

1 Einleitung

Überfliegt man heute Stelleninserate in Zeitungen, so findet man häufig als erstes eine ausführliche Präsentation des inserierenden Unternehmens. Auch die konkreten Aufgaben und Arbeitsinhalte der ausgeschriebenen Stelle werden oft detailliert beschrieben. Ebenso sehen sich potentielle Bewerber meist mit einer langen Liste an Anforderungen und Erwartungen, die sie erfüllen sollen, konfrontiert. Nur über die Gegenleistungen des Arbeitgebers, die sogenannten Gratifikationen, namentlich über den Lohn, finden sich kaum je genaue Informationen. Insbesondere dann nicht, wenn sich aus dem Beschrieb der Position und des Unternehmens erahnen lässt, dass mit der Stelle attraktive Gegenleistungen verbunden sind. Wenn sich Angaben zu Gegenleistungen des Unternehmens finden lassen, dann oft in Inseraten wie dem folgenden:

„Gesucht werden Staubsaugerverkäufer. Möchten Sie überdurchschnittlich verdienen? Mit sehr guten Aufstiegsmöglichkeiten? (Tel.)“
(Baslerstab, 2000)

Dies erstaunt und eröffnet Raum für die Vermutung, dass bei Gratifikationsversprechen des Arbeitgebers die Devise „weniger ist mehr“ gilt. Gerade in Stellenausschreibungen, deren Qualifikationsanforderungen und Aufgabenstellungen einen hohen Verdienst und weitere attraktive Leistungen des Arbeitgebers vermuten lassen, wird bei der Kommunikation dieser Vorzüge Zurückhaltung geübt. Stattdessen werden häufig Stellen die weder in Bezug auf Arbeitsinhalte noch auf Gegenleistungen besonders interessant scheinen, in Stellenanzeigen mit grosszügigen Gratifikationsversprechen aufgepeppt, wie das obige Beispiel illustriert.

Ein Vergleich mit Stellenangeboten aus den 1950er oder 1960er Jahren legt zudem, dass sich in den letzten Jahrzehnten die Vergütung der Beschäftigten stark verändert hat:

„Gesucht ehrlicher sauberer Bursche von 14 bis 17 Jahren für Mithilfe in Backstube und zur Bedienung der Kundschaft. Familienanschluss, Jahresstelle, Kost und Logis beim Meister, rechter Lohn. Antritt anfangs April. Offerten erbeten an Bäckerei Konditorei (Adr., Tel.)“
(Der Entlebucher, 1951)

Kost und Logis beim Arbeitgeber war in der damaligen Zeit eine weit verbreitete Form der Gratifikation. Damit verbunden war auch typischerweise „Familienanschluss“, d.h. eine Einbindung des Arbeitnehmers in die Familie und den Haushalt des Arbeitgebers. Solche Formen der Gratifikation sind heute fast vollständig verschwunden und wären für einen Grossteil der Beschäftigten wohl auch nahezu unvorstellbar. Wie das Beispiel zeigt, können Gratifikationsangaben in Stellenausschreibungen auch Indizien über die Entwicklung der Arbeitsverhältnisse und der Arbeitswelt insgesamt über verschiedene Jahrzehnte sein.

In der vorliegenden Arbeit stehen Gratifikationsversprechen in Stellenausschreibungen im Zentrum des Interesses. Vorrangiges Ziel ist, bedeutsame Entwicklungen der Gratifikationsversprechen in den letzten 50 Jahren zu identifizieren und zu erklären. Dabei wird auch versucht, der oben geschilderten Besonderheit bei der Kommunikation von Gegenleistungen des Arbeitgebers in Inseraten auf die Spur zu kommen. Insbesondere sollen folgende Fragestellungen beantwortet werden:

Wie entwickeln sich Gratifikationsversprechungen in Stelleninseraten über den Verlauf der Zeit von 1950 bis 2000?

Welche Stellen sind mit welchen Gratifikationsversprechen verbunden?

Einerseits wird also analysiert, wie sich die Bedeutung von Gratifikation im Stelleninserat insgesamt im Zeitverlauf entwickelt. Dabei interessiert auch, welche Formen der Gratifikation im Zeitverlauf wichtiger werden und welche Arten von Gegenleistungen heute weniger oft offeriert werden als früher. Ebenso soll untersucht werden, welchen Arbeitnehmern überhaupt Versprechungen gemacht werden, welche Unternehmen Gegenleistungen in Aussicht stellen und welche unterschiedlichen Formen der Gratifikation dabei eine Rolle spielen.

Gratifikation wird in der Literatur unterschiedlich breit definiert und insgesamt werden viele verschiedene Formen der Kompensation von Arbeitnehmerleistung darunter subsumiert. Der Wert eines Arbeitsverhältnis aus Sicht des Arbeitnehmers setzt sich denn auch aus mehreren Faktoren zusammen (vgl. Abraham 1996, S. 33). In dieser Arbeit werden unter Gratifikationen „handfeste“ Leistungen, die vom Arbeitgeber zum Arbeitnehmer transferiert werden, verstanden. Diese Gegenleistungen für Arbeit sind direkt oder indirekt mit materiellem Wert verbunden. Dazu zählen einerseits der Lohn, lohnähnliche Leistungen und andere materielle Leistungen. Andererseits umfasst Gratifikation auch berufliche Perspektiven, wie etwa die Langfristigkeit der Beschäftigung, Weiterbildungsangebote oder Karrieremöglichkeiten. Da sich diese Formen der Gratifikation meist auch auf die monetäre Vergütung auswirken, bieten sie indirekt auch materielle Vorteile (vgl. Drumm 2005, S. 468). Nicht berücksichtigt wird rein immaterieller Wert, der mit einer Stelle oder einer Unternehmenszugehörigkeit verbunden ist, beispielsweise Anerkennung oder Prestige. Ebenfalls nicht als Gratifikation verstanden werden Aspekte, die der Arbeitstätigkeit inhärent sind, wie etwa Entfaltungsmöglichkeiten in der Tätigkeit selbst, und Bedingungen unter denen die Arbeit vollzogen wird, wie zum Beispiel das Betriebsklima.

Stellenausschreibungen enthalten sehr viele Informationen über die inserierenden Unternehmen, über Aufgaben und Arbeitsinhalte der offenen Stellen, sowie über die Erwartungen, die an Bewerber gestellt werden. Daher greifen sozialwissenschaftliche Untersuchungen oft auf Inserate als Quellen zurück. Bisherige Studien nutzten Stellenausschreibungen vor allem als Indikator zur Abbildung der Arbeitsmarktlage oder zur Analyse der Anforderungen, die an Bewerber gestellt werden. Die Gegenleistungen der Arbeitgeber wurden bislang kaum untersucht. Zu erwähnen sind allenfalls zwei Studien aus den Kommunikationswissenschaften, die

sich am Rande auch mit Gratifikationsversprechen in Inseraten befassten. Ostkamp (1992) untersuchte rund 400 Inserate aus einer Fachzeitschrift für Ingenieure und technische Fachkräfte aus dem Zeitraum von 1987 bis 1989. Ziel war herauszuarbeiten, welche Textkomponenten Stellenanzeigen typischerweise beinhalten. Gratifikationen wurden dabei in über der Hälfte der analysierten Inserate nicht thematisiert. Handlos (1995) versuchte, den jeweiligen Zeitgeist der Arbeitswelt aus Stelleinseraten zu fassen, indem sie untersuchte, wie Unternehmen sich selbst präsentieren und wie sie in Form von Forderungen und Angeboten mit dem Leser kommunizieren. Datenbasis waren über 1000 Inserate vier technischer Grossunternehmen aus den 1950er bis 1980er Jahren. Sie stellte dabei auch fest, dass im Zeitverlauf den Bewerbern vermehrt berufliche Perspektiven wie Weiterbildungen offeriert wurden, währenddem sie in Bezug auf andere Gratifikationsformen keine eindeutige Entwicklung ausmachen konnte.

Die vorliegende Arbeit rückt demgegenüber die Gratifikationsversprechen in Inseraten in den Mittelpunkt des Interesses. Ziel ist nicht nur, die Besonderheiten und zeitlichen Entwicklungen von Gratifikationsversprechen in Stellenausschreibungen zu beschreiben, sondern vor allem, sie über Mechanismen des Arbeitsmarktes erklären zu können.

In einem ersten Schritt wird dazu in Kapitel 2 analysiert, welche Bedeutung und Funktionen der Gratifikation im Arbeitsverhältnis allgemein und in der Stellenausschreibung im Speziellen zukommen. Die Arbeitsbeziehung und die Rolle der Gratifikation werden dabei aus zwei verschiedenen theoretischen Blickwinkeln beleuchtet: Dem arbeitssoziologischen Kontrollansatz einerseits und dem ökonomisch verorteten Prinzipal-Agenten-Ansatz andererseits. Ebenso wird erläutert, welche Formen der Gratifikation unterschieden werden, und welchen Zwecken diese Gratifikationsformen im Arbeitsverhältnis dienen. Im dritten Kapitel wird hergeleitet, wie sich verschiedene Entwicklungen in der Arbeitswelt im Zeitverlauf auf die Gratifikationsversprechen in Stellenausschreibungen auswirken. Da diese Entwicklungen nicht alle Bereiche des Arbeitsmarktes im selben Masse betreffen und auch nicht für alle Beschäftigten die gleichen Effekte mit sich bringen, können daraus auch Erkenntnisse abgeleitet werden, welche Stellen mit welchen Gratifikationsversprechen verbunden sind. Schliesslich wird auch der Zusammenhang von Arbeitsmarktkonjunktur und Gratifikationsversprechen in Stellenausschreibungen beleuchtet. Entsprechende Hypothesen werden formuliert. Auskunft zum methodischen Vorgehen der Arbeit gibt Kapitel 4. Dort werden der verwendete Datensatz, die Operationalisierungen, sowie die Auswertungsschritte beschrieben. Die empirische Prüfung der formulierten Hypothesen wird in Kapitel 5 präsentiert. Die Ergebnisse der Datenanalyse – bestehend aus deskriptiven Auswertungen sowie multivariaten Modellschätzungen – werden vorgestellt und mit Rückbezug auf Theorie und Hypothesen diskutiert. Zum Schluss folgt in Kapitel 6 eine Zusammenfassung der wichtigsten Erkenntnisse der Arbeit.