9. Fachgruppentagung Arbeits-, Organisations- und Wirtschaftspsychologie in Mainz, 24.-26.09.2015

Moldzio, Dr. Thomas, moldzio@moldzio.com,
Moldzio & Partner – Institut für Personalauswahl, Tremsbüttel

Die Bedeutsamkeit des Auswahlverfahrens für die Wahrnehmung des Unternehmens am Arbeitsmarkt

Fragestellung: Entsprechend der Gerechtigkeitsregeln von Gilliland (1993) sowie des heuristischen Modells von Ryan und Ployhart (2000) wurde angenommen, dass es sowohl Personenmerkmale als auch Verfahrenseigenschaften gibt, die mit der Akzeptanz aus Bewerbersicht zusammenhängen. Weiterhin wurde angenommen, dass die Akzeptanz mit dem Erleben und Verhalten der Bewerber nach einem absolvierten Auswahlprozess in Zusammenhang steht.
Untersuchungsdesign: Zur Erhebung der Akzeptanz und persönlicher Einstellungen zum Unternehmen wurde ein Fragebogen entwickelt. Es wurden zwei Feldstudien in unterschiedlichen Unternehmen durchgeführt, in denen tatsächliche Bewerber (N_1 = 163, N_2 = 118) zu ihren Wahrnehmungen und ihrem Verhalten befragt wurden.
Ergebnisse: Die angenommene faktorielle Struktur der Akzeptanz ließ sich belegen, wobei sich die wahrgenommene Fairness des Auswahlverfahrens als stärkste Facette zeigte. In beiden Studien korrelierte die Akzeptanz des Auswahlverfahrens mit der Bewertung des Unternehmens. In Studie 2 wurde ein Zusammenhang der Akzeptanz mit den Intentionen zur Weiterempfehlung des Unternehmens und der Wiederbewerbung beim Unternehmen gefunden. Für beide Kriterien galt, dass der Einfluss eines Angebots größer war als der der Akzeptanz. Es zeigten sich verschiedene Mediatoreffekte der Persönlichkeit auf die Beziehung zwischen der Akzeptanz und dem Erleben der Bewerber.
Limitationen: Hier sind das Querschnittsdesign und die eingesetzten Selbstaussagen zu nennen. Im Rahmen der beiden Feldstudien konnten lediglich retrospektive Einschätzungen abgefragt werden.
Theoretische/Praktische Implikationen: Die Ergebnisse bestätigen die Komplexität der Zusammenhänge der Bewerberwahrnehmung und ihrer Auswirkungen. Zudem wird die Relevanz für die Auswahlpraxis deutlich, wie sich die Bewerberwahrnehmung auf die Arbeitgebermarke auswirkt.
Relevanz/Beitrag:
Die Studien bestätigen bisherige Forschungserkenntnisse im Auswahlkontext. Mit dem neu entwickelten Akzeptanz-Fragebogen steht ein validiertes Instrument für die Untersuchung von Bewerberwahrnehmungen zur Verfügung.