

Inhaltsverzeichnis

Verzeichnis der Tabellen	XVII
Verzeichnis der Abbildungen	XIX
Verzeichnis der Abkürzungen	XXI
1 Einleitung	1
2 Anlage der empirischen Untersuchung: Methodik und theoretische Grundlagen	3
2.1 Problemstellung, Untersuchungsgegenstand und Zielsetzung	4
2.2 Überblick zur angewandten Methodik	11
2.2.1 Aufbau, Inhalt und Ablauf des Untersuchungsplanes.....	13
2.2.2 Auswahl und Abgrenzung der Untersuchungsgruppen.....	19
2.3 Theoretische Grundlagen einer handlungsorientierten Mobilitätsforschung im Kontext ausgewählter interdisziplinärer Forschungsansätze	22
2.3.1 Die Bedeutung der Motivation im Handlungsprozeß und Verbindungen der Motivationsforschung zur Sozialgeographie.....	24
2.3.2 Entwicklung und ausgewählte Forschungsansätze einer handlungsorientierten Sozialgeographie.....	28
2.3.3 Theoretische Positionierung der vorliegenden Arbeit innerhalb einer motivations- und handlungsorientierten Sozialgeographie	36
3 Die „alte und die neue Welt“: Mobilität und Karriere in der sich wandelnden Unternehmenskultur der Deutschen Bank	39
3.1 Dynamik und Phasen des Unternehmenskulturwandels in der untersuchten Bank.....	44

3.2 Mobilität und Karriere in der aktuellen Unternehmenskultur der untersuchten Bank	46
4 Die gelebte räumliche Mobilität der befragten Führungs- und Nachwuchsführungskräfte in der deutschen Bank	53
4.1 Formen und Reichweiten gelebter räumlicher Mobilität in der untersuchten Bank.....	55
4.2 Merkmale und Typen gelebter räumlicher Mobilität in der untersuchten Bank.....	59
5 Die erlebten Anreizqualitäten von räumlicher Mobilität und Karriere sowie die Werthaltungen der befragten Führungs- und Nachwuchsführungskräfte	69
5.1 Das semantische Differential (Polaritätenprofil) zur Messung des Karriere- und Mobilitätsanreizes.....	70
5.2 Die Anreizqualitäten von Karriere und Mobilität in Zusammenhang mit der gelebten Mobilität.....	76
5.3 Entwicklung eines Verfahrens zur indirekten Messung individueller Werthaltungen.....	83
5.4 Der Zusammenhang zwischen individuellen Werthaltungen und gelebter Mobilität	87
6 Die Mobilitätsmotivationen der befragten Führungs- und Nachwuchsführungskräfte in der Deutschen Bank	89
6.1 Entwicklung eines Verfahrens zur Messung der Mobilitätsmotivation	90
6.1.1 Elaboration, Bedeutung und Ausgestaltung der Verfahrensparameter „Situationen“ und „Aussagen“	92
6.1.2 Das theoriegeleitete Konstrukt „Mobilitätsmotivation“.....	100
6.1.3 Dimensionsanalyse und Validität des Verfahrens.....	103

6.2 Die Mobilitätsmotivationen der befragten MitarbeiterInnen	114
6.2.1 Der Zusammenhang zwischen Mobilitätsmotivationen und gelebter Mobilität.....	114
6.2.2 Der Zusammenhang zwischen ausgewählten soziodemographischen Faktoren und Mobilitätsmotivation.....	119
7 Fazit.....	135
7.1 Der Zusammenhang zwischen Mobilität und Faktoren des beruflichen Erfolges.....	137
7.2 Relevanz der Ergebnisse für die zukünftige Personalarbeit der untersuchten Bank.....	149
Anhang.....	157
Literaturverzeichnis	205

Verzeichnis der Tabellen

Tabelle 1: .. Ausbildungskombinationen der befragten MitarbeiterInnen (n=67)	8
Tabelle 2: Anteil der Ortswechsel pro Tätigkeitswechsel der befragten MitarbeiterInnen (n=67) innerhalb der Deutschen Bank	56
Tabelle 3: Vergleich der Mobilitätsquote der befragten MitarbeiterInnen (n=67) nach dem Schul- und Ausbildungsniveau	61
Tabelle 4: Vergleich der Mobilitätsquote der befragten MitarbeiterInnen (n=67) nach Merkmalen des Familien- und Kinderstandes	63
Tabelle 5: Vergleich der Mobilitätsquote der befragten MitarbeiterInnen (n=67) nach Altersgruppen und Geschlecht	65
Tabelle 6: Vergleich der Mobilitätsquote der befragten MitarbeiterInnen (n=67) nach der Stellung im Unternehmen	67
Tabelle 7: Eigenschaftspaare des semantischen Differentials für die Begriffe „Karriere“, „Mobilität“ und „Mobilität in der Deutschen Bank“	72
Tabelle 8: Gemessene Dimensionen zum Begriff „Karriere“	75
Tabelle 9: Items zur Messung der sozioökonomischen Werthaltung	85
Tabelle 10: Die wichtigsten gesellschaftlichen Ziele (Mehrfachnennungen, n=267) der befragten MitarbeiterInnen	86
Tabelle 11: Anleitung zur Beantwortung des Fragebogens L	92
Tabelle 12: Fallbeispiele im Mobilitätsmotivationsmeßverfahren	96
Tabelle 13: Die motivationsthematischen Bestandteile des Mobilitätsmotivs	97
Tabelle 14: Die Aussagen und ihre Motivationstendenzen im Verfahren zur Messung der Mobilitätsmotivation	99
Tabelle 15: Eigenwerte der extrahierten und ausgewählten Faktoren	105
Tabelle 16: Ergebnisse der Faktorenanalyse im Mobilitätsmotivationsmeßverfahren	106
Tabelle 17: Der Vergleich der Mobilitätsbereitschaft mit der gelebten Mobilität der Mobilitätstypen	112
Tabelle 18: Ausgewählte Merkmale unterschiedlicher Lebensphasen der untersuchten Altersgruppen der befragten MitarbeiterInnen (n=67)	123
Tabelle 19: Vergleich der Einschätzung der Mobilitätswahrscheinlichkeit durch die befragten MitarbeiterInnen (n=66) nach dem Geschlecht	131
Tabelle 20: Zusammenhang zwischen Faktoren des beruflichen Erfolges und den Mobilitätstypen der befragten hochqualifizierten MitarbeiterInnen	137

Tabelle 21: Vergleich der Wochenarbeitszeit der befragten MitarbeiterInnen (n=67) nach Mobilitätsgruppen.....	138
Tabelle 22: Verwendete Einzeltaktiken zur Erfassung innerorganisationaler Einflußstrategien	143

Verzeichnis der Abbildungen

Abbildung 1: Phasenmodell zum Verhältnis qualitativer und quantitativer Analyse	12
Abbildung 2: Aufbau und zeitlicher Ablauf der empirischen Untersuchung	14
Abbildung 3: Übergänge von der Motivation zur Handlung	26
Abbildung 4: Downs Schema menschlichen Verhaltens	32
Abbildung 5: Entwicklung der Beschäftigten der Deutschen Bank AG (Inland) nach dem Geschlecht	42
Abbildung 6: Anzahl der AT-Beschäftigten in der Deutschen Bank AG (Inland) nach dem Geschlecht	43
Abbildung 7: Wirkungsebenen des Unternehmenskulturwandels	44
Abbildung 8: Handelnde Gruppen in der aktuellen Unternehmenskultur des Wandels der untersuchten Bank	47
Abbildung 9: Verteilung der innerdeutschen Einsatzorte der befragten MitarbeiterInnen in der Deutschen Bank	57
Abbildung 10: Histogramm und Normalkurve der Mobilitätsquote der befragten MitarbeiterInnen	59
Abbildung 11: Histogramm und Normalkurve der symmetrierten Mobilitätsquote der befragten MitarbeiterInnen	67
Abbildung 12: Verteilung der Mobilitätsgruppen der befragten MitarbeiterInnen in der untersuchten Bank	68
Abbildung 13: Bewertung des Karriere-Begriffs durch die befragten MitarbeiterInnen (n=67) nach der Stellung im Unternehmen	77
Abbildung 14: Bewertung des Karriere-Begriffs der befragten MitarbeiterInnen nach dem Geschlecht (n=67)	79
Abbildung 15: Bewertung von „Mobilität“ und „Mobilität in der Deutschen Bank“ durch die befragten MitarbeiterInnen (n=67)	81
Abbildung 16: Bewertung von „Karriere“ nach dem Eigenwert von Mobilität durch die befragten MitarbeiterInnen (n=67)	82
Abbildung 17: Die Werthehaltungen (Mehrfachantworten, n=267) der befragten MitarbeiterInnen nach dem Mobilitätstyp	87
Abbildung 18: Die Dimensionsanalyse des Verfahrens zur Messung der Mobilitätsmotivation der befragten MitarbeiterInnen	103

Abbildung 19: Motivationstendenzen der befragten MitarbeiterInnen nach den Mobilitätsmotivationstypen	109
Abbildung 20: Das Verhältnis zwischen theoretischen Mobilitäts- und Immobilitätsentscheidungen der Befragten im Meßverfahren	113
Abbildung 21: Die drei Motivationstypen (in Mehrfachanteilen) der befragten MitarbeiterInnen (n=67) nach der gelebten Mobilität	115
Abbildung 22: Die drei Motivationstypen (in Mehrfachanteilen) der befragten MitarbeiterInnen (n=67) nach dem Kinderstand	120
Abbildung 23: Die drei Motivationstypen (in Mehrfachanteilen) der befragten MitarbeiterInnen (n=67) nach Altersgruppen	125
Abbildung 24: Die Einschätzung der eigenen Karriere- und Mobilitätswahrscheinlichkeit der befragten MitarbeiterInnen (n=67) nach Altersgruppen	126
Abbildung 25: Die drei Motivationstypen (in Mehrfachanteilen) der befragten MitarbeiterInnen nach dem Geschlecht	129
Abbildung 26: Wirkungsebenen der Einflußfaktoren auf die Mobilitätshandlungen der befragten MitarbeiterInnen	136
Abbildung 27: Gründe für die Tätigkeitswechsel der befragten Probanden (Mehrfachnennungen, n=278) nach dem Mobilitätstyp	140
Abbildung 28: Die wahrgenommene Karriere- und Mobilitätswahrscheinlichkeit der befragten MitarbeiterInnen (n=67) für die nächsten drei Jahre nach dem Mobilitätstyp	141
Abbildung 29: Kommunikations- und Beeinflussungsstrategien (Mehrfachnennungen) der Befragten (n=67) nach der Stellung im Unternehmen	145
Abbildung 30: Kommunikations- und Beeinflussungsstrategien (Mehrfachnennungen) der Probanden nach Mobilitätstypen	146
Abbildung 31: Das Mobilitätsportfolio in der untersuchten Bank und Beispiele für Anreizsysteme hin zu einer Win-Win-Mobilität	152