

Ökonomische und außerökonomische Werteorientierung in der Organisationswahl*

CHRISTOPH SCHANK**

Vor dem Hintergrund des Eintrittes in das duale System der Berufsausbildung werden die Wahlentscheidungen für oder gegen bestimmte auszubildende Organisationen unter dem Gesichtspunkt verschiedener, alternierender oder miteinander in Konkurrenz stehender Werteorientierungen untersucht. Es wird dadurch mit der Vorstellung gebrochen, die ökonomische Handlungslogik sei der einzig legitime Ausdruck rationalen Handelns. Unter Zuhilfenahme einer empirischen Vorgehensweise werden jene Werteorientierungen beschrieben und ihr Einfluss auf die Organisationswahl bestimmt. Es zeigt sich dabei, dass sich nicht allein vermeintlich systemkonforme, ökonomische Wahlmotive als handlungsleitend – und damit für ein belastbares Erklärungsmodell als hinreichend – erweisen.

Schlagwörter: Werteorientierung, Rational Choice, Berufsausbildung, Mikrosoziologie

Economic and Non-Economic Value Orientation within the Selection of Organizations

Against the background of entering the dual system of vocational training, the decisions for and against certain educational organizations will be investigated in consideration of different alternate or competing value orientations. Thus, the idea of economic behavioral logic being the only legitimate expression of rational choice is abandoned. By utilizing an empirical approach, these value orientations and their effect on the selection of specific organizations will be determined. It shows that the choices are not exclusively informed by allegedly system-compatible, economic motives; therefore, these motives cannot be deemed sufficient to support an explanatory model.

Keywords: Value Orientations, Rational Choice, Vocational Training, Microsociology

1. Forschungsleitung und Hinführung

Der demografische und gesellschaftliche Wandel in den entwickelten Industrienationen und seine inzwischen breit und eindringlich diskutierten Folgen für die sozialen Sicherungssysteme, das Bildungssystem und den Arbeitsmarkt haben das Bewusstsein für die Knappheit qualifizierter Fachkräfte geschärft. Im Werben um das begehrte Humankapital stellen Unternehmen fest, dass diese im Arbeitsprozess verwertbaren Fertigkeiten und Kenntnisse untrennbar mit einer natürlichen Person verbunden sind

* Beitrag eingereicht am 14.06.2011; nach doppelt verdecktem Gutachterverfahren überarbeitete Fassung angenommen am 10.4.2012.

** Dr. Christoph Schank, Institut für Wirtschaftsethik, Universität St. Gallen, Tannenstrasse 19, CH-9000 St. Gallen, Tel.: +41 71 224 3147, Fax: +41 71 224 2881, E-Mail: christoph.schank@unisg.ch, Forschungsschwerpunkte: Corporate Social Responsibility, Corporate Citizenship, Bildungs- und Arbeitsmärkte.