

Doktorieren lohnt sich – auch finanziell

Wirtschaftswissenschaftler mit Dissertation verdienen besser als ihre Kollegen mit Lizentiat oder Master

Von Cedric El-Idrissi und Reto Wettstein*

Gründe, ein universitäres Studium mit einem Doktorat abzuschliessen, gibt es viele. Eine an der Universität Zürich verfasste Studie belegt, dass der Anreiz mit Blick aufs spätere Berufsleben, zumindest für Wirtschaftswissenschaftler, auch monetärer Art sein kann.

Sie prägen die Schweizer Wirtschaft und beeinflussen deren Geschicke massgeblich. Jene Führungsleute, die ihre universitären Studien mit einem Doktorat abgeschlossen haben. Dass besagte Promovierte zudem überdurchschnittlich hohe Einkommen erzielen, ist eine Tatsache – aus welchen Gründen auch immer die Doktorwürde angestrebt worden ist. Denn es gibt viele Gründe, eine Dissertation zu verfassen.

Verzögerter Karriereverlauf

Ohne Zweifel gehört dazu das Interesse an der wissenschaftlichen Forschung, die Begeisterung für ein Fach oder die Freude an der persönlichen Entfaltung. Nicht selten wird mit einer Dissertation aber auch die Verbesserung der eigenen Karrierechancen angestrebt. Für eine akademische Laufbahn ist die Promotion eine notwendige Voraussetzung. Die Mehrzahl der Promovierten

* Die Autoren sind Doktoranden am Institut für Strategie und Unternehmensökonomik der Universität Zürich.

arbeitet nach dem Studienabschluss jedoch nicht an der Universität, sondern nimmt eine berufliche Herausforderung in der Privatwirtschaft oder in der Verwaltung an. Dabei werden ein verzögerter Karriereverlauf sowie ein in der Phase des Doktorierens deutlich tieferer Lohn in Kauf genommen.

Empirische Studien belegen, dass eine Promotion zumindest einen positiven Einfluss auf die Arbeitszufriedenheit hat. Aber auch der objektiv messbare Faktor Arbeitslosigkeitsrisiko steht in einem positiven Zusammenhang mit dem Erlangen des Dokortitels. Die in diesem Kontext am häufigsten diskutierte Frage ist aber, ob sich eine Promotion finanziell und mit Blick auf die spätere berufliche Position lohnt. In der ökonomischen Theorie existieren klassische Ansätze, die eine Promotion als Investition und stellt einen direkten Zusammenhang zwischen der Anzahl Bildungsjahre und der Produktivität sowie dem Einkommen her. Für die Erlangung der Doktorwürde muss in mehrere zusätzliche Bildungsjahre investiert werden, was sich theoretisch in einem höheren Einkommen von Promovierten niederschlagen müsste. Weiter gehen sogenannte Signal- und Filtertheorien davon aus, dass das Humankapital einer Person nicht direkt einschätzbar ist. Daher werden von Arbeitgebern Bildungszertifikate (zum Beispiel ein Doktorat) als Ersatzindikatoren beigezogen, die Rückschlüsse auf das

Humankapital von Stellenbewerbern zulassen. So weit die Theorie, aber wie sieht die Realität von Promovierten hinsichtlich beruflicher Position und Einkommen aus?

In der Führungsetage gut vertreten

Eine im Jahr 2008 publizierte Studie der Universität Bern untersucht den Einfluss einer Dissertation auf das Einkommen von Schweizer Universitätsabgängern. Schon ein Jahr nach Abschluss zeigt sich unter Einbezug des Alters ein signifikant höheres Einkommen der Promovierten im Vergleich mit den Absolventen ohne Dokortitel. Um die Bildungsrendite einer Dissertation zu beurteilen, reicht jedoch eine Betrachtung der Einstiegsgehälter nicht aus. Eine Analyse des weiteren Berufsverlaufs ist dazu vonnöten. Nach einer Untersuchung der 500 grössten Schweizer Unternehmen aus dem Jahr 2007 verfügen 19% der Geschäftsleitungsmitglieder über eine Promotion. In einer früheren Analyse aus dem Jahr 2004 werden nur die 100 grössten Unternehmen des Swiss Performance Index betrachtet, wodurch sich der Anteil an Promovierten in den Führungsgremien auf 25% erhöht. Stellt man diesen Werten den in den 1980er und 90er Jahren durchschnittlichen Anteil von 13% der Promotionen an allen universitären Abschlüssen gegenüber, lässt sich leicht erkennen, dass Promovierte in den Führungsetagen übervertreten sind. Wird zudem berücksichtigt, dass längst nicht alle Topmanager über eine universitäre Ausbildung verfügen, ergibt sich eine noch deutlichere Überrepräsentation von Promovierten in Managementpositionen. Das Ergebnis dieser Analyse legt den Schluss nahe, dass eine Promotion die Wahrscheinlichkeit auf eine führende Berufsposition entscheidend erhöht.

Soll der Einfluss einer Dissertation auf das Einkommen quantifiziert werden, muss die Ein-

kommensentwicklung zwischen promovierten und nicht promovierten Universitätsabgängern untersucht werden. Diese haben die Autoren in einer Befragung von 441 ehemaligen Studierenden der wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät der Universität Zürich untersucht. Das Jahresbruttoeinkommen besagter Absolventen beträgt dabei im Durchschnitt 158 000 Schweizer Franken. Ein Einflussfaktor der Einkommenshöhe ist, wie von der Humankapitaltheorie prognostiziert, die Berufserfahrung, deren Bedeutung mit zunehmendem Alter abnimmt. Weitere Einflussfaktoren auf die Einkommenshöhe sind die berufliche Position sowie die Grösse der Firma, in der die Befragten tätig sind. Interessanterweise ergeben sich unter Berücksichtigung aller Kontrollvariablen keine Einkommensunterschiede zwischen den Geschlechtern.

40 000 Franken mehr Jahreseinkommen

Die eingangs gestellte Frage, ob sich das Verfassen einer Dissertation finanziell lohnt, kann beantwortet werden. Denn Promovierte der wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät der Universität Zürich verdienen im Durchschnitt 39 700 Franken mehr als Absolventen ohne Promotion. Während der Doktorandenphase fallen durch ein tieferes Einkommen sowie fehlende Berufserfahrung Opportunitätskosten an. Aber auch unter Berücksichtigung dieser Opportunitätskosten lohnt sich eine Investition in das Bildungszertifikat «Promotion» – zumindest in eines der Uni Zürich. Der von der ökonomischen Theorie vorausgesagte Effekt einer Promotion lässt sich also in der Praxis belegen. Ein Dokortitel allein stellt aber noch keine Garantie für den beruflichen Aufstieg dar. Es ist aber wahrscheinlich, dass die aufgewandten Mühen mit mehr abgegolten werden als lediglich mit zwei Buchstaben und einem Punkt.

Anzeige

Top-Ranked in Europe

Kellogg-WHU

EXECUTIVE MBA PROGRAM



Next Interview Day –
6th December

The Kellogg-WHU Executive MBA

- Jointly offered by Kellogg School of Management and WHU Germany
- International modules in USA, Hong Kong, Canada and Israel
- Taught by world-renowned MBA faculty
- Two-year program, strong focus on team leadership

Kellogg-WHU Executive MBA Program, Germany
EMBA Office: Tel. +49 261 6509 185
emba@whu.edu
www.kellogg.whu.edu





Laufbahnen

Mit 32 Jahren zum CEO ernannt

R. Sc. Die Erfahrenste in der Geschäftsleitung ist gleichzeitig die Jüngste: Die 34-jährige Trix Ammann arbeitet seit elf Jahren für die Katadyn Produkte AG, einen weltweit tätigen Hersteller von portablen Wasserreinigungssystemen und Entsalzungsgeräten. Seit fünf Jahren ist sie in der operativen Führung des Unternehmens mit Hauptsitz in Wallisellen dabei, seit zwei Jahren ist sie dessen CEO und Teilhaberin. Angefangen hat Ammann als Produktmanagerin. Der Kontakt zur Firma ist durch Zufall entstanden: Nach einem Marketing-Studiengang an der University of California arbeitete Ammann für einen Reiseveranstalter in Arizona, der auch die Firma Katadyn vertrat.

Ein Produkt wie ein Outdoor-Wasserfilter sei spannender als ein Service, zu denen etwa der Verkauf von Ferienreisen gehöre, findet Ammann. Ein Filter bleibe fassbar; Verbesserungen gegenüber dem Vorgängermodell würden schnell augenscheinlich – eine Einschätzung aus kompetenter Sicht, ist doch bei einem Unternehmen mit 85 Mitarbeitenden die Nähe der Geschäftsführerin zur Entwicklungs- und Produktionsabteilung weiterhin gegeben. Für ihren Weg an die Spitze von Katadyn seien nicht zuletzt Qualitäten im Umgang mit anderen entscheidend gewesen sowie die Tatsache, dass sie einen Mentor in der Person ihres Vorgängers gehabt habe. «Jungmanager brauchen Förderer. Das verleiht einem die notwendige Sicherheit, denn Fehler macht jeder», sagt Ammann. Ihre Ernennung zum CEO weiss



«Jungmanager brauchen Förderer. Das verleiht einem Sicherheit, denn Fehler macht jeder.»

Trix Ammann,
CEO Katadyn AG

die gelernte Luftverkehrsangestellte durchaus einzuordnen in eine Firmenkultur, die eher auf den Lernwillen vielversprechender Leute setzt, als von Anfang an nach gestandenen Kräften Ausschau zu halten. Entsprechend ist der MBA mit Schwerpunkt Unternehmensentwicklung, den sie sich zuvor in einem zweijährigen Wochenendprogramm erworben hat, nur ein Teil eines Prozesses.

Bis 2006 war Ammann für Marketing und Entwicklung zuständig. Nun gehört es zu ihren Aufgaben, nicht mehr nur kreativ zu denken, sondern auf die Fertigstellung mehrerer parallel laufender Projekte zu pochen. Andererseits kann sie heute Fragen, die die Firma betreffen, auch nicht mehr ausweichen. Sie kann einen Entscheid höchstens vertagen, sich zur Sicherheit Rat von aussen einholen – oder ihrer Intuition vertrauen.