

Anne Moog

**Das Bild des Beamten  
in der Öffentlichkeit**

*Das Wirksamwerden von Beamtenstereotypen  
aus individualpsychologischer Sicht*

**Verlag Dr. Kovač**

**Hamburg  
2008**

# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Einleitung.....</b>	<b>13</b>
<b>2</b>	<b>Theoretische Grundlagen.....</b>	<b>21</b>
2.1	Zum Konzept der Stereotypisierung.....	21
2.1.1	Historische Entwicklung der Stereotypenforschung.....	21
2.1.2	Definition und Abgrenzung.....	23
2.1.3	Stereotype als mentale Repräsentationen.....	24
2.1.4	Funktionen und Dysfunktionen stereotypen Denkens.....	25
2.1.5	Stereotype und Lernprozesse.....	31
2.2	Modelle der sozialen Eindrucksbildung und Stereotypisierung.....	34
2.2.1	Automatische und kontrollierte Informationsverarbeitungs- prozesse.....	34
2.2.2	Das Zweistufenmodell von Brewer.....	35
2.2.3	Das Dissoziationsmodell von Devine.....	38
2.2.4	Das Kontinuummodell von Fiske und Neuberg.....	40
2.2.5	Das Modell der Stereotypaktivierung und –inhibition von Bodenhausen und Macrae.....	43
2.2.6	Zusammenfassung.....	46
2.3	Theorien konzeptgesteuerter Informationsverarbeitung.....	47
2.3.1	Die Hypothesentheorie der sozialen Wahrnehmung.....	48
2.3.2	Die Schematheorie.....	51
2.3.3	Zusammenfassung.....	55
2.4	Die Verarbeitung sozialer Informationen: Die Attributionstheorien.....	56
2.4.1	Das Modell der korrespondierenden Schlussfolgerung von Jones und Davis.....	57
2.4.2	Das Kovariations- und das Konfigurationsmodell von Kelley.....	58
2.4.3	Attributions- und Urteilsverzerrungen.....	60
2.4.3.1	Der fundamentale Attributionsfehler.....	60
2.4.3.2	Urteilsheuristiken.....	63
2.4.4	Zusammenfassung.....	66

2.5	Das Konsistenzprinzip als Ordnungsschema zur Verbindung von Eindrücken .....	67
2.5.1	Die Theorie der kognitiven Dissonanz .....	68
2.5.2	Der Umgang mit stereotypinkonsistenten Informationen und die Veränderbarkeit von Stereotypen .....	72
2.5.3	Zusammenfassung .....	75
2.6	Das Bild des Beamten in der Öffentlichkeit .....	76
2.6.1	Die öffentliche Verwaltung als Dienstleister .....	76
2.6.2	Qualität in der öffentlichen Verwaltung .....	78
2.6.3	Erklärungsansätze zur Dienstleistungsqualität bzw. Kundenzufriedenheit .....	79
2.6.3.1	Der attributionstheoretische Emotionsansatz von Weiner.....	79
2.6.3.2	Das Konfirmation - Diskonfirmation Paradigma.....	81
2.6.4	Zusammenfassung .....	84
2.7	Konkretisierung der Zielsetzung und Fragestellung der Untersuchung .....	84
<b>3</b>	<b>Methodische Grundlagen .....</b>	<b>89</b>
3.1	Begründung der qualitativen Forschungskonzeption.....	89
3.2	Die Methode der Datenerhebung – das qualitative Interview.....	92
3.3	Die Durchführung der Datenerhebung .....	95
3.3.1	Aufbau des Interviewleitfadens .....	97
3.3.2	Rekrutierung und Beschreibung der Probandengruppe .....	100
3.3.3	Pretest und Durchführung der Interviews.....	102
3.4	Aufbereitungs- und Auswertungsverfahren der Interviews .....	102
3.4.1	Transkription der Interviews.....	102
3.4.2	Die qualitative Inhaltsanalyse nach Mayring.....	103
3.5	Betrachtung der Gütekriterien .....	109
<b>4</b>	<b>Darstellung der Einzelergebnisse .....</b>	<b>113</b>
4.1	Das Kategoriensystem .....	113
4.2	Abgrenzung der Probandengruppe nach Stereotypenstärke.....	129

4.3	Ausgewählte Einzelfälle .....	129
4.3.1	Proband C .....	129
4.3.2	Proband Q .....	134
<b>5</b>	<b>Ergebnisinterpretation und –diskussion.....</b>	<b>139</b>
<b>6</b>	<b>Rekonstruktion der Qualitätsurteilsbildung .....</b>	<b>167</b>
6.1	Darstellung.....	167
6.1.1	Positives Qualitätsurteil .....	167
6.1.2	Negatives Qualitätsurteil.....	169
6.2	Diskussion.....	171
6.3	Prototypische Einzelfälle .....	172
6.3.1	Proband C .....	173
6.3.2	Proband Q.....	178
<b>7</b>	<b>Zusammenfassung und Ausblick .....</b>	<b>185</b>
<b>8</b>	<b>Literaturverzeichnis .....</b>	<b>191</b>
<b>Anhang.....</b>	<b>.....</b>	<b>207</b>

## Abbildungen:

Abb. 1: Forschungsdesign im Überblick .....	86
Abb. 2: Merkmale der Interviews dieser Arbeit .....	95
Abb. 3: Ablaufdiagramm des empirischen Vorgehens in dieser Untersuchung .....	96
Abb. 4: Ausdifferenzierte Themenkreise des Interviews.....	98
Abb. 5: Interviewverlauf.....	99
Abb. 6: Auswertung der Probandengruppe.....	101
Abb. 7: Allgemeines Ablaufmodell nach Mayring.....	104
Abb. 8: Katalog qualitativer Analysetechniken.....	106
Abb. 9: Ablaufmodell zusammenfassender Inhaltsanalyse nach Mayring.....	108
Abb.10: Positives Qualitätsurteil .....	169
Abb.11: Negatives Qualitätsurteil.....	171