



Universität Hamburg
DER FORSCHUNG | DER LEHRE | DER BILDUNG

Bachelorabschlussarbeit

Fakultät Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Fachbereich Sozialökonomie

Auswirkungen von Sozialisation vor dem Arbeitsmarkteintritt auf die Public Service Motivation

Implikationen für das
Human Resource Management

Erstprüfer: Prof. Dr. Florian Schramm

Zweitprüferin: Prof. Dr. Daniela Rastetter

Annika Trommeter

Eingereicht am 25.01.2016

Inhaltsverzeichnis

Tabellenverzeichnis	II
Abkürzungsverzeichnis.....	III
Anhangsverzeichnis	IV
1. Einführung	1
2. Theoretischer Hintergrund	4
2.1 Der öffentliche Sektor.....	5
2.1.1 Der öffentlicher Sektor als Beobachtungsrahmen	5
2.1.2 Public Service Motivation.....	6
2.1.3 Human Resource Management im öffentlichen Sektor	10
2.2 Sozialisation.....	11
2.2.1 Der Prozess der Sozialisation.....	11
2.2.2 Das Strukturmodell der Sozialisationsbedingungen	14
3. Empirische Erhebung.....	16
3.1 Forschungsdesign.....	16
3.2 Empirische Ergebnisse.....	19
3.2.1 Public Service Motivation.....	19
3.2.2 Sozialisation.....	21
3.2.3 Der Zusammenhang von Sozialisation und Public Service Motivation	22
4. Schlussbetrachtung.....	24
4.1 Interpretation der Ergebnisse	24
4.2 Handlungsempfehlungen für den öffentlichen Sektor	25
4.3 Kritik und Limitationen	28
4.4 Fazit und Ausblick	29
Literaturverzeichnis	IV

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Systemtheoretische Einordnung des öffentlichen Sektors in Deutschland.....	5
Tabelle 2: Die vier Dimensionen der Public Service Motivation	7
Tabelle 3: Übertragung des Strukturmodells der Sozialisationsbedingungen auf die Public Service Motivation.....	14
Tabelle 4: Ausprägung der Public Service Motivation.....	20
Tabelle 5: Häufigkeitsverteilung der Antworten zu den Sozialisationsinstanzen	22
Tabelle 6: Korrelationen zwischen den Dimensionen der Public Service Motivation und den Sozialisationsinstanzen	23

Abkürzungsverzeichnis

ALLBUS	Allgemeine Bevölkerungsumfrage der Sozialwissenschaften
HRM	Human Resource Management
NPO	Non-Profit Organisation
PSM	Public Service Motivation
TV-L	Tarifvertrag für den Öffentlichen Dienst der Länder

Anhangsverzeichnis

Anhang 1: Fragebogen der empirischen Erhebung.....	1
Anhang 2: Die vier Dimensionen und 15 Items zur Messung der PSM gemäß Hammerschmid et al.	9
Anhang 3: Häufigkeitsverteilung der einzelnen Fragen der jeweiligen Sozialisationsinstanzen	10
Anhang 4: Korrelationen - Dimensionen der Public Service Motivation und einzelne Fragen zu den Sozialisationsinstanzen.....	12
Anhang 5: Auswertung der soziodemografischen Daten.....	13

1. Einführung

Problemstellung und Relevanz

Der öffentliche Sektor in Deutschland steht, bedingt durch die große Spanne zwischen den benötigten und vorhandenen finanziellen Ressourcen (vgl. u. a. Gourmelon et al. 2014a; Vogel und Masal 2012), vor einer Vielzahl von Herausforderungen. Hinzu kommt, dass öffentliche Organisationen höchst komplex sind und in einem sehr dynamischen Umfeld agieren (Mahn und Ließfeld Michael 2011). Dies bedingt sich dadurch, dass unterschiedliche Faktoren wie die Verlagerung von gesellschaftlichen Werten, der demografische Wandel, der technologische Fortschritt und die zunehmend globalisierten Marktanforderungen einen großen Einfluss auf ebensolche haben (Gourmelon et al. 2010; Demmke 2005). Zeitgleich wächst das Aufgabenfeld im öffentlichen Sektor, trotz oder insbesondere wegen dieser „Megatrends“, stetig. Das geschieht z. B. durch die Einführung von vermehrten Serviceleistungen im Bereich E-Government¹ (Brüggemeier 2006). Somit werden an die ca. 4,65 Millionen Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer im öffentlichen Sektor (Statistisches Bundesamt 2014) spezielle Anforderungen gestellt: Vier von fünf analysierte Stellenanzeigen des öffentlichen Sektors aus dem ZEIT Online-Stellenmarkt (DIE ZEIT 2015) implizieren durch entsprechende Wortwahl, dass Arbeitgeberinnen und Arbeitgeber des öffentlichen Sektors von ihren potentiellen Angestellten eine überdurchschnittlich hohe Arbeitsmotivation erwarten.² Darunter ist zu verstehen, dass eine besonders aktive Leistungsbereitschaft gezeigt wird (Sprenger 1998), welcher in der Literatur durch unterschiedliche Theorien erklärt wird (vgl. u. a. Herzberg 1968; McClelland 1976; Latham und Locke 1979). Perry und Wise haben 1990 ein entsprechendes Modell zur Public Service Motivation (PSM) entwickelt, das eine abweichende Motivationsgrundlage der Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer im öffentlichen Sektor untersucht. Dieses Modell steht im Fokus dieser Arbeit und wurde bereits in verschiedensten Kontexten erforscht. Es

¹ Darunter ist der Einsatz von digitalen Kommunikations- und Informationstechnologien zu verstehen, die Prozesse von öffentlichen Organisationen vereinfachen sollen (Brüggemeier 2006).

² In vier von fünf Stellenanzeigen des öffentlichen Sektors wurden zum Abfragezeitpunkt (16.12.2015) Begrifflichkeiten genutzt, die darauf hindeuten, dass eine ausgeprägte Motivation gewünscht wird. Dabei handelt es sich um Wörter wie „Einsatzbereitschaft“, „motiviert“ oder „Engagement“, die in Anforderungsprofilen verwendet wurden.

findet allerdings im Personalmarketing des öffentlichen Sektors, weder theoretisch noch praktisch, kaum Beachtung (siehe dazu Kapitel 2.1.3).

Zielsetzung

Dass sich eine Persönlichkeit individuell entwickelt und durch Sozialisationsprozesse und -instanzen beeinflusst wird, ist wissenschaftlich bestätigt (Hurrelmann und Ulich 1970). Seit Karl Marx' soziologischer Interpretation von Arbeit (Marx 2013), hat sich mit der Arbeitssoziologie eine eigene Teildisziplin gebildet, welche die gesellschaftliche Relevanz von Arbeit aus unterschiedlichen Perspektiven betrachtet (Voß et al. 2010). Die vorliegende Arbeit geht allerdings einen Schritt weiter und gibt Aufschluss über den Zusammenhang von Sozialisation vor dem Eintritt in den Arbeitsmarkt und Arbeitsmotivation. Untersuchungsgegenstand ist damit nicht die Lohnarbeit an sich und die damit vollzogene Sozialisation, z.B. durch die Organisation oder die durch Kolleginnen und Kollegen, sondern die Einflüsse von Sozialisationsinstanzen, die vor Aufnahme der Arbeitstätigkeit gewirkt haben. Dabei bezieht sich diese Untersuchung ausschließlich auf den öffentlichen Sektor in Deutschland. Als Grundlage dient dafür das bereits erwähnte Motivationsmodell der PSM von Perry. Entsprechend lautet die zentrale Fragestellung dieser Arbeit:

Welche Auswirkungen hat die Sozialisation vor Arbeitsmarkteintritt auf die Public Service Motivation von Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern des öffentlichen Sektors?

Konkret werden folgende Hypothesen aufgestellt, die auf dieser Fragestellung aufbauen:

H₁: Eine entsprechende³ Sozialisation korreliert mit einer ausgeprägten Public Service Motivation.

H₂: Verschiedene Sozialisationsinstanzen haben einen unterschiedlich starken Einfluss auf die Public Service Motivation.

³ Unter einer „entsprechenden Sozialisation“ ist an dieser Stelle zu verstehen, dass das Individuum durch politisch interessierte, gesellschaftlich reflektierte, sozial orientierte und altruistisch ausgerichtete Instanzen sozialisiert wird. Diese vier Attribute orientieren sich an den vier Dimensionen der PSM (siehe Kapitel 2.1.2).

H₁ basiert darauf, dass Sozialisation die Persönlichkeit eines Individuums wesentlich prägt und damit auch die Wertvorstellungen beeinflusst (Geulen und Hurrelmann 1970; Hurrelmann 2006) (siehe Kapitel 2.2.1). Diese Wertvorstellungen wiederum sind eng verknüpft mit dem Modell der PSM (siehe Kapitel 2.1.2). Die Sozialisation eines Individuums wird von verschiedenen Instanzen vollzogen, die hinsichtlich ihrer Relevanz für ebendiese unterschiedlich klassifiziert werden (Hurrelmann 2006) (siehe Kapitel 2.2.1). Daraus leitet sich die zweite Hypothese (H₂) ab und somit, dass die verschiedenen Sozialisationsinstanzen eine unterschiedlich stark ausgeprägte Auswirkung auf die PSM haben.

Der Praxisbezug ist dabei von großer Relevanz für diese Arbeit. Um diesen Anspruch zu erfüllen, werden aus den Ergebnissen der Empirie fundierte Handlungsempfehlungen für den öffentlichen Sektors abgeleitet, die sich auf den Bereich des Human Resource Managements (HRM) beziehen. Der öffentliche Sektor konkurriert mit dem For-Profit und dem Non-Profit Sektor um Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer (Sponheuer 2010). So investieren auch öffentliche Organisationen, wie im Jahr 2015 die Stadt Hamburg mit der „Bist du dabei?“-Kampagne (Zentrum für Aus- und Fortbildung der Stadt Hamburg 2015) oder auch Bundeswehr mit der deutschlandweiten „Mach, was wirklich zählt“-Kampagne (Bundesamt für das Personalmanagement der Bundeswehr 2015), in ein umfangreiches externes Personalmarketing. In der abschließenden Betrachtung werden Empfehlungen ausgesprochen, wie eine solche Personalakquise, insbesondere unter Berücksichtigung des Aspektes einer hohen PSM der potentiellen Bewerberinnen und Bewerber, optimiert werden kann.

Vorgehensweise

Die Arbeit gliedert sich in vier Abschnitte. Nach dieser Einführung, die vor allem die Relevanz der Thematik sowie die Zielsetzung und Vorgehensweise der Arbeit aufzeigt, folgt der theoretische Teil (Kapitel 2). In diesem Kapitel werden alle relevanten Begrifflichkeiten definiert. Dafür werden der öffentliche Sektor und insbesondere das Modell der PSM vorgestellt. Anschließend beschäftigt sich das Kapitel mit der Thematik der Sozialisation, wobei die Begriffe Sozialisationsinstanzen und Sozialisationsphasen definiert werden. Der

Abschnitt dient als Grundlage für den dritten, empirischen Teil (Kapitel 3). Dieser empirische Teil ist zusammen mit der Schlussbetrachtung (Kapitel 4) von zentraler Bedeutung für die Arbeit. Es wird in Kapitel 3 zunächst das Forschungsdesign der quantitativen Erhebung erklärt, bevor die empirischen Ergebnisse ausführlich dargelegt werden. In diesem Kapitel erfolgt noch keine Interpretation ebendieser, da ein enger Zusammenhang zwischen den Limitationen des PSM-Modells bzw. den Handlungsempfehlungen für den öffentlichen Sektors besteht. Die Schlussbetrachtung stellt eine Verknüpfung zwischen dem theoretischen und empirischen Teil dar. So werden hier die Ergebnisse interpretiert, bevor die Empfehlungen, bezogen auf das HRM, abgeleitet werden. Die Kritik am PSM-Modell wird anschließend, gemeinsam mit den Limitationen ausformuliert, bevor die Arbeit mit einem Ausblick und Fazit schließt.

2. Theoretischer Hintergrund

Um das Fundament für den anschließenden empirischen Teil der Arbeit zu legen, werden zunächst in Kapitel 2.1 die Spezifika des öffentlichen Sektors, insbesondere im Kontext einer systemtheoretischen Einordnung, heraus gearbeitet. Das Augenmerk in diesem Kapitel liegt auf der PSM. Hierzu erfolgen eine generelle Vorstellung des Modells sowie ein kritischer Abriss des aktuellen Forschungsstandes. Anschließend wird das HRM im öffentlichen Sektor vorgestellt und der Zusammenhang zur PSM aufgezeigt. Das Kapitel 2.2 beschäftigt sich mit dem Prozess der Sozialisation. Durch einen kurzen historischen Überblick zur Entstehung dieses Terminus wird die Bedeutung der Persönlichkeit erklärt, bevor die Sozialisationsphasen und -instanzen vorgestellt und für den empirischen Teil bereits eingegrenzt werden. Abschließend wird ein Strukturmodell vorgestellt, das es erlaubt, die Sozialisation eines Individuums in einen gesamtgesellschaftlichen Kontext einzuordnen.

2.1 Der öffentliche Sektor

2.1.1 Der öffentlicher Sektor als Beobachtungsrahmen

Der öffentliche Sektor grenzt sich nicht nur durch die bereits erwähnten Besonderheiten von dem privaten Sektor ab. Auch eine systemtheoretische Einordnung ist möglich, die allerdings nicht starr, sondern gemäß Zielinski mit Hilfe von vier unterschiedlichen organisationalen Kategorien, erfolgt (Zielinski 2003) (siehe Tabelle 1). Diese sind jeweils aufeinander bezogen, grenzen sich von der Umwelt ab und können als sinn- oder zweckgebundene Einheit angesehen werden. Per Definition (Hügli 1995) werden sie als ein System bezeichnet. Neben der öffentlichen Verwaltung und Politik und den öffentlichen Unternehmen sind auch überwiegend öffentlich finanzierte Non-Profit Organisationen (NPO) und private Unternehmen mit öffentlicher Ausrichtung diesem System zuzuordnen. Sie sind entsprechend als die vier Subsysteme des öffentlichen Sektors anzusehen (Fackelmann 2008; Zielinski 2003).

Tabelle 1:
Systemtheoretische Einordnung des öffentlichen Sektors in Deutschland

Organisationale Ausprägung	öffentliche Verwaltung und Politik	öffentliche Unternehmen	primär öffentlich finanzierte NPO	öffentlich ausgerichtete Privatunternehmen
Beispiel	Finanzbehörde Hamburg; Universität Hamburg	Dataport	Verbraucherzentrale Sachsen	Deutsche Entwicklungsgesellschaft GmbH (als KfW-Tochter)

Eigene Darstellung in Anlehnung an Zielinski 2003 und Fackelmann 2008.

Zu berücksichtigen ist darüber hinaus, dass entsprechende Organisationen, je nach struktureller Ausprägung, rechtsstaatliche Prinzipien, wie z. B. Gewaltenteilung oder Vertrauensschutz, einzuhalten haben und vor allem der Gemeinwohlförderung dienen müssen (Damkowski 1995).

Diese Einordnung ist auch als Verständnisrahmen für die Empirie zu verstehen. Die vorliegende empirische Erhebung wurde in öffentlichen Verwaltungen und Unternehmen durchgeführt, da unterstellt werden kann, dass die zentralen Merkmale des öffentlichen Sektors hier besonders ausgeprägt sind und mit eindeutigeren Ergebnissen zu rechnen ist. Eine solche Limitierung ist auch aufgrund des Umfangs dieser Arbeit sinnvoll.

2.1.2 Public Service Motivation

Definition

Eingangs wurde bereits aufgezeigt, dass angenommen wird, die Motivation von Angestellten des öffentlichen Sektors weiche von Angestellten anderer Sektoren ab. Diese besondere Motivation wurde maßgeblich von Perry und Wise mit der Definition der PSM als „an individual’s predisposition to respond to motives grounded primarily or uniquely in public institutions and organizations” (Perry und Wise 1990) geprägt. Dabei wurde die ausdifferenzierte Motivationstheorie für den öffentlichen Sektor in vier grundlegende Dimensionen (siehe Tabelle 2) unterteilt.

Im Jahr 1990 entstanden zunächst die ersten drei Dimensionen, die auf Knorke und Wright-Isak’s Modell von 1982 basieren. Dieses Modell berücksichtigt neben rationalen Motiven auch normbasierte und affektive Beweggründe (Knorke und Wright-Isak 1982). Sechs Jahre später entwickelte Perry sein in der Literatur und Forschung viel beachtetes Modell (vgl. u. a. Camilleri 2007; Crewson 1997; DeHart-Davis et al. 2006; Hammerschmid et al. 2009) weiter. Zunächst wurden mit der politischen Motivation (1), dem Gemeinwohlinteresse und der gesellschaftlichen Verantwortung (2), der Bürgerpflicht (3), der sozialen Gerechtigkeit (4), dem sozialen Mitgefühl (5) und dem Altruismus (6) sechs Dimensionen aufgestellt, von denen zwei aufgrund von Korrelationen mit anderen Dimensionen wieder ausgeschlossen wurden. Außerdem konnten Dimensionen zusammengefasst werden, sodass das vorgestellte, vierteilige Modell (siehe Tabelle 2) entstanden ist. Durch die den Dimensionen zugehörigen Items kann PSM schlussendlich skaliert werden. Dabei können die Werte für einzelnen Dimensionen genauso errechnet werden wie ein Gesamtindex (Perry 1996) (siehe Kapitel 3.2.1).

Tabelle 2:
Die vier Dimensionen der Public Service Motivation

Dimension nach Perry	Motivgrundlage nach Knoke/Wright-Isak	Erklärung	Beispielhaftes Item
Attraktivität von Politik und Politikgestaltung⁴ (1) <i>(attraction to public policy making)</i>	Rationales Motiv	PSM ergibt sich daraus, dass Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer durch ihre Arbeit die Möglichkeit haben, politische Prozesse zu beeinflussen.	„Politikerinnen und Politiker sind mir ziemlich gleichgültig.“
Gemeinwohl-orientierung⁵ (2) <i>(commitment to the public interest)</i>	Normbasiertes Motiv	PSM ergibt sich daraus, dass Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer durch ihre Arbeit der Gesellschaft dienen und ihr gegenüber eine Verantwortung tragen.	„Ich engagiere mich in hohem Maße gemeinnützig.“
Soziales Mitgefühl (3) <i>(compassion)</i>	Normbasiertes Motiv	PSM ergibt sich daraus, dass Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer anderen Menschen durch ihre Arbeit helfen und sich damit individuelle Lebensumstände verbessern.	“Die Lebensumstände benachteiligter Gruppen bewegen mich sehr.“
Altruismus (4) <i>(self- sacrifice)</i>	Affektives Motiv	PSM ergibt sich daraus, dass Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer einer selbstlosen Tätigkeit nachgehen, die anderen Menschen zu Gute kommt und dabei eigene Bedürfnisse vernachlässigen.	“In der Gesellschaft etwas zu bewegen bedeutet mir mehr als persönlicher Erfolg.“

Eigene Darstellung in Anlehnung an Knoke/Wright-Isak 1982 und Perry 1996.

⁴ Wird im Folgenden als „politische Motivation“ betitelt.

⁵ Wird im Folgenden als „Gemeinwohl“ betitelt.

Aktueller Forschungsstand

Perry und Wise stellten drei zentrale Hypothesen auf, die nach heutigem Forschungsstand zum Teil bestärkt, aber auch widerlegt wurden: Dass Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer mit einer hohen PSM einen Arbeitsplatz im öffentlichen Sektor attraktiver finden als ebensolche mit einer geringeren PSM, konnte bestätigt werden (Lewis und Frank 2002; Vandenaabeele 2008). Dennoch wurde auch festgestellt, dass diese Entscheidung von vielen komplexen Faktoren beeinflusst wird und nicht ausschließlich durch eine ausgeprägte PSM zu begründen ist (Perry et al. 2010). Diese grundsätzliche Feststellung, die auch als implizite Kritik am PSM-Modell gesehen werden kann, wird in Kapitel 4.3 erneut aufgegriffen und erweitert. Die positive Korrelation⁶ zwischen PSM und der individuellen Arbeitsleistung wurde in Studien zum Teil bestätigt (Brewer et al. 2000; Naff und Crum 1999), aber auch widerlegt bzw. nicht eindeutig zugeordnet (Alonso und Lewis 2001). Dass utilitaristische Anreize auf Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer mit einer ausgeprägten PSM weniger Einfluss haben, konnte in Studien ebenfalls nur eingeschränkt bestätigt werden. So verweisen unter anderem Perry, Hondeghem und Wise auch in diesem Kontext auf die Komplexität der einflussnehmenden Strukturen (Perry et al. 2010). Darüber hinaus wurden positive Korrelationen zwischen einer hohen PSM und Arbeitszufriedenheit (Naff und Crum 1999) oder auch Loyalität (Brewer und Selden 1998) nachgewiesen.

Es lässt sich also bereits feststellen, dass PSM für den öffentlichen Sektor relevant ist und nicht unbeachtet bleiben sollte, da auch Organisationen im öffentlichen Sektor, insbesondere unter Beachtung des Budgetdefizits, gezwungen sind, wirtschaftlich zu haushalten. So kann auch durch die optimale Ausnutzung der Ressource Personal eine Profitsteigerung generiert werden (Gourmelon et al. 2014b). Die Arbeitsmotivation (hier also die PSM) wirkt sich positiv auf die Produktivität aus (Steinmann und Schreyögg 2005) und somit auch auf die Bilanz der Organisation. Allerdings ist die Stärke der Einflussnahme von PSM auf die kollektive und/oder individuelle Ebene noch nicht ausreichend erforscht (Perry et al. 2010). In diesem Zusammenhang wird ebenfalls bemängelt, dass das Modell andere

⁶ Der Begriff der positiven Korrelation ist nicht normativ zu verstehen. Er bezeichnet lediglich die „jeweilige Richtung eines Zusammenhangs“ (Diekmann 2007).

Motivationstheorien nicht ausreichend einbindet (Wright 2007) und dass ungeklärt ist, ob PSM eine abhängige und/oder unabhängige Variable ist (Demmke 2005).

Selbstverständlich sind über die Definition von Perry hinaus, weitere Modelle zur PSM entwickelt worden, die vor allem die Relevanz von Uneigennützigkeit stärker gewichten (vgl. u. a. Mahn und Liebfeld 2011; Rainey und Steinbauer 1999; Vandenabeele 2008). Sie werden an dieser Stelle nicht weiter berücksichtigt, da der Umfang der Arbeit dies nicht zulässt und das vorgestellte Modell dennoch allgemein anerkannt ist. Wie bereits aufgezeigt, wird das Modell regelmäßig als Grundlage für quantitative Forschung genutzt und dient deshalb, und auch aus Gründen der Vergleichbarkeit, als Basis für den empirischen Teil. Das Modell der PSM wurde bisher zwar in unterschiedlichsten Kontexten erforscht, den Auswirkungen von Sozialisation vor dem Einstieg in das Arbeitsleben auf die PSM wird jedoch gegenwärtig kaum wissenschaftliche Beachtung geschenkt, sodass diese Arbeit ein vergleichsweise wenig erforschtes Gebiet beleuchtet.

Abgrenzung zu anderen Motivationsmodellen

Bei der PSM handelt es sich um ein Phänomen, das sich nicht ausschließlich, aber vorrangig unter Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern finden lässt, die im öffentlichen Sektor beschäftigt sind (Wise 2000). Basis für die PSM ist dabei nicht die intrinsische Motivation, da sich eine solche Motivation auf Freude und Vergnügen stützt (Grant 2008). PSM hingegen ist auf den Sinn und Zweck der jeweiligen Aufgabe zurückzuführen (Perry et al. 2010). Dennoch beweist die Forschung, dass eine höhere intrinsische Motivation unter Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern des öffentlichen Sektors vorzufinden ist als unter solchen des privaten Sektors (Houston 2000).

Grundsätzlich ist zwischen Inhalts- und Prozessmodellen der Motivation zu unterscheiden (Staehele 2014). Inhaltsbezogene Motivationsansätze legen den Fokus auf die Ursachen der Motivation. Sie wollen also erklären, wodurch sich bestimmtes Verhalten bedingt (ebd.). Zu den bekanntesten Theorien in diesem Bereich gehören die Bedürfnistheorie von Maslow (Maslow 1943, 1954), Herzbergs Zwei-Faktoren-Theorie (Herzberg 1968) oder auch die Motivtheorie nach McClelland (McClelland 1976). Prozessorientierte Modelle, wie z. B. die Zieltheorie der Arbeitsmotivation nach Locke und Latham (Latham und Locke 1979), die

Attributionstheorie nach Heider (Heider 2013) oder die Valenz-Instrumentalitäts-Erwartungs-Theorie von Vroom (Vroom 1995), untersuchen hingegen, wie ein bestimmtes Verhalten entsteht. All diese Modelle werden aufgrund des limitierten Umfangs dieser Arbeit nicht näher vorgestellt. Dennoch werden einige Aspekte der genannten Modelle im Bereich der Kritik am PSM-Modell (siehe Kapitel 4.3) relevant sein.

2.1.3 Human Resource Management im öffentlichen Sektor

Besonderheiten von Human Resource Management im öffentlichen Sektor

Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer werden im öffentlichen Sektor als wichtigste Ressource und somit als ausschlaggebend für die Leistungserstellung und Zielerreichung angesehen (Gourmelon et al. 2014a). Das Produktportfolio des öffentlichen Sektors besteht vorrangig aus einem Dienstleistungsprogramm (Schmidt 2009), welches durch die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter erstellt wird. Personalarbeit kann also als „strategischer Erfolgsfaktor“ (Holtbrügge 2010) gewertet werden. Die Akquise, die Entwicklung, die Entlohnung, die Motivation, der Erhalt sowie die Freistellung (Beattie und Osborne 2008; Gaugler 2004) dieser wichtigen Ressource obliegt dem HRM.

Das Personalmarketing ist auch in den Bereich der Personalakquise einzuordnen. Er wird als „Schaffung und Optimierung“ und „Kommunikation von Attraktivitätspotentialen“ definiert und hat u.a. den Gewinn von künftigen Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern zum Ziel (Rastetter 1996). Dabei besteht Personalmarketing aus einer internen und einer externen Komponente. In dieser Arbeit wird ein spezielles Augenmerk auf die externe Komponente gelegt, die sich vor allem durch Personalanwerbung und Imagewerbung auszeichnet (ebd.). Die in Kapitel 4.2 vorgestellten Handlungsempfehlungen werden sich also vorrangig auf dieses Instrument beziehen.

Obgleich sich die genannte Definition von HRM auf den privaten und öffentlichen Sektor gleichermaßen anwenden lässt, sind zahlreiche Unterschiede zwischen der Personalarbeit in den jeweiligen Sektoren zu finden. Eine hierarchische Arbeitsteilung, eine - im Vergleich zur Privatwirtschaft - zum Teil geringe Bezahlung und ein autoritärer Führungsstil sind nennenswerte Besonderheiten des öffentlichen Sektors, mit denen die Personalarbeit in diesem Bereich konfrontiert ist (Gourmelon et al. 2014a). Starre rechtliche

Rahmenbedingungen, beispielsweise hinsichtlich der Stellenausschreibung oder der geringe Spielraum bei Gehaltsverhandlungen durch Bindung an den TV-L, erschweren diese Arbeit zusätzlich (Gourmelon et al. 2014a; Hoffmann 2013).

Relevanz der Public Service Motivation für die Personalarbeit

Die Personalarbeit hat mit dem Erreichen von sozialen und wirtschaftlichen Zielen zwei Hauptinteressen, die gleichermaßen im Fokus von HRM stehen sollten (Gourmelon et al. 2014b). Eine hohe PSM nimmt, wie bereits argumentativ dargestellt, auf die wirtschaftlichen Ziele positiven Einfluss (siehe Kapitel 2.1.2). Aber auch auf die sozialen Ziele, also auf die Erwartungen, Wünsche und Interessen der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, hat eine hohe PSM eine positive Auswirkung. Sie korreliert mit einer hohen Arbeitszufriedenheit und es kann unterstellt werden, dass die Dimensionen Politische Motivation sowie Gemeinwohlorientierung mit einem persönlichen Interesse oder mit persönlichen Wünschen gleichzusetzen sind. Dabei ist der Grad der Einflussnahme allerdings diskutabel.

Obwohl es nachvollziehbar ist, warum eine hohe PSM aus Sicht von Arbeitgeberinnen und Arbeitgebern erstrebenswert ist, wird das Modell PSM im HRM des öffentlichen Sektors weitestgehend vernachlässigt und findet in der gängigen Literatur in diesem Zusammenhang kaum Beachtung (vgl. u. a. Beattie und Osborne 2008; Gourmelon et al. 2010; Gourmelon et al. 2014a; Schedler und Proeller 2011).

2.2 Sozialisation

2.2.1 Der Prozess der Sozialisation

Sozialisation und Persönlichkeit

Geprägt wurde der Sozialisationsbegriff von Durkheim, der unter Sozialisation versteht, dass die Persönlichkeit prozesshaft sozial vereinnahmt wird. Ein Individuum wird erst durch den Prozess der Sozialisation gesellschaftsfähig und handelt vorher triebgesteuert, egoistisch und asozial (Durkheim und Krisam 1972). Diese Definition beherrschte die Sozialisationsforschung bis in die 70er Jahre hinein. Inzwischen gilt sie allerdings als überholt, da frühere westliche Gesellschaftsformen als Industriegesellschaften klassifiziert werden können. Heutige, westliche Gesellschaften sind vielmehr von pluralen

Lebensformen und von sozialer sowie kultureller Vielfalt geprägt (Hurrelmann 2006). Aus diesem Grund wurde die Definition von Hurrelmann und Geulen erweitert und Sozialisation wird inzwischen, weniger deterministisch, als wechselseitiger Prozess zwischen Individuum und der gesellschaftlich vermittelten materiellen und sozialen Umwelt verstanden. Im Laufe dieses Prozesses bildet sich die Persönlichkeit heraus - ein Konstrukt aus individuellen Merkmalen, Eigenschaften, Einstellungen und Handlungskompetenzen. Es ist zu berücksichtigen, dass Sozialisation ein lebenslanger Prozess ist und sich die Persönlichkeit, in Abhängigkeit von z. B. Veränderungen oder Herausforderungen im Lebensverlauf, stetig verändert (Geulen und Hurrelmann 1970). Die Persönlichkeit ist als Definitionsbestandteil von Sozialisation anzusehen und wird auch als Resultat dieser verstanden (Hurrelmann 2006). Persönlichkeit steht somit im Fokus der Arbeit, denn sie ist - mehr oder weniger - von außen beobachtbar, da sie sich durch Verhaltensweisen aber auch durch Werthaltungen und Motivation zeigt (Zimmermann 2006).

Sozialisationsphasen und Sozialisationsinstanzen

Der lebenslange Prozess der Sozialisation und damit die Persönlichkeitsentwicklung werden in vier chronologisch aufeinander aufbauende Phasen unterteilt. Dabei ist der Übergang zwischen den Phasen fließend und der Zeitpunkt, an dem eine Phase endet und eine neue beginnt, ist individuell unterschiedlich. In der Phase der primären Sozialisation werden in der frühen Kindheit elementare Verhaltensmuster und -regeln erlernt. Vorrangig geprägt wird diese durch die Familienmitglieder, insbesondere durch die Eltern. In der zweiten Phase, der sogenannten sekundären Sozialisation, die ungefähr ab dem dritten Lebensjahr einsetzt, erlernt ein Individuum vor allem die herrschenden sozialen Normen, wie beispielsweise Begrüßungsrituale. Außerdem entwickelt sich ein Verständnis für die Gesellschaft sowie die damit verbundenen Konventionen und Rollenbilder. Die individuellen Bedürfnisse müssen darüber hinaus nicht mehr unmittelbar befriedigt werden. In dieser Lebensphase wird außerdem das Fundament für ein altruistisches Verhalten gelegt und es bildet sich ein kulturelles Verständnis aus. Darauf folgt die Sozialisation im Erwachsenenalter, welche als tertiäre Sozialisation bezeichnet wird. Sie findet vor allem durch das berufliche Umfeld statt und ist durch den kontinuierlichen Wandel der materiellen und sozialen Umwelt gekennzeichnet. Die vierte und letzte Sozialisationsphase findet im späten Erwachsenenalter statt und wird als quartäre Sozialisation betitelt. Sie zeichnet sich

durch spezielle Erwartungen der Gesellschaft an die Menschen im hohen Lebensalter und Veränderungen, wie z. B. den Umzug in ein Pflegeheim, aus (Tillmann 1989).

Die Sozialisation, unabhängig von der jeweiligen Phase, wird durch Sozialisationsinstanzen durchgeführt. Es wird zwischen den primären, sekundären und tertiären Sozialisationsinstanzen unterschieden. Diese Aufteilung ergibt sich durch die Relevanz der Instanzen für die Sozialisation eines Individuums. Als primäre Sozialisationsinstanzen können die Familie, die Peergroup⁷ oder die Verwandtschaft bezeichnet werden, da ihr Einfluss auf die Persönlichkeitsentwicklung als sehr hoch einzustufen ist. Instanzen, die einen Bildungs- oder Erziehungsauftrag erfüllen sollen, werden als sekundäre Sozialisationsinstanzen bezeichnet. Hier sind Kindertagesstätten, Schulen oder Universitäten zu nennen. Tertiäre Instanzen nehmen, zumindest indirekt, Einfluss auf die Sozialisation und so lassen sich hier z. B. der öffentliche Sektor, privatwirtschaftliche Organisationen oder Massenmedien als Beispiele anbringen. Sie sind nicht zum Zweck der Sozialisation geschaffen, haben aber dennoch Einfluss auf Individuen. Zum Teil ist der Übergang zwischen diesen drei Ebenen fließend oder die Wechselwirkungen, beispielsweise zwischen Massenmedien und den Eltern, sind enorm (Hurrelmann 2006).

Selbstverständlich gibt es spezielle Fallkonstellationen, bei denen der Eintritt in den Arbeitsmarkt erst im fortgeschrittenen Alter stattfindet. Diese sind aber nicht Gegenstand dieser Arbeit. Deswegen werden die tertiären und quartären Sozialisationsphasen nicht weiter berücksichtigt. Darüber hinaus bildet sich ein Verständnis für gesellschaftliche Zusammenhänge und die Basis für nicht-egozentrisches Verhalten erst in der sekundären Sozialisation aus. Aus diesen Gründen wird sich der empirische Teil der Arbeit auf die sekundäre Sozialisation fokussieren. Des Weiteren erfolgt, bedingt durch den Umfang der Arbeit, eine Limitation hinsichtlich der zu untersuchenden Sozialisationsinstanzen auf die Eltern, die Schule und die Peergroup. Diese Entscheidung basiert auf der Tatsache, dass nur primäre und sekundäre Sozialisationsinstanzen für diese Arbeit von Bedeutung sind, damit der Einfluss des tertiären Instanz des öffentlichen Sektors auf ebendiese analysiert werden kann.

⁷ Als Peergroup werden Gleichaltrige bezeichnet, die einem Individuum als Bezugsgruppe dienen (Hurrelmann 2006).

2.2.2 Das Strukturmodell der Sozialisationsbedingungen

Der Prozess der Sozialisation und damit auch die Entstehung der Persönlichkeit sind in Rahmenbedingungen eingebettet (Hurrelmann 2006). Um dies zu veranschaulichen hat Tillmann ein Strukturmodell, bestehend aus vier Ebenen, die sich in einer reziproken Abhängigkeit befinden, ausformuliert. Auf der ersten Ebene (1. Ebene des Subjekts) geht es um die Entwicklung von Individuen und damit um die Persönlichkeitsmerkmale, die sich im Austausch mit anderen Individuen ergeben. Übergeordnet ist an zweiter Stelle (2. Ebene von Interaktion und Tätigkeiten) die unmittelbare sozialisatorische Umwelt, die durch primäre Sozialisationsinstanzen erzeugt wird. Die 3. Ebene der Institutionen wurde teilweise zum ausschließlichen Zweck der Sozialisation eingerichtet oder nimmt zumindest indirekt Einfluss auf die Sozialisation. Somit sind hier die sekundären und tertiären Instanzen angesiedelt. Diese drei Ebenen sind den ökonomischen, sozialen, politischen und kulturellen Strukturen (4. Ebene der Gesamtgesellschaft) unterzuordnen (Tillmann 1989).

Durch dieses Modell wird deutlich, inwiefern die Subjektentwicklung auf der Mikroebene mit den gesamtgesellschaftlichen Strukturen auf der Makroebene verknüpft ist. Diese Verknüpfung ist zentral für die Arbeit, da in Kapitel 4.2 abgeleitet wird, wie die dritte Ebene, die von der vierten Ebene stark beeinflusst wird, wiederum auf die eigene Ebene und auf die zweite Ebene einwirkt, damit schließlich auf der ersten Ebene ein Individuum mit einer hohen PSM eingestellt werden kann. Diese konkrete Überlegung ist in Tabelle 3 dargestellt. Es wird anhand des Beispiels Schule das abstrakte Strukturmodell von Tillmann auf den konkreten, im folgenden Kapitel empirisch bewiesenen, Zusammenhang zwischen PSM und Sozialisation übertragen.

Tabelle 3:
Übertragung des Strukturmodells der Sozialisationsbedingungen auf die
Public Service Motivation

Ebene	Komponenten	Übertragung der Komponenten auf die PSM am Beispiel Schule
-------	-------------	------------------------------------------------------------

Subjekt (1. Ebene)	Einstellungen, Erfahrungsmuster, Wissen, kognitive Fähigkeiten	Zukünftiges Personal des öffentlichen Sektors mit besonders ausgeprägter PSM
Interaktion und Tätigkeit (2. Ebene)	Eltern-Kind-Beziehungen, Peergroups, Verwandte, Unterrichtsinhalte	Schulfreundinnen und Schulfreunde
Institutionen (3. Ebene)	Betriebe, Massenmedien, Schulen, Universitäten	Behörde und Schule
Gesamtgesellschaft (4. Ebene)	ökonomische, soziale, politische und kulturelle Strukturen	Schulsystem

Eigene Darstellung in Anlehnung an Tillmann 1989.

3. Empirische Erhebung

Grundsätzlich erscheint es zunächst plausibel, dass ein interessant gestalteter Sozialkundeunterricht positive Auswirkungen auf die PSM hat. Auf diesem Weg kann bereits in jungen Jahren ein grundlegendes Interesse für politische Themen geweckt werden. Das wiederum nimmt Einfluss auf die Persönlichkeit (Heckhausen und Heckhausen 2010) und somit auf individuelle Werte und unter Umständen auch auf die PSM. Plausibilität an sich ist allerdings kein Wahrheitskriterium (Diekmann 2007), und so stützt sich auch die Überprüfung der zentralen Thesen dieser Arbeit auf eine fundierte empirische Erhebung, die in diesem Kapitel vorgestellt wird. Dazu wird eingehend, in dem Abschnitt Forschungsdesign, die Methodenwahl, der Aufbau des Fragebogens sowie die Datenerhebung beschrieben. Darauf folgt die Vorstellung der empirischen Ergebnisse. Dazu wird das vorliegende Sample beschrieben, bevor die Ergebnisse zum PSM-Modell präsentiert werden. Darauf folgen die Resultate aus dem Bereich Sozialisation und abschließend werden die Korrelationen zwischen Sozialisation und PSM erläutert.

3.1 Forschungsdesign

Die Methode der quantitativen Forschung

Um die Korrelation zwischen entsprechender Sozialisation und einer hohen PSM zu belegen, wurde eine Studie unter Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern des öffentlichen Sektors durchgeführt. Es handelt sich um eine empirische Untersuchung, die mit quantitativen Methoden umgesetzt wurde. Zwar bieten sich für erforschende Untersuchungen in der Regel qualitative Methoden, wie z. B. Interviews, an (Diekmann 2007), dennoch wird in dieser Arbeit auf quantitative Methoden zurückgegriffen, da das Modell zur Messung der PSM ausreichend fundiert ist und sich eine Übernahme der bestehenden Items anbietet. Es wurden mit Hilfe der deskriptiven Statistik im wesentlichen Mittelwerte sowie Standardabweichungen und Häufigkeitsverteilungen errechnet, um anschließend durch eine Korrelationsrechnung Zusammenhänge zu überprüfen.

Fragebogaufbau

Die folgenden Ergebnisse basieren auf einem dreiteiligen, onlinebasierten Fragebogen in deutscher Sprache (siehe Anhang 1). Er wurde entsprechend den vorgestellten, theoretischen Grundlagen erarbeitet.

Der erste Abschnitt des Fragebogens zielt auf die Ausprägung der PSM ab. Im Jahr 2007 haben Hammerschmid et al. eine Erhebung mit einem Gesamtsample von über 3000 befragten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern zum Modell der PSM durchgeführt (Hammerschmid et al. 2009). Sie haben dafür die von Perry und Wise ausformulierten Items zur Messung von PSM in die deutsche Sprache übernommen, gekürzt und inhaltlich an den mitteleuropäischen Raum angepasst (ebd.). Der Umfang von 15 Items wird auch dem Umfang dieser Arbeit gerecht und deshalb unverändert in den Fragebogen übernommen (siehe Anhang 2). Die Einstellungsmessung erfolgt in diesem Abschnitt gemäß Perry und Wise mit der Likert-Technik. Die befragten Personen sollen den Grad der Zustimmung über eine Sieben-Punkte-Antwortskala zum Ausdruck bringen. Um das Modell der PSM nicht zu gefährden und einen repräsentativen Mittelwert für jede Dimension errechnen zu können, sind alle 15 Fragen in diesem Abschnitt verpflichtend zu beantworten.

Der zweite Abschnitt beinhaltet Variablen zur Sozialisation und gliedert sich in drei Teile mit jeweils vier Fragen (1 bis 4). Dabei deckt jeder Teil eine der drei zu beobachtenden Sozialisationsinstanzen ab (Teil 1=Elternhaus, Teil 2=Schule, Teil 3=Peergroup). Die vier Fragen in jedem Teil beziehen sich jeweils auf eine Dimension der PSM. So ist beispielsweise die erste Frage in jedem Teil der Dimension politische Motivation zuzuordnen. Die Fragen wurden eigenständig ausformuliert, allerdings dienen die Formulierungen aus Fragebogenabschnitt 2 als Grundlage. In dem Fragebogenabschnitt Sozialisation handelte es sich darüber hinaus ausschließlich um dichotome Fragen. Entsprechend sind die Antwortmöglichkeiten auf <Ja>, <Nein> und <Ich bin mir nicht sicher> begrenzt. Auch hier sind alle Antworten verpflichtend, weswegen die letztgenannte Antwortoption, trotz der gewünschten Dichotomie, aus methodischen Gründen aufgenommen wurde.⁸

⁸ Antworten der dritten Option <Ich bin mir nicht sicher> wurden in der anschließenden Auswertung als Missing-Werte klassifiziert.

Im dritten und letzten Abschnitt werden soziodemografische Merkmale bzw. Umweltvariablen erhoben, wobei der Grundsatz nach § 3a BDSG berücksichtigt wird und nur für die Arbeit relevante Angaben abgefragt werden. Dabei sind nur die Antworten hinsichtlich Geschlecht, Geburtsjahr und Grad der organisationalen Ausprägung der Arbeitgeberin bzw. des Arbeitgebers verpflichtend. Fragen zur konkreten Organisation, zur Beschäftigungsdauer, -art oder -position können optional beantwortet werden, um die Abbruchquote in diesem Abschnitt möglichst gering zu halten. Als Grundlage für die Formulierung der Fragestellungen in diesem Abschnitt dient die Allgemeine Bevölkerungsumfrage der Sozialwissenschaften (ALLBUS) (GESIS - Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften 2015).

Datenerhebung

Bevor die Umfrage gestartet wurde, konnten eventuelle Schwachstellen der Erhebung durch einen Pretest mit zehn Personen eliminiert werden. Die Datenerhebung erfolgte anschließend online - ein Papierfragebogen wurde nicht ausgegeben. Der entsprechende Link zur Umfrage wurde im Dezember 2015, mit der Bitte um Verteilung, an Führungskräfte verschiedenster Hamburger Behörden und öffentlicher Unternehmen per E-Mail versendet. Darüber hinaus wurde er über soziale Netzwerke verteilt und durch private Kontakte zu Angestellten des öffentlichen Sektors, mit der Bitte um Teilnahme und Weiterleitung, kommuniziert. Somit ist nicht genau nachvollziehbar, wie viele Personen der Link tatsächlich erreicht hat. Allerdings beläuft sich das Gesamtsample auf 271 Personen. Davon haben 165 Personen den Fragebogen vollständig beantwortet, was einer Beendigungsquote von 60,89 % entspricht. Die Kommunikation erfolgte gezielt im öffentlichen Sektor, da, wie bereits in Kapitel 2.1.2 beschrieben, die Annahme zu Grunde liegt, dass sich eine ausgeprägte PSM unter Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern dieses Sektors vorrangig finden lässt. Allerdings erfolgte die Kommunikation bewusst in verschiedene Organisationen, um ein möglichst breites Spektrum von Arbeitgeberinnen und Arbeitgebern abzudecken. Darüber hinaus wurde in der Einleitung der Umfrage erneut deutlich gemacht, dass eine Teilnahme an eine Beschäftigung im öffentlichen Sektor geknüpft ist. So konnte nahezu sichergestellt werden, dass nur Personen, die der Zielgruppe angehörig sind, auch an

der Umfrage teilnehmen. Der Name der Arbeitgeberin bzw. des Arbeitgebers war außerdem optional im Abschnitt der soziodemografischen Daten anzugeben.

3.2 Empirische Ergebnisse

Die folgenden Ergebnisse basieren auf dem Sample, dessen folgende Beschreibung auf der Auswertung der soziodemografischen Daten basiert: Die Geschlechterverteilung der Befragten, die ein Durchschnittsalter von 39,49 Jahren vorweisen, ist mit 48,5% weiblichen*⁹ und 51,5% männlichen* Teilnehmenden ausgewogen. Über 72,2% der Teilnehmerinnen und Teilnehmer arbeiten für eine öffentliche Verwaltung bzw. Behörde. Es befinden sich 81,8% in einem unbefristeten Arbeitsverhältnis und 18,8% haben eine Position mit Führungsverantwortung inne. Die Dauer der Betriebszugehörigkeit variierte, die meisten Befragten (27,3%) arbeiten zwischen sechs und zehn Jahren für ihre Organisation. 19,4 % aller Befragten sind sogar 25 Jahre oder länger in der entsprechenden Organisation beschäftigt. Von allen Befragten waren 37% vor ihrer Tätigkeit im öffentlichen Sektor bei einer privaten Organisation angestellt. Trotz der Option, hier teilweise keine Angaben zu machen, beläuft sich die Anzahl der Antworten auf 164 bzw. 165 (siehe Anhang 5 für eine detaillierte Auswertung).

3.2.1 Public Service Motivation

Um die PSM zu messen, wurden - wie von Perry (1996) angedacht - Mittelwertindizes über die einzelnen Dimensionen sowie über die gesamte PSM (Gesamtindex) gebildet (siehe Tabelle 4). Je höher der Wert auf der Sieben-Punkte-Antwortskala ist, desto ausgeprägter ist die PSM.¹⁰ Ein Mittelwert von 4 entspricht dem, bei einer Normalverteilung einer Sieben-Punkte-Likertskala, zu erwartenden Mittelwert. Gemäß Hammerschmid et al. lassen sich die in dieser Erhebung festgestellten Mittelwerte, als „kaum akzentuierte PSM“ einordnen (Hammerschmid et al. 2009). Der Gesamtindex

⁹ Der „*“ symbolisiert das Gender-Gap und ist ein sprachliches Mittel, um alle Geschlechtsidentitäten abzudecken.

¹⁰ Einige Fragen sind aus methodischen Gründen invers formuliert und somit müssen sie umgekehrt interpretiert werden. Sie wurden vor der Berechnung umgedreht (siehe dazu Anhang 2, Vermerk „reversed“).

liegt bei 4,46¹¹, der Mittelwert für die politische Motivation (1) bei 4,26, für das Gemeinwohlinteresse (2) bei 4,79, für das soziale Mitgefühl (3) bei 4,46 und für Altruismus (4) bei 4,31 (siehe Tabelle 4).

Der Korrelationskoeffizient nach Bravais-Pearson wurde berechnet, um den standardisierten, linearen Zusammenhang zwischen den einzelnen Dimensionen der PSM aufzuzeigen (Kühnel und Krebs 2014). Es wurden vier signifikant positive Korrelationen zwischen den Dimensionen gefunden. Sie bestehen zwischen dem sozialen Mitgefühl (3) und der politischen Motivation (1) bzw. dem Gemeinwohlinteresse (2). Außerdem korreliert die vierte Dimension, Altruismus (4) mit dem Gemeinwohlinteresse (2) und dem sozialen Mitgefühl (3).

Um die interne Konsistenz der vier PSM-Dimensionen einschätzen zu können, wurden die Cronbachs Alpha-Werte (siehe Tabelle 4 kursiv, in Klammern) für jede Dimension berechnet. Es handelt sich dabei um die gängigste Methode, die Reliabilität zu messen (Diekmann 2007). In der Literatur wird ein Niveau von ,7 (Carmines und Zeller 2008) beschrieben, das erreicht werden sollte, damit eine Dimension als verlässlich gilt. Für die einzelnen Dimensionen ist die Reliabilität allerdings deutlich geringer. Dies kann als grundsätzliche Kritik am Modell der PSM eingeordnet werden (siehe Kapitel 4.3). Die Werte liegen bei ,653 (politische Motivation (1)), ,271 (Gemeinwohlinteresse (2)), ,559 (soziales Mitgefühl (3)) und ,577 (Altruismus (4)). Allerdings ähneln die Ergebnisse in dieser Hinsicht der Studie von Hammerschmid et al., auf der Teil 1 des Fragebogens basiert. Hervorzuheben ist allerdings der besonders geringe Cronbachs Alpha-Wert von $>0,3$ für die Dimension Gemeinwohlinteresse, der bei Hammerschmid et al. nicht gering ausgefallen ist.

Tabelle 4:
Ausprägung der Public Service Motivation

¹¹ Der Gesamtindex wurde aus den Mittelwerten der einzelnen Dimensionen errechnet, ohne die Anzahl ihrer jeweiligen Items zu gewichten. Grundsätzlich ist eine Faktorisierung möglich, allerdings wird in dieser Arbeit unterstellt, dass Perry und Wise (1990) einen Gesamtindex vorgesehen haben, der sich gleichwertig aus allen vier Dimensionen, unabhängig von der Anzahl der Items bildet.

Variable	Items	Mittelwert	S.D.	1	2	3	4
Gesamtindex	15	4,46	,6803				
Politische Motivation (1)	3	4,27	1,3215	(,653)			
Gemeinwohlinteresse (2)	4	4,79	,8869	-,023	(,271)		
Soziales Mitgefühl (3)	5	4,46	,9393	,165*	,240**	(,559)	
Altruismus (4)	3	4,31	1,1102	,152	,335**	,431**	(,577)

*. Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,05 (2-seitig) signifikant.

** . Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,01 (2-seitig) signifikant.

n entspricht 165.

3.2.2 Sozialisation

Wurden die Fragen im zweiten Abschnitt des Fragebogens mit <Ja> beantwortet, bedeutet dies, dass der entsprechende Einfluss bzw. Impuls durch die jeweilige Sozialisationsinstanz gemäß der subjektiven Wahrnehmung der Befragten gegeben war. Durch eine Häufigkeitsverteilung (siehe Tabelle 5) wurde der Anteil der <Ja>-Antworten ausgewertet.¹² Dazu wurden die vier Fragen, die jeweils zu einer Sozialisationsinstanz gestellt wurden, zu einer gemeinsamen Variablen zusammengefasst und somit geschlossen analysiert. Die Reliabilität ist mit Cronbachs Alpha-Werten von ,698 für die Sozialisationsinstanz Elternhaus, ,684 für die Sozialisationsinstanz Schule und ,753 für die Sozialisationsinstanz Peergroup, jeweils gut.

Dabei liegt der Anteil derer, die mit <Ja> auf die Fragen geantwortet haben, in allen drei Fällen über 50 %. Das Elternhaus als Sozialisationsinstanz weist eine relative Häufigkeit der <Ja>-Antworten mit 70 %, die Schule 53 % und die Peergroup 58 % auf.

¹² Die Antwortmöglichkeiten für Fragen in diesem Bereich beinhalten aus methodischen Gründen die Option <Ich bin mir nicht sicher>. Diese Antwortmöglichkeit wurde bei der Auswertung als Missing-Wert codiert. Aus diesem Grund variiert n, je nach Anzahl der Antworten <Ich bin mir nicht sicher>.

Tabelle 5:
Häufigkeitsverteilung der Antworten zu den Sozialisationsinstanzen

Sozialisationsinstanz		Cronbachs Alpha (je 4 Items)	Absolute Häufigkeit	Relative Häufigkeit in %
Eltern	Ja	,698	414	70
	Nein		174	30
	n		588	100
Schule	Ja	,684	287	52
	Nein		263	48
	n		550	100
Peergroup	Ja	,753	330	58
	Nein		236	42
	n		566	100

3.2.3 Der Zusammenhang von Sozialisation und Public Service Motivation

Um den Zusammenhang zwischen den Einflüssen der Sozialisationsinstanzen und der Ausprägung der Public Service Motivation nachzuweisen, wurden Korrelationskoeffizienten nach Bravais-Pearson zwischen den vier PSM-Dimensionen und den drei untersuchten Sozialisationsinstanzen gebildet (siehe Tabelle 6). Zunächst lässt sich ablesen, dass die signifikanten Korrelationen negativ sind. Dabei ist lediglich der Zusammenhang zwischen Peergroup und politischer Motivation (damit einhergehend auch mit dem Gesamtindex) auf einem Niveau von 0,01 signifikant. Somit wird dieser Zusammenhang als einziger in Kapitel 4.1 interpretiert.

Die erste Hypothese „*Eine entsprechende Sozialisation korreliert mit einer ausgeprägten Public Service Motivation*“ lässt sich nicht nur bestätigen, sondern sogar um die negative Richtung der Korrelation erweitern. Auch H₂ „*Unterschiedliche Sozialisationsinstanzen haben einen unterschiedlich starken Einfluss auf die Public Service Motivation*“ wird durch die vorliegende Erhebung bestätigt. Lediglich die Peergroup korreliert signifikant mit der PSM. Obwohl sich ein leicht signifikanter Zusammenhang zwischen Schule und Gemeinwohl zeigt, wirkt sich dieser nicht auf den Gesamtindex aus. Die Einflüsse des Elternhauses und auch der Schule sind somit redundant.

Tabelle 6:
Korrelationen zwischen den Dimensionen der Public Service Motivation
und den Sozialisationsinstanzen

		Elternhaus	Schule	Peergroup
Gesamtindex	Korrelation nach Bravais-Pearson	-,018	-,122	-,182*
	Signifikanz (2-seitig)	,825	,143	,025
	n	147	147	151
Politische Motivation (1)	Korrelation nach Bravais-Pearson	-,050	-,147	-,228**
	Signifikanz (2-seitig)	,551	,075	,005
	n	147	147	151
Gemeinwohl (2)	Korrelation nach Bravais-Pearson	,130	-,162*	-,103
	Signifikanz (2-seitig)	,116	,050	,210
	n	147	147	151
Soziales Mitgefühl (3)	Korrelation nach Bravais-Pearson	-,031	,020	,030
	Signifikanz (2-seitig)	,708	,809	,717
	n	147	147	151
Altruismus (4)	Korrelation nach Bravais-Pearson	-,062	-,011	-,120
	Signifikanz (2-seitig)	,453	,893	,142
	n	147	147	151

*. Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,05 (2-seitig) signifikant.

** . Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,01 (2-seitig) signifikant.

4. Schlussbetrachtung

In der Schlussbetrachtung werden die Zusammenhänge zwischen den theoretischen Überlegungen und den empirischen Ergebnissen aufgezeigt. Zu diesem Zweck werden die Ergebnisse aus Kapitel 3 interpretiert. Anschließend werden zwei zentrale Handlungsempfehlungen für das HRM im öffentlichen Sektor vorgestellt, die auf den neu gewonnen Erkenntnissen basieren. Da bereits im Laufe der Arbeit festgestellt wurde, dass das PSM-Modell Limitationen aufweist, erfolgt eine kritische Betrachtung, bevor die Arbeit mit einem Fazit und einem Ausblick schließt.

4.1 Interpretation der Ergebnisse

Ein Wandel weg von der Familie als primäre Sozialisationsinstanz hin zur Peergroup, wird schon seit geraumer Zeit beobachtet (Harring et al. 2010). So ist es erklärbar, dass es sich bei der einzigen Sozialisationsinstanz, die eine signifikant negative Korrelation vorweist, um die Peergroup handelt. Diese Korrelation mit der Dimension der politischen Motivation bedingt sich durch den signifikanten, negativen Zusammenhang zwischen der ersten, zweiten und vierten Frage im Bereich Peergroup und der Dimension politische Motivation. Es handelt sich dabei um die folgenden Fragen:

1. *Haben Sie als Kind/Jugendliche bzw. Jugendlicher mit Ihren Freundinnen und Freunden über politische Themen gesprochen? **¹³*
2. *Haben Sie sich Kind/Jugendliche bzw. Jugendlicher mit Ihren Freundinnen und Freunden gemeinnützig engagiert? *¹⁴*
3. *Haben Sie sich als Kind/Jugendliche bzw. Jugendlicher mit Ihren Freundinnen und Freunden z. B. über Lebensumstände benachteiligter Gruppen ausgetauscht?*
4. *Haben Sie als Kind/Jugendliche bzw. Jugendlicher Ihre Freundinnen und Freunden als uneigennützig/altruistische Menschen kennen gelernt? *¹⁴*

Lediglich die dritte Frage korreliert nicht mit dieser Dimension (siehe Anhang 4). So lässt sich schlussfolgern, dass die Motivation, politische Prozesse mitzugestalten, umso geringer

¹³ **. Die Korrelation bei der Auswertung dieser Frage ist auf dem Niveau von 0,01 (2-seitig) signifikant.

¹⁴ *. Die Korrelation bei der Auswertung dieser Frage ist auf dem Niveau von 0,05 (2-seitig) signifikant.

ist, wenn ein Individuum in einem Umfeld sozialisiert wird, dass - nach eigener subjektiver Wahrnehmung - politisch aufgeklärt ist, sich mit sozialer Ungleichheit auseinandersetzt und altruistische Werte vertritt. Die negative Korrelation sorgt möglicherweise anfangs für Verwunderung. Als Erklärung kann eine Übertragung der organisationalen Anreiz-Beitrags-Theorie dienen. Sie basiert auf dem Grundgedanken, dass immer ein Gleichgewicht zwischen einem Anreiz (z. B. Prestige, Entlohnung) und einem Beitrag (z. B. Zeit oder Leistung) bestehen muss, damit ein Individuum in einer Organisation verbleibt (Barnard und Andrews 2002; March et al. 1994). Es stehen bei dieser Theorie zwar materielle Bedürfnisse im Vordergrund, dennoch können auch immaterielle Bedürfnisse eine zentrale Rolle einnehmen (Barnard und Andrews 2002). Das Bedürfnis, politische Prozesse mitzugestalten, kann also als immateriell eingestuft werden. Es sinkt, sobald der Anreiz, hier also die Notwendigkeit, Einfluss auf politische Prozesse zu nehmen, durch das entsprechend aufgeklärte, reflektierte und altruistische Verhalten der Peergroup nicht gegeben ist.

4.2 Handlungsempfehlungen für den öffentlichen Sektor

Unter Berücksichtigung der vorliegenden Ergebnisse erscheinen vor allem zwei Handlungsempfehlungen sinnvoll, die in diesem Kapitel vorgestellt werden.¹⁵ Beide sind dabei im Bereich des Personalmarketings einzuordnen. Es handelt sich einerseits um eine umfassende Aufklärung über die Einflussmöglichkeiten durch eine Tätigkeit im öffentlichen Sektor bereits im Jugendalter (1) und andererseits um die Rekrutierung von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern aus bildungsferneren Schichten (2).

(1) Aufklärung über die Einflussmöglichkeiten durch eine Tätigkeit im öffentlichen Sektor bereits im Jugendalter

Wenn der öffentliche Sektor bereits unter Jugendlichen für die Aufnahme einer Arbeitsstelle im öffentlichen Sektor wirbt, wie es im Herbst 2015 gezielt die Deutsche Bundeswehr tat, sollte möglichst konkret auf die positiven Auswirkungen der Arbeit und ihre Notwendigkeit, die durch gesellschaftliche Missstände gegeben ist, eingegangen werden. Slogans wie

¹⁵ Zu beachten ist, dass sich diese an den neu gewonnen empirischen Erkenntnissen orientieren und weitere, ggf. relevante Faktoren für die Entscheidung einer Kampagnenausrichtung werden an dieser Stelle nur bedingt berücksichtigt.

„Mach, was wirklich zählt“ (Bundesamt für das Personalmanagement der Bundeswehr 2015), sind zu inhaltslos, als dass potentielle Bewerberinnen und Bewerber die praktische Sinnhaftigkeit der möglichen Tätigkeit aufgezeigt bekommen. Damit verbunden wäre im Idealfall die Wahrnehmung, dass Missstände, die z. B. durch egozentrische Verhaltensweisen hervorgebracht werden, durch eine Arbeit im öffentlichen Sektor positiv beeinflusst werden. Bewerberinnen und Bewerber, die in einer politisch interessierten, reflektierten und altruistischen Peergroup sozialisiert wurden und durch diese Sozialisationsinstanz entsprechend wenig Anreize haben, politische Prozesse mitzugestalten, bekommen die Möglichkeit, dieses Motivationsdefizit auszugleichen. Ob die PSM dann entsprechend steigt, ist lediglich eine Schlussfolgerung, die es zu untersuchen gilt. Umgekehrt müsste der Anreiz für die potentiellen Bewerberinnen und Bewerber, die eine vergleichsweise große politische Motivationsgrundlage aufweisen, noch verstärkt werden. Eine solche Herangehensweise ist allerdings nicht nur unter den vorliegenden empirischen Ergebnissen sinnvoll: Insbesondere unter Berücksichtigung der intrinsischen Motivationsgrundlage bzw. dem internen Selbstverständnis, welches besagt, dass interne Maßstäbe bestimmtes Verhalten antizipieren (Barbuto und Scholl 1998), sollte der öffentliche Sektor möglichst prägnant aufzeigen, welche Folgen eine erfolgreiche Arbeit nach sich zieht. Die Ausrichtung dabei sollte nicht etwa auf die Eltern oder Lehrerinnen und Lehrer von zukünftigen Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern gelenkt werden, da keine Korrelation zwischen ihnen und der PSM festgestellt werden konnte. Vielmehr ist es sinnvoll, sich direkt auf die Zielgruppe zu konzentrieren. So werden die Peergroup der potentiellen Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer, sowie die relevanten Individuen selbst, gleichermaßen erreicht. Dies sollte bei der Standortwahl bzw. bei der Wahl des geeigneten Kommunikationsmittels für die Kampagne, nicht unbeachtet bleiben. Es bieten sich Plakatwände in der Nähe von Schulen oder Bushaltestellen an, die von Schulbussen angefahren werden. Fernsehwerbung beispielsweise sollte gezielt im Programm für Jugendliche platziert werden. Genauso sollte Werbung gezielt in sozialen Netzwerken geschaltet werden, die von Jugendlichen genutzt werden.

Rekrutierung vom Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern aus bildungsfernen Schichten

Bildungsfernen Schichten wurde nachgewiesen, dass sie politisch uninformativer, sozial weniger engagiert und partizipatorisch eher passiv sind (Neugebauer 2007). Entsprechend würden Angehörige dieser Schicht eine tendenziell hohe PSM hinsichtlich der Dimension der politischen Motivation aufweisen, denn Peergroups bilden sich normalerweise in der unmittelbaren Umwelt von Kindern und Jugendlichen und damit oftmals in der gleichen sozialen Schicht (Lange 2005). Somit ist es aus dieser Perspektive sinnvoll, die Angehörigen dieser Schichten für den öffentlichen Sektor zu gewinnen. Die Stadt Hamburg versucht dies bereits, indem sie durch Werbung gezielt für eine Ausbildung bei der Stadt wirbt (Zentrum für Aus- und Fortbildung der Stadt Hamburg 2015). Darüber hinaus wird das Potential von diesen Bewerberinnen und Bewerbern oft unterschätzt (Schaeffer et al. 2015) und deshalb erscheint aus einem personenbezogenen Diversity-Aspekt ein Personalpool, der unterschiedliche Bildungsschichten abdeckt, ebenfalls sinnvoll (Bartscher et al. 2012). Das Ziel der Stadt Hamburg ist dabei klar formuliert: „Für mehr kulturelle Vielfalt in der hamburgischen Verwaltung“ (Zentrum für Aus- und Fortbildung der Stadt Hamburg 2015). So ist eine Vielzahl von Vorteilen für Arbeitgeberinnen und Arbeitgeber dieser Heterogenität zu nennen. Das Image einer Organisation verbessert sich durch Diversity-Management genauso, wie sich die Anpassungsfähigkeit und das Commitment von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern zum Positiven verändert (Krell 2008). Erreicht werden kann dies z. B. durch eine zielgruppenspezifische Marketingkampagne, die den bereits beschriebenen Grundlagen folgt. Der Stadt Hamburg ist dies nur bedingt gelungen, denn hier wurde erneut mit Floskeln wie „Damit Hamburg lebenswert bleibt“ (Zentrum für Aus- und Fortbildung der Stadt Hamburg 2015) geworben. Nicht zu vernachlässigen ist auch der ökonomische Faktor, der mit Diversity-Management einhergeht. Die Gewinnmaximierung ist ein weiterer Vorteil dieser Managementstrategie, der allerdings des Öfteren im Zentrum der Kritik steht, weil demnach nicht Gerechtigkeits- oder Vielfältigkeitsaspekte ausschlaggebend für die strategische Ausrichtung einer heterogenen Belegschaftsstruktur sind (Süß und Kleiner 2006). Dieser Umstand könnte allerdings Organisationen des öffentlichen Sektors einen weiteren Anstoß für eine solche Ausrichtung geben, da, wie bereits beschrieben, der Kosten-Nutzen-Aspekt im diesem Sektor eine wichtige Rolle spielt. Eine weitere Möglichkeit der Umsetzung, die nicht unerwähnt bleiben sollte, ist neben den indirekt wirkenden Personalmarketingkampagnen (Schiller García 2006) eine

Stellenausschreibung gemäß den genannten Vorschlägen zu formulieren. Sie gilt als direkt wirkende Maßnahme (ebd.), bei der - nach dem Konzept von Jung, der eine Ausschreibung in sieben Bereiche unterteilt (Jung 2008) - im Abschnitt „Wir bieten“, vor allem auf die genannten Kriterien eingegangen werden könnte.

In beiden Fällen wirkt, wenn das in Kapitel 2.2.2 vorgestellte Strukturmodell von Tillmann berücksichtigt wird, die dritte Ebene auf die erste und zweite Ebene, also auf das Subjekt und die Interaktionen und Tätigkeiten, ein. Mit einer Personalmarketingkampagne wird sowohl die erste als auch die zweite Strukturebene angesprochen. Mit der Stellenanzeige hingegen wird direkt das Individuum angesprochen und damit liegt bei diesem Instrument der Fokus auf der direkten Interaktion zwischen Institution und Subjekt.

4.3 Kritik und Limitationen

Bei der Public Service Motivation handelt es sich um ein Modell, das auf Basis des öffentlichen Sektors der USA konzipiert wurde. Die Übertragung auf Strukturen in anderen Ländern ist nicht ohne Weiteres möglich (Vandenabeele 2009). Dieser Umstand erklärt eventuell, warum unterschiedliche Studien zu verschiedenen Ergebnissen kommen. Dies kann auch als Erklärung dafür dienen, dass die vorliegende Untersuchung zu dem Ergebnis kommt, ähnlich wie die Studien von Hammerschmid et al. oder auch von Vogel, dass die Ausprägung der PSM unter den Befragten kaum vorhanden ist (Hammerschmid et al. 2009; Vogel 2011). Außerdem wird PSM oft isoliert von anderen Motivationstheorien untersucht (Wright 2007), und dies erscheint bedauerlich, denn eine bessere Verknüpfung könnte das PSM-Modell erweitern und Zusammenhänge beleuchten, die sonst unter Umständen außer Acht gelassen werden. Fraglich bleibt außerdem, ob Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer mit einer hohen PSM einen „besseren“ Zustand der aktiven Leistungsbereitschaft erreichen als solche, die über eine stark ausgeprägte Motivation, z. B. gemäß der Zieltheorie nach Locke und Latham (Latham und Locke 1979), verfügen. Die Einflussstärke der PSM sowie die Wechselwirkungen mit anderen Motivationskonzepten sollten also als Legitimation für die PSM-Forschung dienen und aus diesem Grund vermehrt im Zentrum von Untersuchungen stehen. Insbesondere die Entscheidung, eine Arbeitsstelle im öffentlichen

Sektor anzunehmen, bedingt sich durch unterschiedlichste Einflüsse und es erscheint fragwürdig, sie primär durch eine ausgeprägte PSM erklären zu wollen.

Diese Arbeit ist zunächst durch die Übertragbarkeit des PSM-Modells auf die öffentlichen Strukturen in Deutschland limitiert. Außerdem ist die Stichprobe verhältnismäßig klein und beschränkt sich lediglich auf die erste und zweite organisationale Ausprägung des öffentlichen Sektors. Zusätzlich kann nicht ausgeschlossen werden, dass die Reliabilität durch Zufallsfehler eingeschränkt wird. Auch die Fragestellung selbst limitiert selbstverständlich, denn der Einfluss von tertiärer Sozialisation auf die PSM bleibt gänzlich unbeachtet. Dennoch gibt die Arbeit Aufschluss über den Zusammenhang zwischen PSM und Sozialisation vor Arbeitsmarkteintritt und damit erste wichtige Hinweise für weitere theoretische Überlegungen und praktische Forschung im Rahmen dieses Themengebietes.

4.4 Fazit und Ausblick

Ziel der Arbeit war es, Erkenntnisse über den Zusammenhang zwischen der Sozialisation vor dem Arbeitsmarkteintritt und der PSM zu gewinnen. Die Erhebung zeigt mit 4,46 eine lediglich geringe Ausprägung des PSM-Gesamtindex unter den Teilnehmerinnen und Teilnehmern. Die eingangs aufgestellten Hypothesen wurden bestätigt: Eine negativ ausgerichtete Korrelation wurde empirisch bewiesen (H_1). Außerdem konnte der unterschiedliche Grad des Zusammenhangs zwischen verschiedenen Sozialisationsinstanzen und der Ausprägung der PSM aufgezeigt werden. Die vorliegende Untersuchung belegt, dass die Peergroup als Einzige der drei Vergleichsinstanzen, eine signifikante Korrelation mit der Ausprägung der PSM vorweist (H_2).

Die praktische Bedeutung dieser zwei Feststellungen für den öffentlichen Sektor wurde in Kapitel 4.2 deutlich, indem die Erkenntnisse auf die Personalakquise, insbesondere auf das externe Personalmarketing, übertragen wurden. Werbung für die Aufnahme einer Arbeitsstelle im öffentlichen Sektor sollte inhaltsorientiert gestaltet werden. Die Zielgruppe, nämlich die Peergroup, welche die potentiellen Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer mit einschließt, sollte dabei gezielt angesprochen werden. Um die zweite vorgeschlagene

Handlungsempfehlung umzusetzen, muss die Zielgruppe noch um die zweite Einschränkung, der Herkunft aus einer bildungsfernen Schicht, erweitert werden.

Trotz der Kritik am PSM-Modell und den Limitationen dieser Arbeit bieten die Erkenntnisse eine sehr gute Grundlage für weitere Arbeiten in diesem Themenbereich. Neben den offenen Fragen, die sich bereits durch die genannten Limitationen in Kapitel 4.3 ergeben, bietet es sich z.B. an, die Auswirkung der Sozialisation durch qualitative Methoden, oder durch die Kombination von quantitativen und qualitativen Methoden, weiter zu erforschen. Denkbar wären Interviews mit Personen, die im öffentlichen Sektor angestellt sind und denen zuvor, mit Hilfe quantitativer Instrumente, ein hoher PSM-Gesamtindex nachgewiesen wurde. Die Interviews könnten dann die Einflussnahme der wirkenden Sozialisationsinstanzen untersuchen. Eine Option ist es, die Forschungsfrage breiter auszurichten, indem die grundsätzliche Frage nach der bewussten Wahl einer Anstellung im öffentlichen Sektor unter Berücksichtigung der Sozialisation untersucht wird. Die Verknüpfung zum PSM-Modell bzw. anderen vorgestellten Motivationskonzepten, könnte diesen Ansatz vervollständigen und ein äußerst komplexe Forschungsfrage abbilden. Studien könnten sich auch auf Längsschnittdaten berufen (Diekmann 2007).

Somit stellt die PSM ein spannendes und breit aufgestelltes Forschungsfeld dar, welches insbesondere im HRM von öffentlichen Organisationen momentan noch zu wenig beachtet wird. Die Wechselwirkungen mit anderen Faktoren und die Stärke der Einflussnahme auf ebensolche, sollten weiterhin untersucht werden. PSM ist ein Ansatz, der eine Herangehensweise an Motivationstheorien ermöglicht, die es erlaubt, sich von gängigen Paradigmen der Motivationsforschung zu lösen. Sie sollte deshalb weiter im Zentrum entsprechender Forschung stehen.

Literaturverzeichnis

- Alonso, P., & Lewis, G. B. (2001). Public Service Motivation and Job Performance: Evidence from the Federal Sector. *The American Review of Public Administration*, 31(4), 363–380.
- Barbuto, J. E., & Scholl, R. W. (1998). Motivation sources inventory: Development and validation of new scales to measure an integrative taxonomy of motivation. *Psychological Reports*, 82(3), 1011–1022.
- Barnard, C. I., & Andrews, K. R. (2002). *The functions of the executive*. Cambridge, Mass.: Harvard Univ. Press.
- Bartscher, T., Stöckl, J., & Träger, T. (2012). *Personalmanagement: Grundlagen, Handlungsfelder, Praxis*. München: Pearson.
- Beattie, R. S., & Osborne, S. P. (Hrsg.) (2008). *Human resource management in the public sector*. London: Routledge.
- Fackelmann, B. (2008). *Spezifika der internen Kommunikation des öffentlichen Sektors und ihre Auswirkungen auf Veränderungsprozesse*. Dissertation, Universität Hamburg, Hamburg.
- Brewer, G. A., & Selden, S. C. (1998). Whistle Blowers in the Federal Civil Service: New Evidence of the Public Service Ethic. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 8(3), 413–440.
- Brewer, G. A., Selden, S. C., & Facer II, R. L. (2000). Individual Conceptions of Public Service Motivation. *Public Administration Review*, 60(3), 254–264.
- Bröckermann, R. (Hrsg.) (2002). *Handbuch Recruitment: Die neuen Wege moderner Personalakquisition ; Planung, Beschaffungswege, Auswahlverfahren ; Beiträge aus Forschung und Praxis*. Berlin: Cornelsen.
- Brüggemeier, M. (2006). *Organisatorische Gestaltungspotenziale durch Electronic Government: Auf dem Weg zur vernetzten Verwaltung*. Berlin: Edition Sigma.

- Bundesamt für das Personalmanagement der Bundeswehr (2015). *Mach, was wirklich zählt-Kampagne*. <http://www.machwaswirklichzaehlt.de/>. Zugegriffen: 07.01.2016.
- Camilleri, E. (2007). Antecedents affecting public service motivation. *Personnel Review*, 36(3), 356–377.
- Carmines, E. G., & Zeller, R. A. (2008). *Reliability and validity assessment*. Newbury Park, Calif.: Sage Publ.
- Crewson, P. E. (1997). Public-Service Motivation: Building Empirical Evidence of Incidence and Effect. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 7(4), 499–518.
- Damkowski, W. (1995). *Public-Management: Neuere Steuerungskonzepte für den öffentlichen Sektor*. Stuttgart: Kohlhammer.
- DeHart-Davis, L., Marlowe, J., & Pandey, S. K. (2006). Gender Dimensions of Public Service Motivation. *Public Administration Review*, 66(6), 873–887.
- Demmke, C. (2005). *Die europäischen öffentlichen Dienste zwischen Tradition und Reform*. Maastricht: Europ. Inst. of Publ. Administration.
- Diekmann, A. (2007). *Empirische Sozialforschung: Grundlagen, Methoden, Anwendungen*. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt-Taschenbuch-Verl.
- DIE ZEIT (2015). *Zeit Online-Stellenmarkt*. <http://jobs.zeit.de/>. Zugegriffen: 14.01.2016.
- Durkheim, É., & Krisam, R. (1972). *Erziehung und Soziologie*. Düsseldorf: Pädagogischer Verl. Schwann.
- Gaugler, E. (Hrsg.) (2004). *Handwörterbuch des Personalwesens*. Stuttgart: Schäffer-Poeschel.
- GESIS - Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften (2015). *ALLBUS/GGSS 2014 (Allgemeine Bevölkerungsumfrage der Sozialwissenschaften/German General Social Survey 2014)*.

- Geulen, D., & Hurrelmann, K. (1970). Zur Programmatik einer umfassenden Sozialisierungstheorie. In K. Hurrelmann & D. Ulich (Hrsg.). *Handbuch der Sozialisierungsforschung* (S. 51–70). Weinheim: Beltz.
- Gola, P., Klug, C., Körffler, B., & Schomerus, R. (2015). *Bundesdatenschutzgesetz: BDSG ; Kommentar*. München: Beck.
- Gourmelon, A., Mross, M., & Gourmelon-Mroß (Hrsg.) (2010). *Führung im öffentlichen Sektor*. Baden-Baden: Nomos-Verl.-Ges.
- Gourmelon, A., Mroß, M., & Seidel, S. (2014a). *Management im öffentlichen Sektor: Organisationen steuern - Strukturen schaffen - Prozesse gestalten*. Heidelberg, Hamburg: Rehm Verl.-Gruppe Hüthig Jehle Rehm.
- Gourmelon, A., Seidel, S., & Treier, M. (2014b). *Personalmanagement im öffentlichen Sektor: Grundlagen und Herausforderungen*. Heidelberg, Hamburg: Rehm Verl.-Gruppe Hüthig Jehle Rehm.
- Grant, A. M. (2008). Does intrinsic motivation fuel the prosocial fire? Motivational synergy in predicting persistence, performance, and productivity. *The Journal of applied psychology*, 93(1), 48–58.
- Hammerschmid, G., Meyer, R. E., & Egger-Peitler, I. (2009). Das Konzept der Public Service Motivation: Status Quo der internationalen Diskussion und erste empirische Evidenzen für den deutschsprachigen Raum. *der moderne staat – Zeitschrift für Public Policy*, 2(1), 73–92.
- Harring, M., Böhm-Kasper, O., Rohlf, C., & Palentien, C. (2010). Peers als Bildungs- und Sozialisierungsinstanzen – eine Einführung in die Thematik. In M. Harring, O. Böhm-Kasper, C. Rohlf, & C. Palentien (Hrsg.), *Freundschaften, Cliquen und Jugendkulturen. Peers als Bildungs- und Sozialisierungsinstanzen* (S. 9–19). Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss.
- Heckhausen, J. & Heckhausen, H. (2010). *Motivation und Handeln*. Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg.

- Heider, F. (2013). *The Psychology of Interpersonal Relations*. Hoboken: Taylor and Francis.
- Herzberg, F. (1968). One more time: How do you motivate employees. *Harvard Business Review*, 46(1), 53–62.
- Hoffmann, B. (2013). *Rechtssichere Personalauswahl in der öffentlichen Verwaltung: Stellen nach dem Bestenprinzip besetzen*. Heidelberg, Hamburg: Rehm Verl.-Gruppe Hüthig Jehle Rehm.
- Holtbrügge, D. (2010). *Personalmanagement*. Berlin/Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg.
- Houston, D. J. (2000). Public-Service Motivation: A Multivariate Test. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 10(4), 713–728.
- Hügli, A. (Hrsg.) (1995). *Philosophielexikon: Personen und Begriffe der abendländischen Philosophie von der Antike bis zur Gegenwart*. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.
- Hurrelmann, K. (2006). *Einführung in die Sozialisationstheorie*. Weinheim: Beltz.
- Hurrelmann, K., & Ulich, D. (Hrsg.) (1970). *Handbuch der Sozialisationsforschung*. Weinheim: Beltz.
- Jung, H. (2008). *Personalwirtschaft*. München: Oldenbourg.
- Knoke, D., & Wright-Isak, C. (1982). Individual motives and organizational incentive systems. *Research in the Sociology of Organizations*, 1, 209–254.
- Krell, G. (2008). Diversity Management: Chancengleichheit für alle und auch als Wettbewerbsfaktor. In G. Krell, R. Ortlieb, & B. Sieben (Hrsg.), *Chancengleichheit durch Personalpolitik. Gleichstellung von Frauen und Männern in Unternehmen und Verwaltungen Rechtliche Regelungen - Problemanalysen - Lösungen* (S. 63–80). Wiesbaden: Betriebswirtschaftlicher Verlag Dr. Th. Gabler | GWV Fachverlage GmbH Wiesbaden.

- Kühnel, S.-M., & Krebs, D. (2014). *Statistik für die Sozialwissenschaften: Grundlagen, Methoden, Anwendungen*. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt-Taschenbuch-Verl.
- Lange, E. (2005). *Soziologie des Erziehungswesens*. Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss.
- Latham, G. P., & Locke, E. A. (1979). Goal setting - A motivational technique that works. *Organizational Dynamics*, 8(2), 68–80.
- Lewis, G. B., & Frank, S. A. (2002). Who Wants to Work for the Government? *Public Administration Review*, 62(4), 395–404.
- Mahn, A., & Liebfeld Michael (2011). *Die Öffentliche Verwaltung im Spiegel der veröffentlichten Meinung: Ein Projektbericht*. Berlin: HWR.
- March, J. G., Simon, H. A., & Guetzkow, H. (1994). *Organizations*. Cambridge, Mass.: Blackwell.
- Marx, K. (2013). *Das Kapital: Kritik der politischen Ökonomie*. Berlin: Dietz-Verl.
- Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370–396.
- Maslow, A. H. (1954). *Motivation and personality*. New York: Harper & Row.
- McClelland, D. C. (1976). *The achieving motive*. New York, N.Y.: Irvington.
- Naff, K. C., & Crum, J. (1999). Working for America: Does Public Service Motivation Make a Difference? *Review of Public Personnel Administration*, 19(4), 5–16.
- Neugebauer, G. (2007). *Politische Milieus in Deutschland: Die Studie der Friedrich-Ebert-Stiftung*. Bonn: Dietz.
- Perry, J. L. (1996). Measuring Public Service Motivation: An Assessment of Construct Reliability and Validity. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 6(1), 5–22.

- Perry, J. L., Hondeghem, A., & Wise, L. R. (2010). Revisiting the Motivational Bases of Public Service: Twenty Years of Research and an Agenda for the Future. *Public Administration Review*, 70(5), 681–690.
- Perry, J. L., & Wise, L. R. (1990). The Motivational Bases of Public Service. *Public Administration Review*, 50(3), 367.
- Rainey, H. G., & Steinbauer, P. (1999). Galloping Elephants: Developing Elements of a Theory of Effective Government Organizations. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 9(1), 1–32.
- Rastetter, D. (1996). *Personalmarketing, Bewerberauswahl und Arbeitsplatzsuche: 24 Tabellen*. Stuttgart: Enke.
- Schaeffer, M., Höhne, J., & Teney, C. (2015). Income Advantages of Poorly Qualified Immigrant Minorities: Why School Dropouts of Turkish Origin Earn More in Germany. *European Sociological Review*, 1–15.
- Schedler, K., & Proeller, I. (2011). *New public management*. Bern, Stuttgart: Haupt; UTB GmbH.
- Schiller García, J. (2006). *Personalmarketing und Internet: Grundlagen, Instrumente und Perspektiven der Online-Rekrutierung*. Saarbrücken: VDM-Verl. Müller.
- Schmidt, H.-J. (2009). *Betriebswirtschaftslehre und Verwaltungsmanagement*. Wien: Facultas.
- Sponheuer, B. (2010). *Employer Branding als Bestandteil einer ganzheitlichen Markenführung*. HHL, Graduate School of Management, Diss.-Leipzig, 2009. Wiesbaden: Gabler Verlag / GWV Fachverlage GmbH Wiesbaden.
- Sprenger, R. K. (1998). In P. Heinrich & J. S. Wiesch (Hrsg.), *Wörterbuch der Mikropolitik*. Wiesbaden, s.l.: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Staehe, W. H. (2014). *Management: Eine verhaltenswissenschaftliche Perspektive*. s.l.: Vahlen.

- Statistisches Bundesamt (2014). *Anzahl der Beschäftigten im öffentlichen Dienst in Deutschland von 1997 bis 2014 (in Millionen)*.
<http://de.statista.com/statistik/daten/studie/12910/umfrage/entwicklung-des-personalbestandes-im-oeffentlichen-dienst-in-deutschland/>. Zugegriffen: 09.01.2015.
- Steinmann, H., & Schreyögg, G. (2005). *Management: Grundlagen der Unternehmensführung; Konzepte, Funktionen, Fallstudien*. Wiesbaden: Gabler.
- Süß, S., & Kleiner, M. (2006). Diversity-Management in Deutschland: Mehr als eine Mode? *Die Betriebswirtschaft*, 66(5), 521–541.
- Tillmann, K.-J. (1989). *Sozialisationstheorien: Eine Einführung in den Zusammenhang von Gesellschaft, Institution und Subjektwerdung*. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.
- Vandenabeele, W. (2008). Government Calling: Public service motivation as an element in selecting government as an employer of choice. *Public Administration*, 86(4), 1089–1105.
- Vandenabeele, W. (2009). The mediating effect of job satisfaction and organizational commitment on self-reported performance: More robust evidence of the PSM-performance relationship. *International Review of Administrative Sciences*, 75(1), 11–34.
- Vogel, D. (2011). *Dem Gemeinwohl verpflichtet?: Was motiviert die Beschäftigten des öffentlichen Dienstes?* (Schriftenreihe des Lehrstuhls Public und Nonprofit Management No. 04). Universität Potsdam.
- Vogel, R., & Masal, D. (2012). Public Sector Leadership: Wie schädlich sind Konzepte der Privatwirtschaft für den öffentlichen Sektor? *Austrian Management Review*, 2, 78–88.
- Voß, G., Wachtler, G., & Böhle, F. (2010). *Handbuch Arbeitssoziologie*. Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwiss.
- Vroom, V. H. (1995). *Work and motivation*. San Francisco, Calif.: Jossey-Bass.
- Wise, L. R. (2000). The Public Service Culture. In R. J. Stillman (Hrsg.), *Public administration. Concepts and cases* (S. 342–353). Boston: Houghton Mifflin.

Wright, B. E. (2007). Public Service and Motivation: Does Mission Matter? *Public Administration Review*, 67(1), 54–64.

Zentrum für Aus- und Fortbildung der Stadt Hamburg (2015). *Bist du dabei-Kampagne*. <http://www.hamburg.de/bist-du-dabei/>. Zugegriffen: 07.01.2016.

Zielinski, H. (2003). *Management im öffentlichen Sektor*. Wiesbaden, s.l.: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Zimmermann, P. (2006). *Grundwissen Sozialisation: Einführung zur Sozialisation im Kindes- und Jugendalter*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften | GWV Fachverlage GmbH Wiesbaden.

Anhang 1: Fragebogen der empirischen Erhebung

Willkommen

Herzlich Willkommen zur Umfrage über die Auswirkungen der Sozialisation vor Arbeitsmarkteintritt auf die Public Service Motivation

Liebe Teilnehmerinnen und Teilnehmer,

vielen Dank, dass Sie sich 5 bis 10 Minuten Zeit nehmen und mich dadurch bei meiner Bachelorarbeit unterstützen. Mit Ihrer Hilfe kann ich den Zusammenhang zwischen Sozialisation und Public Service Motivation untersuchen. Dabei handelt es sich um ein vierdimensionales Modell zur Messung der Arbeitsmotivation von Beschäftigten des öffentlichen Sektors.

Bitte füllen Sie diesen Fragebogen deshalb nur aus, wenn Sie im öffentlichen Sektor beschäftigt sind.

Selbstverständlich sind alle Angaben anonym.

Für Rückfragen oder Anmerkungen stehe ich Ihnen jederzeit per E-Mail (annika.trommeter@wiso.uni-hamburg.de) zur Verfügung.

Herzliche Grüße
Annika Trommeter

1 PSM Politische Motivation

Das Wort "Politik" hat einen bitteren Beigeschmack.

Bitte signalisieren Sie, in wie weit Sie dieser These zustimmen.

Berücksichtigen Sie dabei bitte die folgende Skalierung:

- 1 = Ich stimme ganz und gar nicht zu.*
- 2 = Ich stimme größtenteils nicht zu.*
- 3 = Ich stimme eher nicht zu.*
- 4 = Ich bin indifferent.*
- 5 = Ich stimme teilweise zu.*
- 6 = Ich stimme größtenteils zu.*
- 7 = ich stimme voll und ganz zu.*

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7

Politikerinnen und Politiker sind mir ziemlich gleichgültig.

Bitte signalisieren Sie, inwieweit Sie dieser These zustimmen.

Berücksichtigen Sie dabei bitte die folgende Skalierung:

- 1 = Ich stimme ganz und gar nicht zu.*
- 2 = Ich stimme größtenteils nicht zu.*
- 3 = Ich stimme eher nicht zu.*
- 4 = Ich bin indifferent.*
- 5 = Ich stimme teilweise zu.*
- 6 = Ich stimme größtenteils zu.*
- 7 = ich stimme voll und ganz zu.*

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7

Das Eingehen von Kompromissen und Gegengeschäften in der politischen Entscheidungsfindung sagt mir nicht zu.

Bitte signalisieren Sie, inwieweit Sie dieser These zustimmen.

Berücksichtigen Sie dabei bitte die folgende Skalierung:

- 1 = Ich stimme ganz und gar nicht zu.*
- 2 = Ich stimme größtenteils nicht zu.*
- 3 = Ich stimme eher nicht zu.*
- 4 = Ich bin indifferent.*
- 5 = Ich stimme teilweise zu.*
- 6 = Ich stimme größtenteils zu.*
- 7 = ich stimme voll und ganz zu.*

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7

2 PSM Gemeinwohlinteresse

Ich engagiere mich in hohem Maße gemeinnützig.

Bitte signalisieren Sie, inwieweit Sie dieser These zustimmen.

Berücksichtigen Sie dabei bitte die folgende Skalierung:

- 1 = Ich stimme ganz und gar nicht zu.*
- 2 = Ich stimme größtenteils nicht zu.*
- 3 = Ich stimme eher nicht zu.*
- 4 = Ich bin indifferent.*
- 5 = Ich stimme teilweise zu.*
- 6 = Ich stimme größtenteils zu.*
- 7 = ich stimme voll und ganz zu.*

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7

Öffentlich Bedienstete sollten primär gegenüber der Öffentlichkeit und nicht gegenüber ihren Vorgesetzten verantwortlich sein.

Bitte signalisieren Sie, inwieweit Sie dieser These zustimmen.

Berücksichtigen Sie dabei bitte die folgende Skalierung:

- 1 = Ich stimme ganz und gar nicht zu.*
- 2 = Ich stimme größtenteils nicht zu.*
- 3 = Ich stimme eher nicht zu.*
- 4 = Ich bin indifferent.*
- 5 = Ich stimme teilweise zu.*
- 6 = Ich stimme größtenteils zu.*
- 7 = ich stimme voll und ganz zu.*

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7

Mir ist es wichtig, dass der öffentliche Dienst sinnvolle Aufgaben erbringt.

Bitte signalisieren Sie, inwieweit Sie dieser These zustimmen.

Berücksichtigen Sie dabei bitte die folgende Skalierung:

1 = Ich stimme ganz und gar nicht zu.

2 = Ich stimme größtenteils nicht zu.

3 = Ich stimme eher nicht zu.

4 = Ich bin indifferent.

5 = Ich stimme teilweise zu.

6 = Ich stimme größtenteils zu.

7 = Ich stimme voll und ganz zu.

1

2

3

4

5

6

7

Ich würde es vorziehen, dass öffentlich Bedienstete das tun, was für die Gemeinschaft das Beste ist, selbst wenn das meinen persönlichen Interessen zuwider läuft.

Bitte signalisieren Sie, inwieweit Sie dieser These zustimmen.

Berücksichtigen Sie dabei bitte die folgende Skalierung:

1 = Ich stimme ganz und gar nicht zu.

2 = Ich stimme größtenteils nicht zu.

3 = Ich stimme eher nicht zu.

4 = Ich bin indifferent.

5 = Ich stimme teilweise zu.

6 = Ich stimme größtenteils zu.

7 = Ich stimme voll und ganz zu.

1

2

3

4

5

6

7

3 PSM Soziales Mitgefühl

Die Lebensumstände benachteiligter Gruppen bewegen mich sehr.

Bitte signalisieren Sie, inwieweit Sie dieser These zustimmen.

Berücksichtigen Sie dabei bitte die folgende Skalierung:

1 = Ich stimme ganz und gar nicht zu.

2 = Ich stimme größtenteils nicht zu.

3 = Ich stimme eher nicht zu.

4 = Ich bin indifferent.

5 = Ich stimme teilweise zu.

6 = Ich stimme größtenteils zu.

7 = Ich stimme voll und ganz zu.

1

2

3

4

5

6

7

Für mich gehört es zu den Pflichten einer jeden Staatsbürgerin/ eines jeden Staatsbürgers, sich auch um das Wohlergehen der anderen zu kümmern.

Bitte signalisieren Sie, inwieweit Sie dieser These zustimmen.

Berücksichtigen Sie dabei bitte die folgende Skalierung:

1 = Ich stimme ganz und gar nicht zu.

2 = Ich stimme größtenteils nicht zu.

3 = Ich stimme eher nicht zu.

4 = Ich bin indifferent.

5 = Ich stimme teilweise zu.

6 = Ich stimme größtenteils zu.

7 = ich stimme voll und ganz zu.

1

2

3

4

5

6

7

Ich habe wenig Mitleid mit jenen Bedürftigen, die nicht bereit sind, den ersten Schritt zu tun, um sich selbst zu helfen.

Bitte signalisieren Sie, inwieweit Sie dieser These zustimmen.

Berücksichtigen Sie dabei bitte die folgende Skalierung:

1 = Ich stimme ganz und gar nicht zu.

2 = Ich stimme größtenteils nicht zu.

3 = Ich stimme eher nicht zu.

4 = Ich bin indifferent.

5 = Ich stimme teilweise zu.

6 = Ich stimme größtenteils zu.

7 = ich stimme voll und ganz zu.

+

1

2

3

4

5

6

7

Ich mache mir um das Wohlergehen mir nicht persönlich bekannter Personen wenig Gedanken.

Bitte signalisieren Sie, inwieweit Sie dieser These zustimmen.

Berücksichtigen Sie dabei bitte die folgende Skalierung:

1 = Ich stimme ganz und gar nicht zu.

2 = Ich stimme größtenteils nicht zu.

3 = Ich stimme eher nicht zu.

4 = Ich bin indifferent.

5 = Ich stimme teilweise zu.

6 = Ich stimme größtenteils zu.

7 = ich stimme voll und ganz zu.

1

2

3

4

5

6

7

Es gibt nur wenige Sozialprogramme, die ich voll und ganz unterstütze.

Bitte signalisieren Sie, inwieweit Sie dieser These zustimmen.

Berücksichtigen Sie dabei bitte die folgende Skalierung:

- 1 = Ich stimme ganz und gar nicht zu.*
- 2 = Ich stimme größtenteils nicht zu.*
- 3 = Ich stimme eher nicht zu.*
- 4 = Ich bin indifferent.*
- 5 = Ich stimme teilweise zu.*
- 6 = Ich stimme größtenteils zu.*
- 7 = ich stimme voll und ganz zu.*

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7

5 PSM Uneigennützigkeit/Altruismus

In der Gesellschaft etwas zu bewegen, bedeutet mir mehr als persönlicher Erfolg.

Bitte signalisieren Sie, inwieweit Sie dieser These zustimmen.

Berücksichtigen Sie dabei bitte die folgende Skalierung:

- 1 = Ich stimme ganz und gar nicht zu.*
- 2 = Ich stimme größtenteils nicht zu.*
- 3 = Ich stimme eher nicht zu.*
- 4 = Ich bin indifferent.*
- 5 = Ich stimme teilweise zu.*
- 6 = Ich stimme größtenteils zu.*
- 7 = ich stimme voll und ganz zu.*

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7

Die Menschen sollten der Gesellschaft mehr zurückgeben als sie von ihr bekommen.

Bitte signalisieren Sie, inwieweit Sie dieser These zustimmen.

Berücksichtigen Sie dabei bitte die folgende Skalierung:

- 1 = Ich stimme ganz und gar nicht zu.*
- 2 = Ich stimme größtenteils nicht zu.*
- 3 = Ich stimme eher nicht zu.*
- 4 = Ich bin indifferent.*
- 5 = Ich stimme teilweise zu.*
- 6 = Ich stimme größtenteils zu.*
- 7 = ich stimme voll und ganz zu.*

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7

Ich bin einer der wenigen Menschen, die einen persönlichen Nachteil in Kauf nehmen würden, nur um anderen zu helfen.

Bitte signalisieren Sie, inwieweit Sie dieser These zustimmen.

Berücksichtigen Sie dabei bitte die folgende Skalierung:

1 = Ich stimme ganz und gar nicht zu.

2 = Ich stimme größtenteils nicht zu.

3 = Ich stimme eher nicht zu.

4 = Ich bin indifferent.

5 = Ich stimme teilweise zu.

6 = Ich stimme größtenteils zu.

7 = Ich stimme voll und ganz zu.

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7

6 Sozialisation Elternhaus

Wurden in Ihrem Elternhaus mit Ihnen als Kind/Jugendliche bzw. Jugendlicher über Politik gesprochen und wurden Sie über politische Prozesse aufgeklärt?

- Ja
- Nein
- Ich bin mir nicht sicher

Wurden Ihnen durch Ihr Elternhaus als Kind/Jugendliche bzw. Jugendlicher die Aufgaben von öffentlichen Einrichtungen (z. B. die des Einwohnermeldeamts) vermittelt?

- Ja
- Nein
- Ich bin mir nicht sicher

Wurde Ihnen durch Ihr Elternhaus als Kind/Jugendliche bzw. Jugendlicher ein Bewusstsein für eine gesellschaftliche Verantwortung vermittelt (z. B. durch ehrenamtliche Tätigkeiten ihrer Eltern oder durch Spenden)?

- Ja
- Nein
- Ich bin mir nicht sicher

Wurden Ihnen durch Ihr Elternhaus als Kind/Jugendliche bzw. Jugendlicher uneigennützig/altruistische Werte vermittelt?

- Ja
- Nein
- Ich bin mir nicht sicher

7 Sozialisation Schule

Haben Lehrkräfte Ihr Interesse als Kind/Jugendliche bzw. Jugendlicher für politische Themen durch den Schulunterricht geweckt?

- Ja
- Nein
- Ich bin mir nicht sicher

Haben Sie als Kind/Jugendliche bzw. Jugendlicher durch den Schulunterricht vermittelt bekommen, welche Aufgaben öffentliche Einrichtungen (wie z. B. das Einwohnermeldeamt) haben?

- Ja
- Nein
- Ich bin mir nicht sicher

Haben Sie als Kind/Jugendliche bzw. Jugendlicher ein Bewusstsein für eine gesellschaftliche Verantwortung vermittelt bekommen (z. B. durch ehrenamtliche Tätigkeiten initiiert von Lehrkräften der durch Aktionen der Schülerinnen und Schüler)?

- Ja
- Nein
- Ich bin mir nicht sicher

Haben Ihnen Ihre Schule bzw. Ihre Lehrkräfte als Kind/Jugendliche bzw. Jugendlicher uneigennützig/altruistische Werte vermittelt?

- Ja
Nein
Ich bin mir nicht sicher

8 Sozialisation Peergroup

Haben Sie als Kind/Jugendliche bzw. Jugendlicher mit Ihren Freundinnen und Freunden über politische Themen gesprochen?

- Ja
Nein
Ich bin mir nicht sicher

Haben Sie sich als Kind/Jugendliche bzw. Jugendlicher mit Ihren Freundinnen und Freunden gemeinnützig engagiert?

- Ja
Nein
Ich bin mir nicht sicher

Haben Sie sich als Kind/Jugendliche bzw. Jugendlicher mit Ihren Freundinnen und Freunden z. B. über Lebensumstände benachteiligter Gruppen ausgetauscht?

- Ja
Nein
Ich bin mir nicht sicher

Haben Sie als Kind/Jugendliche bzw. Jugendlicher Ihre Freundinnen und Freunde als uneigennützig/altruistische Menschen kennen gelernt?

- Ja
Nein
Ich bin mir nicht sicher

9 Soziodemografische Variablen

Abschließend möchte ich Sie bitten, einige Angaben zu Ihrer Person und ihrer beruflichen Laufbahn zu machen. Selbstverständlich wird auch in diesem Abschnitt Ihre Anonymität gewahrt.

Welches Geschlecht haben Sie?

- Weiblich*
Männlich*

In welchem Jahr sind Sie geboren?

Bitte geben Sie eine vierstellige Jahreszahl an (z. B. 1970).

Welcher organisationalen Ausprägung des öffentlichen Sektors gehört das Unternehmen an, für das Sie tätig sind?

- öffentliche Verwaltung (z. B. Universität, Behörde)
öffentliches Unternehmen (z. B. NDR, Dataport)
Ich bin mir nicht sicher.

Für welche Organisation sind sie tätig?

Bitte schreiben Sie hier den Namen ihrer Organisation aus (z. B. Universität Hamburg oder Finanzamt Hamburg).

Sind Sie in einem befristeten oder unbefristeten Dienstverhältnis beschäftigt?

- Befristet
Unbefristet

Sind sie in einer Position mit Führungsverantwortung beschäftigt?

- Ja
Nein

Wie lange sind Sie bereits im öffentlichen Sektor beschäftigt?

- < 5 Jahre
- 6 - 10 Jahre
- 10 - 15 Jahre
- 16 -20 Jahre
- 20 - 25 Jahre
- > 25 Jahre

Waren Sie schon einmal im privaten Sektor tätig?

- Ja
- Nein

10 Endseite

Herzlichen Dank für Ihre Teilnahme an der Umfrage!

Für Rückfragen oder Anregungen stehe ich Ihnen jederzeit per E-Mail (annika.trommeter@wiso.uni-hamburg.de) zur Verfügung.

Anhang 2: Die vier Dimensionen und 15 Items zur Messung der PSM gemäß Hammerschmid et al.

Items nach Perry 1996	Im Rahmen der vorliegenden Untersuchung verwendete Items
Politische Motivation (Attraction to Policy Making)	
Politics is a dirty word. (Reversed)	Das Wort "Politik" hat einen bitteren Beigeschmack
I don't care much for politicians. (Reversed)	Politiker und Politikerinnen sind mir ziemlich gleichgültig.
The give and take of public policymaking doesn't appeal to me. (Reversed)	Das Eingehen von Kompromissen und Gegengeschäften in der politischen Entscheidungsfindung sagt mir nicht zu.
Gemeinwohlinteresse und gesellschaftliche Verantwortung (Commitment to the Public Interest)	
I unselfishly contribute to my community.	Ich engagiere mich in hohem Maße gemeinnützig.
An official's obligation to the public should always come before loyalty to superiors.	Öffentlich Bedienstete sollten primär gegenüber der Öffentlichkeit und nicht gegenüber ihren Vorgesetzten verantwortlich sein.
Meaningful public service is very important to me.	Mir ist es wichtig, dass der öffentliche Dienst sinnvolle Aufgaben erbringt.
I would prefer seeing public officials do what is best for the community, even if it harmed my interests.	Ich würde es vorziehen, dass öffentlich Bedienstete das tun, was für die Gemeinschaft das Beste ist, selbst wenn das meinen persönlichen Interessen zuwider läuft.
Soziales Mitgefühl (Compassion)	
I am highly moved by the plight of the underprivileged.	Die Lebensumstände benachteiligter Gruppen bewegen mich sehr.
To me, patriotism includes seeing to the welfare of others.	Für mich gehört es zu den Pflichten eines jeden Staatsbürgers/einer jeden Staatsbürgerin, sich auch um das Wohlergehen der anderen zu kümmern.
I have little compassion for people in need who are unwilling to take the first step to help themselves. (Reversed)	Ich habe wenig Mitleid mit jenen Bedürftigen, die nicht bereit sind, den ersten Schritt zu tun, um sich selbst zu helfen.
I seldom think about the welfare of people whom I don't know personally. (Reversed)	Ich mache mir um das Wohlergehen mir nicht persönlich bekannter Personen wenig Gedanken.
Most social programs are too vital to do without.	Es gibt nur wenige Sozialprogramme, die ich voll und ganz unterstütze.
Uneigennützigkeit/Altruismus (Self-Sacrifice)	
Making a difference in society means more to me than personal achievements	In der Gesellschaft etwas zu bewegen bedeutet mir mehr als persönlicher Erfolg.
I think people should give back to society more than they get from it.	Die Menschen sollten der Gesellschaft mehr zurückgeben als sie von ihr bekommen.
I am one of those rare people who would risk personal loss to help someone else.	Ich bin einer der wenigen Menschen, die einen persönlichen Nachteil in Kauf nehmen würden, nur um anderen zu helfen.

*Anhang 3: Häufigkeitsverteilung der einzelnen Fragen der jeweiligen
Sozialisationsinstanzen*

**Häufigkeitsverteilung:
Sozialisationsinstanz Elternhaus**

		Absolute Häufigkeit	Relative Häufigkeit in %
Frage 1: Politische Motivation	Ja	102	69
	Nein	45	31
	n	147	100
Frage 2: Gemeinwohl	Ja	92	62
	Nein	56	38
	n	148	100
Frage 3: Soziales Mitgefühl	Ja	103	67
	Nein	50	33
	n	153	100
Frage 4: Altruismus	Ja	117	84
	Nein	23	16
	n	140	100

**Häufigkeitsverteilung:
Sozialisationsinstanz Schule**

		Absolute Häufigkeit	Relative Häufigkeit in %
Frage 1: Politische Motivation	Ja	69	47
	Nein	78	53
	n	147	100
Frage 2: Gemeinwohl	Ja	54	38
	Nein	87	62
	n	141	100
Frage 3: Soziales Mitgefühl	Ja	91	64
	Nein	51	36
	n	142	100
Frage 4: Altruismus	Ja	73	61
	Nein	47	39
	n	120	100

**Häufigkeitsverteilung:
Sozialisationsinstanz Peergroup**

		Absolute Häufigkeit	Relative Häufigkeit in %
Frage 1: Politische Motivation	Ja	98	65
	Nein	53	35
	n	151	100
Frage 2: Gemeinwohl	Ja	75	49
	Nein	79	51
	n	154	100
Frage 3: Soziales Mitgefühl	Ja	90	63
	Nein	52	37
	n	142	100
Frage 4: Altruismus	Ja	67	56
	Nein	52	44
	n	119	100

Anhang 4: Korrelationen - Dimensionen der Public Service Motivation und einzelne Fragen zu den Sozialisationsinstanzen

Korrelationen:

Dimensionen der Public Service Motivation und einzelne Fragen zu den Sozialisationsinstanzen

Dimension		Sozialisationsinstanz Elternhaus				Sozialisationsinstanz Schule				Sozialisationsinstanz Peergroup			
		Frage 1: Politische Motivation	Frage 2: Gemeinwohl	Frage 3: Soziales Mitgefühl	Frage 4: Altruismus	Frage 1: Politische Motivation	Frage 2: Gemeinwohl	Frage 3: Soziales Mitgefühl	Frage 4: Altruismus	Frage 1: Politische Motivation	Frage 2: Gemeinwohl	Frage 3: Soziales Mitgefühl	Frage 4: Altruismus
Politische Motivation	Korrelation nach Pearson	-,050	-,058	-,225**	-,121	-,147	,012	-,092	-,266**	-,228**	-,152	-,220**	-,218*
	Signifikanz (2-seitig)	,551	,485	,005	,155	,075	,884	,278	,003	,005	,059	,009	,017
	n	147	148	153	140	147	141	142	120	151	154	142	119
Soziales Mitgefühl	Korrelation nach Pearson	-,031	-,034	,028	-,151	,020	,051	-,127	-,179	,030	-,077	-,060	-,198*
	Signifikanz (2-seitig)	,708	,679	,728	,076	,809	,552	,133	,051	,717	,343	,476	,031
	n	147	148	153	140	147	141	142	120	151	154	142	119
Gemeinwohl	Korrelation nach Pearson	,130	,063	,163*	-,018	-,162	-,100	-,063	-,175	-,103	-,068	-,115	-,244**
	Signifikanz (2-seitig)	,116	,445	,045	,830	,050	,239	,453	,056	,210	,400	,174	,007
	n	147	148	153	140	147	141	142	120	151	154	142	119
Altruismus	Korrelation nach Pearson	-,062	,001	-,051	-,201*	-,011	,113	-,127	-,193*	-,120	-,152	-,125	-,386**
	Signifikanz (2-seitig)	,453	,992	,529	,017	,893	,181	,131	,035	,142	,060	,137	,000
	n	147	148	153	140	147	141	142	120	151	154	142	119

*. Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,05 (2-seitig) signifikant.

**.. Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,01 (2-seitig) signifikant.

Anhang 5: Auswertung der soziodemografischen Daten

Geschlecht	Häufigkeit	Prozent
Weiblich*	80	48,5
Männlich*	85	51,5
Gesamt	165	100,0

Alter	Häufigkeit	Prozent
21-25	12	7,32%
26-30	27	16,46%
31-35	31	18,90%
36-40	30	18,29%
41-45	11	6,71%
46-50	19	11,59%
51-55	15	9,15%
56-60	18	10,98%
61-65	1	0,61%
Gesamt	164¹⁶	100 %

Ausprägung	Häufigkeit	Prozent
Öffentliche Verwaltung	120	72,2
Öffentliches Unternehmen	43	26,1
Unsicher	2	1,2
Gesamt	165	100,0

Arbeitsverhältnis	Häufigkeit	Prozent
Unbefristet	135	81,8
Befristet	30	18,2
Gesamt	165	100,0

Führungsverantwortung	Häufigkeit	Prozent
Nein	134	81,2
Ja	31	18,8
Gesamt	165	100,0

¹⁶ Bereinigt um eine Angabe. N entspricht somit 164.

Betriebszugehörigkeit	Häufigkeit	Prozent
< 5 Jahre	43	26,1
6 - 10 Jahre	45	27,3
10 - 15 Jahre	25	15,2
16 -20 Jahre	15	9,1
20 - 25 Jahre	5	3,0
> 25 Jahre	32	19,4
Gesamt	165	100,0

Tätigkeit im privaten Sektor	Häufigkeit	Prozent
Ja	61	37,0
Nein	104	63,0
Gesamt	165	100,0

Ehrenwörtliche Erklärung

Ich versichere hiermit ehrenwörtlich, dass ich die vorliegende Abschlussarbeit selbstständig verfasst und keine anderen als die angegebenen Hilfsmittel - insbesondere keine im Quellenverzeichnis nicht benannten Internet-Quellen - benutzt habe.

Die Arbeit wurde vorher nicht in einem anderen Prüfungsverfahren eingereicht und die eingereichte schriftliche Fassung entspricht derjenigen auf dem elektronischen Speichermedium.

Wörtlich oder dem Sinn nach aus anderen Werken entnommene Stellen sind unter Angabe der Quellen kenntlich gemacht.

Hamburg, den 20.01.2016

Annika Trommeter