann dafür aber bereits Berufserfahrung vorweisen, gleicht dies das Defizit wieder aus.

Mit zwei sehr unterschiedlichen Einflussfaktoren beschäftigte sich die Studie von Lucy M. Watkins und Lucy Johnston (2000, S. 79ff.). Sie untersuchten den Einfluss von körperlicher Attraktivität und Qualität der Bewerbung. Hierbei konnten Zusammenhänge festgestellt werden. So wurde eine qualitativ hochwertigere Bewerbung besser bewertet als eine durchschnittliche, außer diese zeigte das Bild einer attraktiven Frau. Das Foto hatte grundsätzlich keine Auswirkung auf die Bewertung einer guten Bewerbung, eine durchschnittliche Bewerbung wurde hingegen mit einem attraktiven Foto besser bewertet als ohne Fotografie. Eine durchschnittliche Bewerbung mit einem attraktiven Foto wurde sogar gleich bewertet wie eine gute Bewerbung mit einem attraktiven Foto. Es konnte keinerlei Effekt ausgehend vom Geschlecht der Bewerberin oder des Bewerbers festgestellt werden. Außerdem wurde noch untersucht, wie sich Attraktivität und Qualität auf das Einstiegsgehalt auswirken. Während die Attraktivität hier keinen Einfluss hatte, hatte die Qualität der Bewerbung darauf schon Auswirkungen.

Auch bezüglich des Einsatzes von Impression Management in Bewerbungsschreiben bzw. Lebensläufen finden sich vereinzelt Ergebnisse. Widersprüchliche Resultate fand Stephen B. Knouse in den Jahren 1988 und 1994. Während in einer Untersuchung aus dem Jahr 1988 (S. 246ff.) Impression Management in Lebensläufen als sehr schlecht bewertet wurde und auch in Motivationsschreiben die Ergebnisse eher negativ waren (mit der Ausnahme, dass die Bewerberin oder der Bewerber als selbstbewusster eingestuft wurde), verbesserte der Einsatz von Impression Management in einer Studie aus dem Jahr 1994 die allgemeine Wahrnehmung der Bewerberin oder des Bewerbers, die Einschätzung des Selbstbewusstseins, der „Anstellbarkeit“, der zwischenmenschlichen Kompetenzen und - in eingeschränktem Maß - die Einschätzung der allgemeinen Kompetenzen (Knouse, 1994, S. 39ff.). Wie lässt sich dieser Widerspruch erklären? Knouse führt dazu an, dass es auf die Art und Weise ankäme, in der Impression Management betrieben wird. Während dies in der Studie aus dem Jahr 1988 durch allgemein stark übertriebene Adjektive (wie „excellent“ oder „extremely hardworking“) zur Beschreibung der eigenen Person versucht wurde, kamen in der Untersuchung aus dem Jahr 1994 eher konkrete Beispiele von Erreichtem oder erhaltenes Lob als Selbstdarstellung zum Einsatz. Knouse schließt daraus, dass eine zu intensive Form des Impression Managements einen gegenteiligen Effekt auslösen kann, während eine „wohl-dosierte“ Form der Selbstdarstellung sich durchaus positiv auswirkt.

Zu einem ähnlichen Ergebnis kamen auch Jim Bright und Sonia Hutton (Bright & Hutton, 2000, S. 46ff.). In ihrer Studie wurden *competency statements* als Form der Selbstdarstellung untersucht. Diese werden folgendermaßen definiert: „A competency statement (...) is a succinct description of a candidate’s knowledge, skills and abilities in relation to a specific job competency (...)“ (S. 42). Der Einsatz dieser Statements führte zu einer Verbesserung des allgemeinen Eindrucks. Dadurch steigerten sich die Werte bezüglich der Passung zwischen der Stelle und der Bewerberin oder des Bewerbers signifikant, ebenso wie die allgemeine Bewertung im Vergleich mit anderen Bewerberinnen und Bewerbern und die Wahrscheinlichkeit, zu einem Bewerbungsgespräch geladen zu werden.

8. Rechtswissenschaften und Psychologie

In der hier vorliegenden Studie werden Absolventinnen und Absolventen der Studienrichtungen Diplomstudium Rechtswissenschaften und Diplomstudium Psychologie untersucht. In diesem Kapitel sollen nun einige Fakten zu den Berufen und den Personen dargelegt werden, die diese Berufe ausüben.

8.1 Zahlen und Fakten

Rechtswissenschaften

Bei dem Diplomstudium Rechtswissenschaften handelt es sich um ein mindestens vierjähriges Studium an einer heimischen Universität, das die Studierenden mit dem Titel Magistra iuris bzw. Magister iuris abschließen. Neben den fachlichen Qualifikationen wird laut dem Arbeitsmarktservice (AMS) von Juristinnen und Juristen insbesondere gefordert: Diskretion, Fremdsprachenkenntnisse, gutes Auftreten, Kommunikationsstärke und Lernbereitschaft⁴. Im Wintersemester 2010/11 belegten 23.735 Personen dieses Studium an einer wissenschaftlichen Universität in Österreich, 10.542 (44,4%) davon waren männlich, 13.193 (55,6%) weiblich. Im Studienjahr 2009/10 beendeten 1.345 Personen ihr Studium, davon waren 555 (41,3%) männlich und 790 (58,7%) weiblich.

⁴ Vgl. www.ams.at/bis, 14.9.2012.

Das AMS gibt das durchschnittliche Einstiegsgehalt mit 2540 € bis 2820 € brutto pro Monat an. In einer von der Statistik Austria und der Karriereplattform Uniport (www.uniport.at) in den Jahren 2003-2008 durchgeführten Untersuchung über die Karrierewege von Graduierten der Universität Wien zeigen sich hingegen folgende Verdienstentwicklungen:

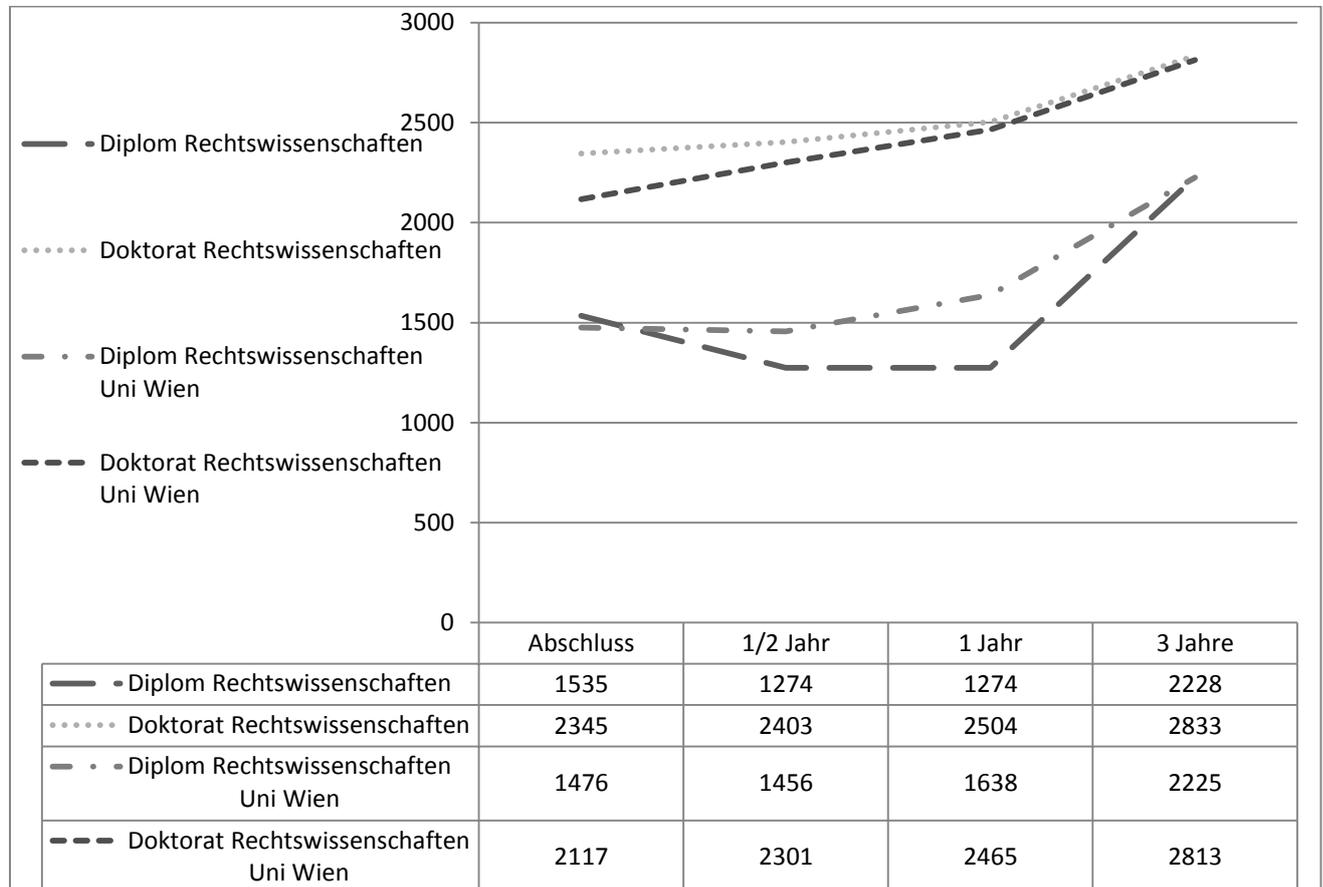


Abbildung 2: Monatseinkommen von Absolventinnen und Absolventen der Rechtswissenschaften (brutto), Medianwerte im Zeitverlauf von 3 Jahren⁵

Bei diesen Zahlen muss berücksichtigt werden, dass viele Absolventinnen und Absolventen unmittelbar nach dem Studium die Gerichtspraxis absolvieren, ein neun bzw. fünf Monate dauerndes Praktikum bei Gericht, welches als Ausbildungs- und nicht als Arbeitsverhältnis gilt. Die Entlohnung beträgt € 1274,2,- brutto bzw. € 1035,- brutto⁶ pro Monat.

Im Jahr 2011 waren 837 Absolventinnen und Absolventen eines Studiums der Rechtswissenschaften arbeitslos, wobei die Arbeitslosigkeit bei Frauen (49,7%) und Männern (50,3%) gleich verteilt war.

⁵ Quelle: <http://gigonomy.com/uniport/grafik3/rechtsw3.jpg>, letzter Besuch 8. August 2013

⁶ Im Jahr 2011 wurde die Ausbildung von neun auf fünf Monate reduziert. Den höheren Betrag verdienen jene Personen, die noch nach der alten Regelung aktiv sind, den niedrigeren all jene, die nach der neuen Regelung ausgebildet werden.

Psychologie

Ein Abschluss in Psychologie kann in Österreich entweder in Form einer Magistra rer. nat. bzw. eines Magister rer.nat. oder eines Bachelor of Science (BSc) bzw. eines Master of Science (MSc) erworben werden. Die Mindeststudiendauer beträgt dementsprechend zwischen 3 und 5 Jahren. Es gab im Wintersemester 2010/11 7.895 ordentliche Studierende der Psychologie an den wissenschaftlichen Universitäten. Eindeutig mehr Frauen (6.072 oder 76,9%) als Männer (1.823 oder 23,1%) belegen dieses Studienfach. Dies zeigt sich auch bei der Zahl der Absolventinnen und Absolventen: im Studienjahr 2009/10 haben 789 Personen dieses Studium beendet, zu 85,9% waren es Frauen (678 Personen), zu 14,1% Männer (111 Personen). Zusätzlich werden von den Absolventinnen und Absolventen laut AMS folgende Qualifikationen gefordert: Aufgeschlossenheit (insb. Bereitschaft zur Selbstreflexion), Beobachtungsgabe, Diskretion, Einsatzbereitschaft, Fremdsprachenkenntnisse, Frustrationstoleranz, Hilfsbereitschaft, hohes Einfühlungsvermögen, Kommunikationsstärke, Lernbereitschaft und eine selbständige Arbeitsweise.

Mit einem vom AMS angegebenen durchschnittlichen Einstiegsgehalt von 2410 € bis 2680 € brutto pro Monat liegen Psychologinnen und Psychologen leicht unter dem Gehalt der Juristinnen und Juristen. Die bereits oben erwähnte Untersuchung mit Graduierten der Universität Wien ergibt für das Fach Psychologie folgendes Bild:

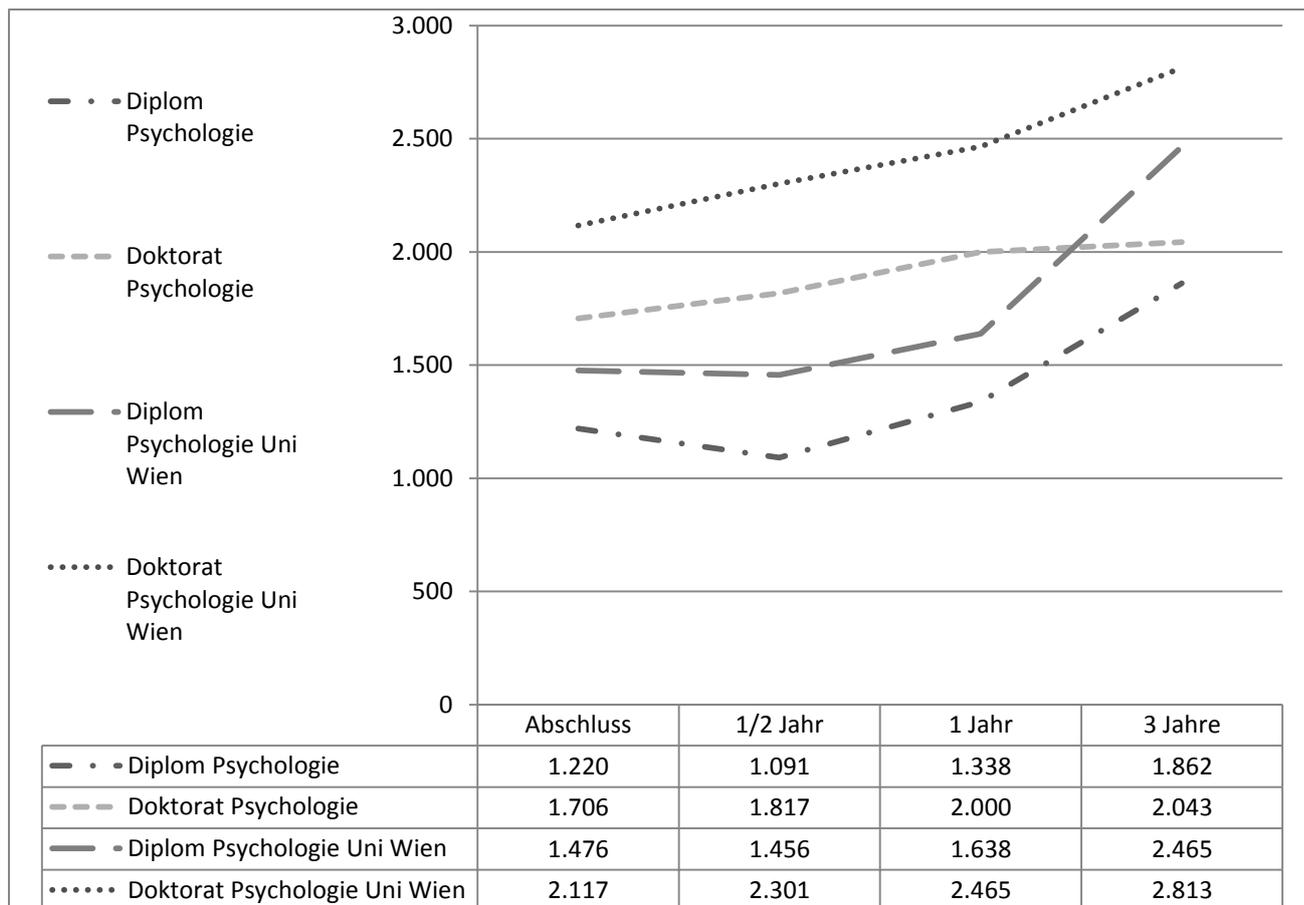


Abbildung 3: Monatseinkommen von Absolventinnen und Absolventen der Psychologie (brutto), Medianwerte im Zeitverlauf von 3 Jahren⁷

Es zeigt sich, dass nach einer Zeitspanne von drei Jahren Psychologinnen und Psychologen durchschnittlich eindeutig weniger verdienen als Juristinnen und Juristen nach diesem Zeitraum. Haben sie ihren Abschluss allerdings an der Universität Wien gemacht, ist dies nicht der Fall.

Das AMS registrierte im Jahr 2011 406 arbeitslose Personen mit einem Abschluss in Psychologie. Frauen waren hier mit 335 Personen (82,5%) eindeutig stärker vertreten als Männer mit 71 Personen (17,5%).

Einkommensunterschiede zwischen Frauen und Männern

Laut dem Frauenbericht 2010 des Bundesministeriums für Frauenangelegenheiten und Gleichstellung⁸ liegt das Bruttojahreseinkommen von Frauen durchschnittlich um 39% unter dem der Männer. Vor allem im Bereich *Recht* lässt sich dieser Gender Pay Gap eindeutig

⁷ Quelle: <http://gigonomy.com/uniport/grafik3/psychologie3.jpg>, letzter Besuch 8. August 2013

⁸ <http://www.frauen.bka.gv.at/site/7207/default.aspx>, 14.9.2012.

feststellen. Das AMS informiert auf seiner Homepage, dass Frauen hier um 35% weniger verdienen als ihre männlichen Kollegen⁹. Im Bereich *Soziales, Gesundheit und Erziehung* zeigen sich ebenfalls Unterschiede aufgrund des Geschlechtes. In der Kategorie *Gesundheits-, Veterinär- und Sozialwesen* verdienen Frauen um 32,2% schlechter als Männer¹⁰.

Es kann somit festgestellt werden, dass sowohl die Profession als auch das Geschlecht einen Einfluss auf das Einkommen einer Person haben: Juristinnen und Juristen verdienen mehr als Psychologinnen und Psychologen und Männer verdienen mehr als Frauen. Es ist davon auszugehen, dass die Wirkung dieser beiden Variablen auch kumuliert auftritt: Männliche Juristen verdienen somit um vieles mehr als weibliche Psychologinnen.¹¹

8.2 Rechtsanwältinnen und Rechtsanwälte und Klinische und Gesundheitspsychologinnen und -psychologen

Viele Absolventinnen und Absolventen der Rechtswissenschaften schlagen nach ihrem Studium die Anwaltslaufbahn ein. Voraussetzung dafür sind neben der Absolvierung des Gerichtsjahres die praktische Tätigkeit als Rechtsanwaltsanwärterin bzw. Rechtsanwaltsanwärter in einer österreichischen Kanzlei für einen Zeitraum von fünf Jahren und die Ablegung der Rechtsanwaltsprüfung. Sind diese Voraussetzungen erfüllt, kann man sich in die Liste der Anwältinnen und Anwälte eintragen lassen. Laut österreichischer Rechtsanwaltskammer gab es mit dem Stichtag 31.12.2011 5.633 Rechtsanwältinnen und Rechtsanwälte. Dass es sich hierbei um einen Männerberuf handelt, belegen folgende Zahlen: Nur 1.050 Personen waren weiblich, dies entspricht 18,6%. Die Männer sind also mit 81,4% oder 4.583 Anwälten klar in der Überzahl. Ein anderes Bild zeigt sich bei den Rechtsanwaltsanwärterinnen und -anwärtern: von 1.883 Anwärtinnen und Anwärtern waren 865 oder 45,9% weiblich. Es zeigt sich also, dass in der Ausbildung das Geschlechterverhältnis nahezu ausgeglichen ist, bei den eingetragenen Anwältinnen und Anwälten ist dies dann nicht mehr der Fall. Laut in der Tageszeitung „Die Presse“ am 24. März 2012 veröffentlichten Zahlen der international tätigen Personalberatungsfirma

⁹ Vgl. <http://bis.ams.or.at/qualibarometer/gender.php?id=62>, 14.9.2012

¹⁰ Vgl. <http://bis.ams.or.at/qualibarometer/gender.php?id=80>, 14.9.2012

¹¹ Vgl. dazu auch http://www.qs.univie.ac.at/fileadmin/user_upload/qualitaetssicherung/PDF/AbsolventInnenbefragung/Kurzbericht_AbsolventInnen_Tracking.pdf, 14.9.2012.

Pedersen & Partners GmbH verdienen Konzipientinnen und Konzipienten bei ihrem Einstieg je nach Größe der Kanzlei zwischen 27.100 € und 38.900 € Jahresgesamteinkommen (inklusive Bonus).¹² Die Zahlen wurden nicht nach Geschlecht differenziert.

Unter Psychologie-Absolventinnen und -Absolventen beliebte Zusatzausbildungen sind die Curricula „Klinische Psychologie“ und „Gesundheitspsychologie“, welche häufig gemeinsam erworben werden. Die Ausbildung besteht neben einem 172 Stunden dauernden Theorieteil aus einem Praxisteil von 1.480 Stunden, der 120 Stunden Supervision beinhaltet. In den allermeisten Fällen handelt es sich bei den Praxisstellen um unbezahlte Arbeitsplätze. Die Theorieausbildung ist kostenpflichtig. Danach kommt es zu einer Eintragung in die Liste der Klinischen Psychologinnen und Psychologen bzw. Gesundheitspsychologinnen und Gesundheitspsychologen beim Bundesministerium für Gesundheit. Am 13. September 2012 waren in der Liste der Klinischen Psychologinnen und Psychologen 7.817 Personen eingetragen, 17,9% davon männlich (1.404 Personen). Insgesamt 7.804 Personen waren als Gesundheitspsychologinnen bzw. Gesundheitspsychologen eingetragen (18,2% männlich)¹³.¹⁴ Auch bei dieser Berufsgruppe bilden Männer eindeutig die Minderheit.

¹² Vgl. [http://karrierenews.diepresse.com/home/karrieretrends/juristen/743617/Gehaltsvergleich_Was-
verdienen-Juristen](http://karrierenews.diepresse.com/home/karrieretrends/juristen/743617/Gehaltsvergleich_Was-verdienen-Juristen), zuletzt aufgerufen am 4.12.2012

¹³ Vgl. <http://klinischepsychologie.ehealth.gv.at> bzw. <http://gesundheitspsychologie.ehealth.gv.at>, 14.9.2012

¹⁴ Viele Personen weisen beide Qualifikationen auf, eine genaue Ermittlung der Anzahl an Klinischen und Gesundheitspsychologinnen bzw. Psychologen war nicht möglich.

EMPIRISCHER TEIL

9. Fragestellungen

Es konnte gezeigt werden, dass es sich bei Bewerbungen um komplexe Sachverhalte handelt, die verschiedensten Einflussfaktoren ausgesetzt sind. So spielen etwa das Geschlecht der Person und ihr Selbstdarstellungsverhalten eine große Rolle. Verschiedene Professionen bringen unterschiedliche Anforderungen mit sich. Eine Verhaltensweise kann im Rahmen eines juristischen Berufes positiv bewertet werden, im Rahmen eines psychologischen Berufes hingegen negative Konsequenzen haben. Im Spannungsfeld dieser Faktoren soll anhand der vorliegenden Untersuchung gezeigt werden, wie sich Menschen selbst präsentieren, um einen positiven ersten Eindruck bei einer potentiellen Arbeitgeberin oder einem potentiellen Arbeitgeber zu hinterlassen.

Der Fokus der hier vorliegenden Studie soll auf Bewerbungsschreiben liegen, darunter werden Lebensläufe und Motivationsschreiben zusammengefasst. Für die Bewerberin oder den Bewerber ist dies die erste Möglichkeit, mit einer Firma in Kontakt zu treten und ein Bild von sich selbst zu übermitteln. Eine Arbeitgeberin oder ein Arbeitgeber, die eine Stelle zu besetzen haben, suchen dafür die am besten geeignete Kandidatin oder den am besten geeigneten Kandidaten und versuchen, anhand der Bewerbungsunterlagen die Qualifikationen der Bewerberinnen und Bewerber abzuschätzen. Es handelt sich somit um ein für beide Seiten wesentliches Dokument.

Zusätzlich werden qualitative Daten erhoben, die die quantitativen untermauern sollen.

Mithilfe dieser Daten sollen folgende Fragestellungen untersucht werden:

- Gibt es einen Unterschied in der Selbstdarstellung in Bewerbungsschreiben zwischen Frauen und Männern?
- Gibt es einen Unterschied in der Selbstdarstellung in Bewerbungsschreiben zwischen Juristinnen und Juristen einerseits und Psychologinnen und Psychologen andererseits?
- Ergeben sich Unterschiede in der Selbstdarstellung in Bewerbungsschreiben, wenn sowohl das Geschlecht als auch die Profession berücksichtigt werden?

Diesem dritten Punkt kommt vor allem auch deswegen Bedeutung zu, weil es sich bei den Rechtswissenschaften um einen eher männlich konnotierten Beruf handelt, was sich auch beispielsweise in der Anzahl der Rechtsanwälte niederschlägt. Ebenso sind die Anforderungen an eine Juristin oder einen Juristen einem männlichen Stereotyp entsprechend. In der Psychologie verhält es sich genau umgekehrt, die meisten Berufstätigen in diesem Bereich sind Frauen und die Erwartungen an eine Psychologin oder einen Psychologen entsprechen stark einem weiblichen Stereotyp.

Ergebnisse, die bereits in der Literatur referiert wurden, werden in die Hypothesen miteinbezogen.

10. Hypothesen

Im Folgenden wird ein Kategorienschema vorgestellt werden, anhand dessen die Auswertung der Bewerbungsschreiben erfolgen wird. Hierbei werden verschiedene Kategorien von abhängigen Variablen untersucht: die Länge des Motivationsschreibens und des Lebenslaufes, die Häufigkeiten der einzelnen Selbstdarstellungstechniken bzw. deren Gesamtanzahl und die Nennung der verschiedenen Inhalte im Motivationsschreiben und im Lebenslauf.

Es werden folgende Hypothesen geprüft werden:

Hypothese 1: Es ergeben sich Unterschiede in Hinblick auf die Länge des Motivationsschreibens.

Hypothese 1a: Die Länge der Motivationsschreiben unterscheidet sich aufgrund des Geschlechtes.

Hypothese 1b: Die Länge der Motivationsschreiben unterscheidet sich aufgrund der Profession.

Hypothese 1c: Die Länge der Motivationsschreiben unterscheidet, wenn sowohl Geschlecht als auch Profession berücksichtigt werden.

Hypothese 2: Es ergeben sich Unterschiede in Hinblick auf die Länge des Lebenslaufes.

Hypothese 2a: Die Länge der Lebenslaufes unterscheidet sich aufgrund des Geschlechtes.

Hypothese 2b: Die Länge der Lebenslaufes unterscheidet sich aufgrund der Profession.

Hypothese 2c: Die Länge der Lebenslaufes unterscheidet, wenn sowohl Geschlecht als auch Profession berücksichtigt werden.

Hypothese 3: Es ergeben sich Unterschiede in Hinblick auf die Häufigkeit der Anwendung der einzelnen Selbstdarstellungstechniken.

Hypothese 3a: Die Häufigkeit der Anwendung der einzelnen Selbstdarstellungstechniken unterscheidet sich aufgrund des Geschlechtes.

Hypothese 3b: Die Häufigkeit der Anwendung der einzelnen Selbstdarstellungstechniken unterscheidet sich aufgrund der Profession.

Hypothese 3c: Die Häufigkeit der Anwendung der einzelnen Selbstdarstellungstechniken unterscheidet, wenn sowohl Geschlecht als auch Profession berücksichtigt werden.

Hypothese 4: Es ergeben sich Unterschiede in Hinblick auf die Gesamtanzahl der angewendeten Selbstdarstellungstechniken.

Hypothese 4a: Die Häufigkeit der Gesamtanzahl der angewendeten Selbstdarstellungstechniken unterscheidet sich aufgrund des Geschlechtes.

Hypothese 4b: Die Häufigkeit der Gesamtanzahl der angewendeten Selbstdarstellungstechniken unterscheidet sich aufgrund der Profession.

Hypothese 4c: Die Häufigkeit der der Gesamtanzahl der angewendeten Selbstdarstellungstechniken unterscheidet, wenn sowohl Geschlecht als auch Profession berücksichtigt werden.

Hypothese 5: Es ergeben sich Unterschiede in Hinblick auf die Inhalte des Motivationsschreibens.

Hypothese 5a: Die Inhalte der Motivationsschreiben unterscheidet sich aufgrund des Geschlechtes.

Hypothese 5b: Die Inhalte der Motivationsschreiben unterscheidet sich aufgrund der Profession.

Hypothese 5c: Die Inhalte der Motivationsschreiben unterscheidet, wenn sowohl Geschlecht als auch Profession berücksichtigt werden.

Hypothese 6: Es ergeben sich Unterschiede in Hinblick auf die Inhalte des Lebenslaufes.

Hypothese 6a: Die Inhalte der Lebenslaufes unterscheidet sich aufgrund des Geschlechtes.

Hypothese 6b: Die Inhalte der Lebenslaufes unterscheidet sich aufgrund der Profession.

Hypothese 6c: Die Inhalte der Lebenslaufes unterscheidet, wenn sowohl Geschlecht als auch Profession berücksichtigt werden.

In der Literatur liegen Ergebnisse zu einigen der hier untersuchten Fragen vor, in diesen Punkten wurde erwartet, dass sich die Ergebnisse mit jenen aus der Literatur decken.

So wurde davon ausgegangen, dass Männer mehr und häufiger assertive Techniken anwenden als Frauen, die grundsätzlich weniger und häufiger defensive Techniken anwenden (Bolino & Turnley, 2003, S. 153) (Sadler, Hunger, & Miller, 2010, S. 625f.).

Im Detail wurde erwartet, dass Männer die Techniken *self-promotion*, *sich über Kontakte aufwerten* und *Verantwortung für positive Ereignisse übernehmen* häufiger anwenden. Von den Frauen wurde hingegen erwartet, dass sie häufiger folgende Techniken einsetzen: *Verstärkung an das Gegenüber* (Singh, Kumra, & Vinnicombe, 2002, S. 77ff.), *Verantwortung für negative Ereignisse abstreiten* und *Verantwortung für negative Ereignisse übernehmen* (Guadagno & Cialdini, 2007, S. 486ff.).

Wie Jan K. Arnulf, Lisa Tegner und Oyunn Larssen zeigen konnten, wird ein Lebenslauf, der in einem klassischen Design gehalten ist, am besten bewertet. Es wurde davon ausgegangen, dass dies unter Bewerberinnen und Bewerbern bekannt ist und daher dieses Design am häufigsten vorkommt (Arnulf, Tegner, & Larssen, 2010, S. 221ff.)

Die jeweiligen persönlichen Stärken, die sich eine Person zuschreibt, wurden wörtlich erfasst und qualitativ ausgewertet. Hier wird erwartet, dass sich Männer und Frauen eher Eigenschaften zuschreiben, die dem jeweiligen Geschlechtsstereotyp entsprechen. Zusätzlich spielt aber auch die Profession eine wesentliche Rolle, so dass es auch sein könnte, dass sich die Erwartungen des jeweiligen Berufsfeldes in den Eigenschaften widerspiegeln.

In Bezug auf die Einschätzung der geschwärzten Motivationsschreiben durch die externe Expertin und den externen Experten wird erwartet, dass sich erkennen lässt, ob der Text von einer Frau oder einem Mann verfasst wurde.

11. Methode und Untersuchungsdesign

11.1 Datenerhebung

Da es sich sowohl bei der Psychologie als auch bei den Rechtswissenschaften um Professionen mit sehr breiten Tätigkeitsfeldern handelt, legt diese Untersuchung ihr Augenmerk auf Personen, die postgradualen Ausbildungen anstreben, nämlich entweder zur Konzipientin bzw. zum Konzipienten oder zur Klinischen und Gesundheitspsychologin bzw. zum Klinischen und Gesundheitspsychologen. Es wurden daher Bewerbungsunterlagen von Personen untersucht, die ihr Studium abgeschlossen hatten und sich um einen Ausbildungsplatz in ihrem jeweiligen Bereich beworben haben.

Die Datenerhebung fand zwischen Juni 2011 und April 2012 statt. Auf juristischer Seite wurden von einer Wirtschaftskanzlei anonymisierte Bewerbungsunterlagen von Bewerberinnen und Bewerbern aus den letzten Jahren zur Verfügung gestellt. Sämtliche Datensätze stammen daher von einem potentiellen Arbeitgeber. Auf psychologischer Seite wurde versucht, über persönliche Kontakte, verschiedenste Institutionen (z.B. mehrere Krankenhäuser, Beratungsstellen, etc.) und E-Mails im „Schneeballsystem“ Personen zu finden, die ihre anonymisierten Bewerbungsunterlagen zur Verfügung stellen würden. Es erwies sich als bedeutend schwieriger Daten zu akquirieren, wobei es lange kaum möglich schien, eine ausreichend große Anzahl von männlichen Bewerbern zu finden. Es zeigte sich also bereits bei der Datenerhebung, dass es sich bei der klinischen Psychologie um einen von Frauen dominierten Bereich handelt. Letztlich konnten aber auch in diesem Bereich genügend Unterlagen zusammengetragen werden, um die Untersuchung durchführen zu können. Hierbei handelt es sich um Bewerbungsschreiben an verschiedene potentielle Arbeitgeberinnen und Arbeitgeber.

Aus Datenschutzgründen wurden aus den Bewerbungsunterlagen sämtliche persönlichen Daten entfernt. Neben dem Namen der Person und Daten wie ihrem Geburtsdatum wurde außerdem ein eventuell vorhandenes Foto geschwärzt, eine Untersuchung der Bilder war somit nicht möglich. Weiters wurden die Titel von Publikationen oder Dissertationen, die von den Bewerberinnen und Bewerbern angegeben wurden, aus den Motivationsschreiben und Lebensläufen entfernt.

11.2 Stichprobenbeschreibung

Von Seiten der Kanzlei wurden 60 Datensätze zur Verfügung gestellt. Diese umfassen in allen Fällen einen Lebenslauf und ein Motivationsschreiben, sehr häufig auch Zeugnisse von Universitäten, Magisterbescheide und ähnliche Unterlagen. Vier Datensätze mussten aussortiert werden. In zwei Fällen handelte es sich um doppelte Bewerbungen und zwei Bewerber hatten bereits die Rechtsanwaltsprüfung abgelegt. Ein weiterer Bewerber wurde von der quantitativen Untersuchung ausgeschlossen, da seine Bewerbungsmappe zu umfangreich war und daher mit dem unten vorzustellenden Kategorienschema nicht ausgewertet werden konnte. Dieser Bewerber wird als Fallvignette im Rahmen der qualitativen Auswertung vorgestellt. Somit flossen 55 Bewerbungsmappen in die quantitative Auswertung ein. Bei 20 Personen handelte es sich um Männer (36,4%), 35 Personen waren Frauen (63,6%).

Es konnten 18 Bewerbungsmappen von Psychologinnen und Psychologen für die Untersuchung akquiriert werden. Auch hier musste ein Datensatz ausgesondert werden, da es sich um eine doppelte Bewerbung handelte. In allen übrigen 17 Fällen lagen Lebensläufe vor, Motivationsschreiben wurden teilweise durch den E-Mail-Verkehr mit der potentiellen Arbeitgeberin oder dem potentiellen Arbeitgeber substituiert, in einem Fall ist nur ein Lebenslauf vorhanden. Letztlich wurden die Bewerbungsunterlagen von 10 Männern (58,8%) und 7 Frauen (41,2%) untersucht.

11.3 Kategorienschema

Basierend auf den Ergebnissen aus der Literatur wurde ein Kategorienschema erstellt, anhand dessen jede Bewerbungsmappe ausgewertet wurde. In weiterer Folge wurden die Bewerbungsunterlagen einer Inhaltsanalyse unterzogen, diese Daten bildeten die Grundlage für die quantitative Auswertung. Das Kategorienschema soll nun vorgestellt werden.

Jede Bewerbungsmappe stellte eine Analyseeinheit dar. Als Codiereinheit wurde jedes bedeutungstragende Wort verwendet bzw. wurden Wortgruppen herangezogen, wenn diese nur gemeinsam Sinn ergaben (Burzan, 2005, S. 55ff.).

Die wichtigsten Unterlagen stellen Motivationsschreiben und Lebenslauf dar. Eventuelle Beilagen, wie Zeugnisse etc., wurden inhaltlich nicht ausgewertet, sondern nur ihr Vorhandensein erfasst. Dies bezieht sich allerdings nur auf die Juristinnen und Juristen, da von Seiten der Kanzlei immer die komplette Bewerbungsmappe (abgesehen von

Dienstzeugnissen) zur Verfügung gestellt wurde. Beilagen wurden dagegen von Psychologinnen und Psychologen nicht übermittelt, was allerdings nicht bedeutet, dass sie nicht Teil der originalen Bewerbung gewesen wären.

Motivationsschreiben

In Bezug auf das Motivationsschreiben wurde dessen Länge in Wörtern erfasst. Hierbei wurde nur der reine Text gezählt, Signaturen, Briefköpfe oder Betreffs waren genauso wenig Teil dieser Erfassung wie die (geschwärzten) Titel von Diplomarbeiten oder Dissertationen. Es wurde allerdings codiert, ob ein solcher Titel im Motivationsschreiben erwähnt wurde. Anschließend wurde die Häufigkeit jener Selbstdarstellungstechniken erfasst, von denen sich aus der Literatur ergeben hat, dass sie im Rahmen von schriftlichen Bewerbungen anwendbar sind. In Anlehnung an Einteilungen in der Literatur wurden die Techniken in *assertive* und *defensive* unterteilt. Sie sollen im Folgenden mit Hilfe von Beispielen aus den untersuchten Bewerbungsunterlagen illustriert werden:

Assertive Techniken

- *Self-promotion/Eigenwerbung* („Selbstständiges Arbeiten, Teamfähigkeit sowie Flexibilität, hohe Einsatzbereitschaft und eine kommunikative Wesensart stehen für meine Persönlichkeit.“)
- *Kompetenz und Expertentum signalisieren* („Während meines Studiums habe ich mich vor allem auf den Bereich „Umweltrecht“ spezialisiert.“) (Anmerkung: das Studium selbst wurde nicht als *Kompetenz und Expertentum signalisieren* codiert, da es die Grundvoraussetzung für die Bewerbung darstellte.)
- *Hohe Ansprüche stellen* („Ich bin bestrebt, mein vorhandenes Wissen ständig zu erweitern, versuche aber auch mit Fähigkeiten anzueignen, die ich, um eine gute Juristin zu sein, neben den fachlichen Qualitäten, einfach als sinnvoll und wichtig erachte. Deshalb besuchte ich zahlreiche Seminare aus den Bereichen Kommunikation, Rhetorik, Konfliktmanagement und Körpersprache.“)
- *Hohes Selbstwertgefühl herausstellen* („Ich bin überzeugt, dass ich durch meine universitäre Ausbildung und meine berufliche Erfahrung Ihrem Leistungs- und Anforderungsprofil in jeder Hinsicht entspreche.“)

- *Sich über Kontakte aufwerten (Basking in reflected glory)* („Zuvor arbeitete ich als Konzipientin in der renommierten Rechtsanwaltskanzlei“)
- *Komplimente, Lobpreisungen oder sonstige Verstärkungen an die Empfängerin/den Empfänger* („Ich würde gerne als Rechtsanwaltsanwärterin in Ihrer Kanzlei arbeiten, da diese (...) einen sehr guten Ruf genießt.“)
- *Moralisch vorbildhaft erscheinen* („Zusätzlich zu diesen persönlichen Punkten sehe ich die Aufarbeitung der Vergangenheit zwischen Österreichern/Deutschen und Juden als wichtige Voraussetzung für eine gemeinsame Zukunft.“)
- *Hindernisse überwinden* („... wo ich auch Durchsetzungsvermögen lernte, da ich die Jüngste im Team war und ich neben meinen älteren Kollegen bestehen wollte.“)
- *Verantwortung für positive Ereignisse übernehmen* („Da der autistische Junge noch nicht selbständig die Toilette aufsuchen konnte, führte ich mit ihm erfolgreich das Hygiene-Training in der Schule durch und instruierte die Mutter, dieses Zuhause weiter umzusetzen.“)

Defensive Techniken

- *Rechtfertigungen* („... obwohl ich wegen Politikwissenschaften nach Wien wechselte, dies aus zeitlichen Gründen aber nicht weiterverfolgen konnte.“)
- *Vorsorglich abschwächen/disclaimer* („Meine besonderen Stärken liegen sicher darin, dass ich bereits Berufserfahrung – wenn auch in einem anderen Berufsfeld – mitbringe ...“)
- *Sich als unvollkommen darstellen* („Ich bringe zwar keine speziellen berufseinschlägigen Erfahrungen mit, ...“)

Außerdem sollten die beiden Techniken *Verantwortung für negative Ereignisse übernehmen* und *Verantwortung für negative Ereignisse abstreiten* erfasst werden. Da diese aber in keiner der Bewerbungsunterlagen vorgekommen sind, können für sie auch keine Beispiele genannt werden.

Neben der Häufigkeit der einzelnen Selbstdarstellungstechniken wurde auch die Anzahl der verwendeten assertiven und defensiven Techniken erfasst, sowie die Gesamtanzahl aller verwendeten Techniken pro Bewerberin oder Bewerber.

Als zweiter Bereich neben den Selbstdarstellungstechniken wurde auf den Inhalt der Motivationsschreiben fokussiert. Folgende Punkte wurden mittels einer ja-/nein-Codierung erfasst:

- Erwähnung des Studiums
- Erwähnung von Spezialisierungen im Rahmen des Studiums
- Erwähnung von Zusatzausbildungen
- Erwähnung eines Zweitstudiums
- Erwähnung von Praktika
- Erwähnung von Berufserfahrung
- Erwähnung von besonderen Interessen/Schwerpunkten
- Erwähnung der eigenen fachlichen Qualifikationen

Wörtlich erfasst wurden die Eigenschaften und Fähigkeiten, die sich eine Person als ihre Stärken zuschreibt, wie beispielsweise Zielstrebigkeit, Belastbarkeit oder Teamfähigkeit. Diese Daten werden qualitativ ausgewertet werden.

Lebenslauf

Auch in Bezug auf den Lebenslauf wurde die Länge in Worten erfasst. Eventuell erkennbare persönliche Daten wurden nicht berücksichtigt, es wurde nur der inhaltliche Teil des Lebenslaufes gezählt. Auch hier wurde festgehalten, ob die Titel von Diplomarbeiten, Dissertationen oder Publikationen aufschienen.

Das Design des Lebenslaufes wurde ebenso erfasst, wie das Vorhandensein einer Fotografie. Auch welche persönlichen Daten (Geburtsdatum und -ort, Familienstand, Staatsbürgerschaft, Religionszugehörigkeit, Informationen über die Eltern, die Geschwister oder den Ehegatten) von einer Person angegeben wurden, floss in die Analyse mit ein.

Analog zum Motivationsschreiben wurde auch in Bezug auf den Lebenslauf dessen Inhalt erfasst und zwar, ob die Person über die folgenden Bereiche Auskunft gab oder nicht:

- Persönliche Daten
- Ausbildung
- Berufserfahrung
- Sprachkenntnisse
- EDV-Kenntnisse
- Publikationen

- Persönliche Interessen

Schlussendlich wurde noch codiert, wie ausführlich die Informationen waren, die im Lebenslauf gegeben wurden. Zu diesem Zweck wurde bewertet, ob die Information über die reine Chronologie hinausging, ob jemand also beispielsweise ihre oder seine Tätigkeiten bei einer früheren Arbeitsstelle beschrieb oder nur die Arbeitsstelle an sich erwähnte.

Neben dieser quantitativen Untersuchung wurden auch auf qualitative Weise Daten erhoben. So wurden Interviews mit Personen durchgeführt, die sich als Arbeitgeberinnen und Arbeitgeber mit Bewerbungsprozessen auseinandersetzten. Auch hier wurde darauf geachtet, sowohl eine weibliche bzw. eine männlich als auch eine juristischer bzw. eine psychologische Perspektive einzuholen.

Um zu untersuchen, ob sich ausschließlich am Stil des Motivationsschreibens erkennen lässt, ob es von einer Frau oder einem Mann geschrieben wurde, wurden die vorhandenen Motivationsschreiben in Bezug auf sämtliche Merkmale verblindet, anhand derer man das Geschlecht der schreibenden Person erkennen könnte. Diese geschwärzten Unterlagen wurden dann einer externen Expertin und einem externen Experten zur Bewertung gegeben. Sie sollten einschätzen, ob es sich bei der schreibenden Person um eine Frau oder einen Mann gehandelt hat.

12. Quantitative Ergebnisse

12.1 Übersicht über die angewendeten Verfahren¹⁵

Um festzustellen, ob in der Länge der Motivationsschreiben und der Lebensläufe Unterschiede zwischen den Geschlechtern oder den Professionen bestanden, wurden unabhängige *t*-Tests gerechnet. Mit Hilfe einer multiplen Regression wurde überprüft, ob sich Unterschiede ergeben, wenn die beiden unabhängigen Variablen Geschlecht und Profession gemeinsam berücksichtigt werden.

Unterschiede in der Häufigkeit der Anwendung einzelner Selbstdarstellungstechniken sind nur eingeschränkt aussagekräftig, solange die Länge des Motivationsschreibens nicht

¹⁵ Aufgrund der großen Variablenzahl werden bei den nicht-signifikanten Ergebnissen nur *p*-Werte, aber keine Lage- und Streuungsmaße, statistischen Kenngrößen oder Freiheitsgrade angeführt.

berücksichtigt wird. Daher wurden Kovarianzanalysen durchgeführt, in denen die Länge des Motivationsschreibens als Kovariate einfluss. Als unabhängige Variable fungierten erneut Geschlecht, Profession oder die Kombination dieser beiden Faktoren.

Die Inhalte der Motivationsschreiben und der Lebensläufe wurden mit Hilfe von Fisher-Exact-Tests analysiert, ebenso das Vorhandensein von Beilagen wie etwa dem Magisterbescheid. Wie allerdings oben bereits erwähnt, fanden sich Beilagen ausschließlich bei den Bewerbungen der Juristinnen und Juristen, weswegen sie nur in Bezug auf das Geschlecht untersucht werden. Bezüglich der anderen Fragestellungen wurden wieder alle drei unabhängigen Variablen berücksichtigt.

12.2 Häufigkeiten der einzelnen Techniken

Die nachfolgende Tabelle 4 bietet einen Überblick über die Häufigkeit der Anwendung der einzelnen Selbstdarstellungstechniken. Die Technik *self promotion* wurde mit Abstand am häufigsten eingesetzt, gefolgt von *Kompetenz und Expertentum signalisieren*. Auffallend ist, dass negative Selbstdarstellungstechniken kaum oder gar nicht eingesetzt wurden.

Tabelle 4: Häufigkeit der einzelnen Selbstdarstellungstechniken insgesamt

self promotion	398
Kompetenz und Expertentum signalisieren	230
hohes Selbstwertgefühl herausstellen	48
Verstärkung an das Gegenüber	47
sich über Kontakte aufwerten	44
hohe Ansprüche stellen	20
moralisch vorbildhaft erscheinen	6
Hindernisse überwinden	2
Verantwortung für positive Ereignisse übernehmen	3
Rechtfertigungen	2
vorsorglich abschwächen	2
sich als unvollkommen darstellen	3
Verantwortung für negative Ereignisse übernehmen	0
Verantwortung für negative Ereignisse ablehnen	0

Für sämtliche Auswertungen muss somit einschränkend gesagt werden, dass die Techniken *moralisch vorbildhaft erscheinen, Hindernisse überwinden, Verantwortung für positive Ereignisse übernehmen, Rechtfertigungen, vorsorglich abschwächen* und *sich als unvollkommen darstellen* insgesamt so selten angewandt wurden, dass eine statistisch abgesicherte Aussage kaum getroffen werden kann.

12.3 Ergebnisse in Bezug auf Unterschiede zwischen den Geschlechtern

Länge des Motivationsschreibens und des Lebenslaufes

In Bezug auf die Länge der von ihnen verfassten Motivationsschreiben konnte zwischen Männern und Frauen kein signifikanter Unterschied festgestellt werden ($p = .176$), ebenso wenig ergab sich ein signifikanter Unterschied in der Länge der Lebensläufe ($p = .424$). Die Hypothesen H1a und H2a konnten somit nicht bestätigt werden.

Selbstdarstellungstechniken

Frauen und Männer wenden die Techniken *self promotion* ($p = .672$), *Kompetenz und Expertentum signalisieren* ($p = .201$) und *hohe Ansprüche stellen* ($p = .956$) nicht signifikant unterschiedlich oft an.

In Bezug auf die Technik *hohes Selbstwertgefühl herausstellen* konnte hingegen ein signifikanter Effekt des Geschlechtes auf die Häufigkeit der Anwendung festgestellt werden, wenn die Länge des Motivationsschreibens kontrolliert wurde, $F(1, 69) = 4.35$, $p = .041$. Frauen wendeten diese Technik signifikant seltener an ($M = 0.45$, $SE = 0.71$) als Männer ($M = 0.97$, $SE = 1.60$). Die Kovariate hatte keinen signifikanten Effekt auf die Häufigkeit ($p = .18$).

Die Technik *sich über Kontakte aufwerten (basking in reflected glory)* wird von Frauen und Männern ebenso signifikant unterschiedlich häufig angewendet, $F(1, 69) = 7.40$, $p = .008$. Auch hier zeigte sich, dass Männer diese Technik signifikant häufiger anwenden ($M = 0.90$, $SE = 0.96$) als dies Frauen tun ($M = 0.40$, $SE = 0.77$). Die Kovariate hatte keinen signifikanten Einfluss ($p = .083$).

Schließlich konnte noch ein signifikanter Unterschied zwischen den Geschlechtern in Bezug auf die Häufigkeit der Anwendung der Technik *Verstärkung an das Gegenüber* festgestellt werden, $F(1, 69) = 4.53$, $p = .037$. Diese Technik wird im Gegensatz zu den oben berichteten

häufiger von Frauen eingesetzt ($M = 0.88$, $SE = 1.23$) als von Männern ($M = 0.33$, $SE = 0.61$). Wie bei den anderen beiden signifikanten Variablen hatte auch hier die Kovariate keinen signifikanten Einfluss ($p = .662$).

Die folgende Abbildung 4 verdeutlicht die gefundenen signifikanten Unterschiede.

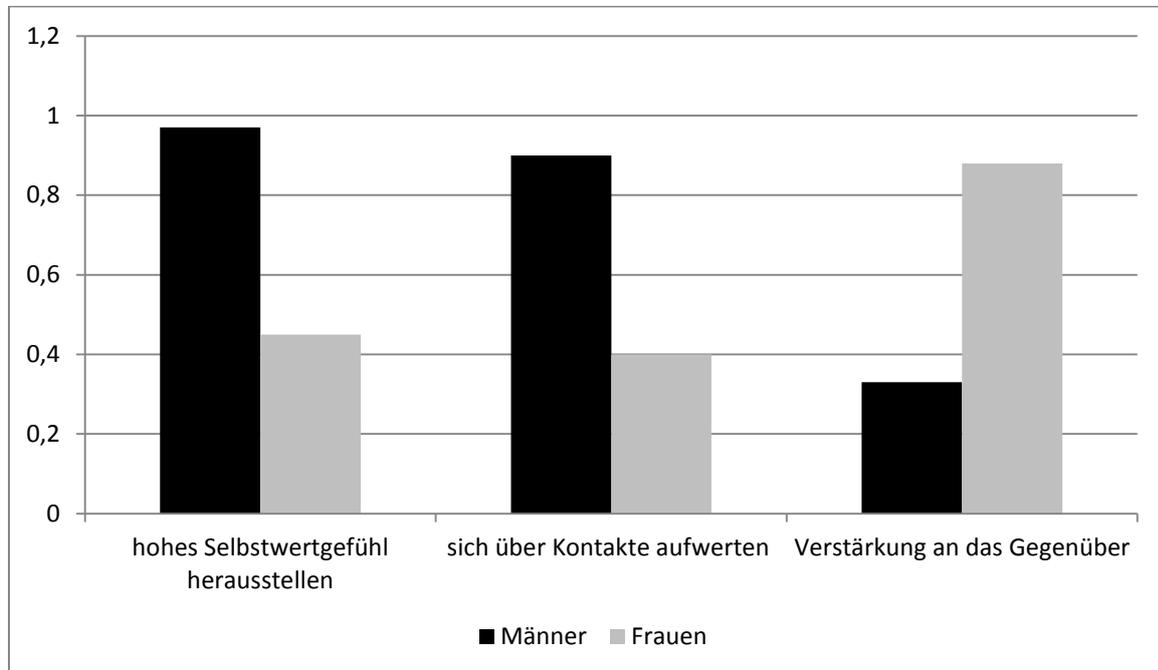


Abbildung 4: signifikante Unterschiede zwischen den Geschlechtern in Bezug auf verschiedene Selbstdarstellungstechniken

Die Hypothese H3a konnte somit teilweise bestätigt werden, da nur bei einigen der untersuchten Selbstdarstellungstechniken signifikante Unterschiede auftraten. Die Häufigkeiten der Techniken *Hindernisse überwinden* ($p = .809$), *moralisch vorbildhaft erscheinen* ($p = .526$), *Verantwortung für positive Ereignisse übernehmen* ($p = .110$), *Rechtfertigungen* ($p = .660$), *vorsorglich abschwächen* ($p = .220$) und *sich als unvollkommen darstellen* ($p = .885$) ergaben keine signifikanten Unterschiede zwischen den Geschlechtern. Die Geschlechter unterschieden sich auch nicht signifikant in der Häufigkeit der Anwendung von assertiven ($p = .794$) und defensiven ($p = .801$) Selbstdarstellungstechniken. Schließlich konnte festgestellt werden, dass Frauen und Männer insgesamt nicht signifikant unterschiedliche oft Selbstdarstellungstechniken einsetzten ($p = .782$), wodurch die Hypothese H4a nicht bestätigt wurde.

Inhalte des Motivationsschreibens und des Lebenslaufes

In Bezug auf die Inhalte des Motivationsschreibens und des Lebenslaufes sowie die Beilage weiterer Unterlagen erwiesen sich nur wenige Variablen als signifikant, die Hypothesen H5a und H6a wurden daher nur teilweise bestätigt.

So unterschieden sich Frauen und Männer in der Häufigkeit der Erwähnung ihrer Zusatzausbildungen: $\chi^2(1) = 8.10$, $p = .007$. Bei den Frauen erwähnten 76.2% ihre Zusatzausbildungen, aber nur 43.3% bei den Männern. Das Zweitstudium wurde von 14.3% der Frauen erwähnt, aber von keinem einzigen Mann: $\chi^2(1) = 4.70$, $p = .037$. Auch Praktika wurden von Frauen (45.2%) signifikant häufiger erwähnt als von Männern (20.0%): $\chi^2(1) = 4.92$, $p = .044$. Schließlich legten Frauen (54.8%) ihre Zeugnisse der Universität signifikant häufiger vor als Männer (26.7%): $\chi^2(1) = 5.63$, $p = .029$.

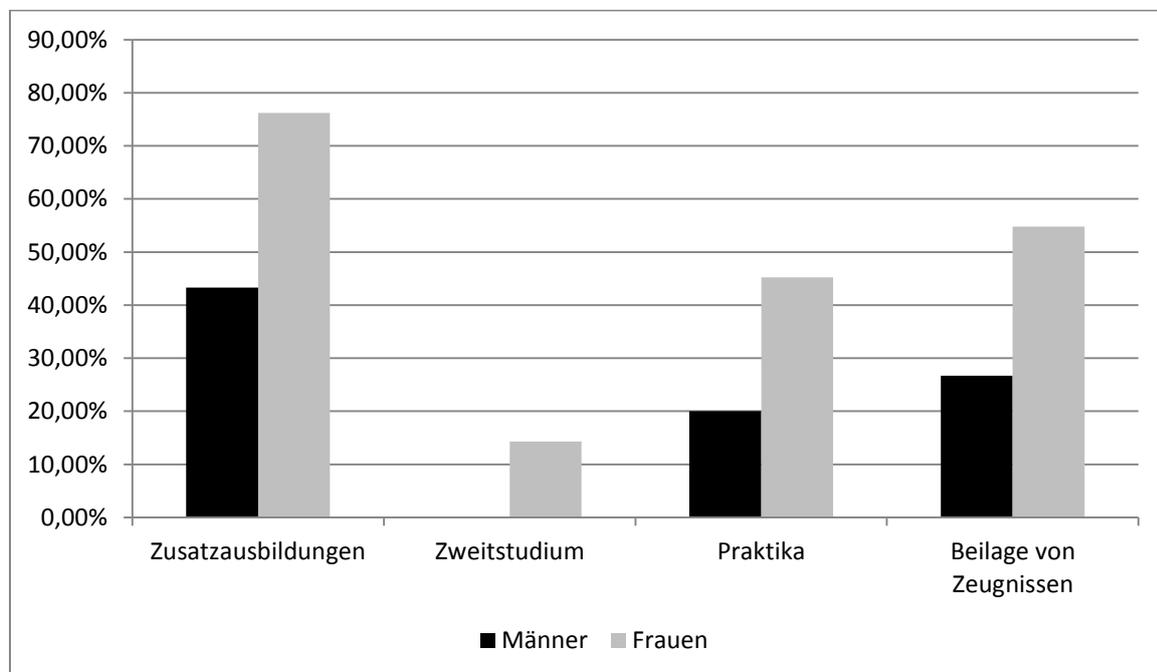


Abbildung 5: signifikante Unterschiede zwischen den Geschlechtern in Bezug auf Inhalte des Motivationsschreibens und des Lebenslaufes

Bezüglich der folgenden Variablen konnten keine signifikanten Unterschiede zwischen Frauen und Männern festgestellt werden: Erwähnung des Titels der Diplomarbeit oder der Dissertation im Motivationsschreiben ($p = .341$), Erwähnung des Titels der Diplomarbeit oder der Dissertation im Lebenslauf ($p = .795$), Erwähnung des Studiums ($p = .790$), Erwähnung von Spezialisierungen im Studium ($p = .345$), von Berufserfahrung ($p = .474$), von besonderen Interessen ($p = .465$), von fachlichen Qualifikationen ($p = .539$). Keine Unterschiede wurden bezüglich der Beilage des Maturazeugnisses ($p = .417$), des Magisterbescheides ($p = .089$)

oder einer Publikationsliste ($p = .567$) gefunden. Weiters unterschieden sich die Geschlechter nicht darin, in welchem Design sie ihre Lebensläufe gestalteten ($p = 1.000$) oder ob sie dem Lebenslauf eine Fotografie beifügten ($p = .120$). Die Angabe des Geburtsortes ($p = .338$), des Geburtsdatums ($p = 1.000$), der Staatsbürgerschaft ($p = .488$), des Familienstandes ($p = .806$) oder des Religionsbekenntnisses ($p = .178$) unterschieden sich ebenfalls nicht signifikant. Frauen und Männer gaben nicht signifikant unterschiedliche Informationen über ihre Eltern an ($p = 1.000$), über ihre Geschwister ($p = 1.000$) oder über ihre Ehepartnerinnen und Ehepartner ($p = .507$). Das Ausmaß an Information, das der Lebenslauf über die reine Chronologie hinaus enthielt, war gleichfalls nicht signifikant unterschiedlich ($p = .475$).

Schließlich zeigte sich, dass Frauen und Männer ihre Lebensläufe komplett gleich aufbauten. Keine signifikanten Unterschiede konnten in Bezug darauf gefunden werden, über welche Inhalte im Lebenslauf Auskunft gegeben wurde: persönliche Daten ($p = 1.000$), Ausbildung ($p = 1.000$), Berufserfahrung ($p = .663$), Sprachkenntnisse ($p = 1.000$), persönliche Interessen ($p = .637$), EDV-Kenntnisse ($p = .296$) und Publikationen ($p = .269$).

12.4 Ergebnisse in Bezug auf Unterschiede zwischen den Professionen

Länge des Motivationsschreibens und des Lebenslaufes

Zwischen den Professionen konnten weder signifikante Unterschiede in Bezug auf die Länge des Motivationsschreibens ($p = .102$) noch des Lebenslaufes ($p = .134$) festgestellt werden, die Hypothesen H1b und H2b wurden nicht bestätigt.

Selbstdarstellungstechniken

Bei den Selbstdarstellungstechniken zeigte sich teilweise ein ähnliches Bild wie bei den Unterschieden zwischen den Geschlechtern. So unterschieden sich Bewerberinnen und Bewerber der Psychologie und der Rechtswissenschaften nicht signifikant in der Anwendungshäufigkeit der Techniken *self promotion* ($p = .114$), *Kompetenz und Expertentum signalisieren* ($p = .202$) und *hohe Ansprüche stellen* ($p = .904$). Es konnten allerdings auch keine Unterschiede bei der Technik *hohes Selbstwertgefühl herausstellen* gefunden werden ($p = .136$), was bei den Geschlechtern anders war.

Es zeigte sich, dass zwischen den Professionen ein signifikanter Unterschied in Bezug auf die Häufigkeit der Anwendung von *sich über Kontakte aufwerten (basking in reflected glory)* bestand, $F(1,69) = 9.87, p = .002$. Diese Selbstdarstellungstechnik wurde von Juristinnen und Juristen ($M = 0.76, SE = 0.94$) deutlich häufiger eingesetzt als von Psychologinnen und Psychologen ($M = 0.12, SE = 0.33$). Die Kovariate hatte knapp keinen signifikanten Einfluss, $F(1, 69) = 3.77, p = .056$.

Auch bei der Technik *Verstärkung an das Gegenüber* konnte ein signifikanter Unterschied zwischen den Professionen festgestellt werden, $F(1,69) = 4.45, p = .039$. Es handelte sich auch hierbei um eine Technik, die von Juristinnen und Juristen signifikant häufiger ($M = 0.78, SE = 1.15$) verwendet wird als von Psychologinnen und Psychologen ($M = 0.24, SE = 0.44$). Von der Kovariate ging kein signifikanter Einfluss aus ($p = .239$).

Analog zu den Unterschieden zwischen den Geschlechtern konnte die Hypothese H3b somit teilweise bestätigt werden.

Die Gesamthäufigkeit der Anwendung von assertiven Techniken erwies sich als zwischen den Professionen signifikant unterschiedlich, $F(1,69) = 10.29, p = .002$. Juristinnen und Juristen setzen demnach signifikant mehr assertive Techniken ein ($M = 11.56, SE = 6.93$) als dies Psychologinnen und Psychologen tun ($M = 9.53, SE = 6.14$). In diesem Fall hatte die Kovariate der Länge des Motivationsschreibens einen signifikanten Einfluss auf die Häufigkeit der Techniken, $F(1,69) = 74.84, p \leq .001$.

Ebenso zeigte sich in Bezug auf die Gesamtanzahl an angewendeten Techniken ein signifikanter Unterschied zwischen den Professionen, $F(1,69) = 10.11, p = .002$. Analog zu den assertiven Techniken setzen Juristinnen und Juristen auch insgesamt mehr Selbstdarstellungstechniken ein ($M = 11.65, SE = 7.03$) als Psychologinnen und Psychologen ($M = 9.65, SE = 6.26$). Auch hier hatte die Kovariate einen signifikanten Einfluss, $F(1,69) = 75.78, p \leq .001$.

Die Hypothese H4b führte daher zu einem signifikanten Ergebnis.

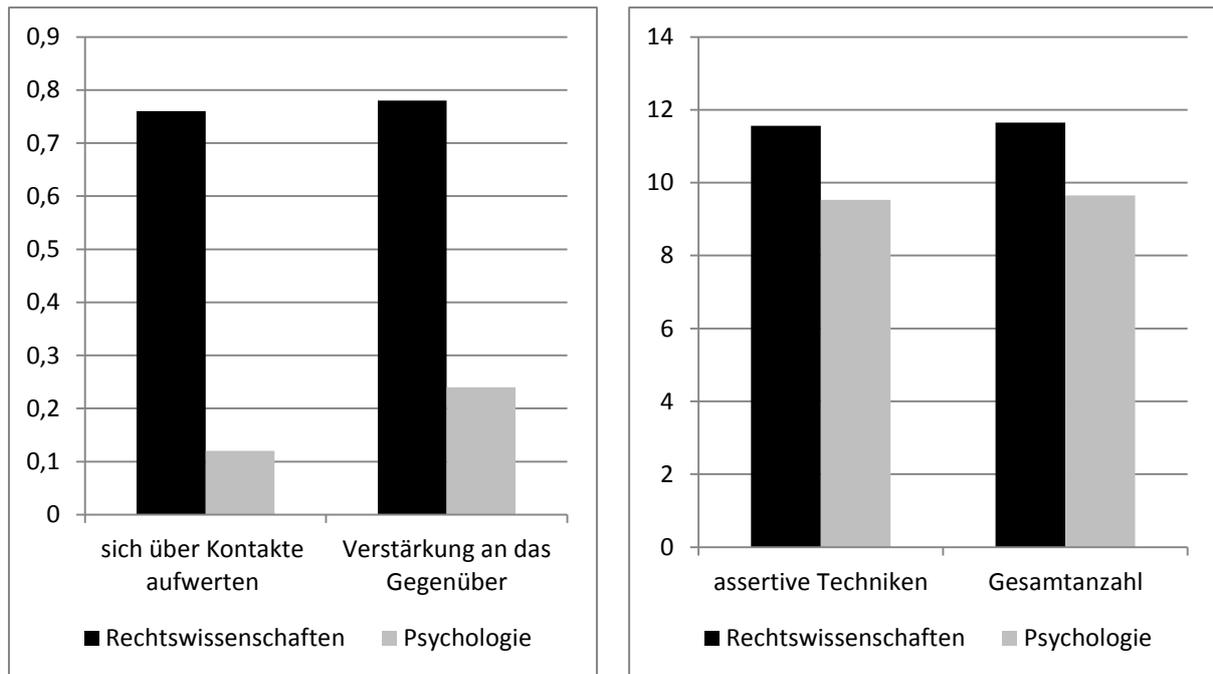


Abbildung 6: signifikante Unterschiede zwischen den Professionen in Bezug auf verschiedene Selbstdarstellungstechniken

Keine signifikanten Unterschiede ließen sich zwischen den Professionen in Bezug auf die Techniken *moralisch vorbildhaft erscheinen* ($p = .133$), *Hindernisse überwinden* ($p = .425$), *Verantwortung für positive Ereignisse übernehmen* ($p = .752$), *Rechtfertigungen* ($p = .511$), *vorsorglich abschwächen* ($p = .441$) und *sich als unvollkommen darstellen* ($p = .889$) feststellen. Ebenso zeigte sich, dass es keinen signifikanten Unterschied in der Häufigkeit der Anwendung defensiver Selbstdarstellungstechniken gab ($p = .882$).

Inhalte des Motivationsschreibens und des Lebenslaufes

Es zeigte sich, dass, ebenso wie zwischen den Geschlechtern, zwischen den Professionen kaum Unterschiede in den Inhalten bestanden, die im Rahmen der Bewerbung berichtet wurden, auch hier wurden die Hypothesen H5b und H6b somit nur teilweise bestätigt.

Im Rahmen des Motivationsschreibens berichteten Psychologinnen und Psychologen (58.8%) signifikant häufiger als Juristinnen und Juristen (27.3%) von Praktika, die sie absolviert hatten: $\chi^2(1) = 5.70$, $p = .022$. Ebenso verhielt es sich bei der Erwähnung besonderer Interessen: $\chi^2(1) = 4.74$, $p = .046$. Während 82.4% der Psychologinnen und Psychologen ihre besonderen Interessen abgaben, taten dies nur 52.7% der Juristinnen und Juristen.

Bei den übrigen Inhalten, die in Bezug auf das Motivationsschreiben erfasst wurden, fanden sich keine signifikanten Unterschiede zwischen den Professionen: Erwähnung des Studiums

($p = .750$), Erwähnung von Spezialisierungen im Rahmen des Studiums ($p = .405$), Erwähnung von Zusatzausbildungen ($p = .398$), Erwähnung eines Zweitstudiums ($p = 1.000$), Erwähnung von Berufserfahrung ($p = .283$), Erwähnung der eigenen fachlichen Qualifikationen ($p = 1.000$).

Im Rahmen des Lebenslaufes gaben Juristinnen und Juristen mit 72.7% signifikant häufiger ihren Familienstand an als Psychologinnen und Psychologen mit 41.2%: $\chi^2(1) = 5.70$, $p = .022$.

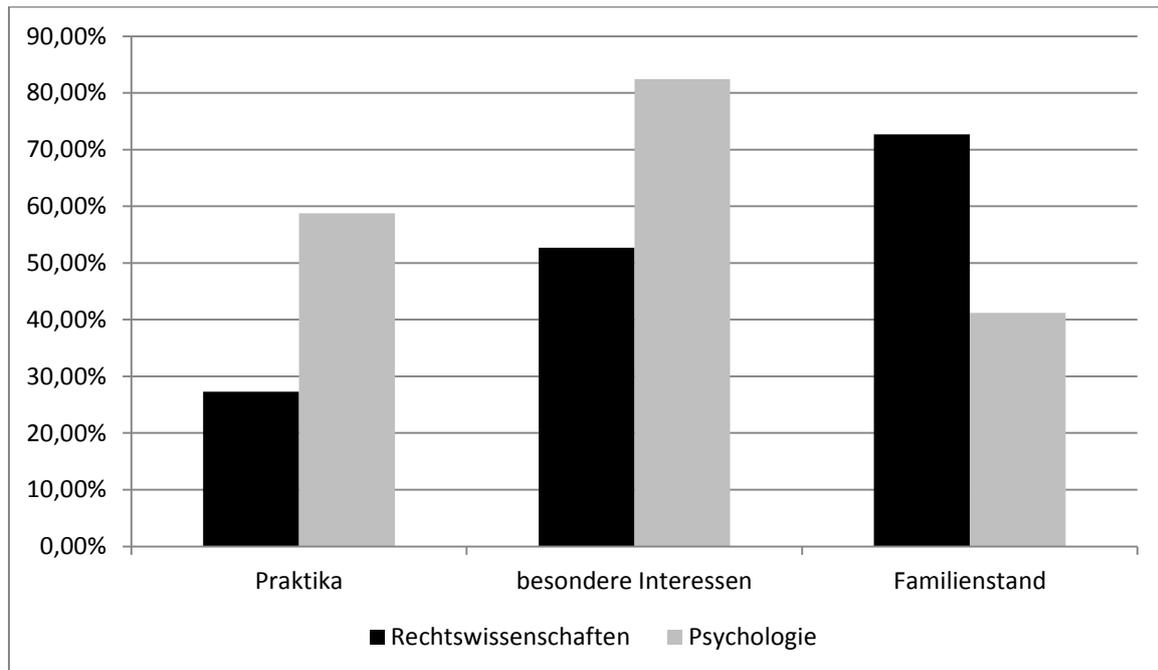


Abbildung 7: signifikante Unterschiede zwischen den Professionen in Bezug auf die Inhalte des Motivationsschreibens und des Lebenslaufes

Die Wahl des Designs des Lebenslaufes war ebenso einheitlich ($p = 1.000$) wie die Entscheidung, ein Foto von sich in den Lebenslauf aufzunehmen ($p = .665$). Informationen über das Geburtsdatum ($p = 1.000$), den Geburtsort ($p = .056$), die Staatsbürgerschaft ($p = .168$) oder das Religionsbekenntnis ($p = .434$) wurden von den beiden Professionen nicht unterschiedlich oft angeführt, ebenso wenig wie Informationen über die Eltern ($p = .671$), über Geschwister ($p = .331$) oder die Ehepartnerin bzw. den Ehepartner ($p = 1.000$) und Informationen, die über eine reine chronologische Aufzählung hinausgingen ($p = .783$). Im Aufbau ihres Lebenslaufes ließen sich ebenfalls keine Unterschiede zwischen den Professionen feststellen. So berichteten sie gleich häufig folgende Inhalte: persönliche Daten ($p = 1.000$), Ausbildung ($p = 1.000$), Berufserfahrung ($p = 1.000$), Sprachen ($p = .419$), persönliche Interessen ($p = .405$), EDV-Kenntnisse ($p = .552$) und Publikationen ($p = .070$).

In Bezug auf Unterschiede zwischen den Geschlechtern wurde untersucht, ob Frauen oder Männer häufiger den Titel ihrer Diplomarbeit im Motivationsschreiben oder dem Lebenslauf angeben. Dies wird in Bezug auf die Professionen nicht untersucht. Der Grund dafür ist, dass die Diplomarbeit im Rahmen des Psychologie-Studiums einen wesentlichen Stellenwert einnimmt, während im Zuge eines Studiums der Rechtswissenschaften nur zwei kurze Diplomandenseminararbeiten verfasst werden müssen, welche für Bewerbungen kaum relevant sind. Aufgrund des unterschiedlichen Stellenwertes dieser wissenschaftlichen Arbeiten wäre ein Vergleichswert wenig aussagekräftig.

12.5 Ergebnisse unter Berücksichtigung des Geschlechtes und der Profession

Länge des Motivationsschreibens und des Lebenslaufes

Wie schon in Bezug auf die einzelnen Variablen finden sich auch hier keine Unterschiede in der Länge der Motivationsschreiben ($p = .059$) oder der Lebensläufe ($p = .286$) und konnten die Hypothesen H1c und H2c somit nicht bestätigt werden.

Selbstdarstellungstechniken

Bei Berücksichtigung des Einflusses des Geschlechtes und der Profession ergeben sich bei mehreren Selbstdarstellungstechniken signifikante Unterschiede, das bedeutet somit eine teilweise Bestätigung der Hypothese H3c.

Es konnte gezeigt werden, dass Juristen ($M = 1.25, SE = 1.74$) am häufigsten die Technik *hohes Selbstwertgefühl herausstellen* anwendeten. Mit absteigender Häufigkeit folgten Juristinnen ($M = 0.49, SE = 0.74$), Psychologen ($M = 0.40, SE = 0.97$) und Psychologinnen ($M = 0.29, SE = 0.49$). Diese Unterschiede waren signifikant: $F(3,67) = 3.31, p = .025$. Die Kovariate übte hier keinen signifikanten Einfluss aus ($p = .081$).

Signifikante Unterschiede ergaben sich auch bei der Technik *sich über Kontakte aufwerten (basking in reflected glory)*: $F(3,67) = 10.84, p = .000$. Auch diese Technik wurde mit Abstand am häufigsten von Juristen eingesetzt ($M = 1.30, SE = 0.92$), gefolgt von Juristinnen ($M = 0.46, SE = 0.82$), Psychologinnen ($M = 0.14, SE = 0.34$) und Psychologen ($M = 0.10, SE = 0.38$). Hier erwies sich der Einfluss der Kovariate als signifikant: $F(1,67) = 8.10, p = .006$.

Bei der Technik *Verstärkung an das Gegenüber* zeigte sich ein anderes Bild. Auch hier ergaben sich signifikante Unterschiede: $F(3,67) = 3.31, p = .025$. Allerdings wurde diese Technik am häufigsten von Juristinnen ($M = 1.03, SE = 1.29$) eingesetzt. Ihnen folgten Juristen ($M = 0.35, SE = 0.67$), Psychologen ($M = 0.30, SE = 0.48$) und zuletzt Psychologinnen ($M = 0.14, SE = 0.38$). Die Länge des Motivationsschreibens als Kovariate hatte hier keinen signifikanten Einfluss ($p = .360$).

In den Auswertungen nach einer der beiden Variablen war es bei der Technik *moralisch vorbildhaft erscheinen* stets zu keinem signifikanten Ergebnis gekommen. Berücksichtigt man hingegen den Einfluss beider Variablen, so zeigt sich, dass diese Technik am häufigsten von Psychologinnen eingesetzt wurde ($M = 0.57, SE = 1.13$). Psychologen setzten diese Technik überhaupt nicht ein ($M = 0.00, SE = 0.00$), Juristen ($M = 0.05, SE = 0.22$) und Juristinnen kaum ($M = 0.03, SE = 0.17$). Hierbei handelte es sich um signifikante Unterschiede: $F(3,67) = 3.68, p = .016$. Von der Kovariate ging kein signifikanter Einfluss aus ($p = .314$).

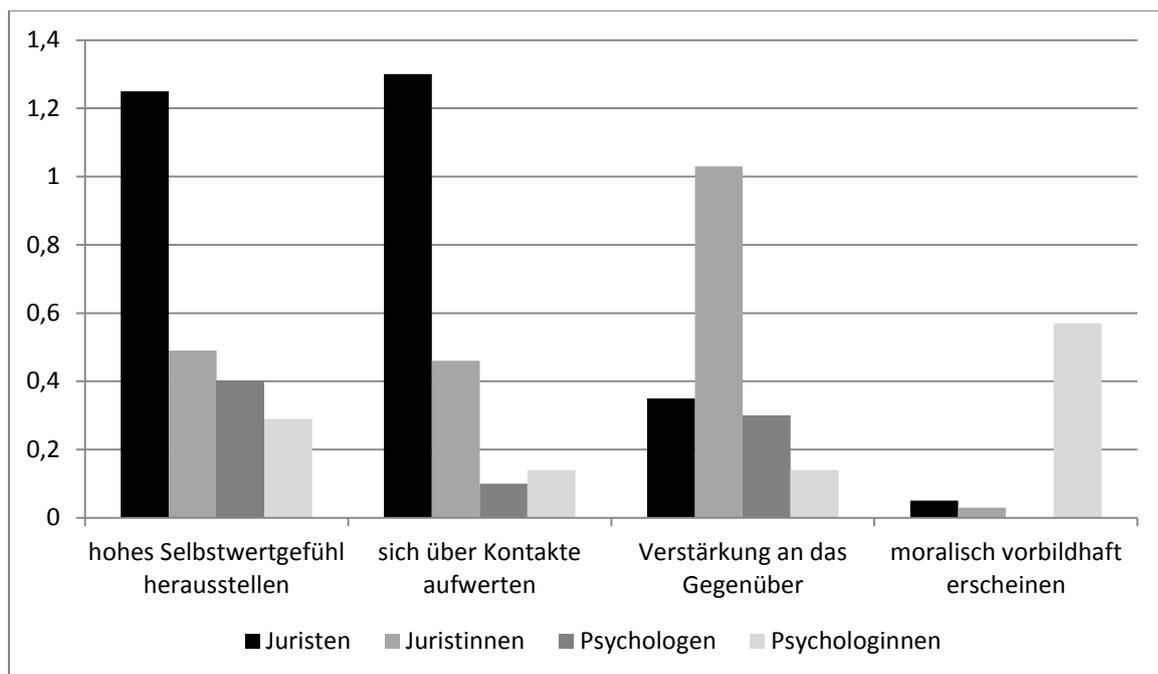


Abbildung 8: signifikante Unterschiede in Bezug auf verschiedene Selbstdarstellungstechniken unter Berücksichtigung des Einflusses von Geschlecht und Profession

Auch in Bezug auf die Zahl der assertiven Techniken zeigten sich signifikante Unterschiede: $F(3,67) = 3.54, p = .019$. Juristinnen werden die meisten assertiven Techniken an ($M = 11.86, SE = 5.95$), gefolgt von Psychologinnen ($M = 11.71, SE = 3.73$), Juristen ($M = 11.05, SE = 8.52$)

und Psychologen ($M = 8.00, SE = 7.17$). Signifikanten Einfluss übte in diesem Zusammenhang auch die Kovariaten aus: $F(1,67) = 70.95, p = .000$.

Schließlich zeigten sich noch signifikante Unterschiede darin, wie viele Selbstdarstellungstechniken insgesamt angewendet wurden: $F(3,67) = 3.42, p = .022$, Hypothese H4c wurde bestätigt. Auch hier lagen die Juristinnen ($M = 12.00, SE = 6.13$) vor den Psychologinnen ($M = 11.71, SE = 3.73$), den Juristen ($M = 11.05, SE = 8.52$) und den Psychologen ($M = 8.20, SE = 7.41$). Wie bei der Anzahl der assertiven Techniken war auch hier der Einfluss der Kovariate signifikant: $F(1,67) = 71.72, p = .000$.

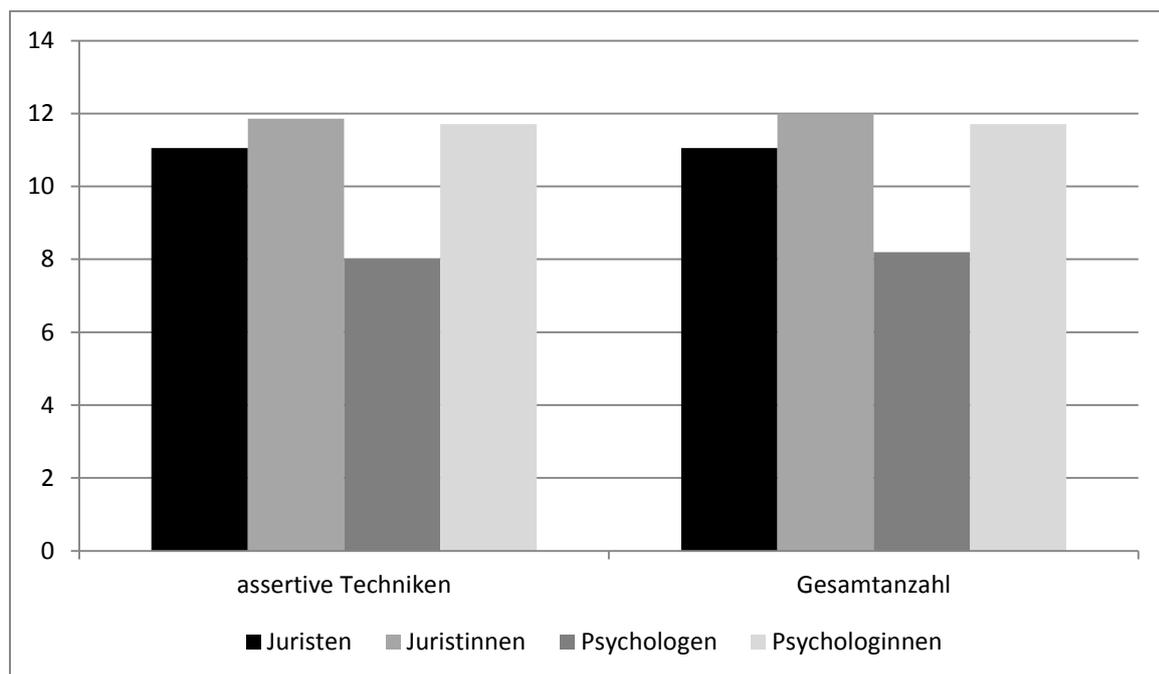


Abbildung 9: signifikante Unterschiede in Bezug auf die Anzahl von Selbstdarstellungstechniken unter Berücksichtigung des Einflusses von Geschlecht und Profession

Für folgende Techniken konnten hingegen unter dem Einfluss beider Variablen keine signifikanten Unterschiede gefunden werden: *self promotion* ($p = .413$), *Kompetenz und Expertentum herausstellen* ($p = .115$), *hohe Ansprüche stellen* ($p = .835$), *Hindernisse überwinden* ($p = .835$), *Verantwortung für positive Ereignisse übernehmen* ($p = .472$), *Rechtfertigungen* ($p = .463$), *vorsorglich abschwächen* ($p = .556$) und *sich als unvollkommen darstellen* ($p = .675$). Auch in der Gesamtzahl der defensiven Techniken ergaben sich keine Unterschiede ($p = .380$).

Inhalte des Motivationsschreibens und des Lebenslaufes

Während in Bezug auf die Selbstdarstellungstechniken mehr Variablen zu einem signifikanten Ergebnis kamen, wenn sowohl der Einfluss des Geschlechtes als auch jener der Profession berücksichtigt wurden, verhielt es sich bei den Inhalten des Motivationsschreibens und des Lebenslaufes genau umgekehrt.

Lediglich in der Erwähnung von Zusatzausbildungen ($\chi^2(3) = 8.21, p = .039$) und von Praktika ($\chi^2(3) = 13.64, p = .003$) konnten signifikante Unterschiede festgestellt werden.

Von den Juristinnen berichteten 77.1% von ihren Zusatzausbildungen, bei den Psychologinnen waren es 71.4%. Bei den Männern erwähnten deutlich weniger ihre Zusatzausbildungen, 45% der Juristen und 40% der Psychologen gaben solchen an.

In Bezug auf erwähnte Praktika zeigt sich ein anders Bild. Hier nannten 85.7% der Psychologinnen absolvierte Praktika, bei den Psychologen waren es 40%. Die Juristinnen lieferten diese Information zu 37.1%, bei den Juristen waren es lediglich 10%.

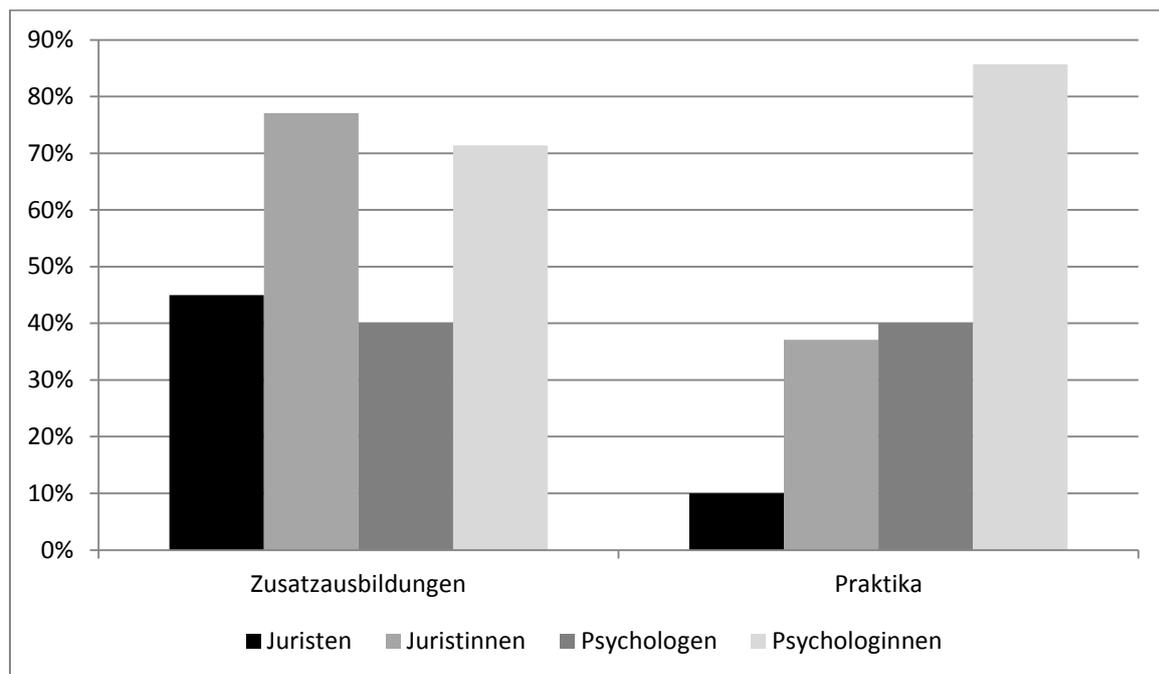


Abbildung 10: signifikante Unterschiede in Bezug auf die Inhalte des Motivationsschreibens und des Lebenslaufes unter Berücksichtigung des Einflusses von Geschlecht und Profession

Die anderen Variablen, anhand derer der Inhalt des Motivationsschreibens und des Lebenslaufes erfasst wurde, zeigten keine signifikante Unterschiede auf. Sie werden der Einfachheit halber hier nur mehr aufgezählt: Erwähnung des Studiums ($p = .975$), Erwähnung von Spezialisierungen im Studium ($p = .436$), Erwähnung von Berufserfahrung ($p = .260$), Erwähnung eines Zweitstudiums ($p = .176$), Erwähnung von besonderen Interessen ($p = .063$),

Erwähnung der eigenen fachlichen Qualifikationen ($p = .484$), Design des Lebenslaufes ($p = 1.000$), Beigabe einer Fotografie ($p = .128$), Angabe des Geburtsortes ($p = .119$), des Geburtsdatums ($p = 1.000$), des Familienstandes ($p = .087$), der Staatsbürgerschaft ($p = .226$), des Religionsbekenntnisses ($p = .476$), Informationen über die Eltern ($p = .942$), über Geschwister ($p = .906$), über Ehepartner ($p = .726$), Angabe von Informationen, die über die Chronologie hinausgehen ($p = .444$), Angabe von persönlichen Daten ($p = 1.000$), der Ausbildung ($p = 1.000$), von Berufserfahrung ($p = .767$), von Sprachkenntnissen ($p = .493$), von persönlichen Interessen ($p = .543$), von EDV-Kenntnissen ($p = .457$) oder von Publikationen ($p = .127$). Die Hypothesen H5c und H6c konnten somit nur teilweise bestätigt werden.

Aus bereits oben genannten Gründen werden keine Angaben zu Beilagen oder angegebenen Titeln von Diplomarbeiten oder Dissertationen gemacht.

13. Qualitative Ergebnisse

13.1 Interviews

Einen weiteren Punkt in der Erhebung stellten Interviews dar, die Bewerbungssituationen aus dem Blickwinkel von Expertinnen und Experten beleuchten sollten. Es wurde hierfür mit Personen gesprochen, die entweder im juristischen oder im psychologischen Bereich über viel Erfahrung mit der Einstellung von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern verfügen. Konkret wurden Interviews durchgeführt mit einer Personalerin einer großen Kanzlei, einem Anwalt, einer Leiterin einer psychosozialen Institution und einem Psychologen. Somit wurde sowohl die Perspektive der Profession als auch jene des Geschlechtes berücksichtigt.

Den Interviewpartnerinnen und -partnern wurde Anonymität zugesichert, um so garantieren zu können, dass sie potentiell heikle Themen (wie Unterschiede, die in der Anstellung von Frauen und Männern gemacht werden) offen ansprechen können. Da die Interviews nicht den Hauptfokus der Untersuchung bilden, werden sie nicht wörtlich wiedergegeben, sondern nur zusammengefasst. Auf wesentliche Passagen wird hingegen genau eingegangen. Die gesamten Interviews befinden sich im Anhang. Auf allgemeine Aussagen bezüglich des Bewerbungsprozesses wird deshalb hier nicht näher eingegangen.

Folgende Fragen wurden in den Interviews gestellt:

- Worauf achten Sie, wenn Sie eine Bewerbung erhalten?
- Gibt es „No-Goes“ in einem Bewerbungsschreiben?
- Wie wichtig sind persönliche Beziehungen für den Bewerbungsprozess?
- Hat es Auswirkungen auf den Bewerbungsprozess, welches Geschlecht die Person hat?

Der Einfluss persönlicher Beziehungen auf den Bewerbungsprozess

Wie sich zeigte, wird der Einfluss von persönlichen Beziehungen in den beiden Professionen verschieden wahrgenommen. Sowohl der Anwalt als auch die Personalerin gaben ohne Rückfragen über die Bedeutung der Frage an, dass Klientinnen und Klienten oder in Behörden beschäftigte Personen versuchen würden, ihre Kinder an die Kanzlei zu vermitteln („Wenn es einen Klientensohn gibt, dann gibt es einen Klientensohn.“) Diese würden einen Platz für ein Praktikum dann mit ziemlicher Sicherheit bekommen.

In Bezug auf eine Stelle als Konzipientin oder Konzipient waren die Aussagen unterschiedlich. Der Anwalt meinte, er wäre eher vorsichtig und würde wahrscheinlich nein sagen, da so eine Stelle sehr anstrengend und zeitaufwendig sei. Es könnte daher sogar dazu kommen, dass in weiterer Folge die persönlichen Beziehungen beeinträchtigt würden, sollte sich die oder der Vermittelte als nicht geeignet für die Stelle erweisen. Ihm persönlich sei dieser Fall aber bisher nicht untergekommen. Manche andere würden sich allerdings einen Vorteil davon erhoffen, Kinder von bestimmten Leuten anzustellen. Die Personalerin hingegen gab an, dass dem Kind einer Klientin oder eines Klienten eher eine Chance als Konzipientin oder Konzipient gewährt würde.

In Bezug auf akademische Verbindungen sagten sowohl die Personalerin als auch der Anwalt, dass Mitglieder solcher Verbindungen nicht versuchen würden, dies in den Bewerbungsprozess einzubringen. Sollte jemand daraus einen Vorteil ziehen wollen, würde er (oder sie, doch in den meisten Fällen handelt es sich um ausschließlich männliche Verbindungen) direkt über ein anderes Mitglied versuchen, an eine Stelle zu kommen. Eine Narbe im Gesicht, das Erkennungszeichen mancher politisch rechter Verbindungen, wäre für den Anwalt ein Ausschlusskriterium, die Personalerin würde versuchen, hier objektiv zu bleiben.

Die Befragten aus dem psychologische Bereich zeigten sich von der Frage irritiert und antworteten erst nach Klärung, worauf die Frage abzielen würde. Der Psychologe gab lediglich an, dass eine Person, die ihm persönlich bekannt sei, wahrscheinlich leichter einen Termin für ein Vorstellungsgespräch oder einen Praktikumsplatz bekäme. Interventionen von dritter Seite kämen hingegen nicht vor.

Die Einrichtungsleiterin gab an, dass sie Leute, die sie aus ihrem privaten Bereich kennt, prinzipiell nicht zu einem Vorstellungsgespräch einladen würde. Wenn sie jemanden aus dem Arbeitskontext bereits kennt, würde das schon eine Rolle spielen und sich darauf auswirken, wie sie die Person beurteile. Sie meint, man wäre dann weniger objektiv und viel kulanter in Bezug auf die Antworten, die eine Person dann im Rahmen des Vorstellungsgesprächs gibt. Man habe bereits ein Bild zu der Person, das sich wahrscheinlich nicht ändern würde. Sie habe daher in solchen Situationen meist bereits gewusst, ob eine Person angestellt werden würde oder nicht.

Es käme hingegen nicht vor, dass Leute versuchen würden, ihren Kindern in der Einrichtung eine Anstellung zu verschaffen.

Die Bedeutung des Geschlechtes für den Bewerbungsprozess

Im Zusammenhang mit der hier durchgeführten Untersuchung von besonderem Interesse sind die Aussagen der Befragten zum Einfluss des Geschlechtes der Person auf den Bewerbungsprozess. So hat das Geschlecht in beiden Professionen Bedeutung, allerdings aus unterschiedlichen Gründen. In beiden Fällen ist aber ein eindeutiger Nachteil für Frauen aufgrund ihres Geschlechtes zu erkennen.

Der Anwalt und die Personalerin gaben an, dass man bei der Bewerbung einer Frau die Überlegung anstellen würde, dass diese wahrscheinlich in den nächsten Jahren Kinder bekommen möchte. Da in diesem Fall davon auszugehen sei, dass sie für einige Jahre beruflich pausieren würde, sei dies negativ für den Arbeitgeber, der vorher einiges an Zeit in ihre Ausbildung investiert hätte. Die Personalerin merkte an, dass sie als Frau sich mit diesen Überlegungen nicht wohl fühle, diese aber anstellen müsse, da sie für ihren Arbeitgeber denken müsse. Der Anwalt gab an, dass er eine Frau Mitte dreißig, die noch keine Kinder habe, nur einstellen würde, wenn dafür besondere Gründe vorliegen. Das sage natürlich niemand offen, aber diese Überlegungen würden intern dennoch angestellt werden.

Die Personalerin ging noch weiter auf diese Frage ein. Sie sagte, sie würde in ihrer Wahl berücksichtigen, wen das betreffende Team zu dieser Zeit brauche: „Brauche ich einmal eine Frau als gute Seele oder sind da acht Frauen und ein Mann wäre einmal gut, weil ohnehin so ein Zickenalarm herrscht?“ Sie habe bei Führungskräften immer wieder deren Einstellungsverhalten beobachtet und kein Muster erkennen können.

Sie gab auch an, dass man teilweise Unterschiede darin erkennen könne, wie sich Frauen und Männer präsentieren. Da es sich hierbei um für diese Untersuchung sehr relevante Aussagen handelt, werden die Passagen wörtlich zitiert:

„In einer schriftlichen Bewerbung sind mir keine Unterschiede darin aufgefallen, wie sich Männer und Frauen präsentieren. Zumindest nicht auf der Konzipientinnen-Ebene, bei Assistentinnen ist das etwas anderes. Das kommt dann erst später. Im persönlichen Gespräch merkt man dann Unterschiede. Schriftlich machen die Konzipientinnen genauso auf tough, die wissen, dass sie sich so präsentieren müssen, wenn sie mithalten wollen.

Im Gespräch verläuft es so: Ich hatte bis dato eloquentere Gespräche mit Männern, die haben eine entspanntere Gesprächsführung, sie haben sich sehr gut präsentiert. Die Damen, die sich gut präsentiert haben, waren dann auch dreifach tough, sehr karriereorientiert, das wollten sie unbedingt überbringen. Die Männer können da entspannter sein und einen Dialog entstehen lassen. Wobei es immer auch sehr auf das Gegenüber ankommt, wie sich die Person präsentieren kann.

Die Männer müssen nicht extra drauf hinweisen, dass sie karriereorientiert und tough sind, das ist Teil des Deals, eine Frau muss darauf extra hinweisen. Das gefällt manchen Leuten natürlich, aber es wirkt alles verkrampfter, der Mann hinterlässt einen besseren Eindruck, weil er entspannter ist. Angebote bekommen die Frauen aber auch. Die gehen aber schon mit dem Nachteil hin, dass sie eine Frau sind.

Das Gehalt sprechen beide an. Die Männer pokern höher, das entwickelt sich dann in der Historie weiter. Am Anfang schaut man dann schon darauf, dass sie gleichbehandelt werden. Bei späteren Gehaltsverhandlungen sind die Männer dann tougher und das wirkt sich dann auch aus.

... Man muss auch sagen, dass die Frauen noch ehrgeiziger, noch bissiger waren, sich noch mehr beweisen wollten, das wurde auch gesehen. An der Spitze wird man wenige Frauen finden, aber an guten Zuarbeitern wird man mehr Frauen finden. ...“

Der Psychologe hingegen antwortete auf die Frage nach der Bedeutung des Geschlechtes der Person, dass es in der klinischen Psychologie viel mehr Frauen als Männer gebe, manchmal aber ein Mann für die Behandlung wichtig sei. Der Mann müsse natürlich die Voraussetzungen erfüllen, würden sich allerdings zwei geeignete Personen verschiedenen Geschlechtes bewerben, so würde man sich eventuell im Sinne einer positiven Diskriminierung für den Mann entscheiden. Er führte dazu aus: „Das ist leider ein Problem in der klinischen Psychologie, die Männer gehen alle in die Wirtschaft oder in die Biologie. Die paar Männer, die es dann gibt, die machen dann garantiert Karriere.“

Auch die Einrichtungsleiterin sprach davon, dass das Geschlecht eine Rolle spielen würde. Der Sozialbereich sei ein stark von Frauen dominierter Bereich, sie sei bestrebt, in ihrem Team Ausgeglichenheit herzustellen, was allerdings nicht möglich sei. Sie bemühe sich aber, mehr als nur 10% Männer in ihrem Team zu haben. Das hätte zur Folge, dass sie dann bei Männern eher gewillt sei, ein Auge zuzudrücken. Wenn sie also das Gefühl hätte, es wäre gut eine Stelle mit einem Mann nachzubesetzen, sei sie in der Beurteilung eines Mannes kulanter und habe an einer Frau den Anspruch, dass diese außergewöhnlich gut sein muss, um die Stelle zu bekommen.

Auch ihr sind Unterschiede in der Art und Weise, wie sich Frauen und Männer präsentieren, aufgefallen. Es handelt sich hierbei wieder um für diese Untersuchung höchst wesentliche und interessante Aussagen, welche daher wörtlich wiedergegeben werden:

„Also, das würde jetzt nicht auf alle Bewerbungsgespräche zutreffen, aber so tendenziell präsentieren sich Männer schon selbstbewusster und dominanter als Frauen. Also, es ist mir noch nie passiert, dass sie eine Frau breitbeinig und die Hände in die Höhe reißend präsentiert hat, bei Männern schon drei Mal, einfach überdominant.“

Frauen sind selbstkritischer, auch in der Selbstpräsentation, was jetzt nicht heißt, dass Männer nicht auch reflexiv sind, das will ich damit nicht sagen. Aber wenn man Mann oder Frau fragt, ob sie sich etwas zutrauen, kommt von Männern schneller und klarer ein „Ja“. Frauen denken einmal darüber nach und sagen dann „Ja, könnt ich mir schon vorstellen, vielleicht bräuchte ich da das eine oder andere noch an Fortbildung.“ und „Ich muss das einmal ausprobieren.“ und wenn man einen Mann fragt „Trauen Sie sich das zu?“ kommt sehr schnell, ohne nachzudenken „Ja!“. Das ist so einer der auffallendsten Unterschiede. Wenn man dann fragt „Wie würden Sie das machen?“, dann setzt erst der Prozess ein, den

Frauen von Haus aus mitbringen. Auch nicht alle, man muss aufpassen, dass man nicht zu sehr in Stereotype verfällt, aber tendenziell.

Frauen sind tendenziell bei den Schwächen auch eher bereit, ausführlich zu erzählen, welche Schwächen sie haben, Männer sagen „Da muss ich einmal nachdenken.“ und man merkt genau, sie haben das eh vorbereitet, aber das ist natürlich... Da ziert man sich ein bisschen... Und da werden dann auch eher Dinge präsentiert, die schon auch Stärken sind. Ich habe das Gefühl, Frauen antworten da ehrlicher auf ihre Schwächen.

Frauen sind auch im Bewerbungsgespräch eher bereit, wirklich ein reflexives Gespräch zu führen und sich auf das Gespräch einzulassen und nicht so ihr Ding runter zu spulen, sondern sich im Gespräch zu bewegen. Sie sind mehr bei mir und weniger bei sich. Der Mann tut sein Ding und auch, wenn er auf Fragen antwortet, sind das Dinge, die er sich für seine Selbstpräsentation so zurechtgelegt hat.“

Auffallend war auch die Sprache, die von den Interviewpartnerinnen und –partnern verwendet wurde. Um zu beschreiben, welches Verhalten in einer Bewerbungssituation nicht gerne gesehen würde, verwendete der Anwalt beispielsweise folgende Ausdrücke: „Manche präsentieren sich, als wären sie der Herr Generaldirektor, das kommt auch nicht gut an.“, „ ,Mr. Großkotz‘, der erklärt, was er nicht alles schon gemacht hat. Solche Gespräche gibt es oft, fast immer mit Männern, die enden ganz schnell.“ Die Personalerin führte in Zusammenhang damit, dass sie jemanden suche, die oder der das Team gut unterstütze könne, aus: „Brauche ich jemanden, der eloquent und offen ist, den man zum Klienten mitnehmen kann, oder brauche ich eine Arbeitsbiene, die diese Bühne nicht braucht, sondern in ihrer juristischen Arbeit komplett aufgeht?“

Der Psychologe und die Einrichtungsleiterin wiederum verwendeten beinahe durchwegs eine gegenderte Sprache, sprachen also beispielsweise stets von „dem Kollege/der Kollegin“.

13.2 Qualitative Besonderheiten in den Motivationsschreiben

Zuschreibungen von persönlichen Stärken

In vielen Motivationsschreiben werden Stärken und positive Eigenschaften angeführt, die die Verfasserin oder der Verfasser des Textes sich selbst zuschreibt. Soweit in den hier

untersuchten Motivationsschreiben solche Eigenschaften angegeben wurden, wurden sie im Zuge der Untersuchung wörtlich erhoben, um einen genaueren Einblick darin zu gewinnen, mit welchen Eigenschaften sich Frauen und Männer selbst „anpreisen“ wollen.

Insgesamt führten 13 Männer und 29 Frauen persönliche Stärken an, das entspricht 43% aller Männer und 69% aller Frauen. Bei neun Männern handelte es sich um Juristen, bei vier Männern um Psychologen. Bei den Frauen gaben 25 Juristinnen und 4 Psychologinnen ihre Stärken an. Männer nannten im Durchschnitt 6,3 Eigenschaften, wobei die Juristen mit 5,8 Eigenschaften weniger anführten als die Psychologen mit 7,3 Eigenschaften. Die Frauen gaben durchschnittlich 5,1 Stärken an, Juristinnen mehr (5,3) als Psychologinnen (4). Es zeigt sich also, dass zwar mehr Frauen auf ihre persönlichen Stärken hinweisen, jene Männer aber, die dies tun, mehr positive Eigenschaften anführen.

Von den Juristen wurde am häufigsten auf ihre Sorgfalt und Präzision hingewiesen, gefolgt von Teamfähigkeit, sozialer Kompetenz und Selbständigkeit, dahinter folgten Flexibilität, Einsatzbereitschaft/Leistungsbereitschaft, Engagement und Ehrgeiz. Juristinnen strichen primär ihre Teamfähigkeit hervor, an zweiter Stelle stand die soziale Kompetenz. Weiters beschrieben sie sich als sorgfältig/präzise und engagiert, außerdem zuverlässig, flexibel, leistungsbereit, selbständig und motiviert.

Die Psychologen nannten am häufigsten Wissbegierde/hohe Lernbereitschaft, gefolgt von Teamfähigkeit. Von den Psychologinnen wurde am häufigsten Einfühlungsvermögen/Empathie als persönliche Stärke angegeben, außerdem ebenfalls ihre Wissbegierde und ihr Teamfähigkeit.

Tabelle 5: Häufigkeit der Zuschreibung persönlicher Stärken

	männlich Jus	männlich Psychologie	weiblich Jus	weiblich Psychologie	Summe
Flexibilität	3	1	7		11
Teamfähigkeit	5	4	13	2	24
Einsatzbereitschaft/Leistungsbereitschaft	3	1	6		10
Einfühlungsvermögen/Empathie	1	1		3	5
Zuverlässigkeit	2	2	8		12
Engagement	3	2	11	1	17
Selbständigkeit	4	2	6	1	13
Sorgfalt/Präzision	6		11	1	18
Zielstrebigkeit	2	1	4		7
Belastbarkeit	1	1	3		5
Loyalität	2				2
Ehrgeiz	3		1		4
soziale Kompetenz	4	2	12	1	19
Freude an Arbeit mit Menschen		1	3		4
hohe Lernbereitschaft/wissbegierig	1	5	5	2	13
motiviert		1	6		7
Neugierde		1			1
Selbstreflexion		1			1
lösungsorientiert		1	3		4
schnelle Auffassungsgabe	1	1	3		5
analytisches Denken	2				2
sehr gutes Auftreten	1				1
Humor				1	1
Verantwortungsbewusstsein			3	1	4
Geduld				1	1
Toleranz				1	1
Zuhören			2		2
organisatorische Fähigkeiten			3		3
Informationen verständlich vermitteln			2		2
fleißig			2		2
sonstiges	9	1	19	1	30
Summe	53	29	133	16	231

Äußerlichkeiten der Bewerbungen

Bezogen auf Äußerlichkeiten des Textes zeigten sich zwar keine Unterschiede zwischen Frauen und Männern, wohl aber zwischen Juristinnen und Juristen einerseits und Psychologinnen und Psychologen andererseits.

Das Motivationsschreiben einer einzigen Juristin wies Rechtschreibfehler auf, Tipp- und Beistrichfehler waren kaum aufzufinden. In Texten, die von Psychologinnen und Psychologen verfasst wurden, fanden sich hingegen häufig solche Tipp- und Beistrichfehler.

Juristinnen und Juristen verwendeten für ihre Bewerbung häufig ein einheitliches Design, in vielen Fällen waren Deckblätter Teil der Bewerbungsmappe. Auf psychologischer Seite fand sich dies nur bei einer einzigen Bewerbung.

Auch in Bezug darauf, ob der Text in einer geschlechtersensiblen Sprache verfasst wurde, fanden sich eindeutige Unterschiede zwischen den Professionen. Während von den Juristinnen und Juristen niemand eine Sprache verwendete, die beide Geschlechter berücksichtigte, war dies bei zwei Psychologen und einer Psychologin der Fall.

13.3 Fallvignetten

Bewerber X

Eine der Bewerbungen an die Rechtsanwaltskanzlei war zu umfangreich und außergewöhnlich, um sie in die quantitative Auswertung aufzunehmen. Daher wurde entschieden, diese Bewerbung gesondert in die Untersuchung aufzunehmen und daraus eine Fallvignette zu erstellen.

Es handelt sich um die Bewerbung eines Juristen für eine Stelle als Konzipient. Bereits im einleitenden E-Mail weist Herr X auf seine Interessen im Bereich des Steuerrechtes und seine derzeitige Tätigkeit als Gerichtspraktikant hin. Die Bewerbungsmappe selbst enthält nach einem Deckblatt mit dem Namen, einem großen Foto und der Anschrift des Bewerbers ein Inhaltsverzeichnis, mit Hilfe dessen man per Mausklick direkt zu den verschiedenen Kapiteln gelangen kann. Dieses Inhaltsverzeichnis enthält folgende Punkte:

1. Lebenslauf
2. Notenzusammenstellung beider Studien
3. Noten WU
4. Noten JUS

- a. Magisterbescheid und Diplomprüfungszeugnisse
 - b. Prüfungen
5. Steuerrechtliche Schwerpunktfächer
 6. Doktoratsstudium Juridicum
 7. Praktika & Dienstzeugnisse
 8. Maturazeugnis

Insgesamt enthält die Bewerbungsmappe 35 A4-Seiten.

In dem Lebenslauf, der nur einen Überblick darstellt, gibt der Bewerber unter dem Punkt „Eigenschaften“ an, er sei „motiviert, zielstrebig, belastbar, humorvoll und teamfähig“.

Der Punkt *Notenzusammenstellung beider Studien* enthält eine detaillierte Auflistung sämtlicher absolvierter Lehrveranstaltungen, inklusive Angabe des Studium, der Prüferin oder des Prüfers, des Prüfungsdatums und der Note. In einer zusätzlichen Erklärung geht Herr X auf die von ihm verfasste Diplomarbeit an der Wirtschaftsuniversität ein, diese befinde sich momentan bei dem beurteilenden Professor zur Begutachtung. Er habe ansonsten keinerlei Prüfungen mehr an der WU zu absolvieren.

Unter den Überschriften *Noten WU und Noten JUS* listet Herr X sämtliche Zeugnisse auf, die Prüfungen aus dem Diplomstudium Rechtswissenschaften führt er in einer eigenen Auflistung ein insgesamt drittes Mal an. Außerdem legt er ein Zeugnis bei, das den Abschluss eines Sprachkurses „Russisch A1 – Phase 1 (für AnfängerInnen)“ zeigt. Er führt dazu aus, dass er an dem Kurs der Phase 2 aktuell teilnehme.

Da der Bewerber den Schwerpunkt seiner Ausbildung auf steuerrechtliche Fächer gelegt hat, listet er unter der Überschrift *Steuerrechtliche Schwerpunktfächer* sämtliche zu diesem Thema abgelegten Prüfungen und Kurse auf, er gibt hier auch wieder die Noten an. Der Bewerber erreicht in Bezug auf diese Fächer einen Notendurchschnitt von 2.7, also ein knappes „Befriedigend“. Die Diplomprüfung aus Finanzrecht an der rechtswissenschaftlichen Fakultät legt er mit einem „Befriedigend“ ab, ebenso absolviert er beide Diplomandenseminare, die in diesem Studienzweig die Diplomarbeit ersetzen. Die beiden Fachprüfungen an der Wirtschaftsuniversität besteht er jeweils nur mit einem „Genügend“. Dazu führt er aus: „Meine Noten im Steuerrecht an der WU sind weitestgehend überdurchschnittlich gut, trotzdem möchte ich bei dieser Gelegenheit mein Genügend auf die Fachprüfung aus betriebswirtschaftlicher Steuerlehre rechtfertigen. Dies war auf sehr massive *Terminkollisionen* zurückzuführen (...).“

Sehr detailliert gibt Herr X auch unter dem Punkt *Praktika und Dienstzeugnisse* über seine bisherige Berufserfahrung Auskunft. Jede bisherige Arbeitgeberin und jeder bisherige Arbeitgeber werden mit Namen, Postanschrift, Telefon- und Faxnummer, E-Mail-Adresse und Adresse der Internetseite (wenn vorhanden) angeführt, beispielsweise:

Gerichtspraxis, Sprengel Oberlandesgericht Wien

Schmerlingplatz 11, A-1016 Wien

Tel +43 01/52152-0, <http://gerichtspraxis.justiz.gv.at>

In Bezug auf jede bisherige Tätigkeit beschreibt der Bewerber sehr präzise seine dortigen Aufgaben und nennt seine jeweiligen Vorgesetzten. Weiters legt er Dienstzeugnisse bei.

Abschließend enthält die Bewerbungsmappe sein Maturazeugnis.

Bewerberin Y

Es soll nun eine weitere Bewerbung vorgestellt werden, die außergewöhnlich ist, in diesem Fall, weil die Verfasserin zum Zeitpunkt der Bewerbung bereits etwa 45 Jahre alt war. Es handelt sich um Frau Y, die jahrelang als Sozialarbeiterin tätig war, bevor sie das Studium der Rechtswissenschaften absolvierte.

In ihrem Motivationsschreiben bekundet Frau Y ihr großes Interesse an einer Tätigkeit in einer „renommierten Anwaltskanzlei“ und sie „gestatte sich“, sich als Mitarbeiterin zu bewerben. Als eine ihrer besonderen Stärken gibt die Bewerberin ihre bereits vorhandene Berufserfahrung an, schwächt dies allerdings sofort wieder ab, indem sie einschränkt: „wenn auch in einem anderen Berufsfeld“. Weiters sei sie „sehr sicher im Kontakt mit Kunden“, sie bringe „reichlich Erfahrung in der Führung von Beratungsgesprächen mit, sowie hohe Einsatzbereitschaft, Flexibilität und hohe Motivation (...)“. Frau X verfügt über beinahe 20 Jahre Berufserfahrung als Sozialarbeiterin, in denen sie unter anderem Familien bzw. Jugendliche in rechtlichen Angelegenheiten beraten hat, Jugendliche im Rahmen von Gerichtsverfahren unterstützt und Stellungnahmen an Pfllegschafts- und Jugendstrafgerichte verfasst hat. Dies erwähnt sie in ihrem Motivationsschreiben nicht, sondern geht nur im Rahmen des Lebenslaufes darauf ein.

Frau X gibt an, verheiratet zu sein, nennt den Namen ihres Ehemannes und dass sie ein Kind hat. Als „Besondere Kenntnisse“ führt sie unter anderem „Konfliktberatung und Konfliktmanagement“, „NLP-Aufbauseminar“ und „Moderatorentraining“ an.

13.4 Externe Validierung der Motivationsschreiben

Die Motivationsschreiben der Bewerberinnen und Bewerber wurden insofern verblindet, dass nicht mehr erkennbar war, welches Geschlecht die Person hatte. In weiterer Folge las eine externe Expertin diese verblindeten Texte und schätze ein, ob sie von einem Mann oder einer Frau geschrieben worden waren. Die Daten wurden dann einem Binomialtest unterzogen, mit dem errechnet werden kann, ob die Einschätzungen signifikant häufig richtig waren oder nicht.

Folgende Ergebnisse erzielte die externe Expertin: Von insgesamt 72 Motivationsschreiben, die in die Bewertung miteinfließen, wurden 51 Bewerbungen (71%) richtig erkannt, bei 21 (29%) wurde auf das falsche Geschlecht getippt ($p = .001$). Von den Frauen wurden 69% als solche erkannt, von 31% hingegen wurde angenommen, es handle sich um Männer ($p = .020$). Bei den Männern kam die Expertin in 73% der Fälle zu einem richtigen Ergebnis, 27% der Männer wurden für Frauen gehalten ($p = .016$). Sie erkannte somit sowohl für die Gesamtstichprobe, als auch für die nach Geschlecht getrennten Teilstichproben signifikant häufig das Geschlecht der Person, die das Motivationsschreiben verfasst hatte.

14. Interpretation und Diskussion der Ergebnisse

Aus der Literatur haben sich verschiedene Hypothesen in Bezug auf Unterschiede in der Selbstdarstellung zwischen den Geschlechtern ergeben. Diese konnten zum Teil bestätigt werden, zum Teil fanden sich die erwarteten Unterschiede in der hier durchgeführten Studie nicht. So zeigte sich, dass sich Frauen und Männer weder signifikant in der Gesamthäufigkeit der eingesetzten Techniken unterschieden noch darin, ob sie eher assertive oder defensive Techniken verwendeten.

Die Selbstdarstellungstechnik *hohes Selbstwertgefühl herausstellen* erwies sich als eindeutig männliche Domäne. Wie aufgrund der Ergebnisse von Rosanna E. Guadagno und Robert B. Gialdini (2007, S. 486ff.) vermutet, wurde diese Technik auch in dieser Studie von Männern signifikant häufiger eingesetzt. In den Interviews sagte sowohl die Personalerin als auch die Einrichtungsleiterin aus, dass Männer sich selbstbewusster präsentieren als Frauen. Die Personalerin gab an, dass sich das in weiterer Folge auch im Gehalt niederschlagen würde und somit eine Begründung für die ungleiche Entlohnung von Frauen und Männern („Gender

Pay Gap“) darstellt. Wie weiter oben berichtet (Seite 60), verdienen Frauen durchschnittlich deutlich weniger als Männer. Dies könnte sich auch auf den Einfluss des Selbstdarstellungsverhaltens zurückführen lassen. Anhand dieser Technik lässt sich allerdings auch der Einfluss der Profession gut erkennen. Betrachtet man die Häufigkeit der Anwendung dieser Technik unter Berücksichtigung von Geschlecht und Profession, so zeigt sich, dass sie zwar von Juristen mit Abstand am häufigsten eingesetzt wird, an zweiter Stelle liegen hingegen nicht die Psychologen sondern die Juristinnen. Bei der Anwaltschaft handelt es sich um einen prestigeträchtigen Beruf, auch das lässt sich anhand der Entlohnung erkennen. Während Psychologinnen und Psychologen für ihre Ausbildung im Klinischen und Gesundheitsbereich bezahlen müssen, erhalten Konzipientinnen und Konzipienten für eine äquivalente postgraduale Ausbildung zwischen 27.100 € und 38.900 € Jahresbruttoeinkommen.¹⁶ Mit dementsprechend mehr Selbstbewusstsein präsentieren sich Juristinnen und Juristen, wie die Ergebnisse dieser Studie zeigen können.

Signifikante Unterschiede wurden weiters in Bezug auf die Technik *sich über Kontakte aufwerten (basking in reflected glory)* gefunden. Aufgrund der Ergebnisse bei Rosanna E. Guadagno und Robert B. Gialdini (2007, S. 486ff.) wurde angenommen, dass es sich hierbei auch um eine von Männern häufiger eingesetzte Technik handelt. Diese Hypothese konnte bestätigt werden. Doch auch zwischen den Professionen zeigten sich hier signifikante Unterschiede. Psychologinnen und Psychologen setzen diese Technik kaum ein, während sie auf juristischer Seite häufig verwendet wurde. Hier lagen die Juristen wieder eindeutig vor den Juristinnen. Diese Ergebnisse decken sich mit den Reaktionen der Interviewpartnerinnen und -partner. Während die Einrichtungsleiterin und der Psychologe mit der Frage nach der Bedeutung von persönlichen Beziehungen für den Bewerbungsprozess kaum etwas anfangen konnten, gaben die Personalerin und der Anwalt übereinstimmend an, dass persönliche Beziehungen in ihrer Branche eine wesentliche Rolle spielen. So würde von Seiten der Klientinnen und Klienten häufig versucht, Kinder für eine Stelle in der Kanzlei zu vermitteln. Diesen Bitten würde in weiterer Folge auch häufig entsprochen werden. Im psychologischen Bereich erwies sich dieses Vorgehen als komplett unüblich. Die Bedeutung persönlicher Beziehungen zeigt sich also auf juristischer Seite einerseits in der direkten Vermittlung, andererseits darin, dass Bewerberinnen und Bewerber bewusst Personen oder

¹⁶ Vgl. http://karrierenews.diepresse.com/home/karrieretrends/juristen/743617/Gehaltsvergleich_Was- verdienen-Juristen, zuletzt aufgerufen am 4.12.2012

Einrichtungen in ihrer Bewerbung anführen, die durch die Verbindung mit ihnen ein gutes Licht auf die Bewerberin oder den Bewerber werfen sollen.

Schließlich wurde die Hypothese (Guadagno & Cialdini, 2007, S. 486ff.) bestätigt, dass die Technik *Komplimente, Lobpreisungen oder sonstige Verstärkungen an die Empfängerin/den Empfänger* häufiger von Frauen eingesetzt werde als von Männern. Während Männer also eher darauf bauen, ihr eigenes Selbstvertrauen hervorzukehren, versuchen Frauen durch Verstärkungen an ihr Gegenüber bei diesem einen positiven Eindruck zu hinterlassen. Die Einrichtungsleiterin gab an, dass Männer in einem Bewerbungsgespräch bei ihrer Selbstpräsentation blieben, während Frauen viel eher bereit seien, auf sie und das Gespräch einzugehen. Dies deckt sich damit, dass Frauen mehr Komplimente und andere Verstärkungen an das Gegenüber spenden und so die Aufmerksamkeit von sich auf die Gesprächspartnerin oder den Gesprächspartner lenken. Auch in Bezug auf die Profession zeigten sich hier signifikante Unterschiede, erneut handelte es sich um eine Technik, die von Juristinnen und Juristen signifikant häufiger eingesetzt wurde. Eine potentielle Arbeitgeberin oder einen potentiellen Arbeitgeber auf ihre oder seine Bedeutung und prestigeträchtige Stellung hinzuweisen scheint somit eine beliebte Strategie unter Juristinnen und Juristen zu sein.

Entgegen der Erwartungen (Bolino & Turnley, 2003, S. 153) zeigten hingegen Männer nicht mehr *self promotion* als Frauen und auch zwischen den Professionen konnten hier keine Unterschiede festgestellt werden. Gleichzeitig erwies sich *self promotion* als die mit Abstand am häufigsten eingesetzte Selbstdarstellungstechnik. In der Literatur wurde mehrfach festgestellt, dass der Einsatz von *self promotion* im Rahmen von Bewerbungsprozessen nachweisbar die besten Ergebnisse erzielte (vgl. Kristof-Brown, Barrick, & Franke, 2002, S. 36ff., Kacmar & Carlson, 1999, S. 1301ff. und Varma, Tho, & Pichler, 2006, S. 205ff). Die häufige Anwendung von Bewerberinnen und Bewerbern dieser Studie lässt darauf schließen, dass ihnen die wesentliche Bedeutung dieser Selbstdarstellungstechnik bewusst ist.

Die ebenfalls häufig eingesetzten Techniken *Kompetenz und Expertentum signalisieren* und *hohe Ansprüche stellen* erwiesen sich in keiner der Bedingungen als signifikant. Es kann also davon ausgegangen werden, dass diese Techniken ebenso wie *self promotion* wesentliche Teile einer jeden Bewerbung sind, unabhängig vom Geschlecht oder der Profession der sich bewerbenden Person.

Unter Berücksichtigung des Einflusses von Geschlecht und Profession zeigte sich, dass Psychologinnen eindeutig häufiger die Technik *moralisch vorbildhaft erscheinen* verwendeten als die anderen Bewerberinnen und Bewerber. Dies entspricht sowohl einem weiblichen Stereotyp, als auch dem Stereotyp einer Person, die in einem sozialen oder klinischen Umfeld arbeitet. Einschränkend muss gesagt werden, dass diese Technik nicht sehr häufig zur Anwendung kam, sodass diese Aussage zur vorbehaltlich zu tätigen ist.

Bezüglich der Anzahl an angewendeten assertiven Techniken und der Gesamtanzahl fanden sich signifikante Unterschiede. Unter ausschließlicher Berücksichtigung der Profession ergibt sich, dass Juristinnen und Juristen sowohl signifikant mehr assertive als auch insgesamt mehr Techniken einsetzen als Psychologinnen und Psychologen. Werden allerdings die Einflüsse von Geschlecht und Profession berücksichtigt, so zeigt sich, dass Juristinnen und Psychologinnen vor Juristen und Psychologen liegen, was diese Häufigkeiten betrifft. Dies entspricht in keiner Weise den Hypothesen, die aus der Literatur abgeleitet wurden (Bolino & Turnley, 2003, S. 153). Eine Erklärung lässt sich möglicherweise in einer Aussage der Personalerin finden. Sie gab an, dass Frauen sich betont leistungsorientiert und „tough“ präsentieren müssen, während diese Eigenschaften bei Männern vorausgesetzt werden. Männer müssen demnach nicht mehr eigens darauf hinweisen, sie müssen ihre Qualifikationen nicht mehr extra hervorheben, da ihnen diese von Anfang an unterstellt werden. Ein Bewerber profitiert somit im Sinne Robert W. Connells bereits durch sein Mann-Sein von der patriarchalen Dividende, einem allgemeinen Vorteil, der Männern in unserer weiterhin grundsätzlich patriarchalen Gesellschaft Frauen gegenüber zukommt (Connell, 2006, S. 100f.). In seiner Theorie der Stereotypenbedrohung postuliert Claude M. Steele (Steele, 1997, S. 614), dass Angehörige einer sozialen Gruppe, über die negative Stereotype existieren, befürchten können, dass sie aufgrund dieses Stereotypes beurteilt werden. Leistungsfähigkeit ist nun nicht etwas, das zu einem weiblichen Stereotyp gehört, Frauen könnten sich davon bedroht fühlen. Sie müssen das Defizit wettmachen, dass sie Frauen sind, die Personalerin sagte dazu: „Die gehen aber schon mit dem Nachteil hin, dass sie eine Frau sind.“ Diesen Nachteil könnten die Frauen versuchen auszugleichen, indem sie häufiger als Männer Verhaltensweisen zeigen, die ein gutes Licht auf sie werfen sollen.

Auch in Bezug auf die Techniken *Verantwortung für positive Ereignisse übernehmen*, *Verantwortung für negative Ereignisse übernehmen* und *Verantwortung für negative Ereignisse abstreiten* fanden sich entgegen der Erwartungen (Guadagno & Cialdini, 2007, S.

486ff.) keine Unterschiede zwischen den Geschlechtern oder den Professionen. Die beiden letzten Techniken kamen in der gesamten Erhebung kein einziges Mal vor. Es zeigt sich also, dass negative Ereignisse in Bewerbungsschreiben nicht thematisiert werden. Ebenso nur sehr selten zum Einsatz kamen die Techniken *Hindernisse überwinden*, *Rechtfertigungen*, *vorsorglich abschwächen/disclaimer* und *sich als unvollkommen darstellen*, bei denen sich keinerlei signifikanten Unterschiede ergaben. Daraus ergab sich auch, dass es keine Unterschiede in Bezug auf die Häufigkeit des Einsatzes defensiver Selbstdarstellungstechniken gibt. Diese Ergebnisse sind wenig überraschend, ist es doch das Ziel eines Bewerbungsschreibens bei der Leserin oder beim Leser einen positiven Eindruck zu machen, der in einer Einladung zu einem Vorstellungsgespräch münden soll. Eine defensive Haltung ist für dieses Ziel eher hinderlich.

Hinsichtlich des Inhaltes und des Aufbaus erwiesen sich die Bewerbungen als weitreichend einheitlich. So wurden keinerlei Unterschiede in der Länge der Motivationsschreiben oder Lebensläufe festgestellt, weder zwischen den Geschlechtern noch zwischen den Professionen. Auch die im Motivationsschreiben angesprochenen Inhalte sind weitgehend deckungsgleich. Es zeigt sich somit, dass es einen gewissen Standard bei Bewerbungen gibt, sowohl was den Umfang als auch was den Inhalt und die Form betrifft. Dieser Standard wird von den Angehörigen beider Geschlechter und Professionen eingehalten.

Es lassen sich lediglich einige wenige Unterschiede erkennen. So zeigte sich, dass Frauen signifikant häufiger ihre Zusatzausbildungen, ein Zweitstudium und absolvierte Praktika angaben als Männer. Außerdem legten sie signifikant häufiger Zeugnisse der Universität bei. Es wird vermutet, dass dies eine Art externe Validierung darstellt. Wie gezeigt wurde, präsentieren sich Männer grundsätzlich selbstbewusster als Frauen. Ihnen wird Leistungsfähigkeit a priori attestiert. Frauen könnten versuchen, diese Ungleichheit auszugleichen, indem sie ihre Zeugnisse der Bewerbung beilegen und somit erbrachte Leistungen nachweisen, die Voraussagen für die Zukunft möglich machen sollen.

Zwischen den Professionen zeigte sich der Unterschied, dass Psychologinnen und Psychologen signifikant häufiger absolvierte Praktika anführen und öfter auf ihre persönlichen Interessen eingehen. Das Praktikum spielt in der Psychologie als Möglichkeit des Sammelns von Berufserfahrung eine wesentliche Rolle. Im Rahmen der Psychologie stellt die Person viel stärker als in der juristischen Branche das „Werkzeug“ dar, wie es die

Einrichtungsleiterin formulierte. Die Angabe persönlicher Interessen könnte den Hintergrund haben, dass die Person mit ihren Eigenschaften und Interessen in der Psychologie eine größere Rolle als im juristischen Bereich spielt, wo es eher auf das Fachwissen und die Beherrschung juristischer Technik ankommt. Juristinnen und Juristen geben hingegen signifikant häufiger ihren Familienstand bekannt als dies Psychologinnen und Psychologen tun. Es wird vermutet, dass es sich bei den Rechtswissenschaften um eine konservativere Branche handelt, die auf den Familienstand einer Person größeren Wert legt.

Berücksichtigt man den Einfluss von Geschlecht und Profession auf die Häufigkeit der Angabe von Zusatzausbildungen, so zeigte sich, dass hier Juristinnen vor Psychologinnen, Juristen und Psychologen liegen. Während also Juristinnen Wert darauf legen zu zeigen, dass sie über das Studium hinaus Zusatzausbildungen absolviert haben, gibt es inhaltlich nichts, das Juristen besonders häufig erwähnen, sie präsentieren lediglich die eigene selbstbewusste Person, die über viele wichtige Kontakte verfügt.

Der Aufbau des Lebenslaufes folgt einem Schema, welches fast bei allen Bewerberinnen und Bewerbern zu beobachten war: nach den persönlichen Daten wurde von der Ausbildung und bisher gemachter Berufserfahrung berichtet, in den meisten Fällen folgen dann Angaben zu Sprachkenntnissen und persönlichen Interessen, häufig auch zu EDV-Kenntnissen und bisher veröffentlichten Publikationen. Ausnahmen wurden hier so gut wie keine gefunden. Das bezieht sich auch auf das Design der Lebensläufe. Die überwiegende Mehrzahl wurde in Form eines klassisch-tabellarischen Layouts verfasst. Aus der Literatur ist bekannt, dass dieses Design am besten bewertet wird (Arnulf, Tegner, & Larssen, 2010, S. 221ff.).

Neben der Untersuchung der Bewerbungsschreiben wurden im Rahmen der Studie Interviews mit Expertinnen und Experten durchgeführt, weiters wurde überprüft, ob sich alleine anhand der verblindeten Texte der Motivationsschreiben das Geschlecht der Verfasserin oder des Verfassers erkennen lässt. Der externen Expertin war dies tatsächlich möglich. Es zeigt sich somit, dass signifikante Unterschiede in der Sprache bestehen, in welcher Frauen und Männer ihre Bewerbungsschreiben verfassen. Dies entspricht Ergebnissen aus der Literatur (Haas, 2010, S. 249ff.). Alleine anhand des Sprachduktus, der Wörter und Phrasen, die eine Person in einem Bewerbungsschreiben verwendet, lässt sich ihr Geschlecht erkennen. Rekurrierend auf Sandra Bems Gender Schema Theorie (1981, S. 354ff.) wird somit vermutet, dass Frauen und Männer die ihnen zugeschriebenen

Geschlechtsschemata so stark internalisieren, dass diese sich sogar auf ihren Sprachgebrauch auswirken.

Die mit einer Personalerin einer Kanzlei, einem Anwalt, einer Leiterin einer sozialen Beratungsstelle und einem Psychologen durchgeführten Interviews lieferten weitere wesentliche Erkenntnisse. Neben vielen Informationen über Bewerbungsprozesse im Allgemeinen, für die auf den Anhang verwiesen wird, zeigte sich, dass persönliche Beziehungen in der juristischen Branche im Unterschied zur psychologischen eine wesentliche Rolle spielen. Weiters sagten alle Expertinnen und Experten aus, dass das Geschlecht einer Bewerberin oder eines Bewerbers Einfluss auf den Bewerbungsprozess hätte. In einer Kanzlei würden die Überlegungen angestellt werden, dass eine Frau wahrscheinlich in den nächsten Jahren Kinder bekommen und somit als Arbeitskraft ausfallen würde. Dies wäre negativ für die Kanzlei und würde daher dazu führen, dass man bei einer Frau zweimal überlegen würde, sie überhaupt anzustellen. Auch im psychologischen Bereich hat ein Mann bessere Chancen auf eine Anstellung, allerdings aus einem anderen Grund. Da es im Bereich der Klinischen und Gesundheitspsychologie allgemein wenig männliche Bewerber gäbe, würde man diese bevorzugt behandeln. In direkter Konkurrenz mit einem Mann müsse eine Frau somit das Defizit des Frau-Seins durch überdurchschnittliche Leistungen oder sonstige besonderen Kenntnisse ausgleichen. Die Männer hingegen, die in diesem Bereich arbeiten, könnten allein aufgrund ihres Geschlechtes viel leichter Karriere machen.

15. Kritik und Ausblick

An der Untersuchung muss kritisch angemerkt werden, dass die Zahl der untersuchten Bewerbungen von Psychologinnen und Psychologen recht gering war. Dieser Umstand ist der langen Dauer geschuldet, die die Akquirierung der Unterlagen in Anspruch genommen hat. In zukünftiger Forschung könnte daher versucht werden, die Ergebnisse dieser Untersuchung mit einer größeren Datenmenge zu überprüfen. Außerdem muss angemerkt werden, dass die Untersuchung, wie die meisten Studien in der Literatur auch, ausschließlich Bewerberinnen und Bewerber berücksichtigt, die eine akademische Ausbildung genossen

haben. Es können somit keine gesicherten Aussagen über andere Branchen und Bereiche gemacht werden. Auch dieses Defizit könnte durch künftige Forschung ausgeglichen werden. Die Untersuchung weist eine sehr hohe externe Validität auf. Da ausschließlich mit realen Bewerbungsunterlagen gearbeitet wurde, können die Ergebnisse problemlos auf die Gesamtpopulation von Absolventinnen und Absolventen der Psychologie und der Rechtswissenschaften generalisiert werden. Ebenso werden keine Unterschiede zu Branchen erwartet, die diesen beiden Professionen ähnlich sind, wie beispielsweise die Wirtschaftswissenschaften oder die Pädagogik. Einschränkungen in Bezug auf andere Branchen hingegen wurden bereits erwähnt.

Die Ergebnisse, die in dieser Untersuchung gewonnen wurden, stellen wesentliche Erkenntnisse im Zusammenhang mit dem Bewerbungsprozess und für alle daran beteiligten Personen dar. Wie gezeigt wurde, liegt das Durchschnittsgehalt einer Frau immer noch weit unter dem eines Mannes. Außerdem stellen Frauen weiterhin eine Minderheit in höheren Positionen dar. Die Gründe für diese Ungleichbehandlung sind vielfältig. Im Rahmen dieser Untersuchung konnte aufgezeigt werden, dass sie teilweise darauf zurückzuführen ist, dass es Unterschiede in der Selbstdarstellung von Bewerberinnen und Bewerbern gibt. Weiters hat sich aber auch gezeigt, dass es in der modernen Arbeitswelt a priori einen Nachteil darstellt, eine Frau zu sein. Aufgrund ihrer Fähigkeit, Kinder zu bekommen, bzw. aufgrund dessen, dass im Sozialbereich allgemein mehr Frauen arbeiten als Männer, hat eine Bewerberin sowohl in der juristischen Branche als auch im Sozialbereich von Anfang an einen Nachteil einem Bewerber gegenüber.

Literaturverzeichnis

- Amanatullah, E., & Morris, M. (2010). Negotiating Gender Roles: Gender Differences in Assertive Negotiating Are Mediated by Women's Fear of Backlash and Attenuated When Negotiating on Behalf of Others. *Journal of Personality and Social Psychology*, *98*(2), 256-267.
- Amelang, M., Bartussek, D., Stemmler, G., & Hagemann, D. (2006). *Differentielle Psychologie und Persönlichkeitsforschung*, 6. Auflage. Stuttgart: W.Kohlhammer.
- Arkin, R. (1981). Self-presentational styles. In J. Tedeschi, *Impression-management theory and social psychology research* (S. 311-333). New York: Academic Press.
- Arnulf, J., Tegner, L., & Larssen, O. (2010). Impression making by résumé layout: Its impact on the probability of being shortlisted. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, *19*(2), 221-230.
- Athenstaedt, U., & Alfermann, D. (2011). *Geschlechterrollen und ihre Folgen*. Stuttgart: Kohlhammer GmbH.
- Athenstaedt, U., Heinzle, C., & Lerchbaumer, G. (2008). Gender Subgroup Self-Categorization and Gender Role Self-Concept. *Sex Roles*, *58*, 266-278.
- Barrick, M., Shaffer, J., & DeGrassi, S. (2009). What You See May Not Be What You Get: Relationships Among Self-Presentation Tactics and Ratings of Interview and Job Performance. *Journal of Applied Psychology*, *94*(6), 1394-1411.
- Baumeister, R. (1999). *The self in social psychology*. Philadelphia, PA: Psychology Press.
- Baumeister, R., & Jones, E. (1978). When self-presentation is constrained by the target's knowledge: Consistency and compensation. *Journal of Personality and Social Psychology*, *36*, 608-618.
- Baumeister, R., Hutton, D., & Tice, D. (1989). Cognitive processes during deliberate self-presentation: How self-presenters alter and misinterpret the behavior of their interaction partners. *Journal of Experimental Social Psychology*, *25*, 59-78.
- Bem, S. (1974). The Measurement of Psychological Androgyny. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, *42*(2), 155-162.
- Bem, S. (1981). Gender Schema Theory: A Cognitive Account of Sex Typing. *Psychological Review*, *88*(4), 354-364.
- Berglas, S. (1988). The three faces of self-handicapping. In S. Zelen, *Self representation* (S. 133-169). New York: Springer.
- Bolino, M., & Turnley, W. (2003). More Than One Way to Make an Impression: Exploring Profiles of Impression Management. *Journal of Management*, *29*(2), 141-160.
- Bolten, H., Mummendey, H., & Isermann-Gerke, M. (1983). Die Theorie der objektiven Selbstaufmerksamkeit im experimentellen Vergleich mit der Impression-Management-Theorie und dem Bogus-Pipeline-Paradigma. *Bielefelder Arbeiten zur Sozialpsychologie*.
- Bosak, J., & Sczesny, S. (2011). Gender Bias in Leader Selection? Evidence from a Hiring Simulation Study. *Sex Roles*, *65*, 234-242.

- Breckler, S., & Greenwald, A. (1986). Motivational Facets of the Self. In R. Sorrentino, & E. Higgins, *Handbook of motivation and cognition* (S. 145-164). New York: The Guilford Press.
- Bright, J., & Hutton, S. (2000). The Impact of Competency Statements on Resumes for Short-listing Decisions. *International Journal of Selection and Assessment*, 8(2), 41-53.
- Burzan, N. (2005). *Quantitative Methoden der Kulturwissenschaften*. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft mbH.
- Byrne, B. (1996). *Measuring self-concept across the life span*. Washington, DC: American Psychological Association.
- Carver, C., & Scheier, M. (1981). *Attention and self-regulation: A control-theory approach to human behaviour*. New York: Springer.
- Carver, C., & Scheier, M. (1999). Control Theory: A Useful Conceptual Framework of Personality-Social, Clinical and Health Psychology. In R. Baumeister, *The self in social psychology* (S. 299-317). New York, NY: Psychology Press/Taylor & Francis Group.
- Cialdini, R., & Richardson, K. (1980). Two Indirect Tactics of Image Management: Basking and Blasting. *Journal of Personality and Social Psychology*, 39(3), 406-415.
- Cialdini, R., Bodren, R., Thorne, A., Walker, M., Freeman, S., & Sloan, L. (1976). Basking in reflected glory: three (football) field studies. *Journal of Personality and Social Psychology*, 34(3), 366-375.
- Cole, M., Feild, H., & Giles, W. (2004). Interaction of Recruiter and Applicant Gender in Resume Evaluation: A Field Study. *Sex Roles*, 51(9/10), 597-608.
- Cole, M., Rubin, R., Feild, H.S., & Giles, W. (2007). Recruiters' Perceptions and Use of Applicant Résumé Information: Screening the Recent Graduate. *Applied Psychology: An International Review*, 56(2), 319-343.
- Connell, R. (2006). *Der gemachte Mann - Konstruktion und Krise von Männlichkeiten*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften/GWV Fachverlage GmbH.
- Cooley, C. (1964). *Human nature and the social order*. New York: Schocken.
- Cozby, P. (1972). Self-disclosure, reciprocity, and liking. *Sociometry*, 35, 151-160.
- Cuddy, A., & Fiske, S. (2004). When Professionals Become Mothers, Warmth Doesn't Cut the Ice. *Journal of Social Issues*, 60(4), 701-717.
- Daly, J., Hogg, E., Sacks, D., Smith, M., & Zimring, L. (1983). Sex and Relationship Affect Social Self-Grooming. *Journal of Nonverbal Behavior*, 7(3), 183-189.
- Daubman, K., Heatherington, L., & Ahn, A. (1992). Gender and the Self-Presentation of Academic Achievement. *Sex Roles*, 17(3/4), 187-204.
- Davison, H., & Burke, M. (2000). Sex Discrimination in Simulated Employment Contexts: A Meta-analytic Investigation. *Journal of Vocational Behavior*, 56, 225-248.
- DePaulo, B. (1992). Nonverbal Behavior and Self-Presentation. *Psychological Bulletin*, 111(2), 203-243.
- Dipboye, R., Arvey, R., & Terpstra, D. (1977). Sex and Physical Attractiveness of Raters and Applicants as Determinants of Resume Evaluations. *Journal of Applied Psychology*, 62(3), 288-294.

- Duval, S., & Wicklund, R. (1972). *A theory of objective self-awareness*. New York: Academic Press.
- Eagly, A. (1987). *Sex differences in social behaviour: A social-role interpretation*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Eagly, A., & Karau, S. (2002). Role Congruity Theory of Prejudice Toward Female Leaders. *Psychological Review*, *109*(3), 573-598.
- Eckes, T. (1997). *Geschlechterstereotype. Frau und Mann in sozialpsychologischer Sicht*. Pfaffenweiler: Cebtaurus-Verlag.
- Eckes, T. (2010). Geschlechterstereotype: Von Rollen, identitäten und Vorurteilen. In R. Becker, & B. Kortendiek, *Handbuch Frauen- und Geschlechterforschung: Theorien, Methoden, Empirie* (S. 171-182). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften / GWV Fachverlage GmbH.
- Fenigstein, A., Scheier, M., & Buss, A. (1975). Public and Private Self-Consciousness: Assessment and Theory. *43*(4), 522-527.
- Filipp, S. (1984). *Selbstkonzept-Forschung*. Klett-Cotta: Stuttgart.
- Finch, J., & Cialdini, R. (1989). Another indirect tactic of (self-) image management: Boosting. *Personality and Social Psychology Bulletin*, *15*, 222-232.
- Foschi, M., Lai, L., & Sigerson, K. (1994). Gender and Double Standards in the Assessment of Job Applicants. *Social Psychology Quarterly*, *57*(4), 326-339.
- Gilmore, D., & Ferris, G. (1989). The Effects Of Applicant Impression Management Tactics On Interviewer Judgments. *Journal of Management*, *15*(4), 557-764.
- Goffman, E. (1983). *Wir alle spielen Theater*. München: Piper.
- Gordon, R. (1996). Impact of Ingratiation on Judgements and Evaluations: A Meta-Analytic Investigation. *Journal of Personality and Social Psychology*, *71*(1), 54-70.
- Gove, W., Hughes, M., & Geerken, M. (1980). Playing dumb: A form of impression management with undesirable side effects. *Social Psychology Quarterly*, *43*, 89-102.
- Graves, L., & Powell, G. (1988). An Investigation of Sex Discrimination in Recruiters' Evaluations of Actual Applicants. *Journal of Applied Psychology*, *73*(1), 20-29.
- Greenwald, A., & Pratkanis, A. (1984). The Self. In R. Wyer, & T. Srull, *Handbook of social cognition Vol. 3* (S. 129-178). New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Guadagno, R., & Cialdini, R. (2007). Gender differences in impression management in organizations: A qualitative review. *Sex Roles*, *56*, 483-494.
- Haas, H. (2010). Forensische Psychologie. In G. Steins, *Handbuch Psychologie und Geschlechterforschung* (S. 249 - 270). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Heilman, M., & Wallen, A. (2010). Wimpy and undeserving of respect: Penalties for men's gender-inconsistent success. *Journal of Experimental Social Psychology*, *46*, 664-667.
- Helferich, C. (2005). *Geschichte der Philosophie. Von den Anfängen bis zur Gegenwart und Östliches Denken*. München: dtv.
- Higgins, C., Judge, T., & Ferris, G. (2003). Influence Tactics and Work Outcomes: A Meta-Analysis. *Journal of Organizational Behavior*, *24*(1), 89-106.
- Hovland, C., Janis, I., & Kelley, H. (1953). *Communication and persuasion*. New Haven: Yale University Press.

- Huffcutt, A. (2011). An Empirical Review of the Employment Interview Construct Literature. *International Journal of Selection and Assessment, 19*(1), 62-81.
- James, W. (1890). *The principles of psychology*. London: Macmillan.
- Jelf, G. (1999). A Narrative Review of Post-1989 Employment Interview Research. *Journal of Business and Psychology, 14*(1), 25-58.
- Jellison, J., Jackson-White, R., Bruder, R., & Martyna, W. (1975). Achievement Behaviour: A Situational Interpretation. *Sex Roles, 1*(4), 369-384.
- Jones, E., & Pittman, T. (1982). Towards a general theory of strategic self-presentation. In J. Suls, *Psychological perspectives on the self, Vol.1* (S. 231-262). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Kacmar, K., & Carlson, D. (1999). Effectiveness of Impression Management Tactics Across Human Resource Situations. *Journal of Applied Social Psychology, 29*(6), 1293-1315.
- Katz, P. (1986). Gender identity: Development and consequences. In R. Ashmore, & F. Del Boca, *The social psychology of female-male relations: A critical analysis of central concepts*. (S. 21-60). Orlando, FL: Academic Press.
- Knouse, S. (1994). Impressions of the Resume: the Effects of Applicants Education, Experience, and Impression Management. *Journal of Business and Psychology, 9*(1), 33-45.
- Knouse, S., Giacalone, R., & Pollard, H. (1988). Impression Management in the Resume and its Cover Letter. *Journal of Business and Psychology, 3*(2), 242-249.
- Kristof-Brown, A., Barrick, M., & Franke, M. (2002). Applicant Impression Management: Dispositional Influences and Consequences for Recruiter Perceptions of Fit and Similarity. *Journal of Management, 28*(1), 27-46.
- Kristof-Brown, A., Barrick, M., & Franke, M. (2002). Applicant Impression Management: Dispositional Influences and Consequences for Recruiter Perceptions of Fit and Similarity. *Journal of Management, 28*(1), 27-46.
- Lammers, J., Gordijn, E., & Otten, S. (2009). Iron ladies, men of steel: The effects of gender stereotyping on the perception of male and female candidates are moderated by prototypicality. *European Journal of Social Psychology, 39*, 186-195.
- Lewin, K. (1926). *Vorsatz, Wille und Bedürfnis*. Berlin: Springer.
- Marsh, H., & Craven, R. (2006). Reciprocal Effects of Self-Concept and Performance From a Multidimensional Perspective: Beyond Seductive Pleasure and Unidimensional Perspectives. *Perspectives on Psychological Science, 1*, 133-163.
- Marsh, H., & Hattie, J. (1996). Theoretical perspectives on the structure of self-concept. In B. Bracken, *Handbook of self-concept: developmental, social and clinical considerations* (S. 38). New York: Wiley.
- Marsh, H., Byrne, B., & Shavelson, R. (1988). A Multifaceted Academic Self-Concept: Its Hierarchical Structure and Its Relation to Academic Achievement. *Journal of Educational Psychology, 80*(3), 366-380.
- Martin, D. (1987). Factors influencing pay decisions: Balancing managerial vulnerabilities. *Human Relations, 40*, 417-430.

- McConnell, A. (2011). The Multiple Self-Aspects Framework: Self-Concept Representation and Its Implications. *Personality and Social Psychology Review, 15*(1), 3-27.
- Mead, G. (1995). *Geist, Identität und Gesellschaft aus der Sicht des Sozialbehaviorismus*. Frankfurt am Main: Surkamp.
- Melching, E. (3. August 2012). www.gendercompetence.net. Von http://www.gendercompetence.net/wDeutsch/gender-kompetenz/pdf/MELCHING_Genderstereotype_und_Personalauswahl_-_Zusammenfassung.pdf abgerufen
- Mielke, R., & Kilian, R. (1989). *Wenn Teilskalen etwas anderes messen als die Gesamtskala - Untersuchungen zum Self-Monitoring-Konstrukt* (Bde. Bielefelder Arbeiten zur Sozialpsychologie, Nr.145). Bielefeld: Universität Bielefeld.
- Mills, J. (1984). Self-Posed behaviors of Females and Males in Photographs. *Sex Roles, 10*(7/8), 633-637.
- Mori, D., Chaiken, S., & Pliner, P. (1987). "Eating Lightly" and the Self-Presentation of Femininity. *Journal of Personality and Social Psychology, 53*(4), 693-702.
- Moss-Racusin, C., & Rudman, L. (2010). Disruptions in women's self-promotion: the backlash avoidance model. *Psychology of women quarterly, 34*, 186-202.
- Mummendey, H. (1995). *Psychologie der Selbstdarstellung*. Göttingen: Hogrefe.
- Mummendey, H. (2006). *Psychologie des 'Selbst'*. Göttingen: Hogrefe.
- Phelan, J., Moss-Racusin, C., & Rudman, L. (2008). Competent yet out in the cold: Shifting criteria for hiring reflect backlash toward agentic women. *Psychology of Women Quarterly, 40*, 406-416.
- Proost, K., Schreurs, B., DeWitte, K., & Deros, E. (2010). Ingratiation and Self-Promotion in the Selection Interview: The Effects of Using Single Tactics or a Combination of Tactics on Interviewer Judgments. *Journal of Applied Social Psychology, 40*(9), 2155-2169.
- Rosen, S., & Tesser, A. (1970). On the reluctance to communicate undesirable information. The MUM effect. *Sociometry, 33*, 253-263.
- Rosenfeld, P., Giacalone, R., & Riordan, C. (1995). *Impression management in organizations*. London: Routledge.
- Rudman, L. (1998). Self-Promotion as a Risk Factor for Women: The Costs and Benefits of Counterstereotypical Impression Management. *Journal of Personality and Social Psychology, 74*(3), 629-645.
- Rudman, L., & Glick, P. (1999). Feminized Management and Backlash Toward Agentic Women: The Hidden Costs to Women of Kinder, Gentler Image of Middle Managers. *Journal of Personality and Social Psychology, 100*, 4-1010.
- Rudman, L., & Phelan, J. (2008). Backlash effects for disconfirming gender stereotypes in organizations. *Research in Organizational Behavior, 61*-79.
- Rudman, L., Moss-Racusin, C., Phelan, J., & Nauts, S. (2012). Status incongruity and backlash effects: Defending the gender hierarchy motivates prejudice against female leaders. *Journal of Experimental Social Psychology, 165*-179.

- Sadler, M., Hunger, J., & Miller, C. (2010). Personality and impression management: Mapping the Multidimensional Personality Questionnaire onto 12 self-presentation tactics. *Personality and Individual Differences, 48*, 623-628.
- Schachinger, H. (2005). *Das Selbst, die Selbsterkenntnis und das Gefühl für den eigenen Wert*. Bern: Hans Huber.
- Schlenker, B. (1980). *Impression management: The self-concept, social identity, and interpersonal relations*. Belmont, CA: Brooks/Cole.
- Schlenker, B. R., & Weigold, M. (1992). Interpersonal Processes involving Impression Regulation and Management. *Annual Review of Psychology, 43*, 133 - 168.
- Schlenker, B., & Leary, M. (1982). Social Anxiety and Self-Presentation: A Conceptualization and Model. *Psychological Bulletin, 92*(3), 641-669.
- Schmidt, H. (1971). Experimente zur Prestige-Beeinflussbarkeit. I. Co-Judge-Suggestibilität und Persönlichkeit. *Archiv für Psychologie, 123*, 49-64.
- Schuster, P., & Springer-Kremser, M. (1997). *Bausteine der Psychoanalyse*. Wien: WUV.
- Shavelson, R., Hubner, J., & Stanton, C. (1976). Self-concept: Validation of Construct Interpretations. *Review of Educational Research, 46*, 407-441.
- Sigal, J., Hsu, L., Foodim, S., & Betman, J. (1988). Factors affecting perception of political candidates accused of sexual and financial misconduct. *Political Psychology, 9*, 273-280.
- Singh, V., Kumra, S., & Vinnicombe, S. (2002). Gender and Impression Management: Playing the Promotion Game. *Journal of Business Ethics, 37*, 77-89.
- Snyder, M. (4. 30 1974). Self-monitoring of expressive behaviour. *Journal of Personality and Social Psychology, 5*, 526-537.
- Snyder, M. (1979). Self-monitoring processes. In L. Berkowitz, *Advances in Experimental Social Psychology* (S. 85-128). New York: Academic Press.
- Snyder, M. (1987). *Public appearances/private realities: The psychology of self-monitoring*. San Francisco: Freeman.
- Steele, C. (1997). A threat in the air - how stereotypes shape intellectual identity and performance. *American Psychologist, 52*(6), 613 - 629.
- Stevens, C., & Kristof, A. (1995). Making the Right Impression: A Field Study of Applicant Impression Management During Job Interviews. *Journal of Applied Psychology, 80*(5), 587-606.
- Suls, J. (1982). *Psychological perspectives on the self (Vol. 1)*. Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Tedeschi, J. (1990). Self-presentation and social influence: An interactionist perspective. In M. Cody, & M. McLaughlin, *The psychology of tactical communication* (S. 301-323). Clevedon, UK: Multilingual Matters .
- Tedeschi, J. T., Lindskold, S., & Rosenfeld, P. (1985). *Introduction to social psychology*. St. Paul, MN: West Publishing Company.
- Tesser, A. (1980). Self-esteem maintenance in family dynamics. *Journal of Personality and Social Psychology, 39*(1), 77-91.
- Tesser, A., & Campbell, J. (1980). Self-Definition: The Impact of the Relative Performance and Similarity of Others. *Social Psychology Quarterly, 43*(3), 341-347.

- Tesser, A., & Paulhus, D. (1983). The Definition of Self: Private and Public Self-Evaluation Management Strategies. *Journal of Personality and Social Psychology*, 44(4), 672-682.
- Thoms, P., R., M., Roberts, M., & Dombkowski, D. (1999). Resume Characteristics as Predictors of an Invitation to Interview. *Journal of Business and Psychology*, 13(3), 339-356.
- Tsai, W., Chen, C., & Chiu, S. (2005). Exploring Boundaries of the Effects of Applicant Impression Management Tactics in Job Interviews. *Journal of Management*, 31(1), 108-125.
- Tyler, J., & McCullough, J. (2009). Violating Prescriptive Stereotypes on Job Resumes: A Self-Presentational Perspective. *Management Communication Quarterly*, 272-287.
- Varma, A., Tho, S., & Pichler, S. (2006). Ingratiation in job applications: impact on selection decisions. *Journal of Managerial Psychology*, 21(3), 200-210.
- Watkins, L., & Johnston, L. (2000). Screening job applicants: The impact of physical attractiveness and application quality. *International Journal of Selection and Assessment*, 8(2), 76-84.
- Wayne, S., & Liden, R. (1995). Effects of Impression Management on Performance Ratings: A Longitudinal Study. *The Academy of Management Journal*, 38(1), 232-260.
- West, C., & Zimmerman, D. (1987). Doing Gender. *Gender & Society*, 125 - 151.
- Wicklund, R., & Frey, D. (1993). Die Theorie der Selbstaufmerksamkeit. In D. Frey, & M. Irle, *Theorien der Sozialpsychologie, Band 1: kognitive Theorien* (S. 155 - 173). Bern: Huber.
- Wicklund, R., & Gollwitzer, P. (1985). Symbolische Selbstergänzung. In D. Frey, & M. Irle, *Theorien der Sozialpsychologie - Band III: Motivations- und Informationsverarbeitungstheorien* (S. 30-55). Bern: Huber.
- Williams, J., & Bennett, S. (1975). The Definition of Sex Stereotypes via the Adjective Check List. *Sex Roles*, 1(4), 327-337.
- Williams, J., & Best, D. (1990). *Measuring Sex Stereotypes: A Multination Study*. Newbury Park: Sage.
- Willson, A., & Lloyd, B. (1990). Gender vs. Power: Self-Posed behavior Revisited. *Sex Roles*, 23(1/2), 91-98.

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Strukturmodell des Selbstkonzepts, Shavelson, Hubner, & Stanton, 1976, S. 413	19
Abbildung 2: Monatseinkommen von Absolventinnen und Absolventen der Rechtswissenschaften (brutto), Medianwerte im Zeitverlauf von 3 Jahren.....	58
Abbildung 3: Monatseinkommen von Absolventinnen und Absolventen der Psychologie (brutto), Medianwerte im Zeitverlauf von 3 Jahren	60
Abbildung 4: signifikante Unterschiede zwischen den Geschlechtern in Bezug auf verschiedene Selbstdarstellungstechniken.....	75
Abbildung 5: signifikante Unterschiede zwischen den Geschlechtern in Bezug auf Inhalte des Motivationsschreibens und des Lebenslaufes	76
Abbildung 6: signifikante Unterschiede zwischen den Professionen in Bezug auf verschiedene Selbstdarstellungstechniken	79
Abbildung 7: signifikante Unterschiede zwischen den Professionen in Bezug auf die Inhalte des Motivationsschreibens und des Lebenslaufes.....	80
Abbildung 8: signifikante Unterschiede in Bezug auf verschiedene Selbstdarstellungstechniken unter Berücksichtigung des Einflusses von Geschlecht und Profession.....	82
Abbildung 9: signifikante Unterschiede in Bezug auf die Anzahl von Selbstdarstellungstechniken unter Berücksichtigung des Einflusses von Geschlecht und Profession.....	83
Abbildung 10: signifikante Unterschiede in Bezug auf die Inhalte des Motivationsschreibens und des Lebenslaufes unter Berücksichtigung des Einflusses von Geschlecht und Profession	84

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Selbstdarstellungsverhaltensweisen nach James T. Tedeschi, Svenn Lindskold und Paul Rosenfeld (1985) S. 68ff.	25
Tabelle 2: Selbstdarstellungstechniken nach Hans Dieter Mummendey (1995), S. 140f.....	26
Tabelle 3: Subgruppen von Frauen und Männern (nach Eckes, 1997, S. 115f.)	38
Tabelle 3 (Fortsetzung): Subgruppen von Frauen und Männern (nach Eckes, 1997, S. 115f.)	39
Tabelle 4: Häufigkeit der einzelnen Selbstdarstellungstechniken insgesamt.....	73
Tabelle 5: Häufigkeit der Zuschreibung persönlicher Stärken	92

Anhang

Zusammenfassung

Neben der fachlichen Qualifikation spielt die Selbstdarstellung einer Person in einem Bewerbungsprozess eine entscheidende Rolle. Auf ihr und eventuellen geschlechts- oder professionsbezogenen Unterschieden liegt der Hauptfokus dieser Studie.

Ausgehend von den wesentlichen Theorien zu Selbst und Selbstkonzept, wird das Modell der Impression Management Theorie vorgestellt, auf deren Annahmen und Kategorien diese empirische Untersuchung beruht. Sandra Bems Gender Schema Theorie bildet eine weitere Grundlage dieser Untersuchung. In der Literatur liegen einige Ergebnisse zu Selbstdarstellungsverhalten bei Bewerbungsgesprächen vor, Ergebnisse in Bezug auf Bewerbungsschreiben gab es bisher hingegen kaum.

Im Rahmen der hier vorliegenden Studie wurde untersucht, ob sich in der Selbstdarstellung in Bewerbungsschreiben Unterschiede aufgrund des Geschlechtes oder der Profession erkennen lassen oder ob sich Unterschiede ergeben, wenn man beide Variablen gemeinsam berücksichtigt. Zu diesem Zweck wurden Bewerbungsschreiben (Motivationsschreiben und Lebensläufe) von Absolventinnen und Absolventen der Rechtswissenschaften und der Psychologie untersucht, die sind für eine postgraduale Ausbildung beworben haben. Die Motivationsschreiben wurden anhand eines Kategoriensystems auf vorhandene Selbstdarstellungstechniken untersucht, weiters wurde der Inhalt, der Aufbau und die Form der Bewerbungsschreiben erhoben. Es konnte festgestellt werden, dass Männer signifikant häufiger die Techniken *hohes Selbstwertgefühl herausstellen* und *sich über Kontakte aufwerten* anwendeten, während Frauen sich öfter der Technik *Verstärkung an das Gegenüber* bedienten. In Bezug auf die Professionen zeigte sich, dass Juristinnen und Juristen signifikant häufiger die Techniken *sich über Kontakte aufwerten* und *Verstärkung an das Gegenüber* gebrauchen, darüber hinaus setzen sie mehr assertive und auch insgesamt mehr Techniken ein als Absolventinnen und Absolventen der Psychologie. Unter Berücksichtigung beider Einflussfaktoren zeigte sich, dass Juristen die Technik *hohes Selbstwertgefühl herausstellen* signifikant häufiger einsetzen als alle anderen, genau wie die Technik *sich über Kontakte aufwerten*. *Verstärkung an das Gegenüber* wird demgegenüber

von Juristinnen am häufigsten eingesetzt, die Technik *moralisch vorbildhaft erscheinen* von Psychologinnen. Juristinnen und Psychologinnen liegen vor Juristen und Psychologen was sowohl die Häufigkeit der angewendeten assertiven Techniken als auch die Gesamthäufigkeit betrifft. Bezogen auf die Inhalte und den Aufbau der Bewerbungen fanden sich nur weniger signifikante Unterschiede.

Neben dieser Inhaltsanalyse wurden Interviews mit Expertinnen und Experten durchgeführt, die im Rahmen ihrer Tätigkeit Personalverantwortung haben. Diese Gespräche ergaben, dass persönliche Beziehungen in der juristischen Branche eine wesentliche Rolle für den Bewerbungsprozess spielen, im Sozialbereich hingegen weniger von Bedeutung sind. Entscheidenden Einfluss auf den Prozess hat in jedem Fall das Geschlecht der Bewerberin oder des Bewerbers. Von juristischer Seite wurde angegeben, dass bei einer Bewerberin die Möglichkeit einer Schwangerschaft eine große Rolle spiele. In diesem Fall würde sie als Arbeitskraft ausfallen, sie einzustellen sei somit mit einem gewissen Risiko verbunden. Die Expertin und der Experte aus dem Sozialbereich gaben hingegen zu bedenken, dass im klinischen Bereich viel mehr Frauen als Männer tätig seien. Aus diesem Grund sei man eher geneigt, einen Mann einzustellen, wenn sich die Gelegenheit dazu bieten würde. Frauen müssten daher in direkter Konkurrenz zu einem Mann außergewöhnlich gut sein, um angestellt zu werden. Schließlich wurde untersucht, ob sich allein an der Sprache und am Stil, in dem ein Motivationsschreiben verfasst ist, das Geschlecht der verfassenden Person erkennen lässt. Zu diesem Zweck wurden aus den Motivationsschreiben sämtliche Merkmale entfernt, durch die man auf das Geschlecht schließen könnte und die Texte wurden von einer externen Expertin bewertet. Es gelang ihr tatsächlich, das Geschlecht mit signifikanter Genauigkeit vorherzusagen.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass es klar erkennbare Unterschiede in der Selbstdarstellung zwischen Frauen und Männern gibt, die sich auf den Bewerbungsprozess auswirken. Gemeinsam mit einer grundsätzlich unterschiedlichen Behandlung von Bewerberinnen und Bewerbern tragen sie dazu bei, dass Frauen auch heute noch durchschnittlich deutlich weniger verdienen und wesentlich seltener hohe Positionen belegen als Männer.

Schlüsselwörter: Selbstdarstellung, Gender, Bewerbung, Rechtswissenschaften, Psychologie

Abstract

Apart from the qualifications the self-presentation of a person plays an important role when applying for a job. This study focuses on this self-presentation and whether differences between the sexes or between professions can be found.

Starting with the main theories about the self and conceptions of the self, the basic model of the impression management theory is explained, on whose assumptions and categories this research is based. Sandra Bem's gender schema theory is another foundation. Throughout the literature, several results concerning job interviews can be found, but so far there are very few findings about written applications.

In this survey it is examined whether differences in the self-presentation can be found that derive from the sex or the profession of a person or whether the combination of these variables leads to differences. Job applications (letters of motivation and résumés) of people were analyzed who graduated either in law or in psychology and who applied for a postgraduate education. The letters of motivation were screened in search of techniques of self-presentation, furthermore the content, the form and the structure of the applications were examined. The analyzes showed that the technique *showing high self-esteem* is used significantly more often by men, as well as the technique *basking in reflected glory*, whereas women used significantly more *other enhancement*. Concerning professions lawyers used the techniques *showing high self-esteem* and *other enhancement*, besides they used more assertive techniques and more technique overall. Considering both influence variables it appears that male lawyers used the techniques *showing high self-esteem* and *basking in reflected glory* significantly more often than the others, whereas female lawyers used *other enhancement* the most. It also shows that female psychologists made significantly more use of the technique *seeming morally exemplary*. Concerning assertive techniques and the total amount of impression management female lawyers and psychologists show more than male lawyers and psychologists. Regarding the content and the structure of the applications very few differences could be found.

Additionally interviews were conducted with experts to view how employers see application processes. They showed that for lawyers personal relationships play a relevant role in the process whereas for psychologists they are less important. In any case the gender of the applicant is crucial. Within the law sector the employer considers it likely that a woman

would have children within the next few years and go into maternity leave. A different picture was painted in the social field. Most employees are women, a male applicant would therefore be something special that the employer needs to hold on to. In any case being a woman is a genuine disadvantage.

Finally it was examined whether one could judge simply by the language used in the letter of motivation whether it was written by a woman or a man. An external expert rated the letters of motivation after every sign of the sex of the person had been removed. It turned out that it was possible for the expert to predict the sex of the writer from the text.

In summary the research showed that there are clear differences in the self-presentation of women and men. Combined with the different treatment of female and male applicants they lead to women still earning considerably less and holding notably fewer jobs in high position than men.

Key words: self-presentation, gender, application, law, psychology

Auswertungsbogen für die quantitative Auswertung der Bewerbungsunterlagen

Nummer

weiblich / männlich

Studiendauer in Semestern

Länge email, wenn vorhanden, in Worten ohne Signaturen

Motivationsschreiben

Länge Motivationsschreiben in Worten ohne Briefkopf und Betreff, ohne Titel von Dissertationen/Diplomarbeiten, falls vorhanden, ohne Unterschrift, ohne Angabe von Beilagen

Titel von Dissertation/Diplomarbeit enthalten

Selbstdarstellungstechniken

assertiv

self-promotion

Kompetenz und Expertentum signalisieren

hohe Ansprüche stellen

hohes Selbstwertgefühl herausstellen

BIRG - sich über Kontakte aufwerten

Verstärkungen an Gegenüber

moralisch vorbildhaft erscheinen

Hindernisse überwinden

Verantwortung für positive Ereignisse

defensiv

Verantwortung für negative Ereignisse abstreiten

Rechtfertigungen

vorsorglich abschwächen (disclaimer)

Verantwortung für negative Ereignisse übernehmen

sich als unvollkommen darstellen

Inhalt

Studium

Spezialisierungen im Studium

Zusatzausbildungen (z.B. Gerichtsjahr)

Zweitstudium

Praktikum

Berufserfahrung

besondere Interessen/Schwerpunkt/Beschäftigungsschwerpunkt (außer Hinweis, dass man sich inhaltlich verändern will, außer Studium)

fachliche Qualifikation (ja/nein)

persönliche Qualifikationen

Beilagen

Unizeugnis
Magisterbescheid
Publikationsliste
Maturazeugnis

Lebenslauf

Länge
DA/Diss-Thema enthalten
Design
Foto vorhanden (ja/nein)
persönliche Daten
 Geburtsdatum
 Staatsbürgerschaft
 Familienstand
 Religion
 Eltern
 Geschwister

Info über Chronologie hinaus
Persönliche Daten
Ausbildung
Berufserfahrung
Sprachen
persönliche Interessen
Publikationen
EDV

Interviews mit Expertinnen und Experten

Interview Rechtsanwalt, 11. November 2011

Interviewerin: Worauf achtest du, wenn du eine Bewerbung bekommst?

Anwalt: Zuerst einmal darauf, wie sich die/der persönlich präsentiert, mit übertriebenem Selbstvertrauen oder als "Hascherl", die Art, wie der sich auf das Gespräch einlässt, ist mir persönlich fast das Wichtigste. Die Leute müssen auch ein Gefühl dafür haben, was sie "wert" sind. Wer dazu keine Idee hat, dem fehlt auch eine gewisse Lebenstauglichkeit. Manche hingegen präsentieren sich, als wären sie der Herr Generaldirektor, das kommt auch nicht gut an.

Bei uns laufen Bewerbungsgespräche nicht fachlich ab, nur in ganz seltenen Fällen. Normalerweise gibt's keine fachlichen Gespräche, so dass man den Leuten auf den Zahn fühlt, was sie können. Ich glaube, dass das schlecht ankommt, außerdem bilde ich mir nicht ein, dass ich mit einer Frage beurteilen kann, ob das ein guter Jurist ist oder nicht, unsere Kernbereiche lernt man ja auf der Uni nicht jeden Tag. Das hat keine Aussagekraft. Außerdem glaube ich, es ärgert die Leute.

Die menschliche Komponente ist das Wichtigste, alles andere kannst du noch weniger beurteilen in dieser kurzen Situation, die ja auch ein Gefälle hat, das sich auf die Stimmung auswirkt.

Und bei einer schriftlichen Bewerbung?

Die Noten, die haben keine große Bedeutung.

Ich achte darauf:

- Wo hat der studiert?
- Was hat er für eventuelle Zusatzausbildungen? Wobei ich sagen muss: Ein LL.M. ist im Allgemeinen eine Sprachqualifikation, nicht eine Fachqualifikation. Seine Englischkenntnisse sind aber ein Asset.
- Manche Leute schauen auf eine Dissertation, das wird auch im Gehalt honoriert. Der Hintergedanke dabei ist, dass die Leute wissenschaftlich arbeiten können. Das ist sehr wesentlich für uns. Ich glaube allerdings, dass eine Dissertation überbewertet wird. Ob jemand wissenschaftlich arbeiten kann, sieht man bis zu einem gewissen Grad im Lebenslauf. Wenn also jemand an der Uni gearbeitet hat oder in einem

Drittmittel finanzierten Projekt, dann sicher das einen gewissen Qualitätsstandard. Die meisten unserer Mitarbeiter waren vorher auf der Uni, so bekommen wir auch die meisten Leute, die klassische Ausschreibung ist eher selten.

- Der Lebenslauf ist wichtig.
- Wie lang hat das Studium gedauert? Wenn jemand also 10 Jahre studiert, ohne eine gute Erklärung dafür, dann denke ich mir meinen Teil dazu.
- Wo war jemand bisher? Das ist auch ein Anknüpfungspunkt für das Gespräch. Bei einer Bewerbung handelt es sich ja auch um eine Drucksituation. Wenn man jemanden also ein bisschen provoziert mit Fragen zu dem, was er bisher gemacht hat, kann man sehen, wie er mit so einer Situation umgeht. Das ist bei uns für später ja auch sehr wichtig.
- Was bisher gemacht? Wenn jemand alle 3 Monate wechselt und man ihn dann darauf anspricht, kommt man schnell drauf, dass der entweder überall rausgeflogen ist oder ihm nichts gut genug war.
- Sehr schlecht sind unerklärliche Pausen im Lebenslauf, der muss konsistent sein! Es kommt allerdings so gut wie nie vor, dass sich jemand bewirbt, der aktuell keinen Job hat.

Sehr selten kommt es vor, dass jemand Migrationshintergrund hat. Die haben es dann auch ungerechtfertigter Weise schwerer, denke ich. Wir haben einen, der wurde uns vom AMS vermittelt, mit türkischem Migrationshintergrund, er hat in Österreich studiert und spricht nahezu akzentfrei Deutsch, er arbeitet jetzt für uns und ist ein wunderbarer Mitarbeiter. Der hatte eine Lücke in seinem Lebenslauf und das war uns nur so erklärlich, dass er schlechte Chance hatte und dadurch kaum eingeladen wurde.

Was gibt es noch für No-Goes in einem Bewerbungsschreiben?

Standardfloskeln aus Formelbüchern, das erkennt man sofort. Ein nicht ehrlich selbst verfasstes Bewerbungsschreiben zeugt von Unkreativität. Wenn der Lebenslauf stimmt, wird die Person trotzdem eingeladen.

Wichtig: Orthographie und sprachlicher Ausdruck müssen perfekt sein. Sprache ist das einzige Werkzeug von Juristen. Wenn in dem Schreiben Fehler drinnen sind, zeigt das

zweierlei, dass er nicht genau ist und dass er es nicht ernst nimmt. So jemand wird dann nicht eingeladen.

Das Foto ist mir wenig wichtig. Wenn jemand ganz crazy daher kommen würde als Jurist, wär mir das nicht egal, ist mir aber noch nicht passiert. Bei Sekretärinnen ist mir das egal.

Im Verhalten: "Mr. Großkotz", der erklärt, was er nicht alles schon gemacht hat. Solche Gespräche gibt es oft, fast immer nur mit Männern, die enden ganz schnell.

Bezüglich des Gehalts fragen wir die Leute, was sie sich vorstellen. Wenn jemand da komplett überzogene Vorstellungen hat, sagen wir zwar meist, wir müssen und das anschauen, aber die bekommen dann kein Angebot. 1. Lassen wir uns unser Gehaltsschema nicht kaputt machen und 2. hat man bei solchen Fehleinschätzungen in weiterer Folge nur Schwierigkeiten.

Außerdem fragen wir die Leute, was sie von uns wissen wollen und warum sie sich gerade bei uns beworben haben. Wenn darauf die Antwort kommt "Naja, ich hab mich halt überall beworben", ist das schon mal ein schlechter Start.

Wie wichtig sind persönliche Beziehungen für den Bewerbungsprozess?

Ich habe damit fast keine Erfahrungen. Bei Praktikanten kommt es vor, dass Klienten oder Leute aus Behörden ihre Kinder andienen, die muss man dann auch nehmen. Bei Konzipienten ist mir das erst einmal passiert, zum Glück wollte der dann nicht hier ins Büro. Direkt bei mir spielt das also keine Rolle. Ich wäre extrem vorsichtig damit und würde eher nein sagen, weil das ja nach hinten losgeht. Der Job als Konzipient ist ja nicht immer lustig und da kommt man dann schnell ins Gerede. Das kann sich sogar dann negativ auf die persönliche Beziehung auswirken. Bei anderen Kanzleien ist das ähnlich. Manche erhoffen sich natürlich einen Vorteil davon, wenn sie die Kinder von "wichtigen" Leuten anstellen, bei uns ist das noch nicht vorgekommen.

Wie sieht das aus mit Verbindungen?

Wir sind an sich keine Verbindungskanzlei, auch von den Mandaten her nicht. Wir haben ein paar Mitarbeiter, die beim CV oder anderen Verbindungen sind, aber an sich ist das für uns kein Thema, schon gar nicht in einer Bewerbungssituation. Wir fragen die Leute nicht danach und sie schreiben das auch nicht in ihre Bewerbungen hinein, ich weiß davon also gar nicht. Wenn jemand das über diese Schiene spielen möchte, geht er direkt zu seinem

Verbindungsbruder. Wenn zu mir jemand käme mit einer Narbe im Gesicht, wäre das für mich wahrscheinlich ein No-Go.

Haben wir sonst noch etwas vergessen?

Etwas ganz Wichtiges: das Mann-/Frau-Thema. Das ist insofern heikel, als es in Bewerbungsgesprächen nie angesprochen wird, aber wir machen uns dazu natürlich Gedanken. Im Schnitt investiert man in einen Mitarbeiter ein dreiviertel bis ein Jahr, bis er gewinnbringend einzusetzen ist. Wir probieren daher auch nicht alle aus.

Wenn sich also eine Frau im Alter von 34 oder 35 Jahren bewirbt, überlegen wir uns natürlich, wann sie mit ihrer Ausbildung soweit fortgeschritten ist, dass sie eintragungsfähig ist und so weiter. Wenn sie noch keine Kinder hat, überlegt man sich, ob das eine sinnvolle Investition ist. Wenn die biologische Uhr zu ticken anfängt und sie dann ein paar Jahre in der Kinderpause ist, steht sie wieder am Anfang und das macht eigentlich auch für uns keinen Sinn. Es gibt Juristinnen, die ewig Konzipientinnen bleiben oder back-office-Juristinnen, aber wenn man Partnerin werden möchte und an der Front sein möchte, überlegen wir uns das schon gut. Es müssen dann besondere Gründe dafür sprechen, dass ich sie einstelle. Das sagt natürlich niemand offen, aber intern gibt es diese Überlegungen schon. Zu einem Gespräch würde ich sie aber schon einladen.

Außerdem ist für uns wichtig, wie weit die Leute in ihrer Ausbildung schon fortgeschritten sind. Wir wollen eher jemanden, der am Anfang steht, den wir selbst ausbilden und ausprobieren können.

Interview Personalerin, 21. November 2011

Interviewerin: Worauf achtest du, wenn du eine Bewerbung bekommst?

Personalerin: Einerseits auf den inhaltlichen Eindruck, also die Ausbildung, die berufliche Erfahrung, bei Einsteigerpositionen, ob der Bewerber Praktika gemacht hat oder nicht. All das muss einfach zur Position passen. Ich schätze es sehr, wenn jemand, der schon Berufserfahrung hat, angibt, was er in den bisherigen Unternehmen gemacht hat, nur die Position ist ein bisschen wenig. Ich mache dann Telefoninterviews, um das heraus zu finden, aber es selbst zu schreiben, macht einen besseren Eindruck.

Andererseits schau ich mir das Format an, es muss ordentlich sein, gut leserlich. Fotos finde ich persönlich, das finde ich sympathisch, es ist nicht abschreckend, wenn keine drinnen sind, aber es fehlt dann schon ein wesentlicher Teil. Gerade bei Juristen ist die Ausdrucksweise, wie diese Person schreibt, sehr wichtig, das sieht man aus dem Motivationsschreiben. Worauf hat man sich beim Studium spezialisiert, wurden Praktika gemacht? Internationalität ist sehr wichtig, Englisch ist ein Muss. Man spürt aus Lebenslauf und Motivationsschreiben, ob das eloquent geschrieben ist, nicht motivationslos hingefetzt. Man kann erkennen, ob jemand etwas über das Unternehmen weiß. Zu kommunizieren, dass man sich für einen konkreten Bereich interessiert, ist positiv. Weiterbildungen wie ein LLM wurden als sehr positiv angesehen, weil es Internationalität und spezielles Wissen vermittelt, außerdem werden viele LLMs auf Englisch gehalten. Der LLM ist ein Selbststudium, wo man sich viel selbst erarbeiten muss, das zeigt, dass jemand auch Motivation hat, sich weiterzubilden. Praktika hinterlassen auch einen guten Eindruck.

Welche No-Goes gibt es bei einer Bewerbung?

Als erstes fällt mir da die Situation bei Bewerbungsgesprächen ein, wenn jemand schon Berufserfahrung hat und er nach dem Grund für den Wechsel gefragt wird. Es fällt sehr negativ auf, wenn jemand den alten Arbeitgeber schlecht macht.

Desinteresse, wenn man sich nicht für das Unternehmen interessiert, keine Fragen stellt, wenn man sich nicht für das Organigramm interessiert.

Gepflegtes Auftreten ist extrem wichtig.

Allgemein sehr wichtig ist: offener Kontakt, kommunikativ sein, dem Gegenüber in die Augen schauen, ehrlich sein, direkt auf den Punkt kommen, am besten sagen, was man will, nicht verschlossen wirken, sich gut ausdrücken. Fragen stellen, das Gefühl geben, dass man nach einer Kooperation sucht.

Absolut überzogene Gehaltsvorstellungen werden dann zum Problem, wenn man die Person nicht unbedingt haben möchte, bei einem Genie wird man nochmal darüber nachdenken.

Pünktlichkeit ist selbstverständlich.

Ich würde niemandem raten, das Gefühl geben zu wollen, man wisse mehr als der Partner. Engagement ist wunderbar, aber man muss schon wissen, wem die Bühne gehört.

Bei schriftlichen Bewerbungen:

Vieles ist selbsterklärend: Wenn jemand die Position falsch schreibt oder nicht meinen Namen angibt, sondern den der Personalistin eines anderen Unternehmens. Genauigkeit ist sehr wichtig. Es gibt gewisse Mindestanforderungen, was das Format angeht. Lieblos zusammengestellte Lebensläufe, wo keine Jahreszahlen drinnen sind oder weder email noch Telefonnummer, das geht dann einfach nicht. Man muss das Gefühl haben, diese Person kann mit Word umgehen, das ist auch für die spätere Arbeit sehr wichtig. Furchtbare Fotos, sind ein No Go. Wenn der Lebenslauf und der Inhalt gut ist, wird man der Person nicht absagen, aber der Eindruck ist schlecht und die Person hat es dann schwerer. Ein professionelles Auftreten ist das Um und Auf. Sich präsentieren, einen guten Eindruck hinterlassen, gut angezogen sein, eloquent sein, das sind wichtige Themen, das merkt man an einem Foto schon.

Wie wichtig sind persönliche Beziehungen für den Bewerbungsprozess?

Sie sind sehr wichtig. Wenn es einen Klientensohn gibt, dann gibt es einen Klientensohn. Den Praktikumsplatz hat er sicher, die Stelle als Konzipient ist ihm nicht gleich sicher, aber ihm wird auf jeden Fall die Chance gewährt. Meistens haben die es dann doppelt so schwer, weil sie genau wissen, warum sie eingestellt wurden, sie müssen sich dann umso mehr beweisen. Jemanden zu kennen, wird immer eine Rolle spielen, dass man schneller zu einem Bewerbungsgespräch kommt oder schneller an ein Praktikum kommt.

Wie sieht das mit Verbindungen aus?

Meine persönliche Erfahrung sagt, das wird immer eine wesentliche Rolle spielen. Berufliche Erfahrung hab ich eher damit, dass Klientenkinder untergebracht werden. Dass Partner ihre Bundesbrüder in die Kanzlei einbringen, das ist eher selten. Die Leute geben das nur selten in den Bewerbungen an, das erfährt man meist erst, wenn man nachfragt. Man muss da vorsichtig sein, bei manchen sieht man an der Narbe, dass sie in einer Verbindung sind, aber da habe ich dann nicht nachgefragt, weil ich objektiv bleiben wollte.

Mann-/Frau-Thema:

Bei manchen spielt das insoweit eine Rolle, weil man glaubt, eine Frau wird dann Kinder bekommen und fällt dann weg. Das ist der Nachteil, der von manchen gesehen wird. Ich hatte in der Kanzlei nicht das Gefühl, dass man einen Mann lieber genommen hat. Man muss

auch sagen, dass die Frauen noch ehrgeiziger, noch bissiger waren, sich noch mehr beweisen wollten, das wurde auch gesehen. An der Spitze wird man wenig Frauen finden, aber an guten Zuarbeitern wird man mehr Frauen finden.

Die Überlegung, wenn beide dieselbe Ausbildung haben, das gleiche Auftreten etc. und beide kinderlos sind, dass man dann einen Mann eher einstellt, würde man schon anstellen. Ich bin selbst eine Frau, ich tu mir da schon schwerer. Aber wenn ich für den Arbeitgeber denke, dann würde ich die Überlegung auch anstellen. Obwohl ich sagen muss, man muss auch weiterdenken, man denkt dann an das Team. Was würde in das Team gut hineinpassen? Brauche ich einmal eine Frau als gute Seele oder sind da acht Frauen und ein Mann wäre einmal gut, weil ohnehin so ein Zickenalarm herrscht? Diese Aspekte werden als wichtiger angesehen als "Geht sie jetzt in Karenz oder nicht". Ich habe oft darauf geachtet, wie Führungskräfte einstellen und kein Muster erkennen können. Es gibt Frauen, die eher Frauen anstellen und welche, die das nicht tun. Das ist wirklich individuell.

In einer schriftlichen Bewerbung sind mir keine Unterschiede darin aufgefallen, wie sich Männer und Frauen präsentieren. Zumindest nicht auf der KonzipientInnen-Ebene, bei AssistentInnen ist das etwas anderes. Das kommt dann erst später. Im persönlichen Gespräch merkt man dann Unterschiede.

Schriftlich machen die Konzipietinnen genauso auf tough, die wissen, dass sie sich so präsentieren müssen, wenn sie mithalten wollen.

Im Gespräch verläuft es so: Ich hatte bis dato eloquentere Gespräche mit Männern, die haben eine entspanntere Gesprächsführung, sie haben sich sehr gut präsentiert. Die Damen, die sich gut präsentiert haben, waren dann auch dreifach tough, sehr karriereorientiert, das wollten sie unbedingt rüberbringen. Die Männer können da entspannter sein und einen Dialog entstehen lassen. Wobei es immer auch sehr auf das Gegenüber ankommt, wie sich die Person präsentieren kann.

Die Männer müssen nicht extra drauf hinweisen, dass sie karriereorientiert und tough sind, das ist Teil des Deals, eine Frau muss darauf extra hinweisen. Das gefällt manchen Leuten natürlich, aber es wirkt alles verkrampfter, der Mann hinterlässt einen besseren Eindruck, weil er entspannter ist. Angebote bekommen die Frauen aber auch. Die gehen aber schon mit dem Nachteil hin, dass sie eine Frau sind.

Das Gehalt sprechen beide an. Die Männer pokern höher, das entwickelt sich dann in der Historie weiter. Am Anfang schaut man dann schon darauf, dass sie gleichbehandelt werden. Bei späteren Gehaltsverhandlungen sind die Männer dann tougher und das wirkt sich dann auch aus.

Was haben wir noch vergessen?

Inhaltlich möchte ich aus der Bewerbung herauslesen, warum jemand für diese Stelle geeignet ist, ich möchte mir das nicht herausuchen müssen. Viele geben schriftlich schon Gehaltsvorstellungen an, das ist ok.

Noten? Das ist ganz unterschiedlich, manchen Partnern ist das wichtig, anderen nicht. Natürlich ist das auch davon abhängig, in welchen Bereichen jemand gut war. Aber ich behaupte, wenn jemand keine guten Noten hat, aber ein Top-Auftreten, eloquent, mit Charme, dann sind die Noten egal.

Dissertation? Früher war das selbstverständlich. Durch den LLM ist das heute offener. Wenn eine da ist, wird das als sehr positiv empfunden, manchmal schlägt sich das auch im Gehalt nieder.

Vielfach wird versucht, Referenzen einzuholen, da wird mit dem Bewerber abgesprochen, mit wem man sprechen kann, wer Auskunft geben kann.

Wie oft wechselt die Person ihren Job? Das ist nicht unwesentlich. Wenn jemand oft wechselt, kommt das nicht so gut, wenn jemand 10 oder 20 Jahre im Ministerium war, wird er eher nicht so gut umformbar wirken. Eine gewisse Flexibilität ist ok.

Man schaut sich schon an, bei welchen Unternehmen die Person vorher war. Kam jemand auf einer der Top 5 Wirtschaftskanzleien, war das für uns als Großkanzlei ein Vorteil. Neben den Großkanzleien spielen auch kleine Kanzleien eine große Rolle, wenn sie von einer juristischen Größe geführt wurden. Es kann auch interessant sein, wenn jemand von der Klientenseite kommt, zB aus einer Bank. Auch Universitätsassistenten werden als sehr gut angesehen.

Wenn jemand schon mit 20 mit Visitenkarte und so weiter daher kommt, schmunzelt man natürlich, aber es kann auch gut ankommen. Jemand, der schon groß denkt, der dann geht er vielleicht auch in diese Richtung, das kann auch Sinn haben.

Es findet jeder positiv, wenn man etwas Persönliches in die Bewerbung schreibt.

Bewerbungsgespräche laufen in der Kanzlei schon auch fachlich ab.

Ich als Personalistin achte darauf, wen ich in einem Team brauche. Brauche ich jemanden, der eloquent und offen ist, den man zum Klienten mitnehmen kann, oder brauche ich eine Arbeitsbiene, die diese Bühne nicht braucht, sondern in ihrer juristischen Arbeit komplett aufgeht. Es kommt also auch auf das Team, auf die Aufteilung an. Früher hat man beide genommen, heute ist das nicht mehr so.

Interview Psychologe 13. Februar 2013

Interviewerin: Worauf achten Sie, wenn Sie eine Bewerbung erhalten?

Psychologe: Schon auch auf die Vorerfahrung, nicht im Sinne der Berufstätigkeit, sondern in welchen Bereichen die Person ihre Praktika absolviert hat. Hier ist natürlich von Vorteil, wenn man nicht nur eines absolviert hat. Und eben darauf, wo das Praktikum gemacht wurde, bei uns ist es zum Beispiel nicht sehr sinnvoll, wenn das Praktikum irgendwo im Kinder-Bereich gemacht wurde.

So gut das halt geht versucht man abzuchecken, wo könnten Schwierigkeiten liegen im Umgang mit unserem Typ von Patienten und Patientinnen, also Unsicherheiten, Gefahr koabhängig zu werden, ein bisschen auch die Familiengeschichte, rein formal darf das ja in einem Bewerbungsgespräch nichts verloren haben, aber praktisch interessiert mich das halt schon ein bisschen. Man stellt die Frage, warum interessieren Sie sich dafür? Das ist dann kein unbedingter Ausschließungsgrund, aber ich möchte wissen, wie die betreffende Person damit umgeht.

Was natürlich von Vorteil ist, wenn der/die Kollegin bei uns schon während des Studiums ein Praktikum gemacht hat, man kann diese Dinge dann leichter einschätzen. Das ist kein unbedingtes Kriterium, aber..

Was ich mir nicht so sehr anschauen, sind die Noten, die interessieren mich primär nicht so sehr. Man schaut dann kurz hin, auch was das Thema der Diplomarbeit war. Dissertation ist kein Thema. Manche machen hier dann ihre Diss.

Formale Kriterien habe ich keine bestimmten, es sollte ein brauchbares Curriculum Vitae dabei sein, das heißt, dass man ein bisschen sieht, was sind die Vorerfahrungen. Wenn mehrere Bewerbungen vorliegen, kann das ein Kriterium sein, ob jemand z.B. ganz woanders gearbeitet hat, dann wird man sich überlegen, ob das hier überhaupt in Frage kommt.

Ein Foto ist auch ganz praktisch, damit man einen Eindruck bekommt, der stimmt dann zwar oft eh nicht mit der Realität überein, aber trotzdem.

Ansonsten ein übliches Anschreiben, warum man sich mit Suchtpatienten beschäftigen möchte und von Vorteil ist auch, wenn das nicht so ein 08/15-Schreiben ist, von dem man merkt, das haben 15 andere auch schon bekommen. Was in letzter Zeit manchmal vorgekommen ist, was wir nicht so gerne haben, ist wenn Leute bei uns 2 Monate ihrer Ausbildung machen wollen und den Rest schon woanders gemacht haben. Wir bevorzugen Leute, die die komplette oder nahezu die komplette Ausbildung bei uns machen wollen.

Sonst, ganz banal auch der optische Eindruck. Es macht halt schon auch was auf, ob der Satz in Ordnung ist und ob das einheitlich aussieht und ob sich der/die was überlegt hat, als er das Curriculum Vitae geschrieben hat oder ob das nur so schnell runter getippt ist.

Was gibt es noch für No-Goes in einem Bewerbungsschreiben?

So etwas habe ich noch nicht gehabt. Ein No Go ist, wenn jemand zwei Monate bei uns machen will, das schon.

Sonst ist mir so etwas noch nie untergekommen, ich mach das jetzt schon seit 20 Jahren.

Was ich mir vorstellen könnte, aber das ist dann auch kein No Go, was ich halt nicht so gern habe sind diese 08/15-Bewerbungen, aber wenn da Vorerfahrung ist und man sich denkt, der/die Kollegin ist engagiert, wird man sie auch einladen.

Inwiefern spielen persönliche Beziehungen eine Rolle für den Bewerbungsprozess?

Eventuell über die Schiene, hier ein Praktikum zu machen und davon einen Startvorteil zu haben. Im Sinn einer direkten Intervention von dritter Seite kommt das eher nicht vor. Ich glaube, dass die Leute leichter einen Vorstellungstermin bekommen, wenn man sie persönlich kennt, und dadurch einen Vorteil haben.

Die persönlich Bekannten bekommen eher eine Praktikumsstelle oder eher ein Vorstellungsgespräch.

Hat es Auswirkungen auf den Bewerbungsprozess, welches Geschlecht die Person hat?

Im Regelfall nicht, außer, in der klinischen Psychologie gibt es relativ wenige Männer. Man braucht aber eben auch Männer in der Behandlung und dann kann es passieren, wenn eine

Zeit lang nur Frauen eingestellt wurden für die Ausbildungsstelle und es geht um eine Männerstation, wo dann halt auch nur mehr weibliche Ärztinnen und weibliche Psychologinnen sind, dann versucht man schon auch einen Kollegen zu kriegen und dann spielt das unter Umständen schon auch eine Rolle. Im Sinn einer positiven Diskriminierung. Wenn man überhaupt die Möglichkeit hat. Also im Moment haben wir unter 7 Ausbildungsstellen einen Mann und es ist keiner in Aussicht nachzurücken, weil es auch keine Bewerbungen gibt. Wobei der Mann dann natürlich die vorher genannten Kriterien schon erfüllen sollte. Aber wenn man dann die Wahl hat zwischen zwei Geeigneten und man braucht einen Mann... Das ist leider ein Problem in der klinischen Psychologie, die Männer gehen alle in die Wirtschaft und in die Biologie. Die paar Männer, die es dann gibt, die machen dann garantiert Karriere.

Gibt es sonst noch etwas, was für den Bewerbungsprozess wichtig ist?

Im Gespräch dann die Präsentation, wie sich dann jemand präsentiert, auch wie jemand gekleidet ist, ob man sich vorstellen kann, dass das mit dem Klientel zusammenpasst. Also jemand, der besonders nobel ist oder besonders alternativ, passt das nicht zu unserem Klientel.

Welche Einstellungen hat jemand zu Drogen, da geht es um eine differenziertere Einstellung dazu, und ob jemand besonders missionarisch ist, das goutieren wir eher nicht, also das als „religiösen Auftrag“ sieht.

Interview Einrichtungsleiterin psychosoziale Beratungsstelle, 15. März 2013

Interviewerin: Worauf achtest du, wenn du eine Bewerbung bekommst?

Einrichtungsleiterin: Das erste ist einmal der erste Eindruck, wie ist das gestaltet, ich das professionell gestaltet oder ist da auf ein Kaspapier ein bissl was geschmiert oder ist die Form eingehalten, wie ist das gestaltet, gibt's ein Deckblatt und alle diese Dinge.

Dann ist das erste, was ich mir anschau, die Qualifikationen und die Ausbildung... Nein, falsch, zu allererst das Motivationsschreiben. Um ein Gefühl für die Person zu bekommen, warum hat sie sich beworben und hat sie verstanden, worum es geht. Bewirbt sie sich ganz

gezielt für diese Einrichtung oder will sie ungefähr in den Sozialbereich. Wenn das Motivationsschreiben schon maßgeschneidert ist und vielleicht wichtige Kernthemen der Einrichtung schon in dem Motivationsschreiben behandelt werden, steigt die Wahrscheinlichkeit, dass mich die Person interessiert.

Dann kommt: was hat die Person gemacht und welche Qualifikation hat sie.

Foto schau ich mir auch an, passt die Person vom ersten Eindruck her zum Team. Damit meine ich, dass wir eine Einrichtung für Jugendliche und junge Erwachsene und wenn jemand da ein Bewerbungsfoto hat, das sehr streng ist und sehr formal, dann wird's ein bissl schwierig.

Was sind No Goes bei einer Bewerbung?

Wenn jemand so ganz chaotisch daherkommt, das gibt es im Sozialbereich schon auch, dass Bewerbungen kommen, die in einer Wurscht runtergeschrieben sind, da ist der Lebenslauf eine Aneinanderreihung von Erlebtem. Oder wenn das mit der Post kommt und es ist total vernudelt und man sieht, das hat nichts mit der Post zu tun. Mir ist grundsätzlich lieber, die Sachen kommen per Email.

Wenn kein Foto drauf ist, finde ich das auch immer ein bissl befremdlich, weil ich mir denke, hat die Person was zu "verbergen" oder ist es ihr nicht wert, sich die Zeit zu nehmen und auch den finanziellen Aufwand, dass man ein gescheites Foto von sich machen lässt.

Wenn eine Bewerbung so ein bissl aus der Reihe sticht und man so ein bissl kreativ dabei ist, ist das grundsätzlich ja ein Eye-Catcher, aber wenn's too much ist, das heißt, wenn man das dann ganz bunt gestaltet oder, das hatte ich auch schon, wenn dann jemand ein Wort schreibt und dann von jedem Buchstaben ein Wort weg, das geht ja auch noch, aber wenn dann noch jeder Buchstabe mit irgendeinem Grafikprogramm unterschiedlich gestaltet wurde, das hat ausgesehen wie eine Kinderbastelei. Was ich auch immer ein bisschen problematisch finde, wenn die Leute dann noch einen Spruch anfügen, bei so philosophischen Sprüchen ist das immer ein bissl ein Glückstreffer und auch ein bissl unvorsichtig. Ich finde, man sollte mit einer Bewerbung einmal Neugierde wecken, aber man sollte es damit einmal zum Gespräch schaffen und so ein Spruch kann auch ziemlich in die

Hose gehen. Wenn man die Person kennen würde, würde er vielleicht Sinn machen, aber wenn der so allein am Papier daherkommt.. Also, das ist kein No Go, aber ein bissl blöd..

Was für mich auch ein No Go ist, wenn sich jemand mit so ganz wenigen Worten, die so ganz platt sind, beschreibt, so abgedroschene Phrasen, „ich bin jung und dynamisch“. Jung sehe ich anhand des Geburtsdatums und dynamisch kann man schon noch irgendwo einbauen, aber wenn man merkt, jemand hat das aus einer Vorlage übernommen und es ist nicht authentisch. Das ist vielleicht auch auf der anderen Seite, wenn ich das Gefühl habe, dass ein Motivationsschreiben authentisch ist, weckt das viel mehr Interesse, als wenn man merkt, dass ist brav runtergeratscht. Wenn so Formulierungen drinnen sind, wo man glaubt, das will der andere jetzt hören, das ist aber nichts.... Das ist sicherlich auch ein Unterschied zu anderen Spaten, grad in der sozialen Arbeit geht es ja ganz stark darum, dass die Person selbst das Werkzeug ist und Authentizität ist eine Grundvoraussetzung für den Beruf, grad als Beraterin oder Berater und wenn das im Motivationsschreiben nicht gelingt und in der Bewerbung nicht gelingt, hab ich dann sehr viele Fragezeichen im Kopf, ob das dann in der Arbeit gelingt.

Im Rahmen des Bewerbungsgespräches achte ich auch einmal auf den ersten Eindruck, da ist es mir wichtig, dass jemand nicht total in seinen 0815-Kleidern daher kommt, aber, da es eben Sozialbereich ist und da es eine Einrichtung ist, die mit Jugendlichen arbeitet, also Anzug oder Kostümchen wäre auch deplatziert. Man muss durch die Kleidung erkennen können, ich nehme dieses Gespräch ernst und ich kleide mich auch dementsprechend, aber eben auch passend zur Einrichtung.

Ich achte darauf, ob die Person selbstbewusst ist oder nicht, ob sie sicher auftritt und sich den Platz nimmt, den man braucht für ein Bewerbungsgespräch, also den Platz im Raum einnimmt.

Im Gespräch habe ich einen Gesprächsleitfaden, wo die erste Frage einmal ist, erwähl was über dich, wer du bist, woher du kommst. Da achte ich dann sehr stark darauf, ob jemand sein bisheriges Berufsleben als aktiv oder passiv beschreibt. Es gibt so Leute, die erzählen „da ist das passiert“, aber man hat nie das Gefühl, dass die aktiv etwas getan haben, sondern denen ist immer irgendwas passiert, dann trifft man zufällig eine Studienwahl und dann bekommt man zufällig ein Jobangebot, das ist nicht sehr sexy für einen Bewerber oder eine

Bewerberin. Und dann gibt's aber Leute, die sagen, ich wusste genau, was ich machen möchte und dann hab ich mich dazu entschlossen, also ob das eher so eine aktive oder passive Lebensgestaltung ist. Natürlich gibt's auch BewerberInnen, die sagen, sie sind zufällig zum Studium gekommen, aber das hat dann genau gepasst und ab da geht's dann aktiv los. Aber es gibt eben auch die, die sagen, ich hab da zufällig dieses Job-Angebot gesehen und hab mir gedacht, das könnte vielleicht schon zu mir passen. Das ist dann zwar sehr ehrlich, das ist auf der Haben-Seite, aber..

Worauf ich auch achte sind so Dinge wie, wie sitzt jemand da. Ist das jemand, der dauernd an sich herumfummelt, weil er so nervös ist, und sich durch das Angreifen ein bisschen Sicherheit gibt. Es gibt auch Leute, die sich immer ein bisschen selbst umarmen oder ganz viel mit den Haaren spielen. Man kann schon nervös sein bei einem Bewerbungsgespräch. Ich versuche, es halbwegs sicher für den anderen zu gestalten. Es gibt ja zwei Möglichkeiten: die eine ist, ein Bewerbungsgespräch ist ein Bewerbungsgespräch und das kann ruhig hart sein, da sieht man dann gleich, wie jemand in einer Stresssituation reagiert und der andere Zugang ist, eine sichere Atmosphäre zu schaffen, damit die Person so sein kann, wie sie ist, und das ist mein Zugang. Aus dem Grund, weil ich mir denke, Sozialarbeit ist zwar manchmal schon stressig, aber im Prinzip geht's darum, sind Menschen fähig Beziehungen einzugehen oder nicht. Mir ist das bei meinen Mitarbeitern sehr wichtig, dass die gut Beziehungen gestalten können.

Dann gibt's auch so Bewerber, das ist für mich ein absolutes No Go, die daherkommen und sich so breitbeinig hinsetzen und dann so die Hände in den Nacken tun, um sich größer zu machen. Das finde ich auch immer bisschen mühsam, weil ich mir denke, ich will keinen Mitarbeiter haben, der beim Bewerbungsgespräch mit versucht zu signalisieren: Ich bin's! Das ist ein Ausscheidungsgrund. Die Körperhaltungen sind nicht unwesentlich.

Das erste ist also Selbstbeschreibung, wie kommt man daher, warum möchte man da arbeiten. Auch da ist es mir wichtig, dass jemand konkrete Argumente hat und nicht irgendwie „naja, weil's interessant klingt“, sondern wenn man sich da was vorbereitet hat und dass ich den Eindruck habe, jemand hat sich mit der Arbeit hier auseinander gesetzt und wie die Haltungen da sind. Da geht das dann auch schon zur nächsten Fragenkategorie, die

Haltungsfrage, also wie wir arbeiten, ob mit diesen Haltungen gearbeitet werden kann, was man sich darunter vorstellt und ob das passt.

Dann gibt's so einen kleinen Wissensteil, also Fachbegriffe, ob man mit denen was anfangen kann, ob man sich mit denen schon auseinander gesetzt hat.

Dann natürlich auch die Frage, was bringen Sie ein, wovon könnte das Team profitieren, wovon könnte die Einrichtung profitieren, also positive/negative Eigenschaften natürlich. Auch da gibt es die abenteuerlichsten Antworten, so von „ich bring alle zum Lachen“, ist ja etwas Schönes, aber so als einzige Eigenschaft, ein bissl wenig. Im Prinzip geht's bei der Frage darum zu schauen, wie ausgeglichen jemand ist, von seiner Persönlichkeit her bzw. ob jemand im Team arbeiten kann und auch eigenverantwortlich arbeiten kann und so, und wenn dann nur kommt „Ich bringe alle zum Lachen“, ist das wenig aussagekräftig. Ich bin der Meinung, wenn man einen Job haben will und den ernsthaft haben will, dann setzt man sich mit so etwas auseinander, dann les ich dazu auch ein bissl was, dann setz ich mich mit mir als eigener Person auseinander. Eine Grundvoraussetzung für einen Job im Sozialbereich ist es, dass ich ein hohes Maß an Reflexionsfähigkeit habe und wenn ich das schon bei meiner eigenen Persönlichkeit nicht kann, war's das, dann scheidet die Person für mich aus.

Was mir auch wichtig ist, ist gibt's auch Fragen an mich, also ist jemand neugierig, will jemand auch was wissen, wo man merkt, da ist schon Beschäftigung da, das ist konkret oder nicht.

Was ich auch schwierig finde in Bewerbungsgesprächen, wenn man merkt, jemand will unbedingt in einen bestimmten Arbeitsbereich und hat's schon bei einigen anderen Einrichtungen probiert und dort ist es aus welchen Gründen auch immer nichts geworden und man merkt, die Leute sind schon sehr verzweifelt. Die Nervosität resultiert aus dieser Verzweiflung. Diese Verzweiflung steht ihnen dann während der ganzen Zeit im Gesicht und ich habe gar keine Möglichkeit, die Person kennen zu lernen, weil diese Verzweiflung zwischen uns steht. Mir tun die Leute dann zwar sehr leid, aber die Katze im Sack kaufen möchte ich auch nicht. Der ist nicht mein Klient, sondern ein potentieller Mitarbeiter und das sind einfach andere Kriterien. Ich merke dann aber, dass ich in meiner Haltung fast in Richtung Klientinnen-Arbeit switche, aber es ist dann schwierig in meiner Funktion als

Leiterin zu bleiben und zu sagen, ok, da geht's um eine Personalentscheidung und nicht um eine KlientInnenbetreuung. Solche Bewerber haben es wirklich sehr schwer.

Was ein No Go ist, ist wenn jemand mit dreckigem Gewand daherkommt, auch das habe ich schon erlebt, wenn jemand komplett mit Katzenhaaren überseht kommt oder voller Flecken. Oder stinkend. Es gibt wenige Dinge, die unerträglicher sind, als ein Bewerbungsgespräch mit jemandem zu führen, der stinkt, weil er so aufgeregt ist.

Ein weiteres No Go, aber das ist etwas sehr subjektives, wenn jemand nicht authentisch ist. Wenn ich merke, jemand versucht, mir den perfekten Mitarbeiter vorzuspielen. Natürlich will sich jeder besser darstellen, aber es gibt Leute, die spielen das wirklich und es gibt Leute, da ist eine Authentizität dahinter, das ist einfach eine schöne Präsentation der Person.

Ich bin ein sehr intuitiver Mensch, ich denke nicht, dass alle so intuitiv an Bewerbungsgespräche herangehen. Ich möchte die Person so gut wie möglich kennen lernen in dieser kurzen Zeit und daher bin ich grundsätzlich einmal extrem neugierig und versuche extrem viel über die Person herauszufinden.

Inwiefern spielen persönliche Beziehungen eine Rolle für den Bewerbungsprozess?

Da musst du mir helfen mit der Frage, du meinst, wenn ich Personen schon kenne? (Zum Beispiel) Also, wenn das Mitarbeiter sind.. Meinst du Leute, die wirklich aus dem privaten Bereich kämen oder Personen, die ich aus einem Arbeitskontext kenne? (Alles)

Also was für mich ein No Go ist, Leute, die ich aus dem privaten Bereich kenne, zu einem Bewerbungsgespräch einzuladen. Das passt für mich gar nicht, ich bin privat ganz wer anderer und hab andere Rollen. Also grade bei Personen, die direkt unter mir arbeiten würden, das ist ein absolutes No Go.

Ich finde die Vermischung absolut hinderlich für eine objektive Beurteilung und ich kann mir nicht vorstellen, dass man Emotionen soweit abschalten kann, dass das nicht in die Bewertung einfließt.

Wenn das Menschen sind, die ich aus einem Arbeitskontext kenne, spielt das natürlich eine Rolle. Ich denke, wenn man einen Mitarbeiter, der sich für einen bestimmten Job bewirbt, schon aus dem Arbeitskontext kennt, hat man schon seine Bilder dazu. Das heißt, ich weiß

schon über Haltungen, über Arbeitsweisen, über die fachliche Kompetenz Bescheid. Man ist dann viel weniger objektiv, geht ja auch nicht mehr. Bei solchen Bewerbungsgesprächen war mir meist im Vorhinein schon klar, ob die Person den Job bekommt oder nicht. Wobei es in einem Fall dann nicht so war, erstaunlicherweise, weil es dann eine Parallelbewerbung von außen gab, die um einiges besser war. Es ist da dann wirklich sehr schwer, abzusagen. Das hat natürlich auch einen Einfluss, wenn es da schon eine Beziehung gibt, da dann zu sagen „Du, leider doch nicht.“, das ist sehr unangenehm und es ist dann sehr schwierig für beide Seiten noch in dem Verhältnis, das es schon gibt, weiterzuarbeiten. Ich glaube, das muss man sich dann sehr gut überlegen, wenn sich jemand bewirbt innerhalb eines Unternehmens für einen bestimmten Job, der ganz gut geeignet wäre und dann kommt jemand von außen, der ist noch besser geeignet. Dann muss man sich überlegen, ob man im worst case auf die Person verzichten kann oder nicht und ob die andere Person so viel besser ist...

Ich glaube auch, dass, wenn es schon eine berufliche Beziehung gibt, man auch viel kulanter ist mit den Antworten, dass die Person dann gar nicht mehr so viel sagen muss, weil ein Bild ja schon da ist. Selbst, wenn dann nur Teile des Bildes beschrieben werden, hat man das Gefühl, man hat ja das Gesamtbild präsentiert bekommen. Und wenn auf dem Bild schon die Sonne scheint, wird auch nachher die Sonne scheinen und wenn auf dem Bild Regen tropft, wird auch danach in den meisten Fällen der Regen tropfen. Bei diesen Regentropf-Bildern, das hatte ich noch nie, muss ich auch sagen, dass ich jemanden, den ich für ausgesprochen ungeeignet gehalten habe, zu einem Bewerbungsgespräch eingeladen habe. Da habe ich diesen Bewerbungsprozess vorzeitig schon immer gestoppt und die Person gar nicht eingeladen.

Auf Nachfrage:

Dass Bekannte versuchen, ihre Kinder unterzubringen, kommt bei mir eigentlich nicht vor. Ganz selten bei ganz jungen PraktikantInnen, wo es um Berufsorientierung geht, ist das vorgekommen, aber das ist dann wieder etwas anderes finde ich. Lehne ich aber eher ab, muss ich sagen. Ich finde das schwierig. Wenn das jetzt ein 2-, 3-Tages-Praktikum wäre, wäre das wahrscheinlich eine Gefälligkeit, die man schon tut, aber alles, wo es wirklich darum geht, sich zu qualifizieren oder ein Langzeitpraktikum zu machen, möchte ich nicht anders

behandeln. Ich bin überzeugt, man tut niemandem was Gutes damit, auch den Bewerbern nicht.

Wenn's Kinder von Bekannten wären, wenn diese Situation einsetzen sollte, die geeignet sind, na dann sollen sie sich bewerben und wenn die Bewerbung dementsprechend ist, würde ich sie trotzdem einladen, es sei denn, ich habe eine persönliche Beziehung zu den Kindern, dann nicht.

Hat es irgendwelche Auswirkungen auf den Bewerbungsprozess, ob es sich um einen Mann oder eine Frau handelt?

Wenn ich jetzt nein sage, ist das gelogen, es hat sicher Auswirkungen. Grundsätzlich muss man dazusagen, dass der Sozialbereich ein sehr Frauen dominierter Bereich ist. Grundsätzlich bin ich bestrebt, dass die Teamstruktur.. Ich mein 50/50 im Sozialbereich geht sich eh nicht aus, muss man auch dazusagen, aber dass es zumindest einen höheren Männeranteil gibt als 10% oder 15%. Das alleine bringt es schon nach sich, man hat immer viele weibliche Bewerberinnen und ich bin dann auch eher gewillt, ein Auge zuzudrücken bei einem Mann als bei einer Frau. Also wenn du 10 gute weibliche Bewerberinnen hast und drei durchschnittliche bis bissl überdurchschnittliche Bewerber und ich hab das Gefühl, es wäre schon schlau, wenn man die Stelle mit einem Mann nachbesetzt, dann bin ich bei den einem Mann schon ein bissl kulanter und bei einer Frau strenger, nach dem Motto, naja, wenn's wieder eine Frau wird, muss die schon sehr super sein. Was ja eigentlich ein kompletter Wahnsinn ist, wenn man ganz ehrlich ist! Es ist ein Frauen dominierter Bereich und dann werden wieder die Männer bevorzugt, das macht mich wahnsinnig eigentlich.

Ich merke schon auch, dass männliche Kollegen auch wichtig sind in unserem Bereich. Grad, wenn es um geschlechtersensible Arbeit geht, braucht man halt beide Geschlechter und auch, wenn jeder Mensch etwas anderes hinein bringt in eine Beratung und ich nicht viel davon halte, dass es eine weibliche und eine männliche Energie gibt, das meine ich nicht, aber Männer sind nach wie vor noch anders sozialisiert als Frauen und bringen daher auch andere Aspekte in Teams.

Und zusätzlich ist es natürlich, auch das wäre gelogen, ein Gespräch zwischen Mann und Frau hat immer eine andere Dynamik als zwischen Frau und Frau oder Mann und Mann. Man präsentiert sich ein bisschen anders, man begegnet sich anders.

Sind dir da Unterschiede aufgefallen, wie sich Männer und Frauen präsentieren?

Also, das würde jetzt nicht auf alle Bewerbungsgespräche zutreffen, aber so tendenziell präsentieren sich Männer schon selbstbewusster und dominanter als Frauen. Also es ist mir noch nie passiert, dass sie eine Frau breitbeinig und die Hände in die Höhe reißend präsentiert hat, bei Männern schon drei Mal, einfach überdominant. Frauen sind selbstkritischer, auch in der Selbstpräsentation, was jetzt nicht heißt, dass Männer nicht auch reflexiv sind, das will ich damit nicht sagen. Aber wenn man Mann oder Frau fragt, ob sie sich etwas zutrauen, kommt von Männern schneller und klarer ein Ja. Frauen denken einmal darüber nach und sagen dann „Ja, könnt ich mir schon vorstellen, vielleicht bräuchte ich da das eine oder andere noch an Fortbildung.“ und „Ich muss das einmal ausprobieren“ und wenn man einen Mann fragt „Trauen Sie sich das zu?“ kommt sehr schnell, ohne nachzudenken „Ja!“. Das ist so einer der auffallendsten Unterschiede. Wenn man dann fragt „Wie würden Sie das machen?“, dann setzt erst der Prozess ein, den Frauen von Haus aus mitbringen. Auch nicht alle, man muss aufpassen, dass man nicht zu sehr in Stereotype verfällt, aber tendenziell.

Frauen sind tendenziell bei den Schwächen auch eher bereit, ausführlich zu erzählen, welche Schwächen sie haben, Männer sagen „Da muss ich einmal nachdenken“ und man merkt genau, sie haben das eh vorbereitet, aber das ist natürlich... Da ziert man sich ein bisschen.. Und da werden dann auch eher Dinge präsentiert, die schon auch Stärken sind. Ich habe das Gefühl, Frauen antworten da ehrlicher auf ihre Schwächen.

Frauen sind auch im Bewerbungsgespräch eher bereit, wirklich ein reflexives Gespräch zu führen und sich auf das Gespräch einzulassen und nicht so ihr Ding runter zu spulen, sondern sich im Gespräch zu bewegen. Sie sind mehr bei mir und weniger bei sich. Der Mann tut sein Ding und auch, wenn er auf Fragen antwortet, sind das Dinge, die er sich für seine Selbstpräsentation so zurechtgelegt hat.

Und dann gibt's natürlich Männer, die genau dem Gegenteil entsprechen und auch super im Gespräch sind, aber wie gesagt, tendenziell..

Haben wir noch etwas vergessen?

Bei uns ist das Bewerbungsverfahren damit noch nicht zu Ende, es gibt dann noch eine Teamrunde. Also ich treffe die Vorauswahl von zwei, maximal drei Bewerbern und die werden dann noch ins Team eingeladen, was ganz wesentlich ist, weil wir in diesem Rahmen auch sehr eng miteinander arbeiten müssen und viele Angebote auch von zwei Personen abgehalten werden. Es muss nicht jeder jeden lieben, aber man muss miteinander arbeiten können. Die Teamrunde läuft so ab, dass alle Teammitglieder teilnehmen und die Person sich noch einmal vorstellt und dann vom Team Fragen gestellt werden können. Das dauert ungefähr eine halbe, dreiviertel Stunde. Es ist natürlich auch spannend, wie jemand mit Gruppen überhaupt tut. Die Entscheidung zum Erstgespräch, also wer überhaupt ins Team eingeladen wird, ist natürlich eine Mischung aus passt die Person auf das Aufgabenprofil, also kann sie das alles wirklich oder konnte sie mir zumindest glaubhaft machen, dass sie das alles kann, weil ob sie wirklich kann merke ich dann erst, wenn die Person da ist. Passen die Haltungen zur Einrichtung? Und ist das eine Person, die aufgrund ihrer Persönlichkeitsstruktur auch zum Team passt? Ein wesentlicher Punkt ist auch, welche Ziele hat eine Person? Wenn das jemand ist, der sehr karriereorientiert ist und das ist aber ein Berater- oder ein Beraterinnen-Job und die könnte das vielleicht auch gut, mir aber klar ist, dass die Person nach einem Jahr wieder weg ist oder ganz klar ist, dass die Person sich sehr schnell weiterentwickeln will und es gibt diese Art von Weiterentwicklung nicht, dann ist das auch eher hinderlich, muss man sagen.

Nach dem Teamgespräch hol ich mir dann die Meinungen und die Bilder von den Mitarbeiterinnen ab und wenn jetzt nicht ganz triftige Gründe gegen eine Person sprechen, also wenn jemand sagt, mit dem könnte ich niemals zusammenarbeiten, dann wäre dann schon ein Ausschlussgrund. Aber sonst hol ich mir einfach die Eindrücke ab und versuche dann noch mal mit dem, was für mich Vor- und Nachteile der einzelnen Personen waren, zu vergleichen und zu ergänzen und abzurunden und treffe dann eine Entscheidung. Die treffe ich, die trifft nicht das Team, sondern die treffe dann schon ich. Wobei diese Hinweise oftmals sehr wertvoll sind. Das einzige, wo es eine wirkliche Mitentscheidung ist, ist wenn es ein absolutes No Go aus welchem Grund auch immer ist. Aber ansonsten beziehe ich das mit ein, bespreche mit dann noch einmal mit meinem Vorgesetzten und treffe dann die Entscheidung. Meistens ist das, was das Team wahrnimmt, auch eine Abrundung und geht da meistens in die selbst Richtung. Bis jetzt hab ich noch niemanden eingeladen, der

absolut nicht gegangen ist, und war es auch meistens so, dass meine Favoriten auch ganz gut dazugepasst haben, weil ich ja auch mit dem Blickwinkel daran herangehe, was passt gut, wo gibt's Ergänzungen im Team, wo gibt's vielleicht Schwächen, was bringt die Person an Stärken mit...

Lebenslauf

Mag.^a Monika STEMPKOWSKI

Persönliche Daten:

Geburtsdatum: 1. April 1986
Staatsbürgerschaft: Österreich

Ausbildung:

1992 – 1996 Volksschule Cottagegasse 17, 1180 Wien
1996 – 2004 humanistisches Gymnasium
G 19 Gymnasiumstraße 83, 1190 Wien
Juni 2004 Reifeprüfung mit ausgezeichnetem Erfolg
Seit Oktober 2004 Diplomstudium der Psychologie an der Universität Wien
2005 – 2011 Diplomstudium der Rechtswissenschaften an der Universität Wien
SS 2010 Auslandssemester an der „Università degli Studi di Urbino-Carlo Bo“
im Rahmen des ERASMUS-Programmes in Urbino, Italien
29. Juni 2011 Verleihung des akademischen Grades „Magistra iuris“

Berufserfahrung:

August 2005 Allgemeiner Arbeitskreis Autonomer Verkehrspsychologen
Landesstelle Wien-Süd, Burgenland-Nord und Wien-Simmering
Seit Sommer 2008 Ausbildung und Einsatz als Peerpromotorin im Rahmen des
Suchtpräventionsprojekts „prEVENT – PartyFit“ (Sensibilisierung von
Jugendlichen für das Thema Alkoholkonsum im Eventsetting)
Leitung: ChEckiT!, Institut für Suchtprävention
Seit August 2011 Tätigkeit als Peerkoordinatorin im Rahmen des Projekts „PartyFit“,
Suchthilfe Wien gGmbH
August/September 2008 Kuratorium für Verkehrssicherheit – Zentrale Wien
Bereich Verkehr und Mobilität, Team Verkehrsverhalten

August/September 2009 6-Wochen-Praktikum bei:
intakt – Therapiezentrum für Menschen mit Essstörungen
Praktikum im Rahmen der universitären Ausbildung

August 2011 Gerichtspraxis am Landesgericht für Strafsachen Wien

1.1.2012 – 31.7.2013 Universitätsassistentin am Institut für Strafrecht und Kriminologie,
Universität Wien
Abteilung Kriminologie, Univ.-Prof. Dr. Christian Graf

Publikationen:

2008 Künzel/Stempkowski
Wie effektiv sind Sanktionen im Verkehr?
Zeitschrift für Verkehrsrecht, Heft 12/2008, S 513ff

2012 Graf/Pirnat/Stempkowski
Violent Crime in Austria
Crimen – Journal for criminal justice, Belgrad, 1/2012, S 3ff.

2013 Stempkowski
Polygraph in Austria
European Polygraph, Krakow, Vol.7, Nr. 2(24), S 77ff.

2013 Graf/Stempkowski
Lie to me – Wahrheitsfindung im Spannungsfeld divergierender Interessen
Österreichische Juristenzeitung, in Vorbereitung

Sprachen:

Deutsch: Muttersprache
Englisch: Verhandlungssicher
Französisch: Fließend in Wort und Schrift
Italienisch: Fließend in Wort und Schrift