



Prof. Johanna Mollerstrom, Ph.D.,  
Leiterin der Abteilung Wettbewerb  
und Verbraucher am DIW Berlin

INTERVIEW MIT JOHANNA MOLLERSTROM

## »Frauen messen sich lieber mit sich selbst als mit anderen«

1. Frau Mollerstrom, ist es nicht ein Rollenklischee, dass Frauen weniger wettbewerbsorientiert sind als Männer? Das ist ein Rollenklischee, aber eines, das im Durchschnitt zutrifft. Natürlich gibt es viele Frauen, die gerne konkurrieren, und viele Männer, die das nicht so gerne tun. Aber in der Forschung sieht man ziemlich deutlich, dass Frauen im Durchschnitt weniger bereit sind, zu konkurrieren und in den Wettbewerb zu treten, als Männer.
2. Wie haben Sie die Wettbewerbsneigung von Frauen und Männern untersucht? Dafür verwende ich ein Laborexperiment, das ursprünglich nicht von mir erdacht wurde und schon von vielen Leuten verwendet worden ist. Dabei geht es um Mathematikaufgaben, die in drei Runden gelöst werden sollen. In der ersten Runde werden alle Teilnehmer pro korrekt gelöster Aufgabe bezahlt, und in der zweiten Runde müssen sie gegen eine andere Person in den Wettkampf treten. In der dritten Runde können sie es sich dann aussuchen, ob sie pro korrekt gelöster Aufgabe eine niedrigere Auszahlung bekommen oder ob sie in den Wettbewerb treten und dabei die Möglichkeit haben, mehr zu verdienen. Hierbei kann man vergleichen, wie sich Frauen und Männer verhalten. Wenn es darum geht, gegen andere in den Wettbewerb zu treten, dann konkurrieren in dieser dritten Runde Frauen weniger und Männer mehr.
3. Sie sagen „gegen andere“, kann man auch gegen sich selbst in den Wettbewerb treten? Genau. Das ist das, was wir untersucht haben und was tatsächlich neu ist. Der Gender Gap beim Wettbewerb gegen andere ist schon oft untersucht worden. Wir machen das auch, aber wir vergleichen das mit dem, was passiert, wenn man gegen sich selbst, also gegen das eigene frühere Ergebnis antritt und seine Leistung damit vergleicht. Dabei finden wir interessanterweise, dass es hier keinen Gender Gap mehr gibt, sondern dass Frauen genauso willig sind, gegen sich selber anzutreten, wie Männer.
4. Welche Folgen hat die unterschiedliche Wettbewerbsneigung von Frauen und Männern im Arbeitsleben? Man hat in früheren Arbeiten gesehen, dass Personen, die im Labor bereit sind, in den Wettbewerb gegen andere zu

treten, auch im richtigen Leben eher geneigt sind, das zu tun. Diese Personen wählen eher Berufe, Karrieren oder Studiengänge, die potentiell höhere Verdienstmöglichkeiten, aber auch ein höheres Risiko haben und mehr Konkurrenz beinhalten. Deswegen ist das, was wir im Labor finden, ein Weg, wie man verstehen kann, was auf dem Arbeitsmarkt vorgeht und warum wir weniger Frauen in sehr wettbewerbsorientierten Top-Positionen sehen.

5. Haben Männer durch ihre Neigung, eher mit anderen in den Wettbewerb zu treten, einen Vorteil? Das ist sehr schwer zu sagen. Im Labor kann man sehen, dass vor allem die Frauen, die die Aufgaben sehr gut können, mehr Geld verdienen würden, wenn sie mehr Bereitschaft zeigten, gegen andere anzutreten. Ich glaube, dass Frauen auch im Berufsleben mehr Geld und Karrieremöglichkeiten hätten, wenn sie eine höhere Wettbewerbsneigung zeigen würden.
6. Was spornt eher zu höheren Leistungen an – der Wettbewerb gegen andere oder der Wettbewerb gegen sich selbst? Wir finden hier bislang keinen Unterschied. Beides scheint die Leistung zu steigern. Aber das ist ein Thema, zu dem bisher sehr wenig geforscht wurde und etwas, das ich in der Zukunft gerne genauer untersuchen möchte.
7. Wie können Unternehmen oder Arbeitgeber Ihre Ergebnisse für sich nutzen? Eine Sache sollte einem als Arbeitgeber bewusst sein: Auch wenn Frauen ein bisschen vorsichtiger sein sollten, heißt das nicht, dass sie nicht genauso kompetent sind. Oft wird es als ein Zeichen von Kompetenz gesehen, dass jemand bereit ist, in den Wettbewerb zu treten. Man sollte sich bewusst sein, dass es hier einen Gender Gap gibt und viele Frauen, die genauso gut sind, aber einfach keine Lust haben, in den Wettkampf zu treten. Aber es gibt keinen Gender Gap in der Neigung, gegen sich selbst zu konkurrieren. Hier könnten eventuell Anreize geschaffen werden, sich selbst zu verbessern im Vergleich zu dem, was man vorher gemacht hat. Davon könnte man zum Beispiel Bonuszahlungen abhängig machen.

Das Gespräch führte Erich Wittenberg.



Das vollständige Interview zum Anhören finden Sie auf [www.diw.de/interview](http://www.diw.de/interview)



DIW Berlin – Deutsches Institut  
für Wirtschaftsforschung e.V.  
Mohrenstraße 58, 10117 Berlin  
T +49 30 897 89 -0  
F +49 30 897 89 -200  
84. Jahrgang

#### Herausgeberinnen und Herausgeber

Prof. Dr. Tomaso Duso  
Dr. Ferdinand Fichtner  
Prof. Marcel Fratzscher, Ph.D.  
Prof. Dr. Peter Haan  
Prof. Dr. Claudia Kemfert  
Prof. Dr. Lukas Menkhoff  
Prof. Johanna Mollerstrom, Ph.D.  
Prof. Karsten Neuhoff, Ph.D.  
Prof. Dr. Jürgen Schupp  
Prof. Dr. C. Katharina Spieß  
Prof. Dr. Gert G. Wagner

#### Chefredaktion

Dr. Critje Hartmann  
Dr. Wolf-Peter Schill

#### Redaktion

Renate Bogdanovic  
Dr. Franziska Bremus  
Prof. Dr. Christian Dreger  
Sebastian Kollmann  
Markus Reiniger  
Mathilde Richter  
Miranda Siegel  
Dr. Alexander Zerrahn

#### Lektorat

Dr. Frauke H. Peter  
Dr. Heike Belitz

#### Vertrieb

DIW Berlin Leserservice  
Postfach 74  
77649 Offenburg  
leserservice@diw.de  
Tel. (01806) 14 00 50 25  
20 Cent pro Anruf  
ISSN 0012-1304  
ISSN 1860-8787 (Online)

#### Gestaltung

Edenspiekermann

#### Satz

eScriptum GmbH & Co KG, Berlin

#### Druck

USE gGmbH, Berlin

Nachdruck und sonstige Verbreitung –  
auch auszugsweise – nur mit Quellen-  
angabe und unter Zusendung eines  
Belegexemplars an die Serviceabteilung  
Kommunikation des DIW Berlin  
(kundenservice@diw.de) zulässig.

Gedruckt auf 100 % Recyclingpapier.