

Einfluss des Lebenspartners auf Karriereentscheidungen von Mitarbeitern: die Wahl zwischen Fach- und Führungslaufbahn

Kurzbericht zu Vorgehen und Ergebnissen der Studie

Forschungsbeiträge der Studie:

- Erste Studie, die den Einfluss von Erwartungen und Merkmalen des Partners¹ auf die Laufbahnwahl des Mitarbeiters erfasst
- Dyadischer Untersuchungsaufbau, bei dem sowohl Mitarbeiter als auch deren Partner befragt wurden
- Identifikation von Zusammenhängen, die stark durch geschlechtsspezifische Rollenbilder beeinflusst werden

Design und Vorgehen

- Im Rahmen einer Onlinebefragung nahmen 1230 Mitarbeiter (Fach- und Führungskräfte sowie Fach- und Führungskräftenachwuchs) an der Studie teil. Am Ende der Befragung hatte der Proband die Möglichkeit, den individualisierten Link zur Studie an seinen Partner zu versenden. Insgesamt nahmen 207 Partner an der Umfrage teil.
- So war es möglich zu überprüfen, inwieweit Wahrnehmungen der Mitarbeiter über Erwartungen und Einstellungen ihrer Partner mit den Einschätzungen der Partner über sich selbst übereinstimmen.

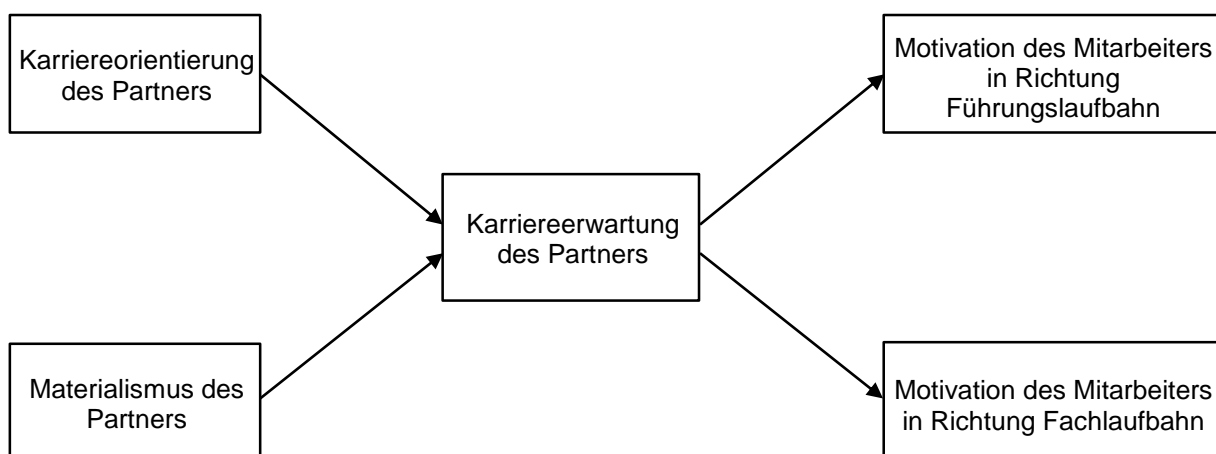


Abbildung 1: Das Untersuchungsmodell

¹ Zur sprachlichen Vereinfachung wird in diesem Beitrag die männliche Bezeichnung für beide Geschlechtsformen synonym verwendet, sofern nicht explizit auf Vertreterinnen des weiblichen Geschlechts abgestellt wird.

Beispielhafte Aussagen:

- Karriereorientierung des Partners: „Meiner Partnerin/Meinem Partner ist es wichtig, Karriere zu machen.“
- Materialismus des Partners: „Mein(e) Partner(in) mag es, Dinge zu besitzen, die Leute beeindrucken.“
- Karriereerwartung des Partners: „Für meine(n) Partner(in) ist es wichtig, eine(n) erfolgreiche(n) Partner(in) zu haben.“
- Motivation des Mitarbeiters in Richtung Führungslaufbahn: „Führung ist für mich eine reizvolle Herausforderung.“
- Motivation des Mitarbeiters in Richtung Fachlaufbahn: „Ein Expertenposition in der Fachlaufbahn stellt für mich eine besondere Herausforderung dar.“

Ergebnisse der Studie

- Je karriereorientierter der Mitarbeiter seinen Partner wahrnimmt, desto stärker fühlt er sich von ihm unter Druck gesetzt, ebenfalls Karriere machen zu müssen.
- Je karriereorientierter der Partner selbst ist, desto stärker erwartet er auch von dem Mitarbeiter, Karriere zu machen. Hier sind keine signifikanten Geschlechterunterschiede festzustellen.
- Je materialistischer der Mitarbeiter seinen Partner wahrnimmt, desto stärker fühlt er eine Erwartung, beruflich erfolgreich zu sein. Dieser Zusammenhang ist für männliche Mitarbeiter stärker als für weibliche Mitarbeiter.
- Je materialistischer der Partner selbst ist, desto höher ist die Erwartung an den Mitarbeiter, beruflich erfolgreich zu sein. Dieser Zusammenhang ist für weibliche Partner stärker als für männliche Partner.
- Mitarbeiter, die seitens des Partners eine starke Karriereerwartung spüren, zeigen eine erhöhte Motivation in Richtung einer Führungslaufbahn anstatt einer Fachlaufbahn.
- Die identifizierten Gender-Effekte lassen vermuten, dass das klassische Rollenverständnis nach wie vor sehr präsent ist. Männliche Mitarbeiter fühlen sich stärker in der Verantwortung, die materiellen Bedürfnisse ihrer Partnerinnen zu erfüllen, als dies bei weiblichen Mitarbeitern und ihren Partnern der Fall ist. Dies ist keine falsche Wahrnehmung: die Ergebnisse der Partnerumfrage zeigen, dass materialistische Frauen (als Partner) eine höhere Erwartung bezogen auf den beruflichen Erfolg ihrer Männer (als Mitarbeiter) haben als dies umgekehrt der Fall ist.
- „Karriere machen“ wird weiterhin gleichgesetzt mit Führungslaufbahn. Unternehmen sollten verstärkt die Expertenlaufbahn als adäquate Alternative zur klassischen Karriere in der Führungslaufbahn organisatorisch verankern.

Ein detaillierter, wissenschaftlicher Beitrag mit den Ergebnissen wurde in der Fachzeitschrift „Journal of Organizational Behavior“ eingereicht und befindet sich derzeit im Reviewprozess.

Das Forschungsteam

Jan Ullrich, wissenschaftlicher Mitarbeiter am Lehrstuhl für Unternehmensführung, Universität Hohenheim

Prof. Dr. Marion Büttgen, Inhaberin des Lehrstuhls für Unternehmensführung, Universität Hohenheim

Helen Pluut, Postdoc an der National University of Singapore