

Doing Gender bei Bewerbungsschreiben

Geschlechtsunterschiede in der Selbstdarstellung bei Absolventinnen und Absolventen der Psychologie und der Rechtswissenschaften

Doing Gender in Job Applications. Gender Differences in the Self-Presentation of Law and Psychology Graduates

Monika Stempkowski & Elisabeth Ponocny-Seliger

Themenschwerpunkt AWO-Psychologie

Zusammenfassung

Die hier vorliegende Studie analysiert, ob sich genderspezifische Selbstdarstellungstechniken in Bewerbungsschreiben von Absolventinnen und Absolventen der Rechtswissenschaften und der Psychologie, die sich für eine postgraduale Ausbildung beworben haben, identifizieren lassen. Neben einer Inhaltsanalyse der schriftlichen Bewerbungen wurden auch Interviews mit Personen geführt, die in den jeweiligen Branchen Personalverantwortung tragen. Die Ergebnisse zeigen, dass vor allem das Hervorheben von hohem Selbstwert in männlichen Bewerbungen signifikant deutlicher auffällt und männliche Bewerber der Rechtswissenschaften sich häufiger über Kontakte aufwerten als ihre weiblichen Kolleginnen. Hingegen wird die Technik, Komplimente, Lobpreisungen oder sonstige Verstärkungen an die Empfängerin/den Empfänger zu geben, signifikant häufiger von Bewerberinnen angewandt. Da die Bewerbungsschreiben trotz ihres hohen Formalisierungsgrades deutliche geschlechtsspezifische Muster aufweisen, sie aber die Eintrittskarte für die spätere Karriere darstellen können, tragen sie dazu bei, gewohnte Stereotypen und genderspezifische Ungleichheiten wie ‚Gender Pay Gap‘ und ‚Glass Ceiling‘ zu perpetuieren.

Abstract

This study examines whether gender differences can be found in the self-presentation within job applications of law and psychology graduates, who applied for a postgraduate education. Apart from conducting a content analysis of job applications (letters of motivation and résumés), interviews with experts were carried out to analyze how employers see application processes. The results show that emphasizing high self-worth is significantly more frequent in male applicants and that for male law graduates enhancement of their status by name-

dropping is more common than for their female colleagues; whereas the technique to compliment, praise or reinforce the recipient is more a female domain. Although job applications are formalized to a high degree, it was possible to identify gender-specific patterns. Nevertheless, job applications may be the ticket of admission for a further career, and so they may perpetuate habitual stereotypes and gender-specific inequalities such as ‚gender pay gap‘ and ‚glass ceiling effect‘.

1. Einleitung

Obwohl die Gleichstellung der Geschlechter im Arbeitskontext ein Ziel ist, auf das politisch seit geraumer Zeit hingearbeitet wird, verdienen Frauen nach wie vor erheblich weniger als Männer. So zeigt sich etwa ein Unterschied von 18 % im Bruttojahreseinkommen, vergleicht man die Gehälter von Frauen und Männern, die im Jahr 2014 ganzjährig vollzeitbeschäftigt waren (‚Gender Pay Gap‘).¹⁾ Darüber hinaus finden sich markant weniger Frauen in hohen Positionen als Männer. Der Frauenanteil in Aufsichtsräten in vom Rechnungshof 2014 geprüften Unternehmen und Einrichtungen betrug 25,9 %, nur 20,3 % der Mitglieder von Vorständen bzw. Geschäftsführungen waren weiblich (‚Glass Ceiling Effekt‘).²⁾

Für den weiteren Arbeitsprozess spielt die Art und Weise, wie sich eine Person im Rahmen des Bewerbungsprozesses präsentiert, im Sinne des Primacy Effekts, eine wesentliche Rolle. Davon hängt unter anderem ab, ob die Person eingestellt und möglicherweise sogar, welches Gehalt sie beziehen wird. Doing Gender, die Darstellung von Geschlecht entlang vorgegebener Geschlechternormen in einem kategorial gedachten System der Zweigeschlechtlichkeit, beschreibt deskriptive und präskriptive Verhaltensunterschiede von Frauen und Männern. Im Rahmen dieser Studie wurde Doing Gender bei Bewerbungsprozessen untersucht und dabei

konkret der Frage nachgegangen, ob sich Geschlechtsunterschiede bei Bewerbungsschreiben erkennen lassen (Stempkowski, 2013).

2. Theoretischer Hintergrund und Stand der Forschung

Der Fokus dieser Studie liegt auf der Art und Weise wie Personen sich selbst im Rahmen eines Bewerbungsprozesses präsentieren. Eine aktiv betriebene Form der Selbstdarstellung wird in der Literatur als Impression Management bezeichnet: „Individuen kontrollieren (beeinflussen, steuern, manipulieren etc.) in sozialen Interaktionen den Eindruck, den sie auf andere Personen machen“ (Mummendey, 1995, S. 111). Eine Bewerberin bzw. ein Bewerber versucht somit, ein positives Bild von sich selbst zu erzeugen und damit das Gegenüber zu beeinflussen, um eine Arbeitsstelle zu bekommen.

Zu diesem Zweck setzen die Menschen bestimmte Techniken ein, die in der Literatur in assertive und defensive Verhaltensweisen gegliedert werden. Durch den Einsatz von assertiven Techniken sollen proaktiv eigene Interessen durchgesetzt werden, wie beispielsweise durch die Betonung der eigenen Kompetenz, das Herausstreichen von Vertrauenswürdigkeit oder die Darstellung der eigenen Person als moralisch vorbildhaft. Defensive Verhaltensweisen zielen hingegen darauf ab, sich zu verteidigen oder zu schützen, wie etwa durch das Vorbringen von Entschuldigungen oder das prophylaktische Hinweisen auf mögliche Schwierigkeiten (Tedeschi, Lindskold, & Rosenfeld, 1985). Beispiele für einzelne Techniken, die für die hier vorliegende Untersuchung von Bedeutung sind, werden weiter unten noch genauer ausgeführt.

Neben den Erkenntnissen zum Impression Management stellt die Gender Schema Theorie von Sandra Bem eine weitere wesentliche Grundlage dieser Untersuchung dar (Bem, 1981). Sie postuliert, dass Kinder in ihrer Entwicklung durch ihre Beobachtungen des Verhaltens ihrer Mitmenschen Geschlechtsschemata erlernen, anhand derer sie sich und andere einordnen können. So erlernen sie, welche Verhaltensweisen für welches Geschlecht als adäquat angesehen werden und verhalten sich dementsprechend. Die Zuordnung zu einem Geschlecht mit allen daraus resultierenden Konsequenzen wird Teil der Identität des Kindes und beeinflusst in weiterer Folge sein Denken, Urteilen und Handeln. Durch den Kreislauf aus Zuschreibung, Erleben und Ausüben des stereotypen Verhaltens perpetuieren sich die Unterschiede zwischen den Geschlechtern.

Aus dieser dichotomen Wahrnehmung und Einschätzung resultieren Geschlechterstereotype (Eckes, 2010), die auch relativ kulturübergreifend ähnlich sind. John Williams und Deborah Best (1990) identifizieren in 25 Ländern folgende Eigenschaften als typisch männlich, nämlich abenteuerlustig, aggressiv, dominant, kräftig,

kühn, maskulin, robust, selbstherrlich, stark, unabhängig, unnachgiebig und unternehmungslustig. Während Adjektive wie einfühlsam, feminin, gefühlvoll, liebevoll, träumerisch und unterwürfig als weibliche Zuschreibungen gesehen werden. Diese Stereotype wirken sich natürlich auch im Arbeitskontext aus, so konnte etwa gezeigt werden, dass männlichen Politikern eher zugehört wird, wirtschaftliche Probleme zu lösen, da sie über Eigenschaften wie Durchsetzungsfähigkeit und Wettbewerbsorientierung verfügen. Weibliche Politiker seien eher geeignet, Probleme des Gesundheitswesens zu lösen, da sie sozial und fürsorglich seien (Lammers, Gordijn, & Otten, 2009). Der geringe Prozentsatz an Frauen in Top-Positionen könnte auch damit zusammenhängen, dass die Eigenschaften, die Frauen traditionell zugeschrieben werden, nicht mit den Anforderungen, die an eine Führungsposition gestellt werden, übereinstimmen. Frauen in Führungspositionen werden somit zwei Vorurteile entgegengebracht: sie seien für Führungspositionen weniger geeignet als ihre männlichen Kollegen (dieser Effekt ist umso stärker, je männlicher ein Beruf angesehen wird) und ein effektives Führungsverhalten durch eine Frau wird negativer bewertet, da es nicht mit den Anforderungen an weibliches Verhalten übereinstimmt (Eagly & Karau, 2002).

Studien zu Geschlechtsunterschieden in der Selbstdarstellung zeigen, dass Männer grundsätzlich stärkeres Impression Management betreiben und öfter proaktive Verhaltensweisen wie Self-Promotion (also die Betonung der eigenen Kompetenz) anwenden. Frauen verwendeten demgegenüber diese Taktiken insgesamt weniger und verhalten sich passiver (Bolino & Turnley, 2003) und sie wenden auch öfter defensive Selbstdarstellungstechniken an (Sadler, Hunger, & Miller, 2010). Eine andere Studie (Daubman, Heatherington, & Ahn, 1992) zeigt, dass Männer ihre Leistungen in einer öffentlichen Darstellung zu hoch einschätzen, Frauen hingegen realistisch. Kommt es nur zu einer schriftlichen und somit privaten Einschätzung, zeigt sich dieser Effekt nicht.

Tatsächlich kann sich für Frauen eine intensive Selbstdarstellung in Form von Self-Promotion negativ auswirken, da ihre Kompetenzen zwar vielleicht auch höher eingeschätzt werden, ihr Verhalten aber insgesamt auf Ablehnung stößt. Für Männer hingegen hat Self-Promotion durchwegs positive Konsequenzen, da es dem männlichen Stereotyp von Stärke und Führungskompetenz gepaart mit hoher Leistungsfähigkeit entspricht. Eine Situation, in der eine positive und intensive Selbstdarstellung notwendig ist, wie beispielsweise ein Bewerbungsgespräch, stellt Frauen also vor ein soziales Dilemma (Rudman, 1998).

Zusätzlich zu dem Gender-Aspekt wurden in die Untersuchung als weiteres Differenzierungsmerkmal zwei Professionen aufgenommen: die Rechtswissenschaften und die Psychologie. Beide erfordern einen universitären Abschluss, unterscheiden sich aber sowohl bezüglich der Karriere- und Verdienstmöglichkeiten als auch bezüglich der Anforderungen, die an in dem jeweiligen Bereich tätige Personen gestellt werden. So handelt es

sich bei den Rechtswissenschaften um ein eher männlich konnotiertes Berufsfeld, dies zeigt sich etwa an der Anzahl der männlichen Anwälte (mit Stichtag 31.12.2015 waren von 6057 Mitgliedern der österreichischen Rechtsanwaltskammer 20,5 % weiblich)³⁾. Die Psychologie hingegen stellt stereotyp weibliche Anforderungen an die Ausübenden, wie Einfühlungsvermögen und Geduld. Österreichweit sind von den über 10.000 Personen, die in die Liste der Klinischen Psychologinnen und Psychologen beim Bundesministerium für Gesundheit eingetragen sind, nur 16 % männlich.⁴⁾

3. Fragestellungen und methodisches Vorgehen

Die hier vorliegende Studie konzentriert sich auf die Fragestellungen, ob sich aufgrund der Merkmale Geschlecht und/oder Profession Unterschiede in der Selbstdarstellung in Bewerbungsschreiben erkennen lassen bzw. ob sich Unterschiede zeigen, wenn beide Variablen berücksichtigt werden.

Für die Beantwortung der Fragestellung wurden Bewerbungsmappen herangezogen, die im Allgemeinen ein Motivationsschreiben und einen Lebenslauf enthielten, in manchen Fällen darüber hinausgehende Informationen wie Zeugnisse oder ähnliches. Es handelte sich um Bewerbungen für eine postgraduale Ausbildungsstelle nach dem Abschluss des Universitätsstudiums, somit entweder um einen Ausbildungsplatz für die Klinische und Gesundheitspsychologie oder um eine Stelle als Konzipientin oder Konzipient in einer Rechtsanwaltskanzlei. Es konnten 55 Bewerbungsmappen aus dem juristischen Bereich untersucht werden, dabei handelte es sich um 35 Kandidatinnen (63,3 %) und 20 Kandidaten (36,4 %). Auf psychologischer Seite konnten 17 Mappen in die Untersuchung miteinbezogen werden, von 10 Männern (58,8 %) und 7 Frauen (41,2 %).

Basierend auf den Ergebnissen aus der Literatur wurde ein Kategorienschema erstellt, anhand dessen jede Bewerbungsmappe ausgewertet wurde. In weiterer Folge wurden die Bewerbungsunterlagen einer Inhaltsanalyse unterzogen.

3.1. Motivationsschreiben

In Bezug auf das Motivationsschreiben wurde unter anderem die Häufigkeit jener Selbstdarstellungstechniken erfasst, die basierend auf der Literaturrecherche auf schriftlichen Bewerbungen anwendbar waren. Die Techniken wurden in assertive und defensive unterteilt, hier einige Beispiele aus den untersuchten Bewerbungsunterlagen:

3.1.1. Assertive Techniken

- Self-promotion/Eigenwerbung („Selbstständiges Arbeiten, Teamfähigkeit sowie Flexibilität, hohe Einsatzbereitschaft und eine kommunikative Wesensart stehen für meine Persönlichkeit.“)
- Kompetenz und Expertentum signalisieren („Während meines Studiums habe ich mich vor allem auf den Bereich ‚Umweltrecht‘ spezialisiert.“)
- Hohe Ansprüche stellen („Ich bin bestrebt, mein vorhandenes Wissen ständig zu erweitern, versuche aber auch mit Fähigkeiten anzueignen, die ich, um eine gute Juristin zu sein, neben den fachlichen Qualitäten, einfach als sinnvoll und wichtig erachte. Deshalb besuchte ich zahlreiche Seminare aus den Bereichen Kommunikation, Rhetorik, Konfliktmanagement und Körpersprache.“)
- Hohes Selbstwertgefühl herausstellen („Ich bin überzeugt, dass ich durch meine universitäre Ausbildung und meine berufliche Erfahrung Ihrem Leistungs- und Anforderungsprofil in jeder Hinsicht entspreche.“)
- Sich über Kontakte aufwerten (Basking in reflected glory) („Zuvor arbeitete ich als Konzipientin in der renommierten Rechtsanwaltskanzlei ...“)
- Komplimente, Lobpreisungen oder sonstige Verstärkungen an die Empfängerin/den Empfänger („Ich würde gerne als Rechtsanwaltsanwärtin in Ihrer Kanzlei arbeiten, da diese (...) einen sehr guten Ruf genießt.“)
- Moralisch vorbildhaft erscheinen („Zusätzlich zu diesen persönlichen Punkten sehe ich die Aufarbeitung der Vergangenheit zwischen Österreichern/Deutschen und Juden als wichtige Voraussetzung für eine gemeinsame Zukunft.“)
- Hindernisse überwinden („... wo ich auch Durchsetzungsvermögen lernte, da ich die Jüngste im Team war und ich neben meinen älteren Kollegen bestehen wollte.“)
- Verantwortung für positive Ereignisse übernehmen („Da der autistische Junge noch nicht selbständig die Toilette aufsuchen konnte, führte ich mit ihm erfolgreich das Hygiene-Training in der Schule durch und instruierte die Mutter, dieses Zuhause weiter umzusetzen.“)

3.1.2. Defensive Techniken

- Rechtfertigungen („... obwohl ich wegen Politikwissenschaften nach Wien wechselte, dies aus zeitlichen Gründen aber nicht weiterverfolgen konnte.“)
- Vorsorglich abschwächen/disclaimer („Meine besonderen Stärken liegen sicher darin, dass ich bereits Berufserfahrung – wenn auch in einem anderen Berufsfeld – mitbringe ...“)

- Sich als unvollkommen darstellen („Ich bringe zwar keine speziellen berufseinschlägigen Erfahrungen mit, ...“)

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

Zusätzlich wurde der Inhalt der Motivationsschreiben analysiert und folgende Punkte mittels einer ja-/nein-Codierung erfasst: Studium, Spezialisierungen im Rahmen des Studiums, Zusatzausbildungen, Zweitstudium, Praktika, Berufserfahrung, Interessen/Schwerpunkten, eigene fachliche Qualifikationen.

3.2. Lebenslauf

In Bezug auf den Lebenslauf wurden folgende Variablen erfasst: die Länge, das Design, Vorhandensein einer Fotografie, Angabe persönlicher Daten (Geburtsdatum und -ort, Familienstand, Staatsbürgerschaft, Religionszugehörigkeit, Informationen über die Eltern, die Geschwister oder den Ehegatten).

Analog zum Motivationsschreiben wurde kategorisiert, ob die Person über die folgenden Bereiche Auskunft gab oder nicht: Persönliche Daten, Ausbildung, Berufserfahrung, Sprachkenntnisse, EDV-Kenntnisse, Publikationen, Persönliche Interessen.

3.3. Qualitative Datenerhebung

Zusätzlich zur quantitativen Auswertung wurden Interviews mit Personen durchgeführt, die als Arbeitgeberinnen und Arbeitgeber mit Bewerbungsprozessen zu tun haben. Es wurde dabei darauf geachtet, sowohl eine weibliche bzw. eine männlich als auch eine juristischer bzw. eine psychologische Perspektive einzuholen. Konkret wurden Interviews mit einer HR-Verantwortlichen einer großen Kanzlei, einem Anwalt, einer Leiterin einer psychosozialen Institution und einem Psychologen durchgeführt.

Um zu untersuchen, ob sich ausschließlich am Stil des Motivationsschreibens erkennen lässt, ob es von einer Frau oder einem Mann geschrieben wurde, wurden die vorhandenen Motivationsschreiben in Bezug auf sämtliche Merkmale verblindet, anhand derer man das Geschlecht der schreibenden Person erkennen könnte. Diese geschwärtzten Unterlagen wurden dann einer externen Expertin zur Bewertung vorgelegt. Diese schätzte ein, ob es sich bei der schreibenden Person um eine Frau oder einen Mann handelte.

4. Ergebnisse

4.1. Übersicht über die angewendeten Verfahren

Unterschiede in der Häufigkeit der Anwendung einzelner Selbstdarstellungstechniken sind nur eingeschränkt aussagekräftig, solange die Länge des Motivations-schreibens nicht berücksichtigt wird. Daher wurden Kovarianzanalysen durchgeführt, in denen die Länge des Motivationsschreibens als Kovariate einfluss. Als unabhängige Variable fungierten Geschlecht, Profession oder die Kombination dieser beiden Faktoren. Die Inhalte der Motivationsschreiben und der Lebensläufe wurden mit Hilfe von Fisher-Exact-Tests analysiert, ebenso das Vorhandensein von Beilagen wie etwa des Magisterbescheids.

4.2. Quantitative Ergebnisse

4.2.1. Häufigkeiten der einzelnen Techniken

Tabelle 1 bietet einen Überblick über die Häufigkeit der Anwendung der einzelnen Selbstdarstellungstechniken. Die Technik Self-Promotion wurde mit Abstand am häufigsten eingesetzt, gefolgt von Kompetenz und Expertentum signalisieren.

Tab. 1: Häufigkeit der einzelnen Selbstdarstellungstechniken insgesamt

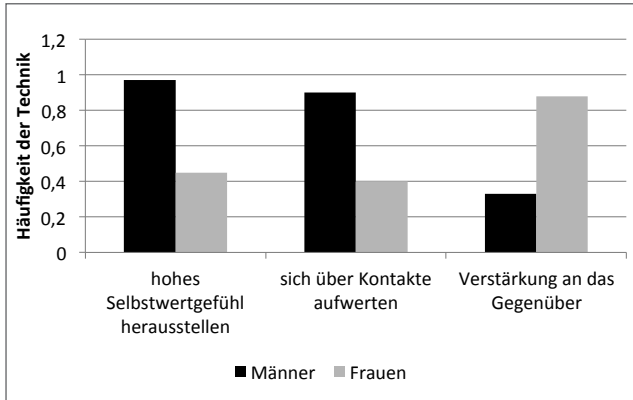
Self-Promotion	398
Kompetenz und Expertentum signalisieren	230
hohes Selbstwertgefühl herausstellen	48
Verstärkung an das Gegenüber	47
sich über Kontakte aufwerten	44
hohe Ansprüche stellen	20
moralisch vorbildhaft erscheinen	6
Verantwortung für positive Ereignisse übernehmen	3
Hindernisse überwinden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

4.2.2. Unterschiede zwischen den Geschlechtern⁵⁾

Insgesamt konnte bei drei Techniken ein signifikanter Effekt des Geschlechtes auf die Häufigkeit der Anwendung festgestellt werden, wenn die Länge des Motivations-schreibens kontrolliert wurde. Die Technik hohes Selbstwertgefühl herausstellen wendeten Frauen signifikant seltener an als Männer ($F(1, 69) = 4.35, p = .041$). Ebenso

zeigte sich, dass die Technik sich über Kontakte aufwerten (basking in reflected glory) von Männern signifikant häufiger eingesetzt wird als von Frauen ($F(1, 69) = 7.40, p = .008$). Im Gegensatz dazu erwies sich der Einsatz von Verstärkung an das Gegenüber als signifikant häufiger von Frauen verwendete Form der Selbstdarstellung ($F(1, 69) = 4.53, p = .037$), siehe Abbildung 1.

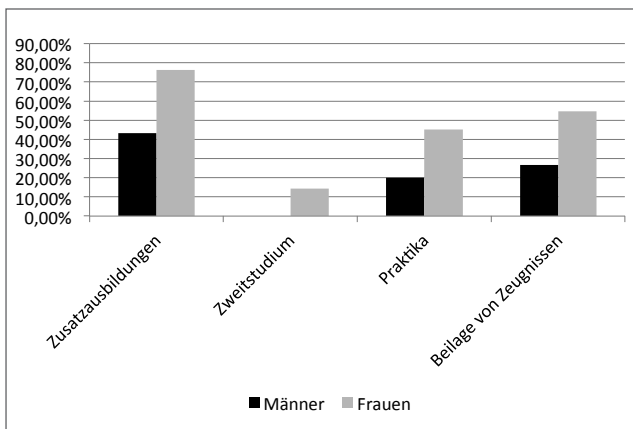
Abb. 1: Signifikante Unterschiede zwischen den Geschlechtern in Bezug auf verschiedene Selbstdarstellungstechniken



Entgegen den Erwartungen, die sich aus der Literatur ergaben, dass Männer mehr und häufiger assertive Techniken anwenden als Frauen (Bolino & Turnley, 2003; Sadler, Hunger & Miller, 2010), fand sich kein Unterschied bezüglich der grundsätzlichen Häufigkeit des Einsatzes von Selbstdarstellungstechniken.

In Bezug auf die Inhalte des Motivationsschreibens und des Lebenslaufes sowie die Beilage weiterer Unterlagen erwiesen sich nur wenige Variablen als signifikant (Abbildung 2). So erwähnten 76.2% der Frauen ihre Zusatzausbildungen, aber nur 43.3% der Männer ($\chi^2(1) = 8.10, p = .007$). Das Zweitstudium wurde von 14.3% der Frauen erwähnt, aber von keinem einzigen Mann ($\chi^2(1) = 4.70, p = .037$). Auch Praktika wurden von Frauen (45.2%) signifikant häufiger erwähnt als von Männern (20%) ($\chi^2(1) = 4.92, p = .044$). Schließlich legten Frauen (54.8%) ihre Zeugnisse der Universität signifikant häufiger vor als Männer (26.7%) ($\chi^2(1) = 5.63, p = .029$).

Abb. 2: Signifikante Unterschiede zwischen den Geschlechtern in Bezug auf Inhalte des Motivationsschreibens und des Lebenslaufes

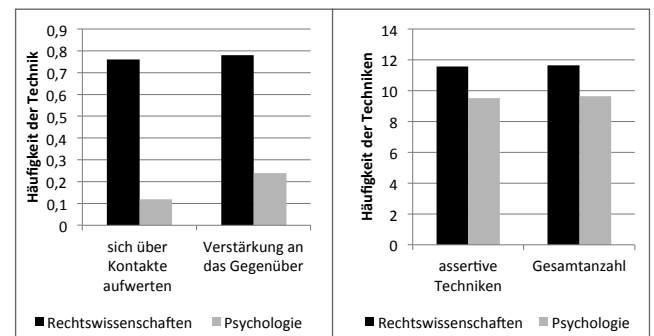


4.2.3. Unterschiede zwischen den Professionen

Zwischen den Professionen zeigten sich signifikante Unterschiede in Bezug auf die Häufigkeit der Anwendung von sich über Kontakte aufwerten (basking in reflected glory) ($F(1,69) = 9.87, p = .002$) und bezüglich der Technik Verstärkung an das Gegenüber ($F(1,69) = 4.45, p = .039$). Beide wurden von Juristinnen und Juristen signifikant häufiger verwendet als von Psychologinnen und Psychologen.

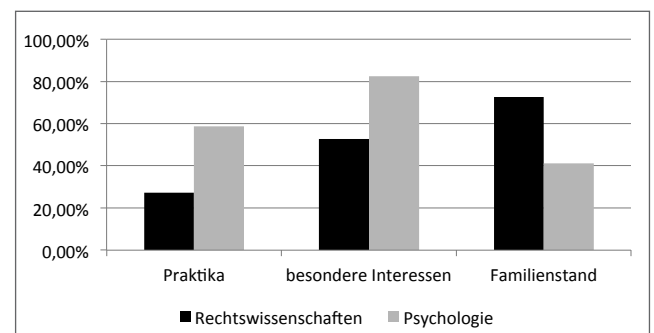
Ebenso liegen Juristinnen und Juristen generell beim Einsatz von Selbstdarstellungstechniken vorne: Nicht nur wenden sie signifikant mehr assertive Techniken an als Psychologinnen und Psychologen ($F(1,69) = 10.29, p = .002$), insgesamt kommt es in diesen Motivationsschreiben häufiger zum Einsatz von Selbstdarstellungstechniken ($F(1,69) = 10.11, p = .002$), siehe Abbildung 3.

Abb. 3: Signifikante Unterschiede zwischen den Professionen in Bezug auf verschiedene Selbstdarstellungstechniken



Bezogen auf den Inhalt des Motivationsschreibens berichteten Psychologinnen und Psychologen (58.8%) signifikant häufiger als Juristinnen und Juristen (27.3%) von Praktika, die sie absolviert hatten ($\chi^2(1) = 5.70, p = .022$), siehe Abbildung 4. Ebenso verhielt es sich bei der Erwähnung besonderer Interessen. Während 82.4% der Psychologinnen und Psychologen ihre besonderen Interessen abgaben, taten dies nur 52.7% der Juristinnen und Juristen ($\chi^2(1) = 4.74, p = .046$). Im Rahmen des Lebenslaufes gaben Juristinnen und Juristen mit 72.7% signifikant häufiger ihren Familienstand an als Psychologinnen und Psychologen mit 41.2% ($\chi^2(1) = 5.70, p = .022$).

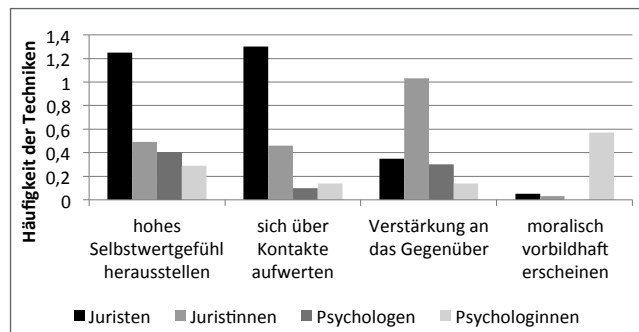
Abb. 4: Signifikante Unterschiede zwischen den Professionen in Bezug auf die Inhalte des Motivationsschreibens und des Lebenslaufes



4.2.4. Unterschiede bei Berücksichtigung von Geschlecht und Profession

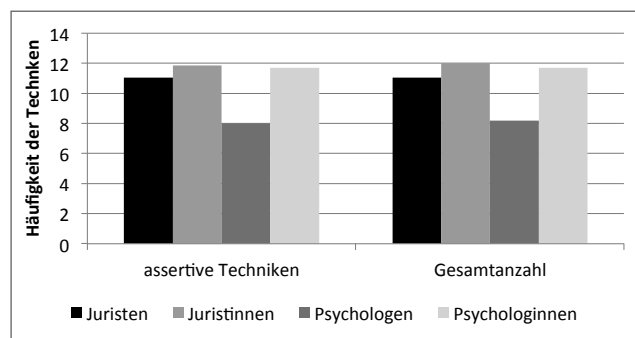
Signifikante Unterschiede ergaben sich hier bezüglich vier Formen der Selbstdarstellung (Abbildung 5). Die Technik hohes Selbstwertgefühl herausstellen wurde am häufigsten von Juristen angewendet ($F(3,67) = 3.31$, $p = .025$). Mit absteigender Häufigkeit folgten Juristinnen, Psychologen und Psychologinnen. Ähnliches ergaben sich bei der Technik sich über Kontakte aufwerten (basking in reflected glory) ($F(3,67) = 10.84$, $p = .000$). Auch diese Technik wurde mit Abstand am häufigsten von Juristen eingesetzt, gefolgt von Juristinnen, Psychologinnen und Psychologen. Bei der Technik Verstärkung an das Gegenüber zeigte sich ein anderes Bild. Diese Technik wurde am häufigsten von Juristinnen eingesetzt. Ihnen folgten Juristen, Psychologen und zuletzt Psychologinnen ($F(3,67) = 3.31$, $p = .025$). In den Auswertungen nach einer der beiden Variablen war es bei der Technik moralisch vorbildhaft erscheinen stets zu keinem signifikanten Ergebnis gekommen. Berücksichtigt man hingegen den Einfluss beider Variablen, so zeigt sich, dass diese Technik am häufigsten von Psychologinnen eingesetzt wurde. Psychologen setzten diese Technik überhaupt nicht ein, Juristen und Juristinnen kaum ($F(3,67) = 3.68$, $p = .016$).

Abb. 5: Signifikante Unterschiede in Bezug auf verschiedene Selbstdarstellungstechniken unter Berücksichtigung des Einflusses von Geschlecht und Profession



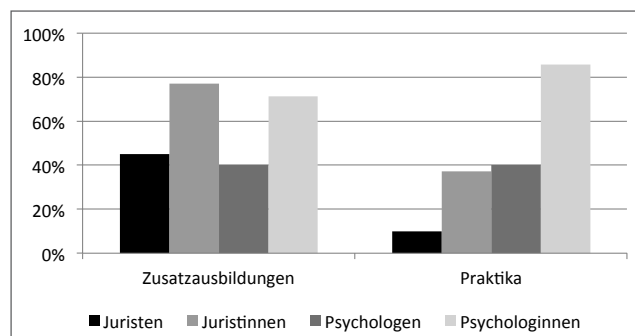
Auch in Bezug auf die Zahl der assertiven Techniken zeigten sich signifikante Unterschiede. Juristinnen wenden die meisten assertiven Techniken an, gefolgt von Psychologinnen, Juristen und Psychologen ($F(3,67) = 3.54$, $p = .019$), siehe Abbildung 6. Schließlich zeigten sich noch signifikante Unterschiede darin, wie viele Selbstdarstellungstechniken insgesamt angewendet wurden. Auch hier lagen die Juristinnen vor den Psychologinnen, den Juristen und den Psychologen ($F(3,67) = 3.42$, $p = .022$).

Abb. 6: Signifikante Unterschiede in Bezug auf die Anzahl von Selbstdarstellungstechniken unter Berücksichtigung des Einflusses von Geschlecht und Profession



Lediglich in der Erwähnung von Zusatzausbildungen ($\chi^2(3) = 8.21$, $p = .039$) und von Praktika ($\chi^2(3) = 13.64$, $p = .003$) konnten signifikante Unterschiede bezüglich der Inhalte der Motivationsschreiben und der Lebensläufe festgestellt werden (Abbildung 7). Von den Juristinnen berichteten 77.1% von ihren Zusatzausbildungen, bei den Psychologinnen waren es 71.4%. Bei den Männern erwähnten deutlich weniger ihre Zusatzausbildungen, 45% der Juristen und 40% der Psychologen gaben solchen an. In Bezug auf erwähnte Praktika zeigt sich ein anders Bild. Hier nannten 85.7% der Psychologinnen absolvierte Praktika, bei den Psychologen waren es 40%. Die Juristinnen lieferten diese Information zu 37.1%, bei den Juristen waren es lediglich 10%.

Abb. 7: Signifikante Unterschiede in Bezug auf die Inhalte der Motivationsschreiben und der Lebensläufe unter Berücksichtigung des Einflusses von Geschlecht und Profession



4.3. Qualitative Ergebnisse (Interviews, externe Validierung)

4.3.1. Interviews

Im Interview wurden Expertinnen und Experten aus beiden beruflichen Branchen mit den folgendem vier Fragen konfrontiert: (1) Worauf achten Sie, wenn Sie eine Bewerbung erhalten?, (2) Gibt es „No-Goes“ in einem Bewerbungsschreiben? (3) Wie wichtig sind persönliche Beziehungen für den Bewerbungsprozess? (4) Hat es Auswirkungen auf den Bewerbungsprozess, welches Geschlecht die Person hat?

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

In Bezug auf eine Stelle als Konzipientin oder Konzipient waren die Aussagen unterschiedlich. Der Anwalt meinte, er wäre eher vorsichtig und würde wahrscheinlich nein sagen, da so eine Stelle sehr anstrengend und zeitaufwendig sei. Es könnte daher sogar dazu kommen, dass in weiterer Folge die persönlichen Beziehungen beeinträchtigt würden, sollte sich die oder der Vermittelte als nicht geeignet für die Stelle erweisen. Die HR-Verantwortliche hingegen gab an, dass dem Kind einer Klientin oder eines Klienten eher eine Chance als Konzipientin oder Konzipient gewährt würde.

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

Die Einrichtungsleiterin gab an, dass sie Leute, die sie aus ihrem privaten Bereich kennt, prinzipiell nicht zu einem Vorstellungsgespräch einladen würde. Wenn sie jemanden aus dem Arbeitskontext bereits kenne, hätte sie bereits ein Bild zu der Person und würde daher in solchen Situationen meist bereits wissen, ob eine Person angestellt werden würde oder nicht. Es käme hingegen nicht vor, dass Leute versuchen würden, ihren Kindern in der Einrichtung eine Anstellung zu verschaffen.

Das Geschlecht der sich bewerbenden Person erwies sich als sehr wichtig. Der Anwalt und die HR-Verantwortliche gaben an, dass man bei der Bewerbung einer Frau die Überlegung anstellen würde, dass diese wahrscheinlich in den nächsten Jahren Kinder bekommen möchte. Da in diesem Fall davon auszugehen sei, dass sie für einige Jahre beruflich pausieren würde, sei dies negativ für den Arbeitgeber, der vorher einiges an Zeit in ihre Ausbildung investiert hätte. Der Anwalt gab an, dass er eine Frau Mitte dreißig, die noch keine Kinder habe, nur einstellen würde, wenn dafür besondere Gründe vorliegen. Das sage natürlich niemand offen, aber diese Überlegungen würden intern dennoch angestellt.

Die HR-Verantwortliche gab an, dass man teilweise Unterschiede darin erkennen könne, wie sich Frauen und Männer präsentieren: „In einer schriftlichen Bewerbung sind mir keine Unterschiede darin aufgefallen, wie sich Männer und Frauen präsentieren. (...) Im persönlichen Gespräch merkt man dann Unterschiede. Schriftlich machen die Konzipientinnen genauso auf tough, die wissen, dass sie sich so präsentieren müssen, wenn sie

mithalten wollen. Im Gespräch verläuft es so: Ich hatte bis dato eloquentere Gespräche mit Männern, die haben eine entspanntere Gesprächsführung, sie haben sich sehr gut präsentiert. Die Damen, die sich gut präsentiert haben, waren dann auch dreifach tough, sehr karriereorientiert, das wollten sie unbedingt rüberbringen. Die Männer können da entspannter sein und einen Dialog entstehen lassen. (...) Die Männer müssen nicht extra drauf hinweisen, dass sie karriereorientiert und tough sind, das ist Teil des Deals, eine Frau muss darauf extra hinweisen. Das gefällt manchen Leuten natürlich, aber es wirkt alles verkrampfter, der Mann hinterlässt einen besseren Eindruck, weil er entspannter ist. Angebote bekommen die Frauen aber auch. Die gehen aber schon mit dem Nachteil hin, dass sie eine Frau sind. Das Gehalt sprechen beide an. Die Männer pokern höher, das entwickelt sich dann in der Historie weiter. Am Anfang schaut man dann schon darauf, dass sie gleichbehandelt werden. Bei späteren Gehaltsverhandlungen sind die Männer dann tougher und das wirkt sich dann auch aus. (...) An der Spitze wird man wenige Frauen finden, aber an guten Zuarbeitern wird man mehr Frauen finden.“

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

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

Auch ihr sind Unterschiede in der Art und Weise, wie sich Frauen und Männer präsentieren, aufgefallen: „Also, das würde jetzt nicht auf alle Bewerbungsgespräche zutreffen, aber so tendenziell präsentieren sich Männer schon selbstbewusster und dominanter als Frauen. Also, es ist mir noch nie passiert, dass sich eine Frau breitbeinig und die Hände in die Höhe reißend präsentiert hat, bei Männern schon drei Mal, einfach überdominant. Frauen sind selbstkritischer, auch in der Selbstpräsentation, was jetzt nicht heißt, dass Männer nicht auch reflexiv sind, das will ich damit nicht sagen. Aber wenn man Mann oder Frau fragt, ob sie sich etwas zutrauen, kommt

von Männern schneller und klarer ein „Ja“. Frauen denken einmal darüber nach und sagen dann „Ja, könnt ich mir schon vorstellen, vielleicht bräuchte ich da das eine oder andere noch an Fortbildung.“ und „Ich muss das einmal ausprobieren.“ und wenn man einen Mann fragt „Trauen Sie sich das zu?“ kommt sehr schnell, ohne nachzudenken „Ja!“. Das ist so einer der auffallendsten Unterschiede. Wenn man dann fragt „Wie würden Sie das machen?“, dann setzt erst der Prozess ein, den Frauen von Haus aus mitbringen. Auch nicht alle, man muss aufpassen, dass man nicht zu sehr in Stereotype verfällt, aber tendenziell. Frauen sind tendenziell bei den Schwächen auch eher bereit, ausführlich zu erzählen, welche Schwächen sie haben, Männer sagen „Da muss ich einmal nachdenken.“ und man merkt genau, sie haben das eh vorbereitet, aber das ist natürlich ... Da zielt man sich ein bisschen ... Und da werden dann auch eher Dinge präsentiert, die schon auch Stärken sind. Ich habe das Gefühl, Frauen antworten da ehrlicher auf ihre Schwächen. Frauen sind auch im Bewerbungsgespräch eher bereit, wirklich ein reflexives Gespräch zu führen und sich auf das Gespräch einzulassen und nicht so ihr Ding runter zu spulen, sondern sich im Gespräch zu bewegen. Sie sind mehr bei mir und weniger bei sich. Der Mann tut sein Ding und auch, wenn er auf Fragen antwortet, sind das Dinge, die er sich für seine Selbstpräsentation so zurechtgelegt hat.“

4.3.2. Externe Validierung der Motivations-schreiben

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

Folgende Ergebnisse erzielte die externe Expertin: Von insgesamt 72 Motivationsschreiben, die in die Bewertung miteinfließen, wurden 51 Bewerbungen (71 %) richtig erkannt ($p = .001$). Von den Frauen wurden 69 % als solche erkannt ($p = .020$), bei den Männern kam die Expertin in 73 % der Fälle zu einem richtigen Ergebnis ($p = .016$). Sie erkannte somit sowohl für die Gesamtstichprobe, als auch für die nach Geschlecht getrennten Teilstichproben signifikant häufig das Geschlecht der Person, die das Motivationsschreiben verfasst hatte. Es zeigt sich somit, dass eindeutige Unterschiede in der Wortwahl bestehen, in welcher Frauen und Männer ihre Bewerbungsschreiben verfassen. Dies entspricht Ergebnissen aus der Literatur (Haas, 2010). Alleine anhand des Sprachduktus, der Wörter und Phrasen, die eine Person in einem Bewerbungsschreiben verwendet, lässt sich ihr Geschlecht erkennen.

5. Diskussion der Ergebnisse und Implikationen für die Praxis

Die Selbstdarstellungstechnik hohes Selbstwertgefühl herausstellen erwies sich als eindeutig männliche Domäne (Guadagno & Gialdini, 2007). In den Interviews bestätigt sowohl die HR-Verantwortliche einer Kanzlei als auch die Einrichtungsleiterin, dass sich Männer selbstbewusster präsentieren als Frauen. Die HR-Verantwortliche gab an, dass sich das im weiteren Karriereverlauf auch im Gehalt niederschlagen würde und somit eine Begründung für die ungleiche Entlohnung von Frauen und Männern („Gender Pay Gap“) darstellt. Die Technik, hohes Selbstwertgefühl herauszustellen, interagiert aber sowohl mit Geschlecht als auch Profession, da sie zwar von Juristen mit Abstand am häufigsten eingesetzt wird, an zweiter Stelle liegen hingegen nicht die Psychologen, sondern die Juristinnen. Bei der Anwaltschaft handelt es sich um einen prestigeträchtigen Beruf, das lässt sich auch anhand der Entlohnung erkennen. Mit dementsprechend mehr Selbstbewusstsein präsentieren sich Juristinnen und Juristen, wie die Ergebnisse dieser Studie zeigen können.

Signifikante Unterschiede wurden weiters in Bezug auf die Technik sich über Kontakte aufwerten (basking in reflected glory) gefunden. Hier konnten die Ergebnisse aus der Literatur (Guadagno & Cialdini, 2007), dass es sich um eine von Männern häufiger eingesetzte Technik handelt, bestätigt werden. Die Professionen unterscheiden sich aber deutlich im Hinblick auf diese Technik – Psychologinnen und Psychologen setzten sie kaum ein, während sie auf juristischer Seite häufig verwendet wurde. Hier lagen die Juristen wieder eindeutig vor den Juristinnen. Diese Ergebnisse decken sich mit den Reaktionen der Interviewpartnerinnen und -partner. Während die Einrichtungsleiterin und der Psychologe mit der Frage nach der Bedeutung von persönlichen Beziehungen für den Bewerbungsprozess kaum etwas anfangen konnten, gaben die HR-Verantwortliche und der Anwalt übereinstimmend an, dass persönliche Beziehungen in ihrer Branche eine wesentliche Rolle spielen. Ihre Bedeutung zeigt sich auf juristischer Seite einerseits in der direkten Vermittlung, andererseits darin, dass Bewerberinnen und Bewerber bewusst Personen oder Einrichtungen in ihrer Bewerbung anführen, die ein gutes Licht auf sie werfen sollen.

Schließlich wurde die sich ebenfalls aus der Literatur (Guadagno & Cialdini, 2007) ergebende Hypothese bestätigt, dass die Technik Komplimente, Lobpreisungen oder sonstige Verstärkungen an die Empfängerin/den Empfänger häufiger von Frauen eingesetzt werde als von Männern. Während Männer also eher darauf bauen, ihr eigenes Selbstvertrauen hervorzuheben, versuchen Frauen durch Verstärkungen an ihr Gegenüber bei diesem einen positiven Eindruck zu hinterlassen. Die Einrichtungsleiterin gab an, dass Männer in einem Bewerbungsgespräch bei ihrer Selbstpräsentation bleiben, während Frauen viel eher bereit seien, auf sie und

das Gespräch einzugehen. Dies deckt sich damit, dass Frauen mehr Komplimente und andere Verstärkungen an das Gegenüber spenden und so die Aufmerksamkeit von sich auf die Gesprächspartnerin oder den Gesprächspartner lenken. Auch in Bezug auf die Profession zeigten sich hier signifikante Unterschiede, erneut handelte es sich um eine Technik, die von Juristinnen und Juristen signifikant häufiger eingesetzt wurde. Eine potentielle Arbeitgeberin oder einen potentiellen Arbeitgeber auf ihre oder seine Bedeutung und prestigeträchtige Stellung hinzuweisen scheint somit eine beliebte Strategie unter Juristinnen und Juristen zu sein.

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

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

Männer Verhaltensweisen zeigen, die ein gutes Licht auf sie werfen sollen.

Bezüglich der im Motivationsschreiben angesprochenen Inhalte lassen sich lediglich einige wenige Unterschiede erkennen. So zeigte sich, dass Frauen signifikant häufiger ihre Zusatzausbildungen, ein Zweitstudium und absolvierte Praktika angaben. Außerdem legten sie signifikant häufiger Zeugnisse der Universität bei. Es wird vermutet, dass dies eine Art externe Validierung darstellt. Da Männern Leistungsfähigkeit a priori attestiert wird, könnten Frauen versuchen, diese Ungleichheit auszugleichen, indem sie ihre Zeugnisse der Bewerbung beilegen und somit erbrachte Leistungen objektiv nachweisbar werden.

Zwischen den Professionen zeigte sich der Unterschied, dass Psychologinnen und Psychologen signifikant häufiger absolvierte Praktika anführen und öfter auf ihre persönlichen Interessen eingehen. Das Praktikum spielt in der Psychologie als Möglichkeit des Sammelns von Berufserfahrung eine wesentliche Rolle. Im Rahmen der Psychologie stellt die Person viel stärker als in der juristischen Branche das „Werkzeug“ dar, wie es die Einrichtungsleiterin formulierte. Die Angabe persönlicher Interessen könnte den Hintergrund haben, dass die Person mit ihren Eigenschaften und Interessen in der Psychologie eine größere Rolle als im juristischen Bereich spielt, wo es eher auf das Fachwissen und die Beherrschung juristischer Technik ankommt. Juristinnen und Juristen geben hingegen signifikant häufiger ihren Familienstand bekannt, als dies Psychologinnen und Psychologen tun. Es wird vermutet, dass es sich bei den Rechtswissenschaften um eine konservativere Branche handelt, die auf den Familienstand einer Person größeren Wert legt.

Was lässt sich nun aus dieser Studie für die Praxis ableiten?

Ein Bewerbungsschreiben ist ein formelhaftes Schreiben, das streng genommen wenig Raum für kreative Selbstdarstellung bieten sollte. Dennoch erlaubt es in der aktuellen Studie so viel Doing Gender, dass das Geschlecht im Blindversuch überzufällig zuordenbar wird. Die Wahl der Worte und die Art der Selbstdarstellung werden von Geschlechternormen und Geschlechterstereotypen eingefärbt und diese ebnet oder ‚schottern‘ den Weg der weiteren beruflichen Karriere.

Starkes Selbstwertgefühl und dieses auch selbstverständlich, ja entspannt – in den Worten der HR-Verantwortliche – zeigen zu können, sollte für junge Frauen, egal welcher Profession, eine Selbstverständlichkeit werden. Frauen verfügen über äquivalent gute kognitive und soziale Fähigkeiten und Fertigkeiten und heutzutage auch über gleichermaßen gute Ausbildungen wie ihre männlichen Mitbewerber. Ein gezieltes gendersensibles arbeitspsychologisches Coaching des Impression Managements für Frauen im Bewerbungsprozess, das Befunden der psychologischen Genderforschung Rechnung trägt, beginnend beim Bewerbungsschreiben, über eine Vorbereitung zum Vorstellungsgespräch und der Führung von Gehaltsverhandlungen etc. wäre eine Mög-

lichkeit, die Karriere von Frauen zu empowern. Personalverantwortliche, auf der anderen Seite, sollten dafür sensibilisiert werden, dass es nach wie vor gegenderte Selbstdarstellungsformen ihrer Bewerberinnen und Bewerber gibt, die nicht Ausdruck von Fähigkeit oder ‚Toughness‘ sein müssen, sondern nur weitererzählen, was die Gesellschaft sich hartnäckig nach wie vor von Frauen und Männern zu erwarten scheint.

Literatur

- ARNULF, J., TEGNER, L. & LARSEN, O. (2010). Impression making by résumé layout: Its impact on the probability of being shortlisted. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 19(2), 221-230.
- ATEHNSTAEDT, U. & ALFERMANN, D. (2011). *Geschlechterrollen und ihre Folgen*. Stuttgart: Kohlhammer GmbH.
- BEM, S. (1981). Gender Schema Theory: A Cognitive Account of Sex Typing. *Psychological Review*, 88(4), 354-364.
- BOLINO, M. & TURNLEY, W. (2003). More Than One Way to Make an Impression: Exploring Profiles of Impression Management. *Journal of Management*, 29(2), 141-160.
- BURZAN, N. (2005). *Quantitative Methoden der Kulturwissenschaften*. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft mbH.
- CONNELL, R. (2006). *Der gemachte Mann – Konstruktion und Krise von Männlichkeiten*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften/GWV Fachverlage GmbH.
- DAUBMAN, K., HEATHERINGTON, L. & AHN, A. (1992). Gender and the Self-Presentation of Academic Achievement. *Sex Roles*, 17(3/4), 187-204.
- EAGLY, A. & KARAU, S. (2002). Role Congruity Theory of Prejudice Toward Female Leaders. *Psychological Review*, 109(3), 573-598.
- ECKES, T. (2010). Geschlechterstereotype: Von Rollen, identitäten und Vorurteilen. In R. Becker & B. Kortendiek, *Handbuch Frauen- und Geschlechterforschung: Theorien, Methoden, Empirie* (S. 171-182). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften/GWV Fachverlage GmbH.
- GUADAGANO, R. & CIALDINI, R. (2007). Gender differences in impression management in organizations: A qualitative review. *Sex Roles*, 56, 483-494.
- HAAS, H. (2010). Forensische Psychologie. In G. Steins, *Handbuch Psychologie und Geschlechterforschung* (S. 249-270). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- LAMMERS, J., GORDIJN, E. & OTTEN, S. (2009). Iron ladies, men of steel: The effects of gender stereotyping on the perception of male and female candidates are moderated by prototypicality. *European Journal of Social Psychology*, 39, 186-195.
- MUMMENDEY, H. (1995). *Psychologie der Selbstdarstellung*. Göttingen, Bern, Toronto, Seattle: Hogrefe.
- RUDMAN, L. (1998). Self-Promotion as a Risk Factor for Women: The Costs and Benefits of Counterstereotypical Impression Management. *Journal of Personality and Social Psychology*, 74(3), 629-645.
- SADLER, M., HUNGER, J. & MILLER, C. (2010). Personality and impression management: Mapping the Multidimensional Personality Questionnaire onto 12 self-presentation tactics. *Personality and Individual Differences*, 48, 623-628.

SINGH, V., KUMRA, S. & VINNICOMBE, S. (2002). Gender and Impression Management: Playing the Promotion Game. *Journal of Business Ethics*, 37, 77-89.

STEELE, C. (1997). A threat in the air – how stereotypes shape intellectual identity and performance. *American Psychologist*, 52(6), 613-629.

STEMPKOWSKI, M. (2013). *Die Selbstdarstellung in Bewerbungsschreiben unter besonderer Berücksichtigung von Geschlechtsunterschieden und Unterschieden zwischen Absolventinnen und Absolventen der Psychologie und der Rechtswissenschaften*. Wien: Diplomarbeit Universität Wien.

TEDESCHI, J., LINDSKOLD, S. & ROSENFELD, P. (1985). *Introduction zu social psychology*. St. Paul, MN: West Publishing Company.

WILLIAMS, J. & BEST, D. (1990). *Measuring Sex Stereotypes: A Multination Study*. Newbury Park: Sage.

Autorinnen

MMag. Monika Stempkowski

ist Klinische und Gesundheitspsychologin,
Juristin und Mediatorin.

Universität Wien
Institut für Strafrecht und Kriminologie
Schenkenstraße 4
A-1010 Wien
Telefon: +43 (0)1 4277 34623
monika.stempkowski@univie.ac.at



Mag. Dr. Elisabeth Ponocny-Seliger

ist Klinische und Gesundheitspsychologin,
Arbeitspsychologin, Wissenschaftlerin im
Bereich Gender & Diversity sowie Lektorin
an der Universität Wien, Sigmund Freud Privat
Universität und Donauuniversität Krems.

Spaungasse 19/8
A-1200 Wien
Telefon: +43 (0)676 5991641
office@gender-research.at



¹¹ http://www.statistik.at/web_de/statistiken/menschen_und_gesellschaft/soziales/gender-statistik/einkommen/index.html, zuletzt abgerufen am 15.12.2016

¹² http://www.rechnungshof.gv.at/fileadmin/downloads/2015/berichte/einkommensberichte/Kurzfassung_Einkommensbericht_2015_1.pdf, zuletzt abgerufen am 15.12.2016

¹³ <https://www.rechtsanwaelte.at/kammer/kammer-in-zahlen/mitglieder/>

¹⁴ <http://klinischepsychologie.ehealth.gv.at/>, Stand 16.12.2016

¹⁵ Aufgrund der Vielzahl der Ergebnisse werden im Rahmen des hier vorliegenden Beitrages lediglich jene Ergebnisse vorgestellt, die signifikante Unterschiede erkennen ließen.