

**„Beauty in the Job“ - Physische Attraktivität als
sachfremdes Bewerbermerkmal in
Personalauswahlverfahren
Eine empirische Untersuchung am Beispiel des
universitären Personalauswahlkontextes**

Inaugural-Dissertation
zur Erlangung des Doktorgrades der Philosophie (Dr. phil.)
durch die Philosophische Fakultät der
Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf

vorgelegt von Joël Binckli
aus Köln

Betreuer:
Univ.-Prof. Dr. Ulrich Rosar

Düsseldorf, September 2014

D61

Danksagung

Hiermit möchte ich mich bei allen Personen bedanken, die mir während des gesamten Forschungs- und Schreibprozesses zur Seite gestanden haben und mich in vielerlei Hinsicht unterstützt haben:

Ich danke vor allem meinem Doktorvater Prof. Dr. Ulrich Rosar, der mich immer gefördert hat und mir mit sanftem Druck den Weg zur Fertigstellung dieses Projekts geebnet hat. Bei Prof. Dr. Karsten Hank bedanke ich mich ebenfalls für seine Unterstützung des Projektes.

Bei Harald Beier, PD Dr. Hermann Dülmer, Dr. Hanna Hoffmann, Jennifer Klöckner, Johannes Krause, Sascha Riedel und Hawal Shamon für die vielen erhellenden Gespräche und wertvollen Hinweise und Anmerkungen, vor allem bei statistisch-methodischen Problemen. Ebenso danke ich Nasim und Dr. Christoph Kowalski für ihre hilfreichen und konstruktiven Kommentare zu stilistischen und inhaltlichen Fragen. Ohne sie wäre diese Arbeit nicht in dieser Form zu Stande gekommen.

Den Professoren und Mitarbeitern des Instituts für Soziologie und Sozialpsychologie der Universität zu Köln, die mich in den intensiven Schreibphasen unterstützt und mir den Freiraum zum Schreiben gegeben haben.

Bei Nicole Abarrientos, Petra Altendorf, Giuseppe Bardaro, Philip Heber, Anna Heidel, René Heinitz, Daniela Leifhelm, Sophia Schneider und Martina Peters möchte ich mich für die Hilfe und tatkräftige Unterstützung in der alltäglichen Arbeit zur erfolgreichen Durchführung des Projekts und die vielen kleinen Hilfestellungen bedanken.

Besonderer Dank geht an meine Familie und Freunde, vor allem an meine Frau Anne und meinen Sohn Mathis, die in vielen Phasen des Projekts auf mich verzichten mussten und mich trotzdem in allen Situationen mit ihrer Liebe und ihrem Rückhalt unterstützt haben.

Abstract

Diese Studie untersucht, ob sachfremde Bewerbermerkmale im Allgemeinen und physische Attraktivität im Besonderen einen signifikanten Einfluss auf die Einstellungsentscheidung auf dem deutschen Arbeitsmarkt haben. Bisherige Forschungsergebnisse zeigen, dass sich physische Attraktivität als Wettbewerbsvorteil in vielen Lebensbereichen auswirkt. Zur Überprüfung der Hypothesen werden hoch standardisierte Bewerberfotos aus einem zu diesem Zweck durchgeführten Fotoshooting im experimentellen Forschungsdesign eines faktoriellen Surveys genutzt. In der Untersuchung wurde ein simuliertes Bewerbungsverfahren für je eine Stellenform mit und ohne Führungsaufgaben im universitären Kontext durchgeführt. Für 576 Befragte wurde mit einer Mehrebenenanalyse geprüft, welchen Einfluss die sachfremden Merkmale (Attraktivität, Geschlecht, Familienstand) und sachbezogenen Merkmale (Leistung, Berufssituation, Berufserfahrung) eines Bewerbers auf die Einstellungsentscheidung haben. Die empirischen Ergebnisse der vorliegenden Arbeit zeigen, dass die Attraktivität einen signifikanten direkten Einfluss auf die Entscheidung zur Einstellung eines Bewerbers hat, der ähnlich groß wie der Einfluss des Geschlechts ist.

Abstract

This study examines whether job irrelevant applicant characteristics in general and physical attractiveness in particular have a significant impact on the recruitment decision on the German labor market. Previous research shows that physical attractiveness as a competition advantage affects many areas of life. To test the hypotheses, highly standardized applicant photos from a photographic shooting carried out for this purpose are used in an experimental research design of a factorial survey. In the study a simulated application procedure was carried out for job forms with and without management tasks in the university context. For 576 participants, a multilevel analysis was carried out to determine the impact of job irrelevant characteristics (attractiveness, gender, family status) and job relevant characteristics (performance, job situation, professional experience) of an applicant on the recruitment decision. The empirical results of this study show that the attractiveness of an applicant has a significant positive influence on the decision to hire an applicant, which is similar to the influence of sex.

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	5
Abbildungsverzeichnis.....	8
Tabellenverzeichnis	9
Einleitung.....	11
1 Definition und Dimensionen physischer Attraktivität	18
1.1 Definition und Inhalt physischer Attraktivität.....	19
1.2 Dimensionen physischer Attraktivität	22
1.2.1 Körper	22
1.2.2 Gesicht	24
1.2.3 Kann man die physische Attraktivität einer Person messen? – Der <i>attractiveness consensus</i>	31
2 Wirkmechanismen physischer Attraktivität.....	35
2.1 Wer attraktiv ist, wird beachtet! – Der <i>attractiveness attention boost</i>	35
2.2 Was schön ist, ist auch gut! – Das <i>attractiveness stereotype</i>	36
2.3 Den Attraktiven wird verziehen – Der <i>attractiveness glamour effect</i>	39
2.4 Attraktivität und Austausch in sozialen Beziehungen – Der <i>attractiveness treatment advantage</i>	40
2.5 Moderierende Mechanismen auf die Wirkung physischer Attraktivität	42
2.5.1 „Attractiveness-Frog-Pond-Effekt“	42
2.5.2 „Beauty-is-beastly-Effekt“	42
2.6 <i>Attractiveness competition advantage</i>	44
3 Physische Attraktivität als Einflussfaktor im Personalwesen	46
3.1 Vor Beginn der Erwerbsbiografie	46
3.2 Einstellungschancen	49
3.3 Einkommen.....	52
3.4 Produktivität und Berufserfolg	55
3.5 Forschungsstand: Der Einfluss der physischen Attraktivität im Bewerbungskontext	59
4 Der Arbeitsmarkt – ein kurzer Überblick über theoretische Erklärungsmodelle	63
4.1 Neoklassisches Modell	63
4.1.1 Informationen.....	64

4.1.2	Qualifikation und Wissen: Humankapitaltheorie	65
5	Personalauswahlverfahren	67
5.1	Das trimodale Modell der Personalauswahl	69
5.1.1	Biografieorientierte Verfahren der Personalauswahl.....	70
5.1.2	Persönlichkeitsorientierte Verfahren zur Personalauswahl	70
5.2	Personalauswahl als (idealtypischer) Prozess	73
5.2.1	Anforderungsanalyse	74
5.2.2	Personalgewinnung	75
5.2.3	Analyse der Bewerbungsunterlagen	76
5.2.4	Vorstellungsgespräch / Einstellungsinterview	83
5.2.5	Auswahlentscheidung	86
5.3	Rechtliche Vorgaben in Personalauswahlverfahren	87
5.3.1	AGG – Allgemeines Gleichbehandlungsgesetz.....	87
5.3.2	Auswahlverfahren im öffentlichen Dienst.....	89
5.4	Anonymisierte Personalauswahlverfahren	90
5.4.1	Internationale Projekte.....	91
5.4.2	Modellversuch in Deutschland	93
6	Physische Attraktivität als Merkmal sozialer Ungleichheit im Personalauswahlkontext?	95
7	Hypothesen.....	99
7.1	Zentrale Hypothesen.....	99
7.2	Interaktionseffekte	102
8	Daten und Methode	106
8.1	Geeignete Versuchspersonen.....	106
8.2	Grundgesamtheit.....	107
8.3	Untersuchungsdesign.....	108
8.3.1	Vignettenvariablen der Bewerber	111
8.3.2	Variablen der Befragten.....	113
8.4	Auswahl der Fotos	115
8.4.1	Standardisierung der Fotos	115
8.4.2	Fotoprojekt und Fotoshooting.....	116
8.4.3	Attraktivitätsrating und Auswahl der Fotografien	117
8.5	Fragebogendesign.....	120
8.6	Daten und Datenaufbereitung.....	123
8.7	Methode der Mehrebenenanalyse.....	133
8.8	Analysestrategie	137

9	Empirische Analysen.....	140
9.1	Random-Intercept-Only-Modell.....	141
9.2	Haupteffekte	143
9.3	Beauty-is-beastly-Effekt.....	146
9.4	Leistung und Personalerfahrung.....	148
9.5	Attraktivität und Geschlecht.....	151
9.6	Familienstand	155
9.7	Arbeitslosigkeit.....	157
9.8	Zusammenfassung der Ergebnisse	159
10	Diskussion und Ausblick.....	161
	Literatur	168
	Anhang.....	201
	Lebenslauf.....	215

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: weibliches und männliches „Unsexy/unattraktives-Gesicht“ und „Sexy/attraktives Gesicht“ im Vergleich. Quelle: Braun et al. 2003, S. 43.....	30
Abbildung 2: Ansätze der Eignungsprüfung, Quelle: eigene Darstellung nach Berthel und Becker 2010, S. 263	69
Abbildung 3: Schritte eines idealtypischen Personalauswahlprozesses, Quelle: eigene Darstellung nach Kay 2008, S.176	73
Abbildung 4: Entscheidungslogik der Personalauswahl, Quelle: eigene Darstellung nach Weuster 2012, S.1.....	77
Abbildung 5: Aspekte der Lebenslaufanalyse, Quelle: eigene Darstellung nach Manke 2008, S. 31.	80
Abbildung 6: Kausalschema H1	100
Abbildung 7: Kausalschema H2	100
Abbildung 8: Kausalschema H3	101
Abbildung 9: Kausalschema H4.1	102
Abbildung 10: Kausalschema H4.2	102
Abbildung 11: Kausalschema H4.3	103
Abbildung 12: Kausalschema H4.4	104
Abbildung 13: Kausalschema H4.5	104
Abbildung 14: Kausalschema H4.6	105
Abbildung 15: Übersicht der Einträge im Hochschullehrerverzeichnis	107
Abbildung 16: Forschungsdesign der Untersuchung.....	111
Abbildung 17: Einleitungstexte im Fragebogen: Frame 1 und 2.....	120
Abbildung 18: Beispielvignetten wissenschaftlicher Mitarbeiter und Projektleiter.....	122
Abbildung 19: Histogramm Alter der Befragten	126
Abbildung 20: Publikationsleistung der Befragten in den letzten drei Jahren inkl. Koautorenschaften	130
Abbildung 21: Attraktivität der Befragten (Selbsteinschätzung)	131
Abbildung 22: Attraktivität der Befragten nach Geschlecht (Selbsteinschätzung)	132
Abbildung 23: Effekte der Kontext- und der Individualebene	133
Abbildung 24: Interaktionseffekte zwischen Kontext- und Individualebene	133
Abbildung 25: Hierarchische Datenstruktur bei faktoriellen Survey-Daten, Quelle: Frings 2008, S. 240.	134
Abbildung 26: Verteilung der abhängigen Variable Einstellungsentscheidung.	140

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Merkmale der Gesichtsattraktivität bei Frauen und Männern. Quelle: Braun et al. 2003, S. 43.....	29
Tabelle 2: Korrelation der Attraktivität mit Merkmalen der Big Five Persönlichkeitseigenschaften. Quelle: Braun et al. 2003, S. 44.....	38
Tabelle 3: Vignettenvariablen (Bewerber) für zwei Stellenformen: Mit Führungsaufgaben (Projektleiter) / ohne Führungsaufgaben (Mitarbeiter).....	113
Tabelle 4: Variablenübersicht Befragte	114
Tabelle 5: Standardisierter Fotomerkmale des Fotoshootings.....	117
Tabelle 6: Attraktivitätsrating differenziert nach Geschlecht der Rater	119
Tabelle 7: Feldbericht der Datenerhebung.....	123
Tabelle 8: Beschäftigungsarten der Befragten.....	124
Tabelle 9: Geschlecht aller Befragten und nur der Professuren	125
Tabelle 10: Geschlechterverteilung Professuren in Deutschland 2010, Quelle: eigene Darstellung, Statistisches Bundesamt 2010.....	125
Tabelle 11: Verheiratete Befragte mit Kindern	126
Tabelle 12: Fachbereichszuordnung der Befragten	127
Tabelle 13: Berufserfahrung: Dauer der Professur	128
Tabelle 14: Erlebte Arbeitslosigkeit und Arbeitslosigkeitsdauer der Befragten	128
Tabelle 15: Personalerfahrung der Befragten mit wissenschaftlichen und nichtwissenschaftlichen Mitarbeitern	129
Tabelle 16: Statistische Kennzahlen der Variablen auf Befragtenebene	139
Tabelle 17: Übersicht über die verwendeten Interaktionsterme	139
Tabelle 18: Random-Intercept-Only-Modell	141
Tabelle 19: Mehrebenenanalyse für die Einstellungsentscheidung: beide Stellen gemeinsam (Modell 1)	143
Tabelle 20: Mehrebenenanalyse für die Einstellungsentscheidung für beide (Modell 1) und getrennt nach Stellenformen (Modell 2 und 3).....	144
Tabelle 21: Mehrebenenanalyse für die Einstellungsentscheidung mit Interaktionen zum Beauty-is-beastly-Effekt	147
Tabelle 22: Mehrebenenanalyse für die Einstellungsentscheidung mit Interaktionen Leistung	148
Tabelle 23: Mehrebenenanalyse für die Einstellungsentscheidung mit Interaktionen zu Berufs- und Personalerfahrung	150
Tabelle 24: Mehrebenenanalyse für Einstellungsentscheidung mit Interaktionen zu Attraktivität differenziert nach Stellenformen	152
Tabelle 25: Mehrebenenanalyse für Einstellungsentscheidung mit Interaktionen zu Attraktivität und Geschlecht.....	153
Tabelle 26: Mehrebenenanalyse für Einstellungsentscheidung mit Interaktionen zu Attraktivität und Geschlecht getrennt nach Stellenform	154
Tabelle 27: Mehrebenenanalyse für Einstellungsentscheidung mit Interaktionen	

zu Familienstand getrennt nach Stellenformen.....	156
Tabelle 28: Mehrebenenanalyse für Einstellungsentscheidung mit Interaktionen zu Arbeitslosigkeit und Arbeitslosigkeitsdauer	157
Tabelle 29: Zusammengefasste Ergebnisse der Hypothesen.....	160

Einleitung

*"Schönheit ist überall ein
gar willkommener Gast"*

(J. W. v. Goethe, Die Wahlverwandtschaften I, 6¹)

Die physische Attraktivität eines Menschen ist in den meisten Fällen eine der ersten Informationen, die man an seinem Gegenüber wahrnehmen kann. Es ist eine weit verbreitete Alltagsweisheit, dass die äußere Anmutung eines Menschen einen Effekt auf die Bewertung durch andere Personen haben kann. Dass physische Attraktivität als Einflussfaktor auf soziale Interaktionen eine wichtige Rolle in vielen Lebensbereichen spielt, ist interdisziplinär und empirisch nachgewiesen (Patzer 1985; 2007). Das hat die, vornehmlich sozialpsychologische, Attraktivitätsforschung zunächst für Paarbildungsprozesse (vgl. Grammer 2005), später auch für soziale Beurteilungen und soziale Interaktionen von Personen gezeigt (vgl. als Überblick Etoff 2001; Naumann 2006; Renz 2006; Patzer 1985, 2007). Für viele Bereiche des alltäglichen Lebens gilt nach derzeitigem Forschungsstand, dass (1) ein hoher Konsens in der Attraktivitätsbewertung zwischen verschiedenen Ratern² besteht und dass (2) der physischen Attraktivität eine große Bedeutung zugewiesen werden kann. Für die Wirkung von Attraktivität konnten einige zentrale Mechanismen festgestellt werden, die erklären können, warum sich physische Attraktivität auf soziale Interaktionen in vielen Lebensbereichen auswirkt. Zum einen hat sich gezeigt, dass attraktiven Menschen in höherem Maße die Aufmerksamkeit ihrer Mitmenschen geschenkt wird. Zum anderen werden attraktive Menschen in den verschiedensten Situationen im Vergleich zu unattraktiven Menschen bevorzugt behandelt³. Beide Effekte wurden auch schon bei Kleinkindern nachgewiesen (Ramsey und Langlois 2002). Dies hat zur Folge, dass attraktive Menschen im Verlauf ihres Lebens mehr Zuwendung und Unterstützung durch ihre Umwelt erfahren. Als grundsätzliche Erklärung für die Wirkung von

¹ Goethe, Johann Wolfgang v. (1995).

² In der Sozialpsychologie werden Probanden, die Eigenschaften oder Attribute von Personen, Sachen oder Ereignissen beurteilen, als „Rater“ bezeichnet.

³ vgl. als Überblick zu den Effekten physischer Attraktivität Rosar und Klein 2009b, S.623ff; Renz 2006.

physischer Attraktivität wird in der Forschung das *Attraktivitäts-Stereotyp* angeführt: Attraktiven Menschen werden ungeachtet ihres Geschlechts eine Vielzahl positiver Persönlichkeitseigenschaften zugeschrieben, unabhängig davon, ob sie diese besitzen oder dem Rater weitere Informationen zu ihrer Persönlichkeit vorliegen (Dion et al. 1972, 1990; Bassili 1981).⁴

Die Ergebnisse aus den verschiedensten Lebensbereichen⁵ lassen vermuten, dass sich physische Attraktivität als Wettbewerbsvorteil auch in Personalentscheidungen auswirkt und als eine spezifische Ausprägung des Humankapitals einer Person verstanden werden kann, die in bestimmten Situationen einen gewinnbringenden Vorteil verschafft. Diese Vermutung kann nach dem derzeitigen Forschungsstand auch durch eine Reihe empirischer Studien bestätigt werden (vgl. Hamermesh und Biddle 1994; Ruffle und Shtudiner 2013; Marlowe et al. 1996; Watkins und Johnston 2000).⁶ Für Deutschland liegen allerdings bislang nur wenige Forschungsarbeiten zu physischer Attraktivität und deren Bedeutung auf dem Arbeitsmarkt und insbesondere in Bezug auf Einstellungsverfahren und Karriere- bzw. Aufstiegschancen vor. Für Einstellungsverfahren konnte im deutschsprachigen Raum lediglich die Arbeit von Schuler und Berger (1979) den Einfluss der physischen Attraktivität zeigen, allerdings wurde die Untersuchung in den späten 1970er Jahren durchgeführt und lässt sich daher nur eingeschränkt auf die moderne Personalauswahl übertragen.

Die aktuelle deutschsprachige Forschung befasst sich vornehmlich mit den ökonomischen Vorteilen von Arbeitnehmern, d. h. mit dem Einfluss physischer Attraktivität auf das Einkommen (Pfeifer 2012; Bozoyan und Wolbring 2012). Für den anglo-amerikanischen Raum liegen weit mehr Untersuchungen zur physischen Attraktivität aus dem Bereich Personalauswahl vor: Sie zeigen, dass attraktivere Bewerber eine höhere Chance auf Einstellung haben und dass sie in Verhandlungssituationen, z. B. in Vorstellungsgesprächen, höhere Gehälter erzielen.

⁴ Vgl. hierzu auch die Meta-Analysen von Eagly et al. (1991) und Feingold (1992).

⁵ Renz (2006) gibt einen umfassenden interdisziplinären Überblick über die zentralen Erkenntnisse der Attraktivitätsforschung unter Berücksichtigung der verschiedenen Wissenschaftsdisziplinen.

⁶ Hakim (2011, S. 21ff.) verwendet im Gegensatz zu dieser Ansicht in Anlehnung an die drei Kapitalformen von Bourdieu (1992) eine vierte Kapitalform, die sie *erotisches Kapital* nennt. *Erotisches Kapital* beschränkt sich nicht nur auf die physische Attraktivität, sondern umfasst nach Hakim weitere Elemente: sexuelle Attraktivität, Charme/Anmut, Vitalität, soziale Präsentation und Sexualität. Hakim zufolge ist der Anteil der Bedeutung der Einzelelemente für das *erotische Kapital* geschlechts- und kulturabhängig.

sprächen, von ihrer Attraktivität profitieren (Shahani et al. 1993). Weitere Studien belegen, dass Attraktivitätseffekte im Sinne eines Attraktivitätsbonus in Bezug auf höheres Einkommen, beruflichen Erfolg und Aufstiegschancen auftreten (Hamermesh 2011; Dickey-Bryant et al. 1986; Kaczorowski 1998; Mulford et al. 1998; Pfann et al. 2000). Die Wirkung lässt sich, den meisten Untersuchungen zufolge, in einzelnen Bereichen nach Geschlechtern differenzieren. Dies gilt nicht nur für den Personalbereich, sondern auch generell für den Erfolg in Organisationen (Heilman und Stopeck 1985a). Nicht immer jedoch wirkt sich physische Attraktivität positiv aus. In bestimmten Kontexten findet sich der *Beauty-is-beastly*-Effekt, der vorrangig attraktive Frauen betrifft (Heilman und Saruwatari 1979; Podratz und Dipboye 2002), oder das *Think-Manager-think-male-Stereotyp* (Sczesny 2003): Je attraktiver eine Frau ist, desto stärker werden ihr weibliche Eigenschaften zugesprochen. Agiert sie in männlich dominierten Handlungskontexten wie z. B. dem Management⁷, wirkt sich dies nachteilig auf die Wahrnehmung ihrer Kompetenz und die Bewertung ihrer Leistung aus – der Einfluss der Attraktivität ist dann negativ. Übertragen auf den Kontext von Personalauswahlverfahren in Deutschland stellt sich daher die Frage, ob und in welchem Ausmaß die physische Attraktivität als Merkmal eines Bewerbers Entscheidungen in aktuellen Personalauswahlverfahren beeinflusst. In den einzelnen Phasen eines Personalauswahlverfahrens werden die Personalentscheider mit einer Vielzahl von Merkmalen eines Bewerbers konfrontiert, anhand derer sie nach dem Vergleich mit anderen Bewerbern eine Entscheidung treffen müssen. Das Ziel von Bewerbungsverfahren ist es, den Bewerber zu ermitteln, der aufgrund seiner Fähigkeiten am besten dem Anforderungsprofil entspricht (Dincher und Mosters 2011, S. 3). Biografieorientierte Verfahren der Personalauswahl versuchen auf der Basis des vorangegangenen Verhaltens eines Bewerbers eine Vorhersage über sein zukünftiges Arbeitsverhalten treffen. Als klassische Instrumente dieser Form der Personalauswahl gelten die Analyse von Bewerbungsunterlagen (inklusive Lebenslauf) und biografische Interviews (Vorstellungs-/Einstellungs-gespräche). Grundsätzlich ist bei biografieorientierten Bewerbungsverfahren zu unterscheiden, welchen Einfluss sachbezogene Merkmale (wie z. B. Ausbildung, Berufserfahrung, Abschlussnote) und sachfremde⁸ Merkmale eines Bewerbers (wie

⁷ Lange Zeit galt dies auch für die Politik: Rohrbach und Rosar (2013) finden den Effekt in ihrer aktuellen Untersuchung nicht mehr.

⁸ Sachfremd laut Duden (2011) im Sinne von „nicht zur Sache gehörend, nichts mit ihr [der Tätigkeit, Anm. d. Verf.] zu tun habend“.

z. B. Familienstand, Ethnie, Geschlecht oder die physische Attraktivität) auf die Einstellungsentscheidung haben.

Um den Einfluss sachfremder Personenmerkmale in den verschiedensten Lebensbereichen zu minimieren und Diskriminierung zu vermeiden, hat der Gesetzgeber 2006 das Allgemeine Gleichbehandlungsgesetz (AGG) erlassen. Mit dem Inkrafttreten des AGG haben sich in Deutschland die Rahmenbedingungen auch auf dem Arbeitsmarkt geändert; dies gilt vor allem für Personalauswahlverfahren. Vor August 2006 gehörte es zu den obligatorischen Bedingungen in der Personalauswahl, jeder Bewerbung ein Bewerbungsfoto beizufügen. Das AGG verpflichtet die Arbeitgeber, Mitarbeiter und Bewerber nicht aufgrund ihres Geschlechts, ihrer Religion oder Weltanschauung, ihres Alter, ihrer sexuellen Identität, einer Behinderung oder ihrer ethnischen Herkunft zu beachteiligen. Da ein Bewerbungsfoto Rückschlüsse auf Bewerbermerkmale wie z. B. die ethnische Herkunft oder eine Körperbehinderung zulässt, dabei aber in der Regel über keine für die jeweilige Tätigkeit relevanten Informationen Aufschluss gibt, kann schon die Forderung des Arbeitgebers nach einem Bewerbungsfoto gegen das AGG verstoßen.⁹ Dementsprechend sollte ein beigelegtes Bewerbungsfoto nicht mehr als Entscheidungskriterium bei der Personalauswahl dienen. In der täglichen Praxis der Personalauswahl in Unternehmen und Organisationen ist dies jedoch nicht die Regel. Wenigstens unterbewusst können Bewerbungsfotos durch Personalentscheider wahrgenommen werden und subjektiv die Entscheidung für oder gegen einen Bewerber beeinflussen. Bezogen auf die physische Attraktivität eines Bewerbers ist die unbewusste Wirkung, insbesondere durch das Attraktivitätsstereotyp, eindeutig dokumentiert.¹⁰ In Deutschland erwarten immer noch viele Unternehmen stillschweigend ein Bewerbungsfoto (vgl. Stopp 2004, S. 81), und grund-

⁹ Der Gesetzgeber äußert sich diesbezüglich aber nicht eindeutig. Aus einer Antwort der Bundesregierung (Deutscher Bundestag 2007, S. 8) zu einer Großen Anfrage "Praxistauglichkeit des Allgemeinen Gleichbehandlungsgesetzes" geht hervor: "Stellenanzeigen enthalten oft die Aufforderung, den Bewerbungsunterlagen ein Lichtbild beizufügen. Eine solche Aufforderung des Arbeitgebers ist nach dem Allgemeinen Gleichbehandlungsgesetz grundsätzlich nicht ausgeschlossen. Es gibt keinen allgemeinen Erfahrungssatz des Inhalts, dass Bewerbungsunterlagen mit Lichtbild generell zu einer Benachteiligung, zum Beispiel von Bewerbern mit bestimmter ethnischer Herkunft oder wegen des Alters, führen. Wird im anschließenden Auswahlverfahren der Bewerber, auf dessen Lichtbild bestimmte Diskriminierungsmerkmale erkennbar sind, nicht eingestellt, so kann das Verlangen nach Vorlage eines Lichtbildes bei Hinzutreten weiterer Anhaltspunkte im konkreten Einzelfall Indiz für eine ungerechtfertigte Benachteiligung sein."

¹⁰ Vgl. Devine (1989); (2001).

sätzlich stellt sich die Situation so dar, dass Bewerbungen ohne Bewerbungsfoto tendenziell negativ bewertet werden, auch wenn Gründe für eine Benachteiligung sich ebenso aus anderen Angaben in der Bewerbung ergeben könnten. Einzelne große, vornehmlich international orientierte Unternehmen weisen allerdings mittlerweile ausdrücklich darauf hin, auf ein Foto bei den Bewerbungsunterlagen zu verzichten.

Diese Arbeit leistet einen Beitrag zur Klärung der Frage, ob sachfremde Bewerbermerkmale im Allgemeinen und physische Attraktivität im Besonderen einen signifikanten Einfluss auf die Einstellungsentscheidung auf dem deutschen Arbeitsmarkt haben. Vor allem die physische Attraktivität eines Bewerbers wird im Gegensatz zu Geschlecht, Alter, Religion oder ethnischer Herkunft selten als systematisch bedeutsamer Einfluss wahrgenommen,¹¹ da davon ausgegangen wird, dass sie im „Auge des Betrachters“ liege und nicht objektiv vergleichbar oder messbar sei (Henss 1992). Es existiert allerdings eine Reihe von Berufen, in denen die physische Attraktivität einen hohen Stellenwert für dessen Ausübung hat, zum Beispiel bei Schauspielern, Models etc. Hier von einer Benachteiligung aufgrund von mangelnder Attraktivität zu sprechen, wäre nicht zielführend. Gemeint sind hier daher grundsätzlich alle Berufe und Arbeitsverhältnisse, in denen die Attraktivität für die Qualität der Arbeit keine Rolle spielen sollte. Für Deutschland liegen keine aktuellen empirischen Studien zum Einfluss der physischen Attraktivität auf die Einstellungsentscheidung vor.

Die in Bewerbungsverfahren getroffenen Einstellungsentscheidungen haben betriebswirtschaftliche Auswirkungen auf den Erfolg eines Unternehmens: das so genannte Humankapital hat gegenüber den herkömmlichen Produktionsfaktoren enorm an Bedeutung gewonnen (vgl. als Überblick Grill 2008). Zugleich sind die Einstellungsentscheidungen von Bedeutung für den Bewerber/Arbeitnehmer und können sich nachhaltig auf seinen weiteren beruflichen Werdegang auswirken (vgl. Weuster 2012, S. 11 ff). Entscheidungen in der Personalauswahl können die Lebenschancen eines Bewerbers in Bezug auf die Lebensbedingungen oder die Ressourcenausstattung beeinflussen und kumuliert zu sozialer Ungleichheit führen (vgl. Hradil 2012). Dieses Dissertationsprojekt untersucht die Bedeutung der physischen Attraktivität für die Einstellungsentscheidung im Vergleich zu

¹¹ Die physische Attraktivität ist als (sachfremdes) Bewerbermerkmal nicht explizit im Abschlussbericht des Pilotprojektes „anonymisierte Bewerbungsverfahren“ enthalten.

anderen sachfremden Bewerbermerkmalen. Hierzu werden hoch standardisierte Bewerberfotos aus einem zu diesem Zweck durchgeführten Fotoshooting in einem experimentellen Forschungsdesign als simuliertes Bewerbungsverfahren im universitären Kontext getestet. Im Öffentlichen Dienst, zu dem Universitäten in der Regel zählen, sind die Restriktionen und Vorgaben der Personalauswahl formal standardisiert.¹²

In dieser Arbeit wird zunächst auf die Definition, die Dimensionen und die Messung von Attraktivität sowie die zentralen Wirkmechanismen physischer Attraktivität eingegangen (Kapitel 1 und 2). Dann wird die Wirkung von physischer Attraktivität im Berufs- und Arbeitsmarktkontext erläutert (Kapitel 3). In Kapitel 4 erfolgt eine kurze Darstellung der theoretischen Grundlagen des Arbeitsmarktes aus soziologischer und ökonomischer Sicht.

Das fünfte Kapitel beschäftigt sich mit unterschiedlichen Verfahren und Grundlagen der Personalauswahl, insbesondere den dort zum Einsatz kommenden idealtypischen und tatsächlichen Prozessen. Der gesetzliche Rahmen der Personalauswahl wird als eine Möglichkeit vorgestellt, der ungleichen Behandlung von Personen im Personalwesen entgegenzuwirken. Da sich Attraktivitätseffekte aufgrund der psychologischen Prozesse und deren Einfluss auf das Verhalten jedoch nicht allein durch die Einführung rechtlicher Regelungen verhindern lassen, werden anonymisierte Personalauswahlverfahren als eine weitere Strategie zur Vermeidung von Diskriminierung vorgestellt und anhand der Ergebnisse aus verschiedenen internationalen und einem deutschen Modellversuch diskutiert. In Kapitel 6 wird erläutert, ob physische Attraktivität als ein Merkmal sozialer Ungleichheit auf dem Arbeitsmarkt betrachtet werden kann. Abschließend werden die zentralen Hypothesen der vorliegenden Arbeit und die empirische Untersuchung vorgestellt (Kapitel 7).

Kapitel 8 gibt zunächst einen Überblick über das Untersuchungsdesign und die Daten der Erhebung und es werden die in der Untersuchung verwendeten Fotos, sowie das Attraktivitätsrating dargestellt. Die Fotos wurden in einem eigens für die vorliegende Arbeit durchgeführten Fotoshooting erstellt, um methodisch standardisierte und vergleichbare Fotos als Stimuli verwenden zu können. Danach wird das Fragebogendesign, die Daten

¹² Dazu zählen beispielsweise die Einbindung des Personalrates zur Vertretung der Arbeitnehmerinteressen in der Auswahlphase, die Einladungspflicht von Bewerbern mit Behinderung bei gleicher Qualifikation sowie die bevorzugte Einstellung von weiblichen Bewerbern bei gleicher Qualifikation.

und die Datenaufbereitung und das statistische Verfahren der Mehrebenenanalyse, sowie die Analysestrategie vorgestellt. Zum Schluss werden die empirischen Analysen und Ergebnisse dargestellt (Kapitel 9) und diskutiert. Die Arbeit endet mit dem Fazit, das die zentralen Ergebnisse zusammenfasst und mögliche weiterführende Forschungsansätze und Handlungsempfehlungen für die Personalauswahl aufzeigt (Kapitel 10).

1 Definition und Dimensionen physischer Attraktivität

Hassebrauck und Niketta (1993) zufolge „existieren wenig Variablen, die eine so breite und lange zurückreichende Aufmerksamkeit gefunden haben wie die physische Attraktivität einer Person [sic!]“. Weiterhin schreiben sie:

„Trotz dieser langen Vergangenheit der Beschäftigung mit Fragen körperlicher Schönheit und deren offensichtlich großer Bedeutung im Alltagsleben hat diese Thematik in der Psychologie eine eher kurze Geschichte. Während in den ersten sechs Jahrzehnten dieses [des 20., Anm. d. Verf.] Jahrhunderts in sehr wenigen Arbeiten auf physische Attraktivität Bezug genommen wurde, ist die Menge der Veröffentlichungen über physische Attraktivität mit Beginn der siebziger Jahre [des 20. Jahrhunderts, Anm. d. Verf.] nahezu explosionsartig gestiegen“ (Hassebrauck und Niketta 1993, S. 4).

Inzwischen existiert eine unüberschaubar große Anzahl an Studien, vornehmlich aus dem angloamerikanischen Sprachraum, die sich mit der physischen Attraktivität und ihrer Wirkung im sozialen Kontext befassen. Im deutschsprachigen Raum ließen sich lange Zeit vor allem methodenorientierte Arbeiten finden (Hassebrauck und Niketta 1993, S. 271ff). Erst in den letzten Jahren haben sich sowohl die Soziologie bzw. Politikwissenschaft als auch die Psychologie vermehrt inhaltlich orientierten Untersuchungen zugewandt. Die Beachtung der physischen Attraktivität und Untersuchungen ihrer Wirkung auf das soziale Verhalten hat in den letzten Jahren im deutschsprachigen Raum erheblich zugenommen, wobei sich die Forschung nicht mehr nur vornehmlich auf die Sozialpsychologie und Evolutionsbiologie konzentriert (vgl. Etkoff 2001; Guggenberger 1995; Renz 2006; Rosar und Klein 2009b, 2009a; Rosar et al. 2013a; Rosar et al. 2013b; Klein und Rosar 2007; Klein und Rosar 2013, 2006; Dunkake et al. 2012; Klein und Rosar 2005).

1.1 Definition und Inhalt physischer Attraktivität

In der Vergangenheit haben sich die unterschiedlichsten Wissenschaftsdisziplinen an einer Definition von Schönheit versucht (vgl. Vaillant 2008). Nicht nur in Geschichte, Philosophie oder in Kunst und Literatur scheinen die Vorstellungen über Schönheit zu divergieren. Auch in den verschiedenen Epochen, Ländern, Kulturen und Gesellschaftsformen existieren augenscheinlich unterschiedliche Ansichten über Schönheit und Schönheitsideale¹³. Kant beispielsweise unternimmt den Versuch, Schönheit aus philosophischer Perspektive zu definieren, konzentriert sich dabei jedoch auf körperliche Merkmale: „...proportionierlicher Bau, regelmäßige Züge, Farben von Auge und Gesicht, die zierlich abstechen, lauter Schönheiten, die auch an einem Blumenstraube gefallen und kalten Beifall erwerben“ (Kant 1764, S. 48). Der kulturhistorische Ansatz hingegen betrachtet Schönheit grundsätzlich als relativ (Posch 1999, S. 13) und sieht sie als ein von bestimmten ethnischen und soziokulturellen Umgebungen abhängiges Merkmal. Diese zwei Beispiele zeigen, in welcher unterschiedlicher Weise universale Definitionsansätze von Schönheit versucht werden (Pippal und Wegenstein 2009, S. 14). Für den in der vorliegenden Arbeit verwendeten sozialpsychologisch geprägten Begriff der physischen Attraktivität ist es zunächst notwendig, diesen von den gängigen Begriffen Schönheit oder Attraktivität¹⁴ im Allgemeinen, wie sie auch für Objekte oder Institutionen gelten, abzugrenzen. In der Forschung werden die Begriffe allerdings häufig synonym und nicht trennscharf verwendet. Daher wird folgende Definition zur grundlegenden Begriffsklärung verwendet: Physische Attraktivität bezeichnet eine Reihe von physischen Merkmalen einer Person, die in Kombination oder einzeln von anderen als attraktiv oder schön empfunden werden (vgl. Vagt 2000).

Davon abzugrenzen ist das „Schönheitshandeln“ (Degele 2004), bei dem bestimmte Merkmale (z. B. Haare, Hauttextur etc.) unter anderem durch den Einsatz von Hilfsmitteln (Frisur, Make-up, Kleidung etc.) verändert werden.¹⁵ Ein weiterer Komplex, der im

¹³ Eco (2012) dokumentiert umfassend den historischen Wandel von Schönheitsidealen und vice versa für die Vorstellungen von Hässlichkeit (2010).

¹⁴ Wenn im Folgenden der Begriff Attraktivität verwendet wird, dann ist damit explizit physische Attraktivität gemeint.

¹⁵ Degele beschreibt Schönheitshandeln als erfolgsorientiertes Handeln, welches Anerkennung und Aufmerksamkeit zum Ziel hat (2004, S. 26) und durch die Inszenierung der eigenen Außenwirkung herbeigeführt wird (S. 10).

weitesten Sinne zu „Schönheitshandeln“ zählt, sind Schönheitsoperationen oder Körpermodifikationen (Tattoos, Piercing, Branding, Bodybuilding etc.). In der sozialwissenschaftlichen Forschung ist Schönheit in der Regel auf der Grundlage evolutionsbiologischer Annahmen definiert: Schönheit wird als Resultat der sexuellen Selektion angesehen und kann über zeitlich unabhängige und überindividuelle körperliche Merkmale definiert werden. Diese Merkmale signalisieren der Evolutionsbiologie zufolge einen potentiell hohen Erfolg bei der Zeugung und Aufzucht von Nachwuchs (Theorie des Partnermarktwertes), da diese Merkmale als Indikator für „gute Gene“ gelten oder zumindest eine geringe Anzahl „schlechter Gene“ signalisieren (vgl. Berry 2000; Cunningham 1986; Cunningham et al. 1995; Cunningham et al. 1990; Gangestad und Thornhill 1997; Zebrowitz und Rhodes 2004)¹⁶. Grammer (2005, S. 168) stellt dazu fest, dass „...Männer und Frauen bei der Beurteilung von Schönheit, sexueller Anziehung und Sympathie jeweils die gleichen Standards verwenden“ und folgert daraus „Attraktivität = Schönheit = sexuelle Anziehung“. Henss (1992, S. 253) argumentiert, dass die Korrelation zwischen der Bewertung der physischen Attraktivität einer Person und der wahrgenommenen sexuellen Anziehungskraft so eng ist, dass eine Trennung beider Konzepte nicht möglich ist. Diese soziobiologischen Grundannahmen werden von Teilen der Forschung kritisiert. Die Kritik richtet sich zum einen gegen einen „historisch-ideologischen“ Überbau der evolutionsbiologischen Attraktivitätsforschung (Ruck 2013) und vermutet tradierte Geschlechterungleichheiten und männlich dominierte Sichtweisen, die durch die „Gute-Gene-Hypothese“ zementiert würden. Ruck kritisiert zum anderen grundsätzlich den Methodenkanon der Evolutionspsychologie. Sie sieht in der Argumentation des Evolutionsparadigmas eine nicht zulässige Vermischung der Theorien von sexueller und natürlicher Selektion (Ruck 2013, S. 59). Buller (2006) kritisiert ebenfalls die Fehleranfälligkeit der Datenquellen für evolutionspsychologische Hypothesen. Im Kern beschäftigt sich seine Kritik mit dem grundsätzlichen Problem der Falsifizierbarkeit bei evolutionsbiologischen Annahmen, da in der Regel nicht archäologische Untersuchungen die Datengrundlage bildeten, sondern vergleichende Studien mit ähnlichen Spezies oder experimentalpsychologische Untersuchungen aus heutiger Zeit genutzt werden. Gesicherte Informationen über vergangene Epochen (z. B. Altsteinzeit) seien aber nicht vorhanden – prinzipiell

¹⁶ Enquist und Arak (1994) vertreten einen anderen Ansatz und sprechen von „Wahrnehmungsvorlieben“ (sensory bias); der überwiegende Anteil der Forschung zu Attraktivität bezieht sich aber auf die „Gute-Gene-Hypothese.“

ließe sich daher aus heute beobachtbaren Verhaltensweisen nicht zwingend auf biologische Ursachen schließen. Daraus ergibt sich die Notwendigkeit zu prüfen, ob alternative biologische oder sozial-/kulturwissenschaftliche Theorien besser geeignet sind (vgl. Palm 2010). Gerade die Forderung nach alternativen kulturwissenschaftlichen Theorien ist jedoch problematisch, da brauchbare umfassende Studien aus der kulturwissenschaftlichen oder kultursoziologischen Forschung nicht existieren (vgl. Marwick 1988; Menninghaus 2007). Nichtsdestotrotz ist Schönheit in allen Kulturkreisen und unabhängig von der jeweiligen Epoche ein Teil der alltäglichen Kulturarbeit. Die Verknüpfung des Guten mit dem Schönen ist in der Regel ein kultureller Imperativ. In der modernen abendländischen Kultur ist Schönheit omnipräsent und begegnet uns, angefangen bei Märchen, Filmen und Werbung bis hin zur Sprache und Musik, in allen Kulturbereichen. Insofern ist eine alternative Erklärung über (sozial-kognitive) Lerntheorien (vgl. Bandura 1976, 1979) nicht abwegig sondern im Gegenteil - zumindest als verstärkende Option möglicher biologisch angelegter Grundlagen - naheliegend. Der überwiegende Teil der Attraktivitätsforschung bindet zwar gelegentlich Sozialisation und Lerntheorien in ihre Argumentation ein, folgt aber grundsätzlich den Annahmen der „Gute-Gene-Hypothese“ und den daraus folgenden Implikationen. Es mag durchaus einleuchten, dass Attraktivität bei der Partnersuche, ob nun zur Reproduktion im biologischen Sinne oder nicht, eine relevante Rolle spielt. Die weiterführende Frage ist demnach, warum Attraktivität auch in anderen sozialen Interaktionen wirkt. Eine weitere Erklärungsmöglichkeit bietet die Kognitions- und Neuropsychologie: Grundsätzlich sind Menschen mit der Wahrnehmung und Verarbeitung von Informationen ihrer Umwelt überfordert. Durch Kategorien, Schemata und Stereotype werden diese Informationen geordnet und reduziert. Es ist daher konsistent anzunehmen, dass Menschen in bestimmten Handlungssituationen, in denen eine Interaktion oder eine Bewertung von Personen stattfindet, auf die Attraktivität einer Person als ein offensichtliches und direkt beobachtbares Personenmerkmal reagieren.

1.2 Dimensionen physischer Attraktivität

Physische Attraktivität ist zunächst nur ein Konstrukt mit vielen möglichen Dimensionen. Es kann in einer Dimension die Körpergröße, den Körperrumfang, die Proportionen (Taille-Hüft-Verhältnis) oder nur das Gesicht beinhalten.¹⁷ Die meisten empirischen Studien konzentrieren sich auf jeweils ein oder zwei Komponenten physischer Attraktivität, die als Indikator für die Gesamtattraktivität einer Person herangezogen werden. Die Attraktivitätsforschung geht davon aus, dass attraktive Personen signalisieren, dass sie genetisch betrachtet einen hohen Erfolg bei der Zeugung und Aufzucht des Nachwuchses versprechen (Cunningham 1986; Cunningham et al. 1995; Cunningham et al. 1990). Physische Attraktivität bezieht sich daher in erster Linie auf körperliche Merkmale, die einen Rückschluss auf die erfolgreiche potentielle Reproduktion der eigenen Spezies und die Aufzucht von Nachkommen ermöglichen (vgl. Buss und Schmitt 1993, S. 206; Grammer, S. 183). Diese Merkmale unterscheiden sich in ihrer Signalwirkung nach Geschlechtern: Bei Frauen gelten körperliche Merkmale als attraktiv, die auf Jugendlichkeit, Gesundheit sowie Gebärfähigkeit schließen lassen. Bei Männern hingegen sind körperliche Merkmale, die Reife, Dominanz und sozialen Status signalisieren, attraktiver (Buss und Schmitt 1993, S. 208). Physische Attraktivität ist daher vornehmlich ein Maß für den Partnerwert.

1.2.1 Körper

Neben dem Gesicht ist die Figur oder die Körperform einer Person eines der wesentlichen Kriterien für Attraktivität. Es existieren zwar noch weitere körperliche Merkmale von Attraktivität. Sie spielen in der Forschung aber nur eine geringere Rolle. Für die Bestimmung der physischen Attraktivität des Körpers wird vor allem das Verhältnis zwischen Hüfte und Taille (WHR = Waist-to-Hip-Ratio) oder der Body-Mass-Index (BMI) verwendet (vgl. Henss 2000; Singh et al. 2010; Tovee et al. 1999; Swami et al. 2007). Der WHR und der BMI korrelieren positiv. Der WHR ist ein Maß für die Fettverteilung des Körpers und gibt die Variabilität von Körperformen an. Mit der Pubertät ändert sich bei beiden Geschlechtern die Fettverteilung und folgt einem geschlechtstypischen Muster.

¹⁷ Als weitere Dimensionen sind Schönheitshandlungen wie Make-up, Kleidung, Brillen oder dauerhafte Körperveränderungen wie z. B. Tattoos oder Schönheitsoperationen anzusehen, die aber nicht zur originären Physiognomie einer Person gehören und daher nicht für die Bewertung der physischen Attraktivität herangezogen werden können.

Der Taillenumfang wird durch den Hüftumfang dividiert, wobei der Quotient 0,7 für Frauen und 0,9 für Männer als das Optimum gilt (Lautmann 2002, S. 129). Dieses Verfahren ist ein Indikator für die Fettverteilung am Körper (Hergovich 2002, S. 225), das häufig als universelle Maßeinheit für vornehmlich weibliche Körper und reproduktives Potenzial betrachtet wird (Singh 1993, S. 297). Nach der Pubertät wird bei Frauen aufgrund des Hormons Östrogen die Hüfte breiter, der Busen größer und die Taille wird zum schmalsten Punkt (gynoide Fettverteilung). Damit kommt der Körper dem optimalen Verhältnis von 0,7 näher. In vielen Untersuchungen bewerteten Männer Frauen mit einem niedrigen WHR am attraktivsten. Beispielsweise kam eine Analyse der Playboy-Models und Gewinnerinnen der Schönheitswettbewerbe der letzten 30 Jahre in den USA zu dem Ergebnis, dass alle einen konstanten WHR von 0,7 hatten, obwohl die Körperformen immer schlanker wurden (Hergovich 2002, S. 255). Für gesunde Frauen liegt der WHR im Bereich zwischen 0,67 und 0,80 (Singh 1993, S. 301). Zum Vergleich legen Männer nach der Pubertät aufgrund des Hormons Testosteron hauptsächlich Muskeln am Oberkörper zu und im Verhältnis zur Taille bleibt die Hüfte relativ schmal. Testosteron begünstigt Fettablagerungen im Bauchbereich und verhindert diese in der Hüftregion (androide Fettverteilung). Ein gesunder WHR-Wert bei Männern liegt zwischen 0,85 und 0,95 (Singh 1993, S. 301).

Medizinisch betrachtet ist der WHR ein Indikator für den Gesundheitszustand: ein hoher Quotient kann Übergewicht bedeuten und dementsprechend mit gesundheitlichen Risiken wie z. B. Bluthochdruck, Herzerkrankungen, Diabetes mellitus etc. assoziiert sein. Der BMI gilt ebenfalls als Indikator für gesundheitliche Risiken und berechnet sich aus dem Verhältnis von Körpergewicht und Körpergröße¹⁸. Der Normbereich liegt bei Frauen zwischen 19-24 und bei Männern zwischen 20-25: Eine optimale Bewertung in Bezug auf die Attraktivität, Fertilität und Gesundheit einer Person lässt sich mit einem BMI von 19-20 erreichen (Cyrus 2010, S. 29). Swami und Furnham (2007) zeigten, dass Übergewicht, gemessen am BMI, bei Frauen der häufigste Faktor für eine negative Bewertung der physischen Attraktivität ist. Dabei ist es wichtig, Übergewicht von Adipositas zu unterschei-

¹⁸ Die ist vor allem für die Attraktivität von Männern relevant, da sich männliche Attraktivität insbesondere aus Merkmalen begründet, die auf einen hohen Testosteronspiegel hinweisen und Gesundheit im Sinne eines guten Immunsystems zeigen. Die Körpergröße gilt als ein wichtiger Indikator für diese Kriterien (Singh 1995).

den. Übergewicht liegt vor, wenn ein zu hohes Körpergewicht im Vergleich zur Körpergröße vorliegt (BMI 25-30). Bei Adipositas ist der Körperfettanteil gemessen an der Gesamtkörpermasse zu hoch (BMI ≥ 30) (Lehrke und Laessle 2003, S. 3). Der BMI ist ein guter Indikator für Fruchtbarkeit und allgemeine Fitness (Hergovich 2002). Allerdings können bedeutsame Verzerrungen auftreten, da nicht ersichtlich ist, ob es sich beim Gewicht um Fett- oder Muskelmasse handelt (Bozoyan und Wolbring 2012, S. 240). Idealerweise wird für die Bewertung der Figurattraktivität eine Kombination aus WHR und BMI verwendet. Für Männer spielt in der Attraktivitätsbewertung das Verhältnis von Brustkorbbreite zu Taille (WCR= Waist-to-Chest-Ratio) eine Rolle. Ein niedriger WCR-Wert wird von Frauen als am attraktivsten eingestuft (Dixson et al. 2003).

1.2.2 Gesicht

Dem Gesicht kommt im Vergleich zu allen anderen körperlichen Merkmalen eine herausragende Bedeutung für die Beurteilung der physischen Attraktivität zu. Diese Prozesse laufen unbewusst ab. Durch die beiden durch das Gesicht vermittelten Informationsebenen, die Mimik als dynamischer und die Physiognomie als statischer Faktor, wird es zu einer der wichtigsten Informationsquellen in der sozialen Interaktion (vgl. Lutz et al. 2013, S. 211). Die Mimik ist dabei federführend für Signale von Stimmungen und inneren Zuständen an Interaktionspartner,¹⁹ die Physiognomie – also die rein äußere Anmutung – vermittelt hingegen Informationen über die für die Reproduktion bedeutsamen biologischen Faktoren, also z. B. als Indikator für Fruchtbarkeit oder ein starkes Immunsystem (Rhodes 2006). Die Kombination von Mimik und Attraktivität (Physiognomie) kann ebenfalls zu positiven Effekten bei der Interpretation der Mimik führen (Forgas 1987).

In den letzten Jahren häuften sich Studien zu zentralen neurobiologischen Mechanismen, die erklärten, wie physische Attraktivität biologisch auf Personen wirkt. Chelnokova et al. (2014) zeigten beispielsweise, dass bestimmte Rezeptoren im Gehirn eine Rolle bei der Reaktion auf physische Attraktivität spielen. In ihrer Studie, bei der die Opioid-Rezeptoren durch die Verabreichung von Naltrexon²⁰ geblockt wurden, zeigte sich, dass

¹⁹ Vgl. als Überblick über die Bedeutung von Mimik und die Einschränkung der Informationen für Interaktionspartner bei fehlender Mimik die Abhandlung des Neurophysiologen Cole (1999).

²⁰ Naltrexon ist ein Wirkstoff aus der Gruppe der Opioid-Antagonisten, der die Effekte von Opioiden wie z. B. Heroin aufhebt. Es wird in Form von Tabletten zur medikamentösen Entwöhnung nach einem erfolgreichen Entzug bei Opioid- oder Alkoholabhängigen eingesetzt (vgl. Anton 2008).

Versuchspersonen zuvor als attraktiv bewertete Gesichter nach der Naltrexongabe als weniger attraktiv empfanden. Sie verspürten keinen Wunsch, diese Gesichter länger anzuschauen. Mit Morphin²¹ als Verstärker der Opioid-Rezeptoren ergab sich der gegenteilige Effekt: die Versuchspersonen nahmen die vorher als attraktiv bewerteten Gesichter als noch attraktiver wahr.

Verschiedenste neuropsychologische Untersuchungen konnten zeigen, dass im Gehirn der Nucleus accumbens und der orbitofrontale Kortex aktiviert werden, wenn attraktive Gesichter oder Objekte betrachtet werden. Vereinfacht dargestellt kann der Nucleus accumbens als eine Art Belohnungsschaltkreis betrachtet werden: Es wird der Neurotransmitter Dopamin ausgeschüttet, der psychotrop auf Antriebssteigerung und Motivation wirkt (Aharon et al. 2001; Chatterjee et al. 2009). Ein attraktiver Stimulus aktiviert demnach Regionen im Gehirn eines Menschen, die allgemein als Belohnungszentrum bekannt sind (Winston et al. 2007; Senior 2003). Winston et al. (2007) zeigten in einem Experiment Versuchspersonen Bilder von Menschen, die in ihrer physischen Attraktivität variierten, und zeichneten gleichzeitig mit einer funktionellen Magnetresonanztomographie (fMRT)²² die Aktivitäten des Gehirns auf (Winston et al. 2007: 196). Die emotionalen Valenzen, die ein physisch attraktiver Stimulus auslöst, waren vergleichbar mit denen, die ein Mensch bei der Befriedigung einer Begierde oder in Erwartung einer Belohnung erfährt (vgl. Senior 2003, S. 526ff.). Auf Grundlage dieser Ergebnisse kann davon ausgegangen werden, dass unattraktive Personen im Gegensatz zu attraktiven Personen einen gewissen Vorteil innerhalb sozialer Interaktionen besitzen. Im Gegensatz zu der Erwartung, die Aktivierung des Belohnungszentrums würde stärker oder ausschließlich bei einer Fokussierung auf die physische Attraktivität des Stimulus stattfinden, zeigte sich, dass die Aktivität im Belohnungszentrum stärker ist, wenn sich die Versuchspersonen nicht

²¹ Morphin ist ein Wirkstoff aus der Gruppe der Opiode, der als natürlicher Bestandteil in Schlafmohn vorkommt und zur Behandlung von Opioidabhängigkeit eingesetzt wird (vgl. Jegu et al. 2011).

²² Mittels funktioneller Magnetresonanztomographie (fMRT) kann das arbeitende Gehirn sichtbar gemacht werden. Wenn bestimmte Gehirnareale aktiv sind, wird dort Energie verbraucht. Die Energie gelangt in Form von Sauerstoff und Zucker über die Blutgefäße zu den Nervenzellen und wird dort verbrannt. Dieses Ereignis bildet die fMRT ab, in dem sie den unterschiedlichen Sauerstoffgehalt der roten Blutkörperchen mittels des sogenannten BOLD-Effekts (Blood Oxygen Level Dependent) sichtbar macht. Dabei wird von einem hohen Sauerstoffgehalt indirekt auf eine Aktivierung der Gehirnzellen der jeweiligen Gehirnregion geschlossen. Mittels dieser Methode wird die Aktivität der Neuronen in statistische Bilder übersetzt. Werden anatomische MRT-Bilder als Information zugespielt, ist eine genaue Zuordnung der Nervenzellentätigkeit zu einer bestimmten anatomischen Region möglich (vgl. Schneider und Fink 2013).

auf die physische Attraktivität des Stimulus fokussieren (vgl. Winston et al. 2007, S. 202ff).

Die Bewertung einer Person über das Gesicht erfolgt erstaunlicherweise in sehr kurzer Zeit, erst mit zunehmender Dauer wird die Bewertung differenzierter (Willis und Todorov 2006). Es reichen bereits minimale visuelle Informationen, um Effekte physischer Attraktivität auszulösen. Olson und Marshuetz (2005) zeigten, dass bereits 13 Millisekunden genügen, um die Attraktivität eines Gesichts einzustufen und Personen in ihrer sozialen Beurteilung zu beeinflussen. Da dieser Effekt lediglich bei Gesichtern, jedoch nicht bei anderen Stimuli wie Häusern oder Autos festgestellt werden konnte, gehen Olson und Marshuetz von einer besonderen Stellung des menschlichen Gesichts bei der Attraktivitätsbewertung innerhalb des Nervensystems aus (Olson und Marshuetz 2005, S. 500f.). Attraktive Personen profitieren demnach, indem sie unbewusst bessere soziale Beurteilungen erhalten (vgl. Olson und Marshuetz 2005, S. 502; Winston et al. 2007, S. 202). Einige Arbeiten innerhalb der Neuropsychologie gehen noch weiter und schlussfolgern, dass die Kaskade neuronaler Aktivitäten im Gehirn, die bestimmte Tendenzen in komplexen sozialen Entscheidungen verursachen, in hohem Maße durch eine früh wahrgenommene physische Attraktivität des Gegenübers beeinflusst wird (Chatterjee et al. 2009, S. 142).

Die Attraktivitätsforschung sieht in der Attraktivitätsbewertung eines Gesichts den stärksten Prädiktor für die Einschätzung der Gesamtattraktivität einer Person (Mueser et al. 1984; Currie und Little 2009; Mueser et al. 1984; Peters et al. 2007). Verschiedene Studien untersuchten die drei zentralen Hypothesen zu Merkmalen der Attraktivität von Gesichtern: (1) die Durchschnittshypothese, (2) die Symmetrie-Hypothese und (3) die Theorie des sexuellen Dimorphismus²³.

Die Durchschnittshypothese besagt, dass die Attraktivität derjenigen Gesichter am höchsten bewertet wird, deren Proportionen im mathematischen Durchschnitt der Population liegen (Langlois und Roggman 1990). Nach dieser Hypothese repräsentieren attraktive Gesichter somit das arithmetische Mittel der Bevölkerung. Langlois et al. (1990) konnten dies in einem Experiment zeigen, bei dem sie je 32 männliche und weibliche Gesichter

²³ Bei Frauen wird in der Literatur häufig der Begriff Kindchenschema (Neotonie) verwendet.

unter standardisierten Bedingungen fotografierten und sie am Computer paarweise (getrennt nach Geschlecht) miteinander verschmolzen. Das dadurch entstandene Kompositbild wurde nochmals mit einem weiteren Gesicht verschmolzen. Dieser Prozess wurde unterschiedlich häufig wiederholt. Durchschnittsgesichter wurden im Vergleich zu den Einzelgesichtern als attraktiver eingestuft, die Attraktivitätsbewertung stieg mit zunehmender Zahl der miteinander verschmolzenen Ursprungsgesichter (Langlois et al. 1990, S. 118). Diese Ergebnisse wurden von Braun et al. (2003) unter Verwendung einer verbesserten digitalen Methode (Morphing) bestätigt. Die Methode des Morphens hat allerdings einen Nachteil: durch die Durchschnittsbildung der Gesichter verschwimmen Hautunreinheiten, Falten und Muttermale und beeinflussen somit das Attraktivitätsurteil. Das Bild wird verfälscht und erscheint besonders attraktiv, da die glatte makellose Haut die Beurteilung der Gesichtsattraktivität grundsätzlich deutlich verbessert (Henss 1992; Braun et al. 2003, S. 40). Der Effekt tritt bei weiblichen Durchschnittsbildern stärker auf als bei männlichen Durchschnittsbildern.

Nach der Symmetrie-Hypothese weisen attraktive Gesichter eine hohe Symmetrie auf (Thornhill und Gangestad 1993). Ein symmetrisches Gesicht steht demzufolge sinnbildlich für Gesundheit und optimales Wachstum. Andererseits sind menschliche Gesichter nie perfekt symmetrisch. Gemäß der Broken-Symmetry-Hypothese wird gerade der Bruch einer hohen Symmetrie als attraktiv wahrgenommen, da kleine Abweichungen von der Regelmäßigkeit besondere Aufmerksamkeit erwecken (Renz 2006, S. 52; Gangestad und Thornhill 1997; Morrison 1978).

Die Theorie des sexuellen Dimorphismus postuliert, dass attraktive Gesichter geschlechtstypisch aussehen. Frauengesichter werden als attraktiv bewertet, wenn sie typisch feminin aussehen, und Männergesichter gelten dann als attraktiv, wenn sie typisch maskulin aussehen (vgl. Braun et al. 2003; Gründl 2011). Kinder werden mit einem relativ großen Kopf im Verhältnis zu ihrem Gesicht geboren. Das hat zur Folge, dass ein fürsorglicher Beschützerinstinkt bei dem Betrachter geweckt wird: Babys werden als niedlich empfunden und erlangen dadurch eine höhere Aufmerksamkeit. Daraus ergibt sich die Annahme der Neotonie: Frauen und Männer entwickeln sich in ihrem Reifeprozess unterschiedlich. Während das Frauengesicht eher dem eines „erwachsenen Baby[s]“ gleicht, entwickelt sich das männliche Gesicht nach der Pubertät durch das Testosteron

eher in Richtung eines reiferen Gesichtes, vergleichbar einem typischen „Neandertalergesicht“ (vgl. Renz 2006, S. 59). Cunningham (1986) spricht von der *Theorie der Merkmalsausprägungen* und konnte zeigen, dass erst eine Kombination aus Merkmalen des Kindchenschemas und sexueller Reife bei Frauen signifikant positiv mit einer hohen Attraktivitätseinschätzung korreliert.

Henss (1998, S. 64) fasst die Erkenntnisse über weibliche Attraktivität folgendermaßen zusammen: „Insgesamt erscheinen beim gegenwärtigen Forschungsstand die Reifemerkmale hervortretende Wangenknochen und konkave Wangen sowie das Kindchenmerkmal kleines Kinn als die zuverlässigsten Ingredienzien weiblicher Schönheit. Bei letzterem spielt vermutlich die Höhe eine wesentlich bedeutsamere Rolle als die Breite. Das Kinn darf zwar breit sein [...], aber der Abstand vom Mund zur Kinns Spitze darf nicht zu groß ausfallen.“ Die attraktivsten Gesichter bei Frauen scheinen diejenigen zu sein, die sowohl neotone als auch Reifemerkmale aufweisen. Es gibt nach derzeitigem Forschungsstand kein allgemein gültiges Proportionsverhältnis beider Faktoren. Bei Männern gelten vornehmlich tiefliegende Augen, ein breites Untergesicht, ein ausgeprägtes Kinn und kräftige Kiefer als attraktiv. Die Tabelle 1 zeigt die Merkmalsunterschiede zwischen den Geschlechtern und einem „unsexy/unattraktiven“ und einem „sexy/attraktiven“ Gesicht. Für beide Geschlechter gibt es gemeinsame Merkmale (in Tabelle 1 fett hervorgehoben), die als attraktivitätssteigernd gelten.

Tabelle 1: Merkmale der Gesichtsattraktivität bei Frauen und Männern. Quelle: Braun et al. 2003, S. 43.

Merkmale eines weiblichen attraktiven Gesichts	Merkmale eines männlichen attraktiven Gesichts
Braunere Haut	Braunere Haut
Schmaleres Gesicht	Schmaleres Gesicht
Weniger Fettansatz	Weniger Fettansatz
Vollere, gepflegtere Lippen	Vollere Lippen
Weiterer Augenabstand	Symmetrischer Mund
Dunklere, schmalere Augenbrauen	Dunklere Augenbrauen
Mehr, längere und dunklere Wimpern	Mehr und dunklere Wimpern
Höhere Wangenknochen	Obere Gesichtshälfte im Verhältnis zur unteren breiter
Schmalere Nase	Höhere Wangenknochen
Keine Augenringe	Markanter Unterkiefer
Dünnere Augenlider	Markanteres Kinn
	Keine Geheimratsecken
	Dünnere Augenlider
	Keine Falten zwischen Nase und Mundwinkel

Braun et al. (2003) fotografierten 64 Frauen- und 32 Männergesichter, die in einem ersten Schritt von Versuchspersonen hinsichtlich der Attraktivität beurteilt wurden. Aus den Ergebnissen wurde mithilfe einer Software von den Originalgesichtern männliche und weibliche Prototypen für ein sehr attraktives und ein sehr unattraktives Gesicht berechnet.²⁴ Diese Bilder wurden im Paarvergleich Versuchspersonen vorgelegt und hinsichtlich ihrer unterschiedlichen Merkmale bewertet. Ihre Ergebnisse zeigen erstmalig eine Gegenüberstellung der geschlechtsabhängigen Merkmalsunterschiede und -gemeinsamkeiten. Die Beispielfotos in Abbildung 1 veranschaulichen die von den Versuchspersonen genannten Merkmale.

²⁴ Braun et al. (2003) bezeichnen die sehr attraktiven Gesichter als „Sexy-Gesicht“ und die unattraktiven Gesichter als „Unsexy-Gesicht“ und folgen der Argumentation von Grammer (2005) und Henss (1992), dass Attraktivität und sexuelle Anziehung zwei nicht trennbare Konzepte sind.

Abbildung 1: weibliches und männliches „Unsexy/unattraktives-Gesicht“ und „Sexy/attractives Gesicht“ im Vergleich. Quelle: Braun et al. 2003, S. 43.



Gründl (2011) überprüfte die drei Hypothesen (1) Durchschnitt, (2) Symmetrie und (3) sexueller Dimorphismus mit insgesamt sechs Experimenten - seine Arbeit stellt zugleich die umfassendste theoretische und systematische methodische Überprüfung dieser Hypothesen in der aktuellen Forschung dar. Er konnte die Hypothesen nur teilweise bestätigen: Ein Effekt von Durchschnittlichkeit für die Attraktivität lässt sich seinen Ergebnissen nach auf die Bildverarbeitungsartefakte der makellosen Haut zurückführen. Für den Faktor Symmetrie lassen sich nur unter Kontrolle methodischer Artefakte Effekte finden, die zudem stark abhängig von der verwendeten Methode und dem verwendeten Stimulusmaterial sind. Gründl kommt außerdem zu dem Ergebnis, dass die Bedeutung von Symmetrie als Attraktivitätsmerkmal in der bisher von der Attraktivitätsforschung konstatierten Form nicht bestätigt werden kann und die Theorie des sexuellen Dimorphismus lediglich in Bezug auf Frauengesichter Geltung beanspruchen kann. Die eindeutige Bestimmung von Merkmalen der Attraktivität in Gesichtern lässt sich demzufolge nach derzeitigem Forschungsstand nur unter der Berücksichtigung der unterschiedlichen methodischen Ansätze und ihrer Vor- und Nachteile bewerten.

1.2.3 Kann man die physische Attraktivität einer Person messen? – Der *attractiveness consensus*

Bevor man sich mit der Wirkung von Attraktivität in der sozialen Interaktion befassen kann, stellt sich zunächst die Frage, ob physische Attraktivität überhaupt ein Personenmerkmal ist, das man objektiv messen kann, oder ob es sich bei physischer Attraktivität nur um eine Frage individueller Vorlieben, also des „Geschmacks“ handelt. Im Volksmund heißt es bekanntlich, dass Schönheit im Auge des Betrachters liegt. Schließlich haben sich im Laufe der Menschheitsgeschichte die Vorstellungen von Schönheit entsprechend der kulturellen Gegebenheiten immer wieder gewandelt. Jede Epoche scheint ihre eigenen Vorstellungen von Schönheit bzw. Attraktivität zu haben. Wäre Schönheit wirklich „Geschmackssache“, würde man eine niedrige Übereinstimmung von Attraktivitätsurteilen verschiedener Personen erwarten können. Die vornehmlich sozialpsychologisch ausgerichtete Attraktivitätsforschung geht hingegen im Allgemeinen von der Grundannahme aus, dass physische Attraktivität ein Merkmal der (zu bewertenden) Person ist und nicht von der Einschätzung des Betrachters abhängt. Auch wenn man den kulturspezifischen Einfluss berücksichtigt, scheint es tatsächlich eine universelle und übereinstimmende Bewertung von Attraktivität zu geben. Lediglich für wenige isolierte Kulturen (z. B. Indianerstämme im Amazonasbecken), die wenig Kontakt zu westlichen Zivilisationen haben, ist die Vorstellung von Attraktivität eine andere. Rhodes und Zebrowitz (2002, S. 2-3, 244) zeigen anhand verschiedener Studien, dass der Konsens über Attraktivität in südamerikanischen Indianerstämmen zwar besteht, aber verglichen mit westlichen Gesellschaften gering ist (Korrelation von $r = 0,43$ gegenüber $r = 0,88$ bis $0,94$). Zwischen den Indianerstämmen und den westlichen Gesellschaften besteht allerdings nur ein geringer Konsens hinsichtlich der Attraktivitätsbewertung ($r = 0,14$)²⁵. Die meisten Studien konnten zeigen, dass Personen aus unterschiedlichen Ländern und Kulturen in ihren Attraktivitätsurteilen weitgehend übereinstimmen (Di Perrett et al. 1994; McArthur und Berry 1987). Bei der Bewertung einer bestimmten Person kommt es bei unterschiedlichen Ratern in der Regel zu einer hohen Übereinstimmung der Attraktivitätseinschätzungen (Interrater-Reliabilität) (vgl. Grammer et al. 2003; Henss 1987; 1992). Es bestehen bei den einzelnen Ratern zwar unterschiedliche Präferenzen, diese bewirken jedoch lediglich graduelle Unterschiede in der Attraktivitätsbewertung. In der Tendenz

²⁵ Jones und Hill (1993) kommen zu ähnlichen Ergebnissen.

werden also Personen, die von einer Person als attraktiv wahrgenommen werden, auch von anderen Personen als attraktiv eingeschätzt. Demzufolge ist die physische Attraktivität ein Merkmal, das mit geeigneten Methoden relativ objektiv (mit hoher Übereinstimmung) gemessen werden kann. Zur Messung von Attraktivität werden unterschiedliche Verfahren verwendet, häufig verwendet man in der Literatur den „paarweisen Vergleich“, Rangordnungs- oder Ratingverfahren. In der sozialwissenschaftlichen Attraktivitätsforschung werden in den meisten Untersuchungen einer Gruppe von Ratern Fotografien oder Videosequenzen der zu beurteilenden Personen gezeigt, die sie auf einer Skala hinsichtlich ihrer physischen Attraktivität bewerten sollen. Diese Attraktivitätsurteile werden dann zu einem Mittelwert verrechnet, der als ein um die individuellen Geschmacksvorlieben bereinigter Attraktivitätswert betrachtet wird. Diese Methode ist als Truth-of-Consensus-Methode bekannt (Putzer 1985, S. 17). Die in Studien am häufigsten verwendete Skalenbewertung reicht von 1 bis 5, wobei 5 für hoch attraktiv, 4 für überdurchschnittlich attraktiv, 3 für durchschnittlich, 2 für unterdurchschnittlich attraktiv und 1 für unattraktiv steht. In der Regel werden die Extremwerte (1 und 5) relativ selten vergeben, mehr als 50% der Rater wählen die durchschnittliche Kategorie 3. Die mittlere Bewertung ist überdurchschnittlich (also <3) (vgl. Henss 1987, 1998). Hamermesh (2011, S. 27) stellt fest: „Someone who is considered above average in looks by one observer will be viewed the same way by most other observers“. Es gibt zwar Schwankungen bei der Beurteilung der Attraktivität von Personen, aber im Grundsatz herrscht Einigkeit über die Richtung der Attraktivität. Selbst wenn man einwendet, dass die Korrelation der Attraktivitätsbeurteilungen durch verschiedene Rater nur *ein* Maß für die Güte der Attraktivitätsmessung ist, kann man von einer relativen Objektivität sprechen. Zur Reliabilitätsanalyse der Einzelurteile wird in den meisten Untersuchungen Cronbachs α verwendet, wobei die Rater als Variablen und die Fotografien als Fälle betrachtet werden. Diese Vorgehensweise wird von verschiedener Seite kritisiert (Asendorpf und Wallbott 1979; Hassebrauck 1983; Hönekopp 2006; ShROUT und Fleiss 1979), neuere Untersuchungen bestimmen daher zusätzlich die Intraklassen-Korrelation (vgl. Dunkake et al. 2012; Lutz et al. 2013).²⁶

²⁶ Lutz et al. (2013) entwickelten ein „relatives“ Konzept zur Messung von Attraktivität (AR1), bei dem die Bewertung der Attraktivität einer Person relativ an einem „Ankerbild“ einer durchschnittlich attraktiven Person (ähnliches Alter, gleiches Geschlecht wie die weiteren zu bewertenden Personen) erfolgt. Dadurch „wird (1) die Grundlage von Attraktivitätseinschätzungen vereinheitlicht und die Vergleichbarkeit über Rater erhöht, (2) der besonderen Rolle des Gesichts Rechnung getragen und (3) Verzerrungen der Attraktivitätsmessung durch Merkmale der Rater, wie deren individuelle Präferenzen, deren Alter und deren Geschlecht, minimiert“ Lutz et al. (2013, S. 214). Es fehlen derzeit noch systematische

Nun ließe sich weiterhin anmerken, dass Attraktivität durch unterschiedliche Schönheitsbehandlungen wie z. B. Kleidung, Kosmetik oder Schönheitsoperationen optimiert werden kann und daher zu unterschiedlichen Zeitpunkten eine unterschiedliche Attraktivitätsbewertung vorliegen könnte. Verschiedenen Studien zufolge kann Schönheitshandlungen jedoch nur ein geringer Effekt für die Bewertung grundsätzlicher Attraktivität zugesprochen werden (vgl. Hamermesh 2011, S. 54).²⁷

Bei den meisten Studien stellen mangelnde Varianz der Rater und homogene Gruppenzusammensetzung bei Ratergruppen ein nicht unerhebliches Problem dar. Die Mehrzahl der Studien der Attraktivitätsforschung setzt eine relativ geringe Anzahl meist studentischer Rater ein (Biddle und Hamermesh 1998; Henss 1992). Dadurch setzen sie sich der Kritik aus, die Anzahl und die Auswahl der Rater ließen die Gültigkeit des Attraktivitätswertes zweifelhaft erscheinen (vgl. Hassebrauck und Niketta 1993). Henss (1992) hat diese Kritik durch eine Metaanalyse von mehr als hundert Untersuchungen zurückgewiesen und herausgestellt, dass ein bis zwei Dutzend Rater (zu gleichen Teilen Männer und Frauen) ausreichend sind, um im arithmetischen Mittel einen stabilen Attraktivitätswert für eine zu beurteilende Person zu erreichen. Es besteht demnach ein *attractiveness consensus* in der Beurteilung von Personenattraktivität.

Bei der Raterübereinstimmung lassen sich Geschlechtsunterschiede feststellen: Das andere Geschlecht wird gegenüber dem eigenen generell mit einer höheren Übereinstimmung beurteilt. Frauen werden vor allem von Männern einheitlicher beurteilt. Dies liegt möglicherweise an den enger gefassten Vorstellungen von weiblicher gegenüber männlicher Attraktivität (Marcus und Miller 2003, S. 325ff.). In diesem Zusammenhang ist zu erwähnen, dass die Einschätzung der Attraktivität auch nicht wesentlich mit der Zugehörigkeit zu bestimmten sozialen Gruppen oder dem Alter variiert. „Die oft gehörte Mutmaßung, dass jede soziale Gruppe ihre eigenen Attraktivitätsstandards habe, hat keine wissenschaftliche Grundlage“ (Renz 2006, S. 36). Ein weiterer Anhaltspunkt für die Objektivierbarkeit von Attraktivität ist die Tatsache, dass schon bei Kindern die Wahrnehmung attraktiver Gesichter und deren Präferenz nachgewiesen werden kann. Nach der

Vergleiche zwischen dem relativen Messkonzept des AR1 und den klassischen absoluten Messkonzepten, um eine abschließende Bewertung der Verfahren vorzunehmen.

²⁷ Gemeint sind medizinisch nicht notwendige plastisch-chirurgische Operationen. In Einzelfällen kann das Aussehen durch chirurgische Eingriffe optimiert werden, das gilt allerdings nicht immer für grundsätzliche Merkmale wie z. B. Symmetrie.

vorherrschenden Ansicht in den Sozialwissenschaften werden einem Kind erst durch Sozialisation die für das gesellschaftliche Zusammenleben erforderlichen Kompetenzen und Fähigkeiten vermittelt (vgl. Hurrelmann 2006). Demzufolge würden Attraktivitätsurteile auch durch Elternhaus, Kindergarten, Schule oder Medien bestimmt werden. Langlois et al. (1991) zeigten in einem Experiment drei bis sechs Monate alten Säuglingen die Gesichter von Frauen mit unterschiedlicher Attraktivität und werteten die Augenbewegungen der Kinder aus. Überraschenderweise war die Blickdauer der Kinder bei den Gesichtern am längsten, die auch von Erwachsenen als attraktiv beurteilt wurden. Vergleichbare Studien kommen zu ähnlichen Ergebnissen (Hoss und Langlois 2003; Slater et al. 1998). Die Frage, ob es sich hierbei um angeborene Attraktivitätspräferenzen handelt oder auch subtile Lernprozesse eine Rolle spielen können, ist noch nicht hinreichend erforscht. Das sehr junge Alter der Probanden (drei bis sechs Monate alte Säuglinge) ist allerdings ein Indiz dafür, dass es sich um angeborene Präferenzen handelt.

Ob es wesentliche kulturelle Unterschiede in der Wahrnehmung von Attraktivität gibt, lässt sich aufgrund der Forschungslage noch nicht eindeutig erklären. Die meisten groß angelegten Studien haben festgestellt, dass Personen aus unterschiedlichen Ländern und Kulturen in ihren Attraktivitätsurteilen weitgehend übereinstimmen. Bei den Studien zum interkulturellen Vergleich wurden allerdings vor allem ausländische Studierende, die in den USA studieren, als Untersuchungspersonen herangezogen. In deren Kulturen sind aber durch die Globalisierung und die Medien meist auch die „westlichen“ Standards der Attraktivität eingeführt worden, so dass es sich nicht wirklich um interkulturelle Vergleiche handelt. Jones und Hill (1993) konnten zwar Übereinstimmungen zwischen den Attraktivitätsurteilen verschiedener indigener Stämme (von westlichen Einflüssen weitestgehend unberührter Kulturen) feststellen, aber nur wenige Gemeinsamkeiten mit den Attraktivitätspräferenzen westlicher Personen. Es gibt zwar unterschiedliche kulturelle und durch differierende persönliche Präferenzen bedingte graduelle Unterschiede, aber es existiert interkulturell und interpersonell eine hohe Übereinstimmung bei der Beurteilung der Attraktivität einer beliebigen Person durch verschiedene Rater. Physische Attraktivität ist demnach ein askriptives Merkmal einer Person, ähnlich wie Geschlecht oder Ethnie, das unter der Voraussetzung geeigneter Methoden objektiv gemessen werden kann.

2 Wirkmechanismen physischer Attraktivität

Für die Beeinflussung der Lebenschancen durch physische Attraktivität werden in der Regel die Hypothesen oder Erklärungsversuche der Evolutionspsychologie oder Kognitionswissenschaften angeführt. Neben deren Erklärungen lassen sich allgemeine Mechanismen²⁸ nennen, die beschreiben können, wie physische Attraktivität wirkt: Ausgehend von einem *attractiveness consensus* existiert ein *attractiveness stereotype*. Als weitere Mechanismen sind der *attractiveness attention boost*, der *attractiveness treatment advantage* und der *attractiveness glamour effect* bekannt. In bestimmten Situationen kann Attraktivität aber auch im Sinne einer *beauty penalty* wirken. Diese zentralen Mechanismen sollen im Folgenden dargestellt werden.

2.1 Wer attraktiv ist, wird beachtet! – Der *attractiveness attention boost*

Ausgehend von einem *attractiveness consensus* kann als erster Wirkmechanismus von physischer Attraktivität der *attractiveness attention boost* genannt werden. *Attractiveness attention boost* meint, dass attraktive Personen die Aufmerksamkeit ihrer Umwelt erregen (vgl. Rosar und Klein 2009b, S. 624; Mulford et al. 1998; Maner et al. 2007; Maner et al. 2003). Vor allem attraktive weibliche Personen finden große Beachtung durch männliche und weibliche Personen. Maner et al. (2003) zeigten dies in insgesamt fünf Studienvariationen, indem sie Versuchsteilnehmern Fotografien von jeweils 15 männlichen und 15 weiblichen Gesichtern zeigten. Die Fotos waren im Vorfeld bereits auf Attraktivität bewertet worden. In den ersten drei Studien mit 513 Studierenden wurde die Art der Präsentation der Fotografien (parallel vs. seriell) und die Betrachtungsdauer (vier Sekunden vs. 40 Sekunden) variiert. Es zeigte sich, dass sowohl die Männer als auch die Frauen den Anteil attraktiver Frauen im Fotoset der weiblichen Gesichter nur dann hoch einschätzten, wenn die Betrachtungsdauer bei vier Sekunden lag. Hatten die Versuchspersonen 40 Sekunden Zeit die Fotos zu betrachten, konnte das Ergebnis nicht repliziert werden. Für die Fotografien der männlichen Gesichter zeigte sich dieses Ergebnis nur, wenn der Partnerschaftsstatus der Teilnehmer als Moderatorvariable kontrolliert wurde. Über alle Studi-

²⁸ Die vorliegende Arbeit folgt hier der Begrifflichkeit von Rosar und Klein (2009b, S. 623f.).

envariationen erhielten attraktive Personen mehr Aufmerksamkeit und wurden besser erinnert. Attraktive Frauengesichter wurden sowohl von Männern als auch von Frauen besser im Gedächtnis behalten als durchschnittliche Frauengesichter, im Gegensatz dazu wurden die attraktiven Männergesichter schlechter memoriert als die durchschnittlichen. Langlois et al. (1987) konnten das Vorhandensein eines *attractiveness attention boost* schon wesentlich früher bezüglich attraktiver weiblicher Gesichter nachweisen: Sie zeigten sechs bis acht Monate alten Kleinkindern Fotografien von 16 Frauengesichtern (acht attraktive und acht unattraktive). Die Kleinkinder betrachteten die attraktiven Gesichter signifikant länger als die unattraktiven. Dieses Ergebnis konnten sie mit zwei bis drei Monate alten Kleinkindern replizieren. In ihrer Untersuchung waren nur weibliche Gesichter enthalten, so dass keine Aussagen über männliche Gesichter getroffen werden konnten. Da Kleinkinder noch keine kulturellen Werte und Standards verinnerlicht haben können, sind die Ergebnisse zum einen ein gutes Argument für die interkulturell hohe Übereinstimmung bei der Bewertung physischer Attraktivität, zum anderen spricht dies für die Existenz eines *attractiveness attention boost*.

2.2 Was schön ist, ist auch gut! – Das attractiveness stereotype

Einer der wichtigsten Mechanismen für die Wirkung von physischer Attraktivität ist das *attractiveness stereotype*. Demnach werden attraktiven Personen gemäß der Formel „what is beautiful is good“ (Dion et al. 1972) positive sowie sozial erwünschte Persönlichkeitsmerkmale zugeschrieben. Aufgrund der äußeren Anmutung einer Person wird in Millisekunden (Locher et al. 1993) auf das Vorhandensein positiver Persönlichkeitseigenschaften geschlossen, die in allen erdenklichen sozialen Handlungskontexten vorteilhaft sein können. Die Zuschreibung dieser positiven Eigenschaften erfolgt implizit und über die gesamte Bandbreite von möglichen Eigenschaftszuschreibungen. So werden attraktive Personen als z. B. intelligenter, fleißiger, leistungsfähiger, zielstrebig, durchsetzungsfähiger, kreativer, sympathischer, ehrlicher, zuverlässiger und erfolgreicher wahrgenommen (vgl. Dion et al. 1972; Eagly et al. 1991; Feingold 1992; Henss 1998;

Miller 1970; Dermer und Thiel 1975; Unger et al. 1982; Hatfield 1986; Bassili 1981).²⁹ Dion et al. (1972) ließen in ihrer Studie im ersten Schritt Fotos durch amerikanische Collegestudenten auf Attraktivität einschätzen und im zweiten Schritt dieselben Studienteilnehmer aus einer Reihe vorgegebener Persönlichkeitsmerkmale die passenden auswählen und den Personen auf den Fotos zuordnen. Weiterhin wurden die Teilnehmer gebeten, die dargestellten Personen hinsichtlich zukünftiger Lebenschancen und -erfolge in verschiedenen Bereichen (ehelicher, elterlicher, sozialer und beruflicher Erfolg) einzuschätzen. Sie konnten zeigen, dass attraktiven Personen vermehrt sozial erwünschte Eigenschaften zugeschrieben wurden, weniger attraktiven Personen hingegen nicht. Das Geschlecht der Teilnehmer und das Geschlecht der Stimuluspersonen auf den Fotos spielte dabei keine Rolle. Den attraktiven Personen wurden zudem höhere Erfolgschancen hinsichtlich der ehelichen, sozialen und beruflichen Dimensionen zugeschrieben, lediglich für elterliche Kompetenzen konnten keine statistisch signifikanten Unterschiede zwischen attraktiven und unattraktiven Personen festgestellt werden. An diese Initialstudie schloss sich eine Fülle weiterer Studien an, die auf dem experimentellen Paradigma dieser Studie basierten und dieses in vielfältiger Hinsicht variierten (vgl. Hassebrauck und Niketta 1993, S. 165). Dermer und Thiel (1975) zeigten, dass insbesondere attraktiven Frauen vermehrt sozial erwünschte Eigenschaften zugeschrieben werden. Im Gegensatz zu Dion et al. zeigten sie auch, dass attraktive Frauen eher als hochnäsiger, eitel, egoistisch, materialistisch und anfälliger für Scheidungen eingeschätzt werden. Dieses Ergebnis bedeutet eine Einschränkung des *attractiveness stereotype* und lässt sich durch einen gewissen Eifersuchtseffekt erklären, wonach weniger attraktive Personen Menschen mit höherer Attraktivität tendenziell negative Eigenschaften zuschreiben (vgl. Grammer 2005, S. 169). Eagly et al. (1991) und Feingold (1992) konnten durch Metaanalysen das Attraktivitätsstereotyp generell bestätigen, auch wenn sich die Effektstärke hinsichtlich der Persönlichkeitsdimensionen unterschied und sich am intensivsten auf Merkmale der sozialen Kompetenz konzentrierte. Weniger attraktiven Personen wurden zwar weniger positive Eigenschaften zugeschrieben, dafür galten sie jedoch als vertrauensvoller und sozialer (Eagly et al. 1991). Braun et al. (2003) überprüften die Ergebnisse zur Wirksamkeit des *attractiveness stereotype* mithilfe standardisiert fotografierter Gesichter hinsichtlich von Merkmalen der

²⁹ Smith et al. (1999) zufolge existiert eine ähnliche Stereotypisierung physischer Attraktivität in amerikanischen Filmen, die sie als *Beauty is Goodness* bezeichneten.

fünf wichtigsten Persönlichkeitseigenschaften („Big Five“³⁰) und kommen zu ähnlichen Resultaten (Tabelle 2) wie den bei Kanning (1999, S. 208) auf der Grundlage von 75 Studien zusammenfassend dargestellten Forschungsergebnissen.

Tabelle 2: Korrelation der Attraktivität mit Merkmalen der Big Five Persönlichkeitseigenschaften. Quelle: Braun et al. 2003, S. 44.

Korrelation von Attraktivität mit der Eigenschaft...	Frauengesichter	Männergesichter
...erfolgreich	.90**	.88**
...zufrieden	.88**	.82**
...sympathisch	.90**	.81**
...intelligent	.90**	.88**
...zugänglich	.66**	.62**
...gesellig	.86**	.82**
...ehrlich	.44*	.25
...aufregend	.91**	.82**
...fleißig	.74**	.78**
...kreativ	.84**	.68**

** p<0.05, * p<0.1

Es zeigen sich zum Teil außerordentlich hohe Korrelationen zwischen der wahrgenommenen Attraktivität und der Zuschreibung von positiven Persönlichkeitseigenschaften: Attraktive Männer und Frauen werden als erfolgreicher, sympathischer, intelligenter und geselliger, aber auch als aufregender und somit interessanter und kreativer eingeschätzt. Zusammenfassend kann man festhalten, dass die Befunde für eine stereotypisierte Wahrnehmung physisch attraktiver Personen sprechen. Auch wenn die Effektstärken in den Studien variieren, werden im Grundsatz attraktiveren Personen vermehrt positive Persönlichkeitseigenschaften zugesprochen. Kanning (1999, S. 210) konstatiert daher, dass „physische Attraktivität [...] wie kaum eine andere Variable prädestiniert [ist], eine reduktionistische Personenbeurteilung zu erzeugen“.

³⁰ Die „Big Five“, auch Fünf-Faktorenmodell (FFM) genannt, sind ein psychologisches Modell zur Persönlichkeitsanalyse. Es umfasst die fünf Dimensionen Neurotizismus, Extraversion, Offenheit für Erwartungen, Verträglichkeit und Gewissenhaftigkeit. Diese wurden als lexikalischer Ansatz generiert und gelten als kulturell stabile Faktoren der Persönlichkeit (vgl. Amelang 2006; McCrae und Costa 1989).

2.3 Den Attraktiven wird verziehen – Der *attractiveness glamour effect*

Der *attractiveness glamour effect* ist eine Erweiterung des Attraktivitätsstereotyps. Ein objektiv gegebenes Fehlverhalten einer attraktiven Person wird demnach in der Wahrnehmung anderer Personen relativiert, so dass die grundsätzliche Zuschreibung „was schön ist, ist auch gut“ bestehen bleibt (vgl. Rosar und Klein 2009b, S. 625). Dion et al. (1972) weisen darauf hin, dass dem Attraktivitätsstereotyp entgegengesetzte Informationen keinen Einfluss auf die positive Einschätzung attraktiver Personen haben müssen. Es finden sich nur wenige empirische Studien, die sich explizit dieser Fragestellung widmen. Bassili (1981) legte Ratern Fotografien mit negativen Informationen zu den abgebildeten Personen vor (Trunkenheit, Ladendiebstahl, Aggressivität). Zusätzlich zu den positiven Persönlichkeitseigenschaften, die schon Dion et al. (1972) in ihrer Untersuchung zum Attraktivitätsstereotyp verwendeten, wurden also auch negative Persönlichkeitseigenschaften einbezogen, die zu den negativen Verhaltensweisen passten. Bassili konnte zeigen, dass die negativen Beschreibungen bei den attraktiven Personen relativiert wurden. Als Erklärung für diese relativierte Wahrnehmung des Fehlverhaltens attraktiver Personen sind mehrere Ursachen denkbar: Zum einen kann das Fehlverhalten als geringfügig eingeschätzt werden, zum anderen kann die Ursache für das Fehlverhalten auf äußere Umstände attribuiert und somit nicht in der Verantwortung der handelnden Personen verortet werden (vgl. Rosar und Klein 2009b, S. 625; Bassili 1981, S. 237ff.). Attraktive Menschen werden seltener angezeigt oder angeklagt und mit geringerer Wahrscheinlichkeit überführt (vgl. Steffensmeier und Terry 1973). Vor Gericht kann der *attractiveness glamour effect*, wenn alle anderen Bedingungen gleich sind, seine Wirkung entfalten: Wenn attraktive Menschen vor Gericht gestellt werden, fällt die Strafe geringer aus. Nur wenn die Attraktivität zum Teil des Verbrechens gemacht und dafür genutzt wurde, eine andere Person zu täuschen, z. B. bei Heiratsschwindlern und Betrügern, gerät die Attraktivität zum Nachteil (vgl. Hatfield 1986, S. 82-95). Grundsätzlich können nach derzeitigem Forschungsstand attraktive Personen von der positiven Bewertung ihrer Person nicht nur gemäß dem *attractiveness stereotype* profitieren, sondern zusätzlich dadurch, dass ihre objektiven Verfehlungen in der Wahrnehmung anderer aufgrund des *attractiveness glamour effect* relativiert werden und sich die Wirkung des *attractiveness stereotype* ver-

stärkt. Überdurchschnittlich hohe physische Attraktivität kann unter bestimmten Voraussetzungen aber auch negative Auswirkungen für eine Person haben. In solchen Fällen ist der Kontext entscheidend, in dem physische Attraktivität wirkt. *Beauty penalty* (Wilson und Eckel 2006; Eckel und Wilson 2004) basiert nicht auf der Attraktivitätswirkung als solcher, sondern auf einer Kontextwirkung, die durch eine situationsbezogene Bewertung eines Attraktivitätsvorteils entsteht. Versuchen attraktive Personen zur Umgehung allgemein gültiger Verhaltensregeln und Normen ihre Attraktivität einzusetzen oder geraten sie auch nur in den Verdacht, diese Absicht zu verfolgen, dann wird dieses Verhalten in der Regel durch ihre Umgebung missbilligt. Dies kann dazu führen, dass dieses Verhalten mit besonders starken negativen Sanktionen geahndet wird (Patry 2008; Sigall und Ostrove 1975; Castellow et al. 1990; Wuensch et al. 1993; Mazzella und Feingold 1994). Scheinbar steht der *beauty penalty* im Widerspruch zu dem Mechanismus des *attractiveness glamour effect*. Bei genauerer Betrachtung fällt allerdings auf, dass sämtliche Forschung zu *beauty penalty* im juristischen Bereich oder in spieltheoretischen Experimenten stattfindet – Devianz und Defektion (im spieltheoretischen Sinn) könnten sich hier nur schwer nachweisen lassen. Grundsätzlich wirkt der *attractiveness glamour effect*; sobald die Eindeutigkeit und Schwere des Fehlverhaltens (im juristischen Sinne als Tat zu bezeichnen) kein Bagatellisieren oder Relativieren mehr zulassen, könnte dies zu einem *beauty penalty* führen (vgl. Rosar 2009b, S. 20).

2.4 Attraktivität und Austausch in sozialen Beziehungen – Der *attractiveness treatment advantage*

Der *attractiveness treatment advantage* bezeichnet das Phänomen, dass physisch attraktive Personen im Vergleich zu weniger attraktiven Personen eine bevorzugte Behandlung durch andere erfahren. Dies äußert sich in mehr Respekt, Zuversicht und Vertrauen oder durch Hilfeleistungen in verschiedenen Kontexten und führt dazu, dass attraktive Personen sich schneller und freier in soziale Interaktionen begeben (vgl. Rosar und Klein 2009b, S. 625; Wilson und Dovidio 1985; Wilson 1978; Eckel und Wilson 2004; Wilson und Eckel 2006; Mulford et al. 1998; Benson et al. 1976; Marwick 1988). Schon für Kleinkinder lässt sich dieser Austauschbonus in verschiedenen Studien bestätigen. Zum einen erfahren attraktive Kleinkinder eine bessere Behandlung durch Gleichaltrige als

unattraktive Kleinkinder (vgl. Dion und Berscheid 1974), zum anderen bevorzugten Erwachsene attraktive Kleinkinder (vgl. Langlois et al. 1991; Stephan und Langlois 1984). Langlois et al. (2000) konnten in einer Metaanalyse diese Ergebnisse bestätigen. Benson et al. (1976) untersuchten die Hilfsbereitschaft gegenüber unbekanntem Personen, indem sie in einer Telefonzelle an einem größeren Flughafen in den USA ein vollständiges Bewerbungsschreiben inklusive Bewerbungsfoto auslegten. Die Fotografien wurden hinsichtlich der Attraktivität (unattraktiv vs. attraktiv) und des Geschlechts der abgebildeten Personen variiert. Ziel der Studie war es, die Merkmale der Stimuluspersonen zu identifizieren, die die Teilnehmer der Studie zur Hilfeleistung veranlassen. Die Hilfeleistung war in zweierlei Hinsicht möglich: Die Unterlagen konnten an einem der Ticketschalter abgegeben werden oder mit einem beigelegten vollständig adressierten Umschlag dem vermeintlichen Besitzer zurückgeschickt werden. Insgesamt nutzten während der vorgegebenen Untersuchungszeit 604 Personen zwischen 18 und 70 Jahren die Telefonzelle und wurden so ungefragt Teilnehmer der Studie. Die Ergebnisse bestätigten, dass die Attraktivität der Stimuluspersonen ein signifikanter Faktor in der Entscheidung zur Hilfeleistung war: Während den attraktiven Personen in 49 % der Fälle geholfen wurde, war dies bei den unattraktiven Personen nur zu 35 % der Fall. Das Geschlecht hatte keinen signifikanten Einfluss. Benson et al. schlossen daraus, dass grundsätzliche Attraktivitätswirkungen auch auf Hilfeleistungen übertragen und generalisiert werden können. Dabbs und Stokes (1975) zeigten in ihrer Untersuchung, dass attraktiven Personen eine größere (soziale) Macht zugeschrieben und ihnen deshalb mehr Respekt entgegengebracht wird. Die Rolle der sozialen Macht wurde in ihrer Untersuchung durch die Abstände der umgebenden Passanten zu den Stimuluspersonen (Attraktivität, Geschlecht und Anzahl der Personen wurden variiert³¹) beim Vorbeigehen auf dem Bürgersteig operationalisiert. *Attractiveness treatment advantage* kann in den verschiedensten Lebensabschnitten dazu führen, dass attraktive Personen innerhalb ihres schulischen und beruflichen Umfeldes durch ihre Umwelt bevorzugt werden und sich der Bonus der Attraktivität beispielsweise durch bessere Schulnoten (Dunkake et al. 2012) oder ein positives Feedback verstärkt und im Verlauf der Biografie kumuliert.

³¹ Ein Kritikpunkt an der Studie ist, dass die Attraktivität ausschließlich über den Kleidungsstil und Make-up/Styling variiert wurde. Nach derzeitigem Forschungsstand sollten diese Faktoren als Schönheitsbehandlungen definiert werden (Degele 2004).

2.5 Moderierende Mechanismen auf die Wirkung physischer Attraktivität

Die Wirkung physischer Attraktivität kann in bestimmten Kontexten durch gewisse Randbedingungen moderiert werden. Dabei können sich Attraktivitätseffekte, die vormals positiv waren, in negative Auswirkungen umkehren. In der Forschung sind zwei Mechanismen bekannt, die in Abhängigkeit von situativen Faktoren die Wirkungsrichtung und die Wirkungsstärke physischer Attraktivität moderieren: der Attractiveness-Frog-Pond-Effekt und der Beauty-is-beastly-Effekt (vgl. Rosar und Klein 2009b).

2.5.1 „Attractiveness-Frog-Pond-Effekt“

Der Attractiveness-Frog-Pond-Effekt beschreibt die Tatsache, dass die Wirkung der physischen Attraktivität einer Person von der Attraktivität anderer Personen beeinflusst wird, die mit dieser Person in einer bestimmten Situation interagieren beziehungsweise konkurrieren. Dabei spielen das Gesamtniveau und die Homogenität der Attraktivität aller beteiligten Akteure die entscheidende Rolle. Ist das Niveau und die Homogenität der physischen Attraktivität insgesamt höher, dann ist der Einfluss der physischen Attraktivität der einzelnen Personen geringer. Die hohe Attraktivität einer bestimmten Person sticht beispielsweise nicht mehr heraus, sondern wird unter Berücksichtigung des insgesamt hohen Attraktivitätsniveaus der anderen Akteure nivelliert. Das kann dazu führen, dass sich in besonderen Situationen die Wirkungsrichtung der physischen Attraktivität umkehrt, indem die Anreizstrukturen für die handelnden Akteure verändert werden (vgl. Rosar et al. 2008; Rosar 2009a).

2.5.2 „Beauty-is-beastly-Effekt“

Der Beauty-is-beastly-Effekt wirkt in einem komplexen Zusammenspiel von Attraktivität, dem Geschlecht und bestimmten Handlungskontexten (Heilman und Saruwatari 1979; Gillen 1981; Friedman und Zebrowitz 1992; Heilman und Stopeck 1985b).³² Aus-

³² Bezogen auf den Kontext des Arbeitsmarktes kann dies durch das von Heilman (1983) entwickelte Lack-of-fit-Modell erklärt werden: Auf Basis der Anforderungen eines Arbeitsplatzes und der wahrgenommenen Persönlichkeitsmerkmale erfolgt eine Einschätzung der Passung von Person und Arbeitsplatz. Aufgrund typisch weiblicher Eigenschaften und männertypischem Beruf wird nach diesem Modell so

gangspunkt des Beauty-is-beastly-Effekts ist die Tatsache, dass attraktiven Personen häufiger als weniger attraktiven Personen geschlechtsspezifische Eigenschaften zugeschrieben werden. Demzufolge werden attraktive Frauen besonders mit femininen, attraktive Männern hingegen mit maskulinen Eigenschaften assoziiert (Cash et al. 1977; Friedman und Zebrowitz 1992). Neben der Assoziation mit positiven Persönlichkeitseigenschaften gemäß dem *attractiveness stereotype* nehmen die Zuschreibungen besonders geschlechtsbezogener Stereotypisierung mit zunehmender physischer Attraktivität zu. Dies kann sich in bestimmten Handlungskontexten nachteilig auswirken (Braun et al. 2012; Johnson et al. 2010), vor allem dann, wenn in diesen Kontexten eine hohe geschlechtsspezifische Stereotypisierung vorzufinden ist. In männlich konnotierten Handlungskontexten wie im Management, im Militär sowie in naturwissenschaftlichen Schul- und Studienfächern führe demnach der Beauty-is-beastly-Effekt dazu, dass attraktive Frauen bezüglich ihrer Kompetenzen und Voraussetzungen auf diesem Gebiet eher als ungeeignet wahrgenommen würden.³³ Das gesellschaftlich etablierte Rollenbild verbinde dezidiert maskuline Eigenschaften mit Positionen auf der Führungs- und Managementebene (Glick et al. 2005). Aus diesem Grund würden attraktive Frauen in Führungs- und Managementpositionen oder Frauen, die eine derartige Position anstreben, durch den Beauty-is-beastly-Effekt benachteiligt. Sie würden durch ihre weiblichen Rollenzuschreibungen vor allem in Führungspositionen als nicht geeignet empfunden, da diese mit männlichen Eigenschaften assoziiert würden. Hohe physische Attraktivität führe bei Frauen dazu, dass berufliche Kompetenzen infrage gestellt oder abgesprochen würden, was sich nachteilig auf die Bewertung ihrer beruflichen Leistung auswirken könnte. Dieser Effekt verstärke sich bei Frauen in Führungspositionen, wenn sie Kleidung trügen, die ihre Weiblichkeit unterstreichen (vgl. Böing 2009, S. 293; Glick et al. 2005, S. 389ff.).

Johnson et al. (2010) weisen allerdings auf die inkonsistenten Forschungsergebnisse zum Beauty-is-beastly-Effekt hin. Sie untersuchten in ihrer Studie die Einflüsse des Effektes anhand eines ähnlichen Laborexperiments wie dem von Heilman und Saruwatari aus dem Jahr 1979. Das Ergebnis zeigte, dass lediglich ein schwacher Beauty-is-beastly-Effekt in männerdominierten Berufsfeldern zu finden ist, in denen Untersuchungspersonen die

eine schlechte Passung vorgenommen, was ein Scheitern der attraktiven Frau (z. B. durch den Beauty-is-beastly-Effekt) an diesem Arbeitsplatz hervorrufen kann.

³³ Nach Rennenkampff (2004) gilt dieses Prinzip umgekehrt auch für physisch attraktive Männer in typisch weiblichen Handlungskontexten.

physische Attraktivität als wenig relevant charakterisierten (Johnson et al. 2010, S. 314). Johnson et al. interpretierten den Beauty-is-beastly-Effekt daher als einen Effekt, der sich im Verlauf steigender Emanzipation verkleinert hat oder sogar in den meisten Berufsfeldern vollständig verschwunden ist (vgl. Johnson et al. 2010): Seit der Initialstudie von Heilman und Saruwatari (1979) habe sich die gesellschaftliche Wahrnehmung typisch männlicher Berufe gewandelt (Diekman und Goodfriend 2006), da sich heute auch in den verschiedensten ursprünglich typisch maskulinen Berufen wesentlich mehr Frauen finden. Es lässt sich daher vermuten, dass sich der Beauty-is-beastly-Effekt möglicherweise nur noch auf wenige Berufe und Handlungskontexte begrenzen lässt, die nach wie vor männlich dominiert sind – dies gilt vor allem für Führungs- und Managementpositionen. Das gilt nicht nur für das quantitative Geschlechterverhältnis in diesen Bereichen, sondern insbesondere für die Geschlechterrollenlogik, die für den Beauty-is-beastly-Effekt der entscheidende Faktor ist.

2.6 *Attractiveness competition advantage*

Nach derzeitigem Forschungsstand lässt sich physische Attraktivität über den *attractiveness consensus* relativ eindeutig und objektiv messen. Attraktiven Personen werden (1) positiv bewertete Persönlichkeitseigenschaften zugeschrieben (*attractiveness stereotype*). Die Wirkung des *attractiveness stereotype* zeigt sich vor allem in Situationen, in denen der erste Eindruck eine Rolle spielt oder in Situationen, in denen nur wenig über die Persönlichkeit des Gegenübers bekannt ist. Attraktive Personen ziehen (2) die Aufmerksamkeit anderer Menschen auf sich (*attractiveness attention boost*) und werden (3) in sozialen Situationen vergleichsweise besser behandelt (*attractiveness treatment advantage*). Bei Fehlverhalten können sie (4) eher damit rechnen, dass ihr Verhalten entschuldigt wird und dessen Konsequenzen wie z. B. Sanktionen oder das Strafmaß abgemildert werden (*attractiveness glamour effect*). Diese Einzeleffekte führen in der Kumulation zu einem erheblichen Vorteil. Attraktive Personen haben daher in allen denkbaren sozialen Handlungskontexten einen Wettbewerbsvorteil (*attractiveness competition advantage*) (Rosar et al. 2008). Auch wenn in bestimmten Situationen physische Attraktivität als *beauty penalty* wirken oder in konkreten Handlungskontexten zu negativen Wirkungen

von Attraktivität (Beauty-is-beastly-Effekt) führen kann, ist die Wirkung physischer Attraktivität elementar. Für das Zusammenleben und die persönlichen Erfolgsaussichten einer Person ist die physische Attraktivität ein klarer Vorteil.

3 Physische Attraktivität als Einflussfaktor im Personalwesen

Wie eingangs verdeutlicht, entfaltet physische Attraktivität ihre Wirkung in allen denkbaren Lebenslagen (vgl. als Überblick Etoff 2001; Renz 2006; Naumann 2006; Hameemesh 2011). Wenig überraschend ist der Einfluss der physischen Attraktivität auf dem Partner- und Heiratsmarkt: Attraktive Personen haben eine höhere Chance, einen Partner zu finden, größere Wahlmöglichkeiten und häufiger einen attraktiven Partner (Feingold 1988; Grammer 2005; Greitemeyer 2005; Hadjistavropoulos und Genest 1994; Hassebrauck und Küpper 2002; Kowner 1995). Abgesehen von der Wirkung im Partnerwahlkontext, die in der vorliegenden Arbeit nicht weiter ausgeführt werden soll, finden sich in vielen biografischen Lebensstationen Wirkungen physischer Attraktivität. Wegen der grundlegenden Mechanismen der physischen Attraktivität lässt sich ein systematischer Einfluss auf die Erwerbsbiographie einer Person bereits vor deren Beginn feststellen.

3.1 Vor Beginn der Erwerbsbiografie

Bereits attraktive Säuglinge und Kleinkinder werden von ihrem Umfeld bevorzugt behandelt (Dion und Berscheid 1974; Hildebrandt und Fitzgerald 1983; Langlois et al. 1991; Stephan und Langlois 1984). Sie werden von ihren Eltern intensiver gefördert, bekommen mehr Aufmerksamkeit (Langlois et al. 2000) und werden weniger häufig Opfer körperlicher Gewalt und sexueller Übergriffe (McCabe 1988; Vigil et al. 2005). Dies kann den Grundstein für eine erfolgreiche Lebensbiografie legen. Auch die Grundlagen für Führungsqualitäten lassen sich bei attraktiven Kindern bereits im Rahmen ihrer Peer Groups (häufigere Ausübung von Führungsrollen) und dem Ansehen durch Gleichaltrige finden (Anderson et al. 2001; Langlois und Styczynski 1979; Langlois und Stephan 1977; Rost 1993; Krantz 1987). Mit dem Eintritt in das Bildungssystem werden die Auswirkungen physischer Attraktivität konkreter und beginnen, über den weiteren Lebensverlauf bis zur Erwerbsbiografie zu wirken. So werden attraktive Kinder schon früh von ihren Betreuern und Lehrern hinsichtlich ihrer intellektuellen Fähigkeiten und Potenziale höher eingeschätzt und ihre weitere Entwicklung wird positiver prognostiziert (Baugh und Parry 1991; Jackson et al. 1995; Landy und Sigall 1974; Lerner et al. 1990; Maisonneuve 1999, S. 52; Rost 1993). In Schule, Ausbildung und auch an der Hochschule erhalten attraktive

Heranwachsende bessere Beurteilungen (Clifford und Walster 1973; Dunkake et al. 2012; Rost 1993; Vagt et al. 1985; Vagt und Majert 1979; Ross und Salvia 1975)³⁴. Bewertungen und Noten bestimmen schon früh den weiteren schulischen und damit indirekt den späteren beruflichen Werdegang. Der Übergang von der Primarstufe in die Sekundarstufe kann als erste Weichenstellung für die Erwerbsbiografie gelten und attraktivitätsbedingt bessere Noten können zu besseren Schulempfehlungen und besseren Startchancen für die Erwerbsbiografie führen.

Rost (1993) untersuchte die Zeugnisnoten von Grundschulkindern in der dritten und vierten Klasse und konnte zeigen, dass attraktive Kinder bessere Noten erhielten. Er fand zudem keinen Zusammenhang zwischen der Begabung von Grundschulkindern und der Einschätzung ihrer Attraktivität. Es existieren zwar keine Studien, die explizit die Wirkung von Attraktivität für die durch die Lehrer verfasste Schulempfehlung am Ende der vierten Klasse untersuchen würden. Die im Folgenden dargestellten Befunde der Attraktivitätsforschung zu Schulnoten und Leistungseinschätzungen lassen jedoch die Schlussfolgerung zu, dass Attraktivität die Schulempfehlung direkt und indirekt über die Leistungsbeurteilungen in der gesamten Grundschulzeit beeinflussen. Gerade für weiterführende Schulen ist ein direkter Zusammenhang zwischen einem Attraktivitätsbonus und besseren Noten dann entscheidend für die Erwerbsbiografie.

Felson (1980) konnte ebenfalls zeigen, dass es eine positive Korrelation zwischen physischer Attraktivität und Zensuren gibt. Neuere Untersuchungen (French et al. 2009; Dunkake et al. 2012) bestätigen diesen Zusammenhang. Dunkake et al. (2012) veranschaulichen die Tragweite eines Zusammenhangs von Attraktivität und Noten an zwei Beispielen aus dem Schulalltag: Für einen Schüler, der sich zum Ende des Schuljahres in Versetzungsgefahr befindet, kann seine physische Attraktivität weitreichende Folgen haben, wenn diese die Entscheidung zwischen den Noten *mangelhaft* und *ausreichend*, beeinflussen würde. Eine solche ungleiche Behandlung würde weitere Folgen haben, wenn z. B. der Abiturdurchschnitt von unterdurchschnittlich attraktiven Schülern systematisch schlechter wäre als der von attraktiven Schülern. Dadurch würden sich die Chancen bei

³⁴ Es sei an dieser Stelle angemerkt, dass sich die größten Effekte bei „weichen“ Fächern (Sachkunde, Musik, Kunst etc.) zeigten. In Fächern, in denen vermehrt harte Kriterien eine Rolle bei der Leistungsbewertung spielen (Diktate im Fach Deutsch, Rechenaufgaben im Fach Mathematik), zeigten sich diese Effekte nicht eindeutig. Diese Ergebnisse stützen die Annahme, dass attraktive Personen insbesondere dann profitieren, wenn andere Informationen oder sachliche („harte“) Beurteilungskriterien fehlen.

der Studienplatzwahl oder auf dem Ausbildungsmarkt systematisch zu Gunsten physisch attraktiverer Schüler verschieben (Dunkake et al. 2012, S. 54). Die vorteilhafte Bewertung der Leistungen attraktiver Schüler in der Schule würde ihnen dementsprechend einen erleichterten Zugang zu Einrichtungen der Berufsbildung und Hochschulen ermöglichen. Der Einfluss der Attraktivität auf Noten in der Hochschule ist deutlich geringer als in Schulen und muss sehr differenziert betrachtet werden (Morrow und McElroy 1984; Holahan und Stephan 1981; Sparacino und Hansell 1979; Baugh und Parry 1991). Zum einen sind alle Studien zum Zusammenhang von Attraktivität und Hochschulnoten bereits relativ alt und ausschließlich und in der Regel aus den USA und zum anderen scheinen die variierenden Effekte von Attraktivität zwischen den Studien von vergangenen Leistungen, dem Geschlecht und der Kontaktintensität zu den Lehrpersonen abhängig zu sein.

Insgesamt wird deutlich, dass physische Attraktivität direkt und indirekt einen Einfluss auf die Erwerbsbiografie nehmen kann. Durch die höhere Aufmerksamkeit und bessere Behandlung, eine bessere Benotung und eine daraus resultierende bessere Ausbildung, die attraktiveren Kindern und Heranwachsenden zu Teil wird, sowie aufgrund ihres höheren Status in Peer Groups, ist es ihnen möglich, auch ein größeres Selbstwertgefühl (Selbstbewusstsein) im Sinne einer selbsterfüllenden Prophezeiung entwickeln (Judge et al. 2009; Langlois et al. 2000). Das Selbstwertgefühl wird stark von der erfahrenen Freundlichkeit, der Wärme und dem Zuspruch anderer Personen bestimmt (Harter 1993, 2006). Diese positiven Rückmeldungen bekommen attraktive Personen von ihren Eltern und ihrem Umfeld schon ab ihren ersten Lebenstagen (Langlois et al. 1995). Zusätzlich wird das Selbstwertgefühl auch von der wahrgenommenen Kompetenz in persönlich wichtigen Lebensbereichen bestimmt (Harter 2006). In ihrer Metaanalyse konnten Langlois et al. (2000) zeigen, dass Attraktivität einen bedeutsamen Einfluss auf den beruflichen Erfolg hat. 68% der attraktiven Erwachsenen hatten einen überdurchschnittlichen Berufserfolg gegenüber 32% den weniger attraktiven Erwachsenen. Als beruflicher Erfolg wurden dabei Beförderungen und Aufstiege am Arbeitsplatz codiert. Eine weitere Metaanalyse von Hosoda et al. (2003) kam ebenfalls zu dem Ergebnis, dass attraktive Personen einen Vorteil bei Beförderungen und Personalauswahlentscheidungen haben. Die bei Einstellungsentscheidungen durch physische Attraktivität gewonnenen Vorteile können in der Folge viele positive Auswirkungen auf den Karriereerfolg haben: Attraktive Personen finden früher den Berufseinstieg, die Wahrscheinlichkeit, dass sie befördert

werden, ist größer und sie verbleiben eher in der Organisation, wenn Entlassungen anstehen (Hosoda et al. 2003). Einerseits begründet sich dieser Startvorteil in den bekannten Wirkmechanismen physischer Attraktivität (als sachfremdes Bewerbermerkmal) an sich und andererseits aufgrund eines kumulierten erworbenen Vorsprungs bei wichtigen sachlogischen Bewerbermerkmalen (z. B. höheres Selbstbewusstsein, größere Netzwerke, bessere Bildungsabschlüsse).³⁵

3.2 Einstellungschancen

Innerhalb der Attraktivitätsforschung nimmt der Einfluss der physischen Attraktivität im Bewerbungskontext einen bedeutenden Raum ein. Die Untersuchungen thematisieren den Einfluss der Attraktivität auf verschiedenste Bereiche der Personalauswahl, die unter dem Begriff Einstellungschancen zusammengefasst werden können. Einige Studien thematisieren das eigentliche Auswahlverfahren mit der Vorselektion und dem Einstellungsgespräch, während sich andere Studien mit differenzierten Urteilen und Prognosen bezüglich bestimmter Bewerbereigenschaften befassen. Eine Schwachstelle der meisten Studien zur Wirkung von Attraktivität im Berufskontext ist das Alter der Befragten oder der Versuchspersonen. Das trifft gleichermaßen auf die Bewerber als auch auf die zu bewertenden Personen zu. In der Regel werden in den meisten Untersuchungen Studierende oder junge Personen als Bewerber und Stimuli eingesetzt. Nun könnte man einwenden, dass die Attraktivitätswirkung universal ist und unabhängig von Alter, Geschlecht und Kultur wirkt, wie es auch den grundlegenden Erkenntnissen der Attraktivitätsforschung entspricht. Gerade im Personalauswahl- oder im Berufskontext ist die Generalisierbarkeit von Ergebnissen, die mit studentischen Ratern und Stimuli gewonnen wurden, jedoch relativ gering, da Personalentscheider nur in den seltensten Fällen so jung wie die Bewerber sind (vgl. Böing 2009, S. 99). Ein weiteres Defizit der Forschung ist das Problem der Realitätsnähe. Die meisten Untersuchungen verwenden keine standardisierten Stimuli oder realitätsnahen Situationsbeschreibungen. Personalauswahlverfahren lassen sich in der realen Situation nur sehr schlecht wissenschaftlich untersuchen, da die Bandbreite an Instrumenten und Verfahrensweisen sowie länderspezifische Besonderheiten nur sehr

³⁵ Es muss deutlich drauf hingewiesen werden, dass es sich hier nicht um einen Automatismus handelt, sondern um eine maximal mögliche Kumulation, die in Vergleichssituationen zwischen zwei Personen (formal gleicher Eignung) in bestimmten Personalentscheidungskontexten die Entscheidung positiv beeinflussen kann.

schwierig erfasst werden können. In der psychologischen Personalforschung konzentriert man sich daher auf die Validitätsanalysen der Personalinstrumente. Um grundlegende Attraktivitätswirkungen testen zu können, benötigt man eine möglichst wirklichkeitsgetreue Simulation von Personalauswahlverfahren unter der standardisierten Kontrolle anderer Einflussfaktoren.

Aufgrund der Vielzahl der vorhandenen empirischen Untersuchungen sollen im Folgenden exemplarisch nur Studien genannt werden, die die wichtigsten Befunde verdeutlichen. Die Auswahlentscheidung ist der letzte Schritt eines Personalauswahlverfahrens. An diesem Punkt verfügt das Unternehmen über ein Gesamtbild der Bewerber und kann nun für sich prüfen, wer zum Unternehmen passt. Anhand der vorangegangenen Analyseinstrumente, wurden viele Fähigkeiten und Charaktereigenschaften der Bewerber analysiert. An diesem Punkt ist es in der Personalauswahl, zumindest in größeren Unternehmen, nicht unüblich, kurze Steckbriefe über die Bewerber zu erstellen und direkt gegeneinander zu prüfen. Diesen Steckbriefen ist häufig auch ein Foto der Bewerber beigelegt, um eine bessere Zuordnung zu gewährleisten. An dieser Stelle ist das (attraktive) Bewerbungsfoto sofort wieder präsent und es werden bestimmte Charaktereigenschaften des Bewerbers erinnert. Geht man von der *What-is-beautiful-is-good*-Annahme aus, werden bei attraktiven Bewerbern tendenziell bessere Eigenschaften erinnert. Insbesondere dann, wenn zwischen dem Personalauswahlprozess und der endgültigen Auswahlentscheidung ein längerer Zeitraum liegt.

Diese Annahme stützt auch die Studie von Kaplan (1978), in der Versuchspersonen Lebensläufe mit beigelegtem Foto auf ihre Qualität prüfen sollten. Die zu vergleichenden Lebensläufe waren hinsichtlich ihrer Qualifikationen identisch. Kaplan nahm an, dass man von einem Überstrahlungseffekt des Bewerbungsfotos bzw. der physischen Attraktivität auf die Bewertung der Qualifikationen ausgehen kann. Die Ergebnisse dieser Studie zeigten einen Attraktivitätsbonus für Frauen, wenn diese von Männern eingeschätzt wurden. Attraktive Frauen hingegen, die von weiblichen Bewertern eingeschätzt wurden, erhielten keinen Bonus bzw. einen Malus – wurden also tendenziell schlechter eingestuft. Ein wesentlicher Effekt für Männer konnte unabhängig vom Geschlecht der Beurteiler nicht festgestellt werden (vgl. Kaplan 1978).

Watkins und Johnston (2000) überprüften ebenfalls die Einstufung der Bewerbungsunterlagen hinsichtlich ihrer Qualität und machten den Erfolg einer Bewerbung am Erhalt

einer Einladung zu einem Vorstellungsgespräch fest. Auch hier sind die Ergebnisse dahingehend eindeutig, dass bei ähnlicher oder gleicher Qualifikation attraktive Bewerber eher zu einem Vorstellungsgespräch eingeladen werden, die erste Selektionsstufe im Bewerbungsprozess also eher überwunden wird. Die bessere Beurteilung von attraktiven Bewerbern wirkt insbesondere bei mittelmäßigen Qualifikationen. Anders als in der zuvor genannten Studie von Kaplan (1978) konnten keine geschlechtsspezifischen Unterschiede für den Einfluss physischer Attraktivität nachgewiesen werden (Watkins und Johnston 2000, S. 77). Neuere Befunde zum Einfluss der physischen Attraktivität auf die Analyse von Bewerbungsunterlagen kommen wiederum zu dem Schluss, dass es einen geschlechtsspezifischen Unterschied hinsichtlich der Auswirkung von Attraktivität gibt. So zeigten Ruffle und Shtudiner (2013) dass verstärkt Männer von einem Bewerbungsfoto profitieren, sofern sie attraktiv sind. Attraktive Frauen hingegen erhalten diesen Attraktivitätsbonus nicht. Es lässt sich also zunächst festhalten, dass der Einfluss der physischen Attraktivität auf die Analyse der Bewerbungsunterlagen und die daraus resultierende Einladung zum Vorstellungsgespräch messbar vorhanden ist. Eine Studie, die eine ähnliche Situation der Auswahl von Bewerbern simuliert, wurde von Marlowe et al. (1996) mit erfahrenen Personalentscheidern durchgeführt. Der Fokus der Studie lag auf der Frage, ob mit Erfahrung und Höhe der Position eines Personalentscheiders die Beeinflussung der Einstellungsentscheidung durch nicht sachbezogene Faktoren wie Attraktivität und Geschlecht abnimmt. Die Ergebnisse zeigten zum einen, dass bei der Einstellungsentscheidung die physische Attraktivität in die Entscheidung für oder gegen einen Kandidaten einfließt. Das Ausmaß der Attraktivitätswirkung war zwar für die erfahrensten Personalentscheider in der Regel kleiner, weniger attraktive weibliche Bewerber wurden allerdings unabhängig von der Erfahrung der Entscheider systematisch benachteiligt. Grundsätzlich lässt sich festhalten, dass Attraktivitätseffekte im Bewerbungsprozess durch das Geschlecht sowohl des Entscheidungsträgers als auch des Bewerbers beeinflusst werden können. Frauen und Männer unterscheiden sich in der wahrgenommenen Bedeutung der Attraktivität beim eigenen und dem gegensätzlichen Geschlecht (vgl. Saad und Gill 2009). Bei Frauen ist Attraktivität häufig mit einem „Neidfaktor“ verbunden, wenn sie sich mit anderen Frauen vergleichen. Das kann dazu führen, dass weibliche Personalentscheider attraktive Frauen negativer beurteilen (Patzner 2006, S. 29ff).

Die Bedeutung physischer Attraktivität variiert zwischen verschiedenen Tätigkeitsfeldern und Branchen (Nicklin und Roch 2008; Jawahar und Mattsson 2005; Hosoda et al. 2003; Cesare 1996). Demzufolge sind die Einstellungschancen für attraktive Frauen bei stereotypisch femininen Berufen größer und attraktive Männer haben Vorteile gegenüber ihren weniger attraktiven Konkurrenten bei stereotypisch maskulinen Berufsbildern (vgl. Hosoda et al. 2003). Unabhängig von der Art der beruflichen Position finden sich geschlechtsabhängige Unterschiede hinsichtlich des Einflusses der Attraktivität bei der Vorauswahl der Bewerber. Für Deutschland wurde die Wirkung physischer Attraktivität in der Vorauswahl von Bewerbungsunterlagen bisher nur durch Schuler und Berger (1979) untersucht. In ihrer Studie testeten sie den Einfluss der Variablen „Geschlecht“, „physische Attraktivität“ und „nachgewiesene berufliche Qualifikation“ auf die Einstellungsentscheidung. Diese Variablen wurden in den Bewerbungsunterlagen systematisch variiert. Die Ergebnisse zeigten deutlich, dass die Qualifikation und die physische Attraktivität eines Kandidaten das Auswahlresultat beeinflussen, während das Geschlecht keinen Einfluss hatte. Im Gegensatz dazu konnten neuere Studien einen Geschlechtereffekt nachweisen (vgl. Ruffle und Shtudiner 2013).

Die meisten Studien, die den Einfluss der physischen Attraktivität auf die Einstellungschancen untersuchen, kommen zu dem Ergebnis, dass die wichtigste Entscheidungsgrundlage für oder gegen eine Einstellung die Qualifikation ist. Es ist also anzunehmen, dass mit steigender Kenntnis über die Qualifikation eines Bewerbers der Einfluss der physischen Attraktivität sinkt, aber auch nicht verschwindet.

3.3 Einkommen

In der Literatur findet sich eine große Zahl an Publikationen die sich dem Einfluss askriptiver Merkmale auf den Arbeitslohn widmen (Hamermesh & Biddle 1994: 1179). Lange beschäftigte sich die Forschung lediglich mit dem Einfluss von Ethnie, Religionszugehörigkeit, Geschlecht oder Behinderung auf das Einkommen eines Individuums, um zu klären, ob diese Merkmale einer Gruppenzugehörigkeit innerhalb des Arbeitsmarktes zu Diskriminierungen führen. Die Attraktivitätsforschung hat sich erst mit der zunehmenden Erkenntnis über grundlegende Wirkmechanismen von Attraktivität auch mit dem Einfluss physischer Attraktivität auf den Lohn beschäftigt (vgl. Hamermesh und Biddle 1994; Scholz und Sicinski 2011; Doorley und Sierminska 2012). Einige dieser Studien konnten

zeigen, dass für den Einfluss physischer Attraktivität auf Lohnunterschiede ähnliche Effekte nachweisbar sind wie für Rassen- oder Geschlechterunterschiede (vgl. Mobius und Rosenblat 2006, S. 222). Die Vergleichbarkeit der Studien zum Einfluss der physischen Attraktivität in unterschiedlichen Ländern, zu unterschiedlichen Zeitpunkten, in verschiedenen Arbeitsmärkten und anhand unterschiedlicher Methoden ist schwierig und aufgrund der Fülle an Studien im Detail nicht sinnvoll. Es sollen daher hier nur die wichtigsten empirischen Befunde dargestellt werden, die sich über verschiedene Studien hinweg als robust genug erwiesen (vgl. Hamermesh und Biddle 1994; Biddle und Hamermesh 1998; Harper 2000; Hamermesh 2011; Mobius und Rosenblat 2006; Sen et al. 2010).

Eine der ersten groß angelegten Studien, die den Zusammenhang von physischer Attraktivität und Lohnunterschieden untersuchte, war die Studie von Hamermesh und Biddle (1994). Die Analysen basierten auf drei Datensätzen aus Nordamerika, davon zwei aus den USA und einer aus Kanada, und zeigten im Durchschnitt einen signifikanten positiven Zusammenhang von Attraktivität und einen signifikanten negativen Zusammenhang von mangelnder Attraktivität mit dem Einkommen. Diese Ergebnisse fanden sich sowohl für Männer als auch für Frauen. Unterdurchschnittlich Attraktive haben weniger Einkommen als durchschnittlich und überdurchschnittlich Attraktive. Der Einkommensnachteil fiel sogar größer aus als der Einkommensvorteil der überdurchschnittlich attraktiven Personen: *„The [...] results [...] suggest a 7-9 percent penalty for being in the lowest 9 percent of looks among all workers, and a 5 percent premium for being in the top 33 percent“* (Hamermesh und Biddle 1994, S. 1186).

Zwischen Frauen und Männern zeigten sich nur geringe Unterschiede: sowohl die Einkommensvorteile als auch die –nachteile fielen für Männer minimal höher aus. Um zu überprüfen, ob der Einkommensvorteil der attraktiveren Beschäftigten unabhängig von der beruflichen Tätigkeit Bestand hatten, berücksichtigten sie diese in ihrer Analyse. Es zeigte sich, dass der Einfluss der unterschiedlichen Tätigkeitsbereiche auf die Einkommensunterschiede nur gering war und der Attraktivitätseffekt Bestand hatte. Fletcher (2009) untersuchte den Einfluss physischer Attraktivität auf das Einkommen junger Beschäftigter in den USA zu drei verschiedenen Zeitpunkten. Die Untersuchungspersonen waren junge Erwachsene, die im ersten Befragungsjahr 1994 die Klassenstufen 7-12 besuchten. Das Besondere an dieser Studie war, dass sie neben den Variablen zu physischer Attraktivität und Einkommen eine große Zahl an Kontrollvariablen (Alter, Herkunft,

Selbstbewusstsein, Gesundheitszustand, familiärer Hintergrund, Familieneinkommen, mütterliche Erziehung, Gewicht, Persönlichkeitseigenschaften und eine Fähigkeitsvariable) einbezog (Fletcher 2009, S. 322). Die Ergebnisse zeigten, dass sowohl die Fähigkeitsvariable als auch die physische Attraktivität, auch unter Kontrolle der anderen Variablen, im Durchschnitt einen positiven Einfluss auf das Einkommen hatten und es einen Unattraktivitätsmalus gab. Erstaunlicherweise war der Einfluss der physischen Attraktivität stärker als der Einfluss der Fähigkeitsvariablen (Fletcher 2009, S. 320f). Harper (2000) kam in einer Studie mit Daten aus Großbritannien zu ähnlichen Ergebnissen: Physische Attraktivität hat, sowohl für Männer als auch für Frauen, einen signifikanten positiven Einfluss auf das Jahreseinkommen. Analog zu den Ergebnissen von Hamermesh und Biddle machte Harper ebenfalls einen höheren Malus für unattraktives Aussehen aus im Vergleich zum Einkommensbonus für attraktives Aussehen: unattraktive Männer erhielten ca. 15% und unattraktive Frauen ca. 11% weniger Lohn als der Durchschnitt (Harper 2000, S. 798). Pfeifer (2012) untersuchte auf der Basis der Daten aus dem ALLBUS³⁶ die Attraktivitätswirkung auf dem Arbeitsmarkt in Deutschland und kam hinsichtlich des Lohnniveaus und der Einstellungschancen zu ähnlichen Ergebnissen. Dazu wurden mehr als 3000 Personen befragt, die unter anderem ihren aktuellen Beruf sowie ihr Gehalt angaben. Zusätzlich bewerteten die Interviewer die Befragten hinsichtlich ihrer physischen Attraktivität am Anfang und am Ende des Interviews auf einer Skala von 1 (sehr unattraktiv) bis 11 (sehr attraktiv). Zusätzlich sollte der Befragte seine physische Attraktivität selbst auf einer identischen Skala einschätzen. Diese drei Einschätzungen enthalten trotz der vermeintlichen Subjektivität verwertbare Informationen, da auf dem Arbeitsmarkt die wahrgenommene und nicht die objektive Attraktivität zum Tragen kommt. Im Durchschnitt verdienten die Befragten pro zusätzlichen Skaleneinheit auf der Attraktivitätsskala 3% mehr im Monat. Bei Männern fiel der Effekt höher aus als bei Frauen. In einem Ländervergleich für Luxemburg und Deutschland untersuchten Doorley und Sierminka (2012), inwieweit physische Attraktivität den durchschnittlichen Lohn einer Person beeinflusst. Sie fanden für Deutschland ebenfalls einen statistisch signifikanten Lohnmalus für unattraktive Personen und einen Einkommensbonus attraktiver Menschen von 25% für Frauen und 16% für Männer. Für Luxemburg waren keine signifikanten Ergebnisse

³⁶ „Die Allgemeine Bevölkerungsumfrage der Sozialwissenschaften (ALLBUS) ist eine langfristig angelegte, multithematische Umfrageserie der GESIS zu Einstellungen, Verhaltensweisen und Sozialstruktur der Bevölkerung in der Bundesrepublik Deutschland“ (vgl. Blohm 2008).

zu finden. Scholz und Sicinski (2011) wiesen ebenfalls eine Attraktivitätsprämie nach und prüften zusätzlich, ob es eine Korrelation zwischen physischer Attraktivität und kognitiven Fähigkeiten, wie beispielsweise der gemessenen Intelligenz, gab (Scholz und Sicinski 2011, S. 14). Dies war nicht der Fall, aber die physische Attraktivität korrelierte positiv mit Persönlichkeitseigenschaften wie dem Selbstbewusstsein und emotionaler Stabilität.

Fasst man die Befunde aus der Literatur zusammen, so lässt sich für den Einfluss physischer Attraktivität auf das Einkommen festhalten, dass attraktive Personen mehr Einkommen erzielen als unattraktive Personen. Zudem findet sich für unattraktive Personen ein nicht unerheblicher Einkommensnachteil, wobei die Differenz zwischen unattraktiven gegenüber durchschnittlich attraktiven Personen höher ausfällt als die Differenz des Einkommensbonus zwischen durchschnittlichen und attraktiven Personen. Die empirischen Ergebnisse sind zwischen den Geschlechtern nicht eindeutig, es zeichnet sich aber ab, dass Männer in Bezug auf das Einkommen tendenziell mehr von ihrer Attraktivität profitieren. Abgesehen von branchen- und tätigkeitsrelevanten Unterschieden sind die Einkommensdifferenzen hinsichtlich der Attraktivität nicht mit den beruflichen Tätigkeiten zu erklären, sondern mit einer Diskriminierung unattraktiver Personen und einem höheren Selbstbewusstsein attraktiver Personen. Dies ist auch ein Hinweis darauf, dass möglicherweise in Gehaltsverhandlungen attraktive Arbeitnehmer von einem zusätzlichen Bonus profitieren. Durch ihre über alle Phasen der Erwerbsbiografie und im Alltag erfahrene positive Attraktivitätswirkung und ihr dadurch verstärktes Selbstbewusstsein im Sinne einer selbsterfüllenden Prophezeiung können sie in Gehaltsverhandlungen besser auftreten als unattraktive Personen. Sie könnten demnach auch an dieser Stelle von einer kumulierten Attraktivitätswirkung im Lebensverlauf profitieren.

3.4 Produktivität und Berufserfolg

Hamermesh und Biddle (1994) konnten zeigen, dass Unternehmen mit attraktiveren Mitarbeitern eine höhere Wertschöpfung erzielen. Das trifft sowohl für Mitarbeiter in Führungspositionen als auch für Mitarbeiter unterer Ebenen zu. Eine Studie im Finanzdienstleistungsbereich konnte zeigen, dass sich ein Fünftel der Kunden neben der Fachkompetenz ein gutes Aussehen der Berater wünscht. Gemäß dem *attractiveness stereotype* möchte der Kunde durch das Aussehen direkt eine gewisse Kompetenz erkennen (), was

den Verkaufserfolg der Berater erhöht (Böing 2009, S. 289f.). Doch auch in Berufen, in denen kein Kundenkontakt besteht, können attraktivere Personen Vorteile für Unternehmen bieten (Hamermesh 2011, S. 88ff). Werden jedoch Entscheidungen über einen Bewerber voreilig aufgrund des Aussehens getroffen und wird der eigentlich qualifiziertere Bewerber zugunsten eines attraktiveren, schlechter qualifizierten Bewerbers für diese Stelle abgelehnt, so könnte Attraktivität kontraproduktiv für die Wertschöpfung sein. Es ist kein Automatismus, dass attraktive Mitarbeiter grundsätzlich höhere Gewinne erzielen als unattraktivere Mitarbeiter (Renz 2006, S. 112).

Pfann et al. (2000) untersuchten den Einfluss der Attraktivität von Angestellten auf die Unternehmensleistung als Ursache von Einkommensdifferenzen. Dazu wurden Paneldaten der niederländischen Werbeindustrie genutzt. Pfann et al. wollten überprüfen, ob ein Attraktivitätsbonus in Form von höherem Einkommen durch Diskriminierung oder durch Unterschiede in der Produktivität zu begründen ist. Dabei gingen die Autoren davon aus, dass bei Tätigkeiten, bei denen eine Interaktion zwischen Kunden und Mitarbeitern zentral ist, die Diskriminierung seitens der Kunden eine wesentliche Rolle spielt und dem Unternehmen mit attraktiven Angestellten einen Vorteil verschaffen kann. In diesem Zusammenhang wird von einem *beauty capital* (Pfann et al. 2000, S. 202) gesprochen, das dem Unternehmen höhere Einnahmen verschafft. Anhand der Untersuchungen konnte gezeigt werden, dass Werbeagenturen mit attraktiveren Vorstandsmitgliedern vergleichsweise höhere Einnahmen generierten. „Greater differences in relative productivity (in this case, of beauty compared to other characteristics) generate greater opportunities for productive specialization” (Pfann et al. 2000, S. 204f). So kann in Unternehmen eine organisatorische Aufteilung erfolgen, bei welcher attraktive Angestellte für den Kundenkontakt und weniger attraktive Angestellte für die übrigen Aufgaben zuständig sind. Die positive Wirkung der Attraktivität auf die Einnahmen des Unternehmens übersteigt, laut dieser Studie, den direkten Effekt auf die Einkommen der attraktiven Angestellten. Ein Drittel der Quasirendite, die durch Attraktivität erzeugt wird, eignen sich die Unternehmen an. Dennoch zeigt sich, dass durch die Attraktivität der Arbeitnehmer sowohl für diese selbst, als auch für die Unternehmen ein Nutzen entsteht. Dieser resultiert aus der in bestimmten Tätigkeitsbereichen höheren Produktivität attraktiver Angestellter, welche wiederum aus der Attraktivitätspräferenz der Kunden hervorgeht (Pfann et al. 2000, S. 206f.).

Entgegen der Annahme, dass Attraktivitätswirkung im Unternehmenskontext durch höhere Produktivität entsteht, beruht die Attraktivitätswirkung nach den Untersuchungen von Mobius und Rosenblat (2006) auf anderen Ursachen: sie konnten keinen tatsächlichen Einfluss der Attraktivität auf die Produktivität feststellen. Vielmehr erhöht das attraktive Erscheinungsbild eines Arbeitnehmers die Einschätzung seiner Produktivität (Mobius und Rosenblat 2006, S. 229). Dies entspricht auch den grundlegenden Erkenntnissen der Attraktivitätsforschung, insbesondere der Wirkung des *attractiveness stereotype* bei dem von einem attraktiven Erscheinungsbild auf positive Persönlichkeitseigenschaften geschlossen wird. Die Einschätzung der Produktivität wiederum hat einen Einfluss auf die Löhne des Arbeitnehmers. Mobius und Rosenblat (2006) konnten zeigen, dass Attraktive 12-17% mehr Lohn bekommen als durchschnittlich attraktive Arbeitnehmer. Der entscheidende Faktor für den Attraktivitätseffekt ist die Selbstsicherheit der attraktiven Beschäftigten. So erhöht sich bei einem Anstieg der Attraktivität um eine Standardabweichung auch der erhobene Grad an Selbstsicherheit um 13 - 16% (Mobius und Rosenblat 2006, S. 230). Diese Selbstsicherheit der Arbeitnehmer wirkt sich wiederum auf deren Einkommen aus, so dass ein Teil der Attraktivitätsprämie mit einer höheren Selbstsicherheit erklärt werden kann (Mobius und Rosenblat 2006, S. 232). Dies liegt zum einen daran, dass Arbeitnehmer mit einer hohen Selbstsicherheit seitens der Arbeitgeber als fähiger eingeschätzt werden. Zum anderen verfügen physisch attraktive Personen über bessere kommunikative und soziale Fähigkeiten, da sie in allen Lebensphasen positive Attraktivitätswirkungen erlebt haben. Diese Fähigkeiten wiederum erhöhen das Einkommen durch Interaktion mit dem Arbeitgeber. Vor allem in Situationen, in denen die Arbeitnehmer mit den Arbeitgebern mündlich interagieren müssen, konnte ein signifikanter Effekt für Selbstsicherheit gezeigt werden. In Situationen non-verbaler Interaktion konnte eine solche Selbstsicherheitsprämie nicht festgestellt werden (Mobius/Rosenblat 2006: 232). Bezogen auf die Attraktivität konnte mit jeder Erhöhung des Attraktivitätswertes um eine Standardabweichung ein Anstieg der Einkommen um 10,5% gezeigt werden. Eine hohe Attraktivitätsprämie zeigt sich ebenfalls in Situationen, in denen der Arbeitgeber keinerlei visuelle Informationen über den Arbeitnehmer hat und lediglich über das Telefon verbal kommuniziert. Dies bekräftigt den Zusammenhang von Attraktivität und Kommunikationsfähigkeiten. Abschließend kommen Mobius und Rosenblat (S. 234) zu dem Ergebnis, dass 15 - 20% der Attraktivitätsprämie durch Selbstsicherheit zu erklären ist und 40% über visuelle und mündliche Interaktion.

Aus der Sicht von Unternehmen kann es durchaus eine rationale Vorgehensweise sein, attraktive Mitarbeiter einzustellen. Die Verbesserung des Umsatzes kann groß genug sein, um Zusatzkosten für die möglicherweise längere Suche nach einem attraktiven Angestellten und sein höheres Einkommen zu bezahlen. Dabei ist es von der Konkurrenz am Markt abhängig, ob und wie viel Gewinn sich erzielen lässt, da alle Firmen auf der Suche nach den seltenen gut aussehenden Personen sind (Hamermesh 2011, S. 100). Ob sich die Erhöhung des Profits eines Unternehmens mit attraktiveren Mitarbeitern erzielen lässt, ist allerdings größtenteils branchen- und berufsabhängig (Hakim 2011, S. 189, 225). Vor allem in Berufen mit direktem Kundenkontakt macht sich das äußere Erscheinungsbild auch in den Umsätzen bemerkbar. Im weiteren Verlauf einer Erwerbsbiografie sind auch Effekte der physischen Attraktivität auf Leistungsbeurteilungen möglich, gerade wenn sie auf der Grundlage der Produktivität erfolgen.³⁷

³⁷Bei Leistungsbeurteilungen liegt der Fokus nicht mehr auf den Bewerbern, sondern auf Arbeitnehmern, die bereits auf dem Arbeitsmarkt aktiv sind. Aufgrund der geringen Anzahl an Studien und aufgrund der differenzierten Ergebnisse lässt sich diesbezüglich keine eindeutige Aussage treffen. Auf der einen Seite zeigen die Befunde, dass die Arbeitsleistungen attraktiver Arbeitnehmer höher bewertet werden als die unattraktiver Arbeitnehmer. Auf der anderen Seite zeigt sich, dass dies nicht für Frauen in Führungspositionen gilt und einige Studien finden keinen Effekt für männliche attraktive Arbeitnehmer. Hinzu kommt, dass zwar die Leistungsfähigkeit attraktiver Arbeitnehmer höher eingeschätzt wird, aber die tatsächlichen Leistungen geringer bewertet werden, wenn sie nicht mit den Erwartungen übereinstimmen. Es fehlen Studien, die reale Leistungsbewertungen in realen Arbeitsmarktsituationen untersuchen. Es liegt daher nahe, dass Leistungsbeurteilungen im Wesentlichen von anderen Faktoren, zum größten Teil aber von der tatsächlichen, messbaren Leistung, abhängen. Vgl. als Überblick Heilman und Stopeck (1985b); Spencer und Taylor (1988); Kelley et al. (2002).

3.5 Forschungsstand: Der Einfluss der physischen Attraktivität im Bewerbungskontext

Viele Untersuchungen, die den Einfluss der physischen Attraktivität im Bewerbungskontext untersuchen, konzentrieren sich auf den Einfluss im eigentlichen Auswahlverfahren. Einige dieser Studien konzentrieren sich dabei nicht nur auf die Einstellungsentscheidung, sondern befassen sich mit dem Einfluss differenzierter Urteile und Prognosen bezüglich bestimmter Bewerbereigenschaften. Es erscheint zunächst plausibel, dass attraktive Bewerber für Tätigkeiten bevorzugt eingestellt werden, bei denen das Aussehen eine wichtige Rolle spielt und für eine erfolgreiche Ausübung der Tätigkeit einen Vorteil mit sich bringt. Dazu zählen Tätigkeiten, die mit häufigem Kundenkontakt verbunden sind oder bei denen andere Personen überzeugt werden sollen (z. B. Verkauf, Werbung, Gastronomie). Verschiedene Studien bestätigen einen Zusammenhang zwischen physischer Attraktivität und Erfolg bei solchen Tätigkeiten. Carlson (1967) fand eine geringe positive Korrelation zwischen der Bewerberattraktivität und der Einstellungsentscheidung für eine Verkaufstätigkeit in der Versicherungsbranche. Dipboye et al. (1977) konnten einen ähnlichen Zusammenhang bei Praktikumsplätzen für eine vergleichbare Tätigkeit im Verkaufsmanagement finden. Neben dem Einfluss auf die Einstellungsentscheidung wurden die attraktiven Bewerber zusätzlich hinsichtlich ihrer Einstiegsgehälter höher eingeschätzt. In einer früheren Studie (Dipboye et al. 1975) zeigten sich nahezu identische Ergebnisse im Rahmen eines simulierten Bewerbungsverfahrens in der Möbelindustrie für eine Führungsposition mit häufigen Kunden- und Vertriebsleiterkontakten. Ebenso fand sich in beiden Studien von Dipboye et al. ein Geschlechtereffekt: Männer wurden tendenziell gegenüber den Frauen bevorzugt. In einer jüngeren Studie konnten Tews et al. (2009) zeigen, dass attraktivere Bewerber bei der Einstellung für Tätigkeiten in einem Hotel bevorzugt wurden. Die Tätigkeiten wurden in der Untersuchung variiert, dadurch konnte die Studie zeigen, dass die äußere Anmutung für diejenigen Tätigkeiten eine größere Rolle spielte, die häufigere Kundenkontakte vorsehen. Zu ähnlichen Ergebnissen kamen auch Beehr und Gilmore (1982) unter Variation von Häufigkeit und Intensität des Kundenkontaktes in verschiedenen Tätigkeitsbereichen. Insgesamt lässt sich festhalten, dass eine hohe physische Attraktivität von Bewerbern besonders dann von Vorteil ist, wenn die äußere Anmutung einen Einfluss auf die erfolgreiche Ausübung einer Tätigkeit hat.

Es finden sich in der Literatur allerdings auch positive Effekte der Attraktivität eines Bewerbers für Tätigkeiten, in denen eine erfolgreiche Ausübung nicht unbedingt von der physischen Attraktivität abhängt. Quereshi und Kay (1986) zeigten, dass attraktive Bewerber für Tätigkeiten als leitender Steuerberater, Postamtsvorsteher oder stellvertretender Direktor einer Schule gegenüber unattraktiven Bewerbern bevorzugt wurden. Watkins und Johnston (2000) zufolge werden attraktive weibliche Bewerber eher für Managementpositionen eingestellt als unattraktive weibliche Bewerber, was den Annahmen des Beauty-is-beastly-Effekts entgegenlaufen würde.

Personalentscheider schätzen konsistent zum *attractiveness stereotype* die motivationalen und kommunikativen Eigenschaften von attraktiven Bewerbern unabhängig von der Art der Tätigkeit als signifikant höher ein als die der unattraktiven Bewerber. Das lässt die Schlussfolgerung zu, dass attraktive Bewerber nicht nur dort bevorzugt werden, wo die physische Attraktivität maßgeblich die erfolgreiche Ausübung der Tätigkeit bestimmt (vgl. Shahani et al. 1993; Gilmore et al. 1986). In diesem Zusammenhang stellt sich die Frage, welche Rolle die physische Attraktivität im Vergleich zu weiteren tätigkeitsrelevanten Informationen für Einstellungen spielt. In der Literatur finden sich Hinweise darauf, dass der Einfluss der Attraktivität abnimmt, wenn mehr tätigkeitsrelevante Informationen wie z. B. Abschlusszeugnisse, Berufserfahrung etc. vorliegen. In Beurteilungs- und Entscheidungsprozessen von Personalentscheidern scheinen beispielsweise Pflichtbewusstsein und grundsätzliche geistige Fähigkeiten (Tews et al. 2009), soziale Fähigkeiten (Raza und Carpenter 1987) oder die Qualität des Bewerbungsanschreibens (Watkins und Johnston 2000) eine größere Rolle zu spielen als physische Attraktivität. Chiu und Babcock (2002) kommen hingegen zu dem Ergebnis, dass die Relevanz physischer Attraktivität ähnlich groß ist wie die von Berufserfahrung, tätigkeitsrelevanten Fähigkeiten und Abschlussnoten.

Betrachtet man die Befunde der Attraktivitätsforschung in Bezug auf den Bewerbungskontext insgesamt, so scheint es, dass dem Einfluss der physischen Attraktivität im Vergleich zu Kriterien wie Berufserfahrung oder tätigkeitsspezifischen Kompetenzen (Leistung) eine untergeordnete Rolle zukommt und der Effekt der Attraktivität eher klein ausfällt. Allerdings ist die Studienlage insgesamt inkonsistent. In Bezug auf Einstellungsentscheidungen kann allerdings unter Umständen auch ein geringer Effekt für eine endgültige

tige Einstellungsentscheidung ausschlaggebend sein, vor allem dann, wenn die Qualifikation bei mehreren Bewerbern auf vergleichbarem Niveau ist. Es kommt dann zu einem Tie-Breaker-Effekt: „*This predicts that, when qualifications of applicants are similar, the applicants` appearance becomes the determining factor in [...] hiring decisions*” (Ilkka 1995, S. 143). Das bedeutet, dass die vermeintlich kleinen Effektstärken der physischen Attraktivität durchaus bedeutsam und das „Zünglein an der Waage“ sein können. Nicht nur werden attraktive Bewerber bevorzugt, unattraktive Bewerber unterliegen möglicherweise auch Diskriminierungsprozessen und werden bei gleichen Qualifikationen und Voraussetzungen aufgrund ihres Mangels an physischer Attraktivität benachteiligt. Es stellt sich weiterhin die Frage, inwieweit der positive Einfluss von Attraktivität auf Einstellungsentscheidungen für Bewerber mit unterschiedlichen Merkmalen gleichermaßen zutrifft, ob sich also Interaktionseffekte identifizieren lassen. In der Attraktivitätsforschung wurde häufig das Merkmal Geschlecht in die Untersuchung einbezogen, während andere Merkmale wie Herkunft/Rasse oder Alter nur in wenigen empirischen Studien berücksichtigt wurden. Einige Studien stellen fest, dass Attraktivität sich sowohl für Männer als auch für Frauen positiv auf Einstellungsentscheidungen auswirkt, grundsätzlich aber attraktive Männer gegenüber attraktiven Frauen bevorzugt eingestellt werden (vgl. exemplarisch Dipboye et al. 1977; Cann et al. 1981). Andere Untersuchungen finden hingegen keine signifikanten Effekte des Geschlechtes (vgl. exemplarisch Jackson 1983; Wilson et al. 1985; Gilmore et al. 1986) oder einen negativen Effekt für attraktive weibliche Bewerber, wenn es um Einstellungsentscheidungen für Führungspositionen geht (Beauty-is-beastly-Effekt).

Vor dem Hintergrund der empirischen Befunde lässt sich insgesamt festhalten, dass attraktive Bewerber, unabhängig von der Art der Tätigkeit, besser beurteilt werden und bei Einstellungsentscheidungen bei vergleichbarer Qualifikation oder Leistung gegenüber unattraktiven Bewerbern bevorzugt werden. Auch Merkmale der Beurteiler/Personalentscheider wie z. B. Geschlecht oder Alter beeinflussen diesen grundsätzlichen Effekt, abgesehen vom Beauty-is-Beastly-Effekt, nicht wesentlich (vgl. Hosoda et al. 2003). Auch die Erfahrung der Personalentscheider verringert den Attraktivitätseffekt nicht bedeutend (Marlowe et al. 1996). In diesem Zusammenhang muss allerdings darauf hingewiesen werden, dass die empirischen Ergebnisse der meisten Untersuchungen möglicherweise nur eingeschränkt auf Alltagssituationen übertragen werden können. Bei der Mehrzahl

der - häufig experimentell angelegten - Studien waren es nicht tatsächliche Personalentscheider, die über Einstellungen entschieden oder Einschätzungen der Bewerber abgaben. Häufig wurden Studierende oder Personen mit fehlender oder geringer Personalentscheidungserfahrung befragt. Dies führt zu der Frage, inwieweit Beurteilungen oder Personalentscheidungen von Personen ohne Erfahrung in Personalentscheidungen auf die Realität übertragen werden können (vgl. Gordon et al. 1986; Marlowe et al. 1996). Untersuchungen zeigen allerdings zum einen, dass die Urteile und Entscheidungen von Studierenden häufig ähnlich ausfallen wie die tatsächlicher Personalverantwortlicher (vgl. exemplarisch Bernstein et al. 1975; Dipboye et al. 1975; Hosoda et al. 2003). Zum anderen kommen die wenigen Feldstudien, die als realitätsnah gewertet werden können, gleichermaßen zu dem grundsätzlichen Befund, dass attraktive männliche und weibliche Bewerber bevorzugt werden. Es kann daher davon ausgegangen werden, dass sich in realen Bewerbungssituationen dieselbe Wirkung physischer Attraktivität wie in anderen Lebensbereichen entfaltet (vgl. die grundlegenden Wirkmechanismen der Attraktivität in Kapitel 3). Schließlich bleibt die Frage zu klären, ob die Ergebnisse auf andere Länder oder Kulturkreise übertragbar sind. Die meisten der vorgestellten Untersuchungen wurden in den USA durchgeführt. Es finden sich nur wenige Studien, die einen Zusammenhang von Attraktivität und Einstellungsentscheidungen in anderen Ländern nachweisen (vgl. Schuler und Berger 1979; Chiu und Babcock 2002; Shahani-Denning et al. 2010).

Da es sich bei der Studie von Schuler und Berger (1979) um die bisher einzige Untersuchung in Deutschland handelt, die physische Attraktivität als Einflussfaktor in Bewerbungsverfahren untersucht, soll die vorliegende Arbeit diese Forschungslücke mit einer aktuellen Untersuchung über den Einfluss der Attraktivität in Personalauswahlverfahren in Deutschland schließen.

4 Der Arbeitsmarkt – ein kurzer Überblick über theoretische Erklärungsmodelle

Personalauswahlverfahren sind nur vor dem Hintergrund einer Kenntnis des Arbeitsmarktes erklärbar. Es liegt daher nahe, sich zunächst mit den theoretischen Grundlagen aus der Arbeitsmarkttheorie auseinanderzusetzen. Arbeitsmarkttheorien beinhalten die zentralen theoretischen Annahmen zur wissenschaftlichen Analyse der Strukturen und Prozesse auf dem Arbeitsmarkt. Sie sind in der Regel interdisziplinär anwendbar, vornehmlich befassen sich aber die Wirtschaftswissenschaften und die Arbeitsmarktsoziologie mit dem Phänomen Arbeitsmarkt. Beide Disziplinen gehen von unterschiedlichen Paradigmen aus, um den Arbeitsmarkt theoretisch zu erfassen. Die Wirtschaftswissenschaften betrachten den Arbeitsmarkt in der Regel, neben dem Güter- und dem Geldmarkt, als den dritten Teilmarkt eines Wirtschaftssystems. Die Mehrzahl der ökonomischen Analysen konzentriert sich daher auf makroökonomische Erklärungen des Arbeitsmarktes, wie z. B. die Entstehung von Arbeitslosigkeit in Volkswirtschaften und den damit verbundenen Auswirkungen. Die Arbeitsmarktsoziologie betrachtet Prozesse auf dem Arbeitsmarkt zumeist als Ergebnis institutioneller und sozialer Gegebenheiten. Die soziologische Arbeitsmarktforschung konzentriert sich daher in der Regel auf die Benachteiligung bestimmter Bevölkerungsgruppen, der Arbeitsmarkt wird aus dem Blickwinkel der Soziologie häufig als „Ungleichheitsmaschine“ betrachtet (Abraham 2008, S. 17).

4.1 Neoklassisches Modell

Nahezu alle ökonomischen Analysen des Arbeitsmarktes basieren auf dem neoklassischen Modell. Ausgangspunkt ist die Annahme, dass Märkte immer ein Gleichgewicht erreichen, indem sich Angebot und Nachfrage unter konstanten Randbedingungen aufeinander einstellen. Dabei werden bestimmte Prämissen vorausgesetzt, die zu einer vollkommenen Markträumung führen (Abraham 2008, S. 20f.):

1. Es agieren rational handelnde, vollständig informierte Akteure mit eindeutigen Präferenzen.
2. Es existiert ein idealer Markt mit ausreichend vielen Anbietern und Nachfragern (vollkommene Konkurrenz).

3. Es existiert ein homogenes und beliebig teilbares Gut (z. B. Arbeit).
4. Es existieren vollkommen flexible Preise und Löhne.
5. Die Akteure haben auf dem Arbeitsmarkt keine Präferenz für bestimmte Tauschpartner.
6. Es existieren keine kulturellen und institutionellen Beschränkungen, es existiert vollkommene Mobilität.

Das neoklassische Modell ist das Modell eines perfekten Marktes, der in der Realität so nicht gegeben ist und daher nur für die Analyse von Makrophänomenen wie zum Beispiel Arbeitslosigkeit oder Lohnstrukturen geeignet ist. Zur Analyse von sozialen Ungleichheiten ist das Ausgangsmodell nicht geeignet, da keine Faktoren gesellschaftlicher Stratifizierung einbezogen werden. Hierfür wird eine Vielzahl von Modifikationen benötigt. Hinsichtlich der Analyse des Einflusses physischer Attraktivität sind vor allem die Modifikationen hinsichtlich der Informationsverteilung und des Humankapitals hilfreich.³⁸

4.1.1 Informationen

Eine der Prämissen des neoklassischen Modells besagt, dass alle Akteure rational handeln und vollständig informiert sind. In der Modifikation werden hingegen *keine* vollständigen Informationen über die Zustände des Arbeitsmarktes vorausgesetzt, weder auf Arbeitgeber- noch auf Arbeitnehmerseite. In der Regel ist ein Arbeitgeber unvollständig über die Fähigkeiten eines potenziellen neuen Arbeitnehmers informiert. Um ein einfaches Beispiel zu nennen: In den meisten Fällen fehlt eine umfassende Übersicht über alle potenziellen Bewerber auf eine offene Stelle. Der Arbeitnehmer auf der anderen Seite ist nicht vollständig über die Eigenschaften und Karriereaussichten bei einem potenziellen neuen Arbeitgeber informiert. Es fehlen häufig auch Informationen darüber, welche Stellen offen sind und zu welchen Löhnen und Arbeitsbedingungen diese besetzt werden können. Diese Unsicherheiten wirken sich auf die Art und Weise aus, wie Arbeitgeber und Arbeitnehmer miteinander interagieren. Mit den Such- und Matchingtheorien aus der Arbeitsmarktsoziologie können diese Aspekte des Eintritts in den Arbeitsmarkt und damit

³⁸ Weitere Modifikationen zu Akteuren, Macht, Institutionen oder sozialen Netzwerken sind für den Einfluss der Attraktivität in der biografieorientierten Personalauswahl nicht substanziell relevant und werden daher nicht weiter dargestellt. Für eine ausführliche Darstellung vgl. Abraham (2008).

verknüpfte Phänomene analysiert werden (vgl. Abraham 2008). Die Akteure auf dem Arbeitsmarkt müssen ihre Partner suchen. Dadurch entstehen Kosten (Zeit, Geld, Ressourcen), wobei das Ergebnis der Suche unbekannt ist (vgl. Abraham 2008, S. 23ff.). Im Gegensatz zum neoklassischen Modell mit seiner Annahme, dass Akteure mit vollkommener Sicherheit über die Zukunft handeln und eine vollständige Transparenz existiert, sind unter realen Bedingungen Unsicherheit und unvollständige Informationen kennzeichnend für den Arbeitsmarkt.

4.1.2 Qualifikation und Wissen: Humankapitaltheorie

Eine Weiterentwicklung des neoklassischen Modells bezieht sich auf die Wechselwirkung von Produktivität und den Qualifikationen von Arbeitskräften. Im Gegensatz zu der idealtypischen Annahme des neoklassischen Modells einer hinsichtlich der Qualifikationen homogenen Arbeitnehmerschaft, ist es mit der Humankapitaltheorie (vgl. Becker 1962) zumindest möglich, soziale Ungleichheit unterschiedlicher Dimensionen zu analysieren. Individuelle Charakteristika, die keinen Zusammenhang mit der Arbeitsleistung haben sollten, aber dennoch den Karriereerfolg beeinflussen, können demnach als berufsirrelevantes Humankapital (*job-irrelevant human capital*) bezeichnet werden (Melamed, 1996), die vorliegende Arbeit spricht von sachfremden Bewerbermerkmalen. Die physische Attraktivität einer Person stellt ein typisches Beispiel für berufsirrelevantes Humankapital dar. Für den Einfluss physischer Attraktivität bei der Personalauswahl ist die Frage von Bedeutung, ob alle Arbeitnehmer mit vergleichbarer Produktivität denselben Lohn und dieselben Chancen (z. B. bei der Einstellungsentscheidung) erhalten oder ob unattraktive Personen aufgrund des Merkmals „Attraktivität“ benachteiligt werden. Die Wirkung physischer Attraktivität kann sich hierbei auf zweierlei Weise entfalten. Zum einen implizit: Der Arbeitgeber nimmt aufgrund der physischen Attraktivität einer Person eine höhere Produktivität (abgeleitet z. B. durch zugeschriebene Persönlichkeitseigenschaften, vgl. *attractiveness stereotype*) an, als tatsächlich gegeben ist. Zum anderen kumulativ, indem durch häufige Bevorzugung im Sinne einer selbst erfüllenden Prophezeiung während der Ausbildungs- und Erwerbsbiografie tatsächlich höhere Qualifikationen erreicht werden und dadurch ein Wettbewerbsvorteil entsteht. Dies kann im Sinne einer Benachteiligung *vice versa* auch für unattraktive Arbeitnehmer gelten, da sich gemäß der Humankapitaltheorie eine nachgelagerte ungleiche Chancenverteilung aufgrund unter-

schiedlicher Qualifikationen und Fähigkeiten ergibt. Das Modell der statistischen Diskriminierung (vgl. Phelps 1972) besagt, dass die Zugehörigkeit zu einer Gruppe als Signal für die Produktivität einer Person genutzt wird. Die Unwissenheit des Arbeitgebers über die Produktivität eines potenziellen Arbeitnehmers führt dazu, dass die Produktivität eines Gruppenmitglieds häufig unterschätzt wird. Diskriminierungsprozesse sind für den deutschen Arbeitsmarkt vor allem aufgrund des Geschlechts und der ethnischen Herkunft gut dokumentiert (vgl. exemplarisch Diekmann et al. 1993; Kay 1998; Kalter 2008; Granato und Kalter 2001). Grundsätzlich gilt weiterhin, dass bei der Einstellung oder im Bewerbungsverfahren die Produktivität eines potenziellen Arbeitnehmers nicht beobachtbar ist (vgl. Abraham 2008, S. 22). Der Signaling-Theorie zufolge werden die fehlenden Informationen und daraus resultierende Unsicherheiten eingeschränkt, indem man auf „Signale“ für Produktivität zurückgreift (vgl. Spence 1973). Diese Signale sollen möglichst verlässlich Rückschlüsse auf die Produktivität zulassen. Das ist bei Abschlusszeugnissen (formale Bildungsabschlüsse) oder Empfehlungen durchaus plausibel, es können aber auch Signale herangezogen werden, die mit der eigentlichen Produktivität nichts zu tun haben. Neben den bereits genannten sachfremden Personenmerkmalen Geschlecht oder ethnische Herkunft kann physische Attraktivität eine Signalwirkung (vgl. *attractiveness stereotype*) entfalten und ungleiche Chancen auf dem Arbeitsmarkt begünstigen.

5 Personalauswahlverfahren

„Personalauswahl ist die Auslese von möglichst geeigneten Personen für bestehende oder konkret projektierte Berufe, Tätigkeiten oder Veränderungsmaßnahmen“ (Wick 2005, S. 5). Elementar für die Personalauswahl ist die Eignung eines Bewerbers. Der Eignungsbegriff beschreibt die Relation der Anforderungen einer Stelle zu den Qualifikationen und Kompetenzen eines Bewerbers. Diese Anforderungen basieren auf die zu Beginn der Personalgewinnung definierten Aufgaben, Kompetenzen und Verantwortlichkeiten der zu besetzenden Stelle. In der Personalauswahl werden also Entscheidungen getroffen, die das Ergebnis eines systematischen Vergleichs zwischen den Anforderungen des Arbeitsplatzes (Anforderungsprofil) und den Kompetenzen und Fähigkeiten der Bewerber (Eignungsprofil) sind (vgl. Dincher und Mosters 2011, S. 3-4). Der geeignetste Bewerber ist derjenige, bei dem Eignungsprofil und Anforderungsprofil übereinstimmen.

Viele Organisationen und Unternehmen³⁹ sind sich der elementaren Bedeutung der Personalauswahl nicht in der gesamten Tragweite bewusst. Die Einstellung qualifizierter und zur Organisation passender Mitarbeiter, insbesondere bei Fach- und Führungskräften, beeinflusst in den verschiedensten Dimensionen wesentlich den Erfolg eines Unternehmens (Berthel und Becker 2010, S. 331). Dieser Prozess sollte im besten Fall strategisch ausgerichtet sein. Daher gewinnt die auf wissenschaftlicher Evidenz basierte valide Personalauswahl immer mehr an Bedeutung (Jung 2011): Ziel ist es, mit Hilfe verschiedener Instrumente und Verfahren den am besten geeigneten Bewerber für einen zu besetzenden Arbeitsplatz auf einem möglichst effizienten Wege aus einer Vielzahl von Bewerbern herauszufiltern (vgl. Manke 2008, S. 8-9; Schmidt und Hunter 1998). In der Praxis wird die Personalauswahl häufig amateurhaft durchgeführt, wobei eine Anwendung valider Verfahren der psychologischen Eignungsdiagnostik nur sporadisch und oft ohne das entsprechende Hintergrundwissen stattfindet.⁴⁰ Intuitive Entscheidungsprozesse gehören bei vielen Personalauswahlentscheidungen noch immer zum Alltag. Biografieorientierte

³⁹ Wenn im Folgenden von Organisationen gesprochen wird, dann sind alle Institutionen und Unternehmen gemeint, die Arbeitskräfte rekrutieren und auswählen.

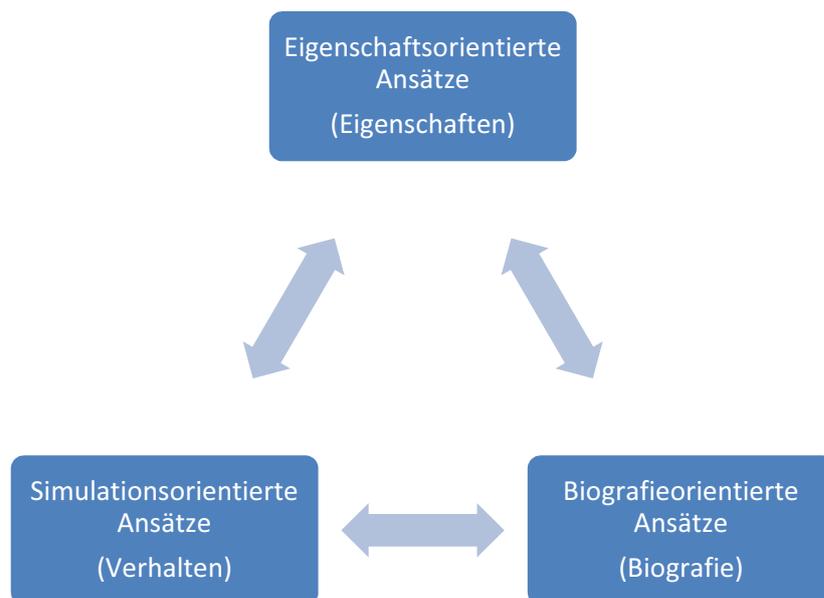
⁴⁰ Um die Personalauswahlverfahren grundsätzlich zu verbessern, wurde gemeinsam mit der Deutschen Gesellschaft für Psychologie und dem Berufsverband Deutscher Psychologinnen und Psychologen im Ausschuss des Deutschen Instituts für Normung die Norm 33430: „Anforderungen an Verfahren und deren Einsatz bei berufsbezogenen Eignungsbeurteilungen“ entwickelt.

Verfahren, insbesondere die Analyse der Bewerbungsunterlagen und das Vorstellungsgespräch, werden häufig aufgrund der Erfahrungswerte von Personalentscheidern durchgeführt (Schuler 2006, S. 98) und sind daher mangels fehlender Standardisierung besonders anfällig für den Einfluss von Stereotypen und Heuristiken. Die Analyse schriftlicher Bewerbungsunterlagen sollte möglichst einer rationalen Entscheidungsfindung unterliegen und die Entscheidung auf Basis eines Anforderungsprofils und objektiver (Leistungs-)Merkmale getroffen werden. Auswahlverfahren, die auf unbewussten und nicht-rationalen Prozessen beruhen, sind besonders anfällig für Entscheidungen zugunsten ungeeigneter Bewerber. Solche Fehlurteile sind von Organisationen naturgemäß nicht erwünscht und verursachen hohe Folgekosten (Nerdinger et al. 2008). Dies ist vor allem dann problematisch, wenn die (Fehl-) Entscheidungen auf der Grundlage einer Bewertung durch einen einzelnen Personalentscheider vorgenommen werden und das Einzelurteil nicht durch mehrere Personen überprüft und korrigiert wird (Nachtwei et al. 2013). An die Stelle von intuitiven Personalentscheidungen sollte daher eine Personalauswahl mit möglichst standardisierten Instrumenten erfolgen. Es liegt in der Personalauswahlforschung eine Vielzahl an Untersuchungen vor, die sich mit der Validität und dem Nutzen verschiedener standardisierter Personalauswahlinstrumente beschäftigen (vgl. als Überblick Schmidt und Hunter 1998).

5.1 Das trimodale Modell der Personalauswahl

Personalauswahlrelevante Instrumente lassen sich in verschiedene Kategorien einteilen: Zum einen in persönlichkeitsorientierte Verfahren, zu denen der eigenschaftsorientierte Ansatz sowie der simulationsorientierte Ansatz zählen, und zum anderen in biografieorientierte Verfahren (vgl. Schuler 2006, 2000b; Berthel und Becker 2010). Der trimodale Ansatz der Berufseignungsdiagnostik geht dabei davon aus, dass den unterschiedlichen Verfahren eine jeweils eigene (Validierungs-)Logik zugrunde liegt und dementsprechend unterschiedliche Methoden zur Erfassung der Merkmale notwendig sind (Schuler 2000a).⁴¹ Alle Verfahren, deren Ansätze in Abbildung 2 dargestellt sind, können einzeln oder in Kombination zur Eignungsprüfung eines Bewerbers genutzt werden.

Abbildung 2: Ansätze der Eignungsprüfung, Quelle: eigene Darstellung nach Berthel und Becker 2010, S. 263



⁴¹ Schmidt und Hunter (1998) geben einen umfassenden Überblick über die letzten 85 Jahre der Forschung zu den verschiedenen Personalauswahlinstrumenten und ihrer Validität.

5.1.1 Biografieorientierte Verfahren der Personalauswahl

Die vergangenheitsbezogene Analyse von Merkmalen und Verhalten (Ausbildung, Spezialkenntnisse, Noten, Berufserfahrung etc.) bildet die gemeinsame Basis biografieorientierter Verfahren. Diese Verfahren der Personalauswahl zielen darauf ab, auf der Grundlage vorangegangenen Verhaltens eine direkt abgeleitete Prognose zukünftigen Verhaltens zu erstellen. Zu den Instrumenten zählen vor allem die Analyse von Bewerbungsunterlagen (inklusive Lebenslauf), biografische Interviews oder Vorstellungsgespräche sowie in seltenen Fällen biografische Fragebögen. Damit sollen Informationen über die bisherigen Tätigkeitsfelder des Bewerbers und den damit verbundenen Arbeitserfolg sowie Rückschlüsse auf seine persönlichen und fachlichen Eigenschaften gewonnen werden (Schuler und Marcus 2006). Das biografische Interview oder das Vorstellungsgespräch dienen darüber hinaus dem persönlichen Kennenlernen und der Ermittlung von Einstellungen und Werten eines Bewerbers mit Relevanz für das Anforderungsprofil der fraglichen Position. Zugleich soll der Bewerber über das Unternehmen, die Anforderungen und Einsatzfelder der jeweiligen Position informiert werden. Dieses Interview kann völlig offen oder aber teilweise bzw. vollstrukturiert geführt werden (Fragenkatalog und Verlauf sind zum Teil oder vollständig im Vorfeld festgelegt) (Weinert 1998, S. 292). Die Vorteile dieser Verfahren sind die hohe Bewerberakzeptanz und der vergleichsweise geringe Aufwand, da zur Auswertung keine umfassenden Kompetenzen der Personalentscheider notwendig sind. Grundsätzlich sind die verwendeten Instrumente verifizierbar oder zumindest prinzipiell nachprüfbar und beziehen sich auf den beruflichen Hintergrund und die berufliche Vergangenheit des Bewerbers. Die Validität biografieorientierter Verfahren kann nur retrospektiv durch die prognostische Kriteriumsvalidität überprüft werden (vgl. als Überblick Schuler 2006, 2000b; Schuler und Marcus 2006).

5.1.2 Persönlichkeitsorientierte Verfahren zur Personalauswahl

In vielen Organisationen werden die herkömmlichen, vornehmlich biografieorientierten Verfahren zur Personalauswahl inzwischen durch psychologische Tests ergänzt, die zu den eigenschaftsorientierten Instrumenten zählen. Auf dieser Grundlage soll vor allem die Gefahr von subjektiven Fehleinschätzungen durch die Personalverantwortlichen minimiert werden, die z. B. aufgrund von Sympathie, erstem Eindruck oder der

Konzentrationsfähigkeit des Personalchefs im Rahmen eines biografischen Interviews/Vorstellungsgesprächs entstehen können (Krohne und Hock 2007, S. 418ff.).

Eigenschaftsorientierte Verfahren zielen auf die Erfassung von stabilen und kognitiven Eigenschaften eines Bewerbers (z. B. Intelligenz oder Konzentrationsfähigkeit, Persönlichkeitseigenschaften, Einstellungen). Sie werden auch konstruktorientierte Verfahren genannt, da sie auf theoretischen Annahmen und psychologischen Konstrukten basieren und ihre Validität anhand der Konstruktvalidität überprüft werden kann. Für diesen Ansatz der Personalauswahl existiert eine Vielzahl standardisierter Testverfahren zur Erfassung kognitiver und nichtkognitiver Eigenschaften aus der differentiellen Psychologie und der Eignungsdiagnostik (vgl. für eine Übersicht und Metaanalyse Schmidt und Hunter 1998). Als eigenschaftsorientierte Instrumente der Personalauswahl können zum Beispiel Intelligenz-, Leistungs- oder Persönlichkeitstests zum Einsatz kommen. Intelligenztests in schriftlicher oder computergestützter Form zur Messung der allgemeinen kognitiven Fähigkeiten eines Stellenbewerbers halten viele Personalverantwortliche für einen Indikator mit hohem Prognosewert hinsichtlich der künftigen bzw. zu erwartenden beruflichen Leistung des Kandidaten. Außerdem sind die Ergebnisse objektiv und unmittelbar vergleichbar. Leistungstests zielen demgegenüber vor allem darauf ab, Rückschlüsse auf einzelne Fähigkeiten von Bewerbern, beispielsweise deren Konzentrationsfähigkeit oder Reaktionsschnelligkeit, zu ziehen. Darüber hinaus geht es – bezogen auf das konkrete Anforderungsprofil der zu besetzenden Position – oft auch darum, physiologische, psychomotorische und aufgabenspezifische Fähigkeiten zu messen (Krohne und Hock 2007, S. 426). Auch hier sind die Ergebnisse in der Regel gut vergleichbar. Allerdings ist bei beiden Verfahren der erforderliche Aufwand deutlich größer als bei biografieorientierten Auswahlverfahren, die Bewerberakzeptanz hingegen weitaus geringer. Zudem ist der Prognosewert beider Testverfahren nur dann hoch, wenn sie anforderungsgerecht ausgestaltet werden, was entsprechende Vorarbeiten, aber auch die dafür erforderlichen Kompetenzen der Testverantwortlichen voraussetzt (Manke 2008, S. 85). Persönlichkeitstests als eigenschaftsorientierte Instrumente der Personalauswahl gewinnen ebenfalls zunehmend an Bedeutung. Vielen Organisationen sind Fachwissen, Intelligenz und Leistungsfähigkeit als Grundlage der Entscheidung nicht mehr ausreichend. Mit Persönlichkeitstests versuchen sie, Aspekte wie emotionale Stabilität, Kontaktfähigkeit, Motivation und Leistungsbereitschaft zu ergründen, um Aufschlüsse darüber zu gewinnen, ob ein

Bewerber mit den speziellen Anforderungen des zu besetzenden Arbeitsplatzes zurechtkommen wird.⁴² Kritiker bezweifeln allerdings den grundsätzlichen Prognosewert von Persönlichkeitstests bezogen auf zukünftige berufliche Leistungen, da sie häufig zu wenig berufs- und aufgabenbezogen ausgerichtet sind und der Faktor der sozialen Erwünschtheit von Testantworten verzerrend wirken kann. Der vergleichsweise hohe Aufwand und die eher geringe Bewerberakzeptanz sind weitere Gegenargumente (vgl. als Überblick zur kritischen Einschätzung Schuler 2006, S. 101ff., 2000b).

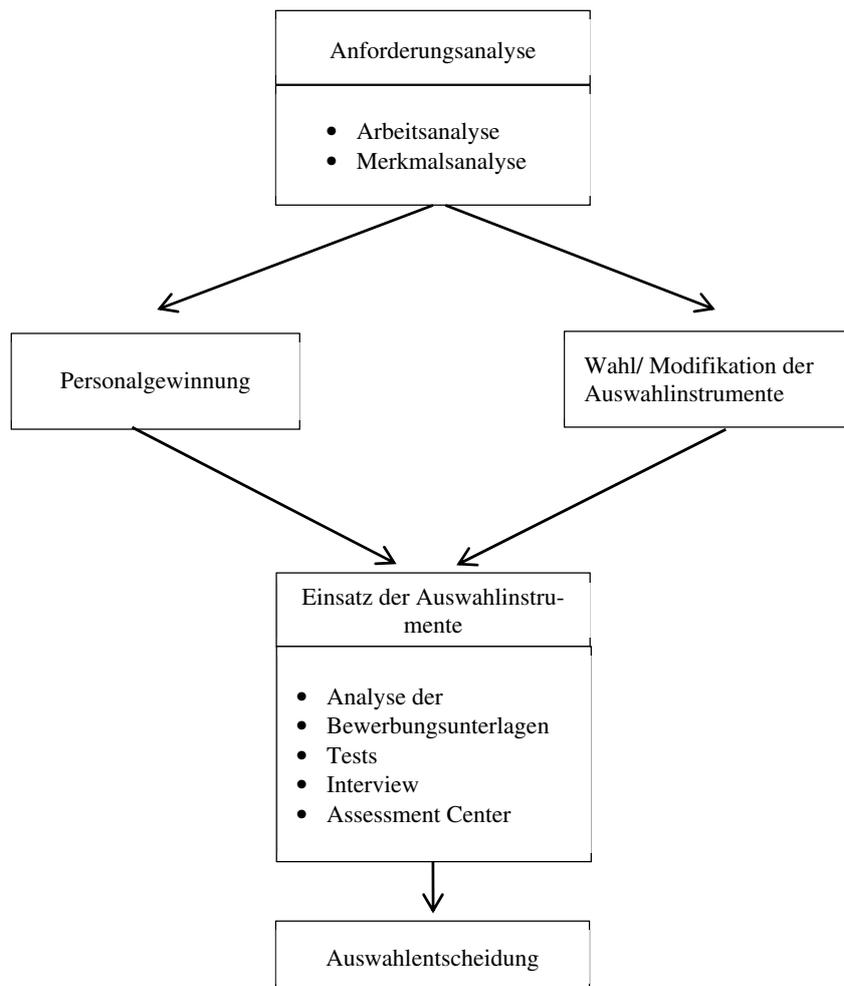
Simulationsorientierte Verfahren konzentrieren sich auf situationsspezifisches Verhalten eines Bewerbers in verschiedenen arbeitstypischen Kontexten (z. B. Assessment Center, Arbeitsproben etc.). Mit simulationsorientierten Verfahren soll in mehr oder weniger realistischen Simulationen die Leistung bzw. die Leistungsfähigkeit für konkrete berufliche Anforderungen erfasst werden (Schuler 2006, S. 145ff.). Entscheidend für die Validität des Verfahrens ist die Inhaltsvalidität, also die inhaltliche Übereinstimmung der getesteten Tätigkeit mit der tatsächlichen beruflichen Tätigkeit und deren zentralen Elementen. Dieses Verfahren wird häufig bei Bewerbern (z. B. bei Berufsanfängern) eingesetzt, bei denen wenige biografische Informationen vorliegen. Simulationsorientierte Verfahren sollen an dieser Stelle nur der Vollständigkeit wegen erwähnt werden. Für die vorliegende Arbeit sind lediglich biografieorientierte Verfahren relevant.

⁴² Ein Beispiel ist der Persönlichkeitstest auf Basis des von Psychologen der Universität Bochum entwickelten „Bochumer Inventars zur berufsbezogenen Persönlichkeitsbeschreibung“ (BIP). Es erfasst verschiedene berufsrelevante Dimensionen, die den Persönlichkeitsbereichen berufliche Orientierung, Arbeitsverhalten, soziale Kompetenzen und psychische Konstitution zugeordnet werden können (vgl. Hossiep und Bräutigam HossiepundBräutigam2006).

5.2 Personalauswahl als (idealtypischer) Prozess

Der Prozess der Personalauswahl gliedert sich in verschiedene aufeinander aufbauende Stufen. Die Abbildung 3 verdeutlicht schematisch den idealtypischen Verlauf.

Abbildung 3: Schritte eines idealtypischen Personalauswahlprozesses, Quelle: eigene Darstellung nach Kay 2008, S.176



Zu Beginn steht die Anforderungsanalyse, die festlegt, welche Kriterien Bewerber für die zu besetzende Stelle erfüllen müssen. Das sich daraus ergebende Anforderungsprofil bildet die Grundlage für die Personalgewinnung und die Wahl entsprechender Suchstrategien zur Ansprache potenzieller Bewerber. Nach Abschluss der Personalgewinnung werden die für die spezifische Auswahl-situation passenden Auswahlinstrumente ausgewählt

und eingesetzt. Folgende Aspekte sind für die Auswahl der passenden Instrumente relevant: Art und Anforderungen der zu besetzenden Stelle, Aussagekraft der Unterlagen/Instrumente, Zahl der Bewerber, Kosten der Auswahlinstrumente. In der Regel wird nach Durchsicht der Bewerbungsunterlagen eine Vorauswahl erstellt, um ungeeignete Bewerber von den weiteren Prozessschritten auszuschließen. Im weiteren Verlauf sieht der idealtypische Prozess einen Einstellungstest, ein Einstellungsinterview und/oder ein Assessment-Center vor. Abschließend erfolgt die Auswahlentscheidung, die in bestimmten Organisationen an eine medizinische Untersuchung gekoppelt sein kann (vgl. Kay 2008, S. 176f.).

5.2.1 Anforderungsanalyse

Die Anforderungsanalyse definiert alle Tätigkeiten, spezifische und übergreifende Eigenschaften sowie Fähigkeiten, Kenntnisse und Verhaltensweisen, die ein Bewerber zum aktuellen Zeitpunkt und zukünftig für die Bewältigung der gestellten Aufgaben benötigt (vgl. als Überblick Gael 1988). Das abschließende Anforderungsprofil gewährleistet ein zweckgerichtetes und faires Such- und Auswahlverfahren (vgl. Weuster 2004, S. 31).⁴³ Die Anforderungsanalyse setzt sich nach Kay (2008) in der Regel aus zwei Schritten zusammen, der Arbeits- und der Merkmalsanalyse. Die Arbeitsanalyse ist relativ unproblematisch, da hier konkrete Aufgaben an einem Arbeitsplatz oder mit der Tätigkeit in Verbindung stehende Verhaltensweisen ermittelt werden. Bei der Merkmalsanalyse hingegen müssen die für einen Arbeitsplatz erforderlichen Personenmerkmale durch andere festgelegt werden, die sich an den geforderten Verhaltensweisen oder zukünftigen Arbeitsaufgaben orientieren. Die Merkmalsanalyse ist daher subjektiv und anfällig für Beurteilungsfehler. Kay (2008, S. 180) weist auf einen möglichen Geschlechterbias hin, bei dem die Merkmalsanalyse durch das Geschlecht der Stelleninhaber oder Vorgesetzten beeinflusst werden kann, insbesondere wenn es sich um Führungspositionen handelt (vgl. Ruestemeyer und Thrien 1989). In der Praxis bestehen Anforderungsprofile häufig lediglich aus einer Liste gewünschter Merkmale des Bewerbers. Kirsch (1995, S. 190) zufolge verwendeten nur knapp 38 % der 163 größeren deutschen Unternehmen bei der Auswahl von

⁴³ Williamson et al. (1997, S. 905f.) und Campion et al. (1997, S. 660f.) zeigen, dass in den USA stellenbezogene Anforderungsprofile bereits bei Diskriminierungsklagen zur Verteidigung der Personalauswahl benutzt werden.

Hochschulabsolventen ein schriftliches Anforderungsprofil. Fehlt im Personalauswahlprozess ein klar definiertes und einheitliches Anforderungsprofil, so werden Bewerber häufig intuitiv auf Basis von Sympathie und Antipathie beurteilt und ausgewählt, da die konkreten Anforderungen den Entscheidern nicht bekannt sind (Kahlke und Schmidt 2004, S. 102). Die Kenntnis der wesentlichen Aufgaben aus dem Anforderungsprofil führt zu differenzierteren Bewertungen von Bewerbern, da sich die Entscheider auf positionsrelevante Fakten und Informationen konzentrieren können. Dies gilt vor allem für Einstellungsgespräche, da es hier zu einem größeren Einfluss von Stereotypen oder einem *personal liking bias* (Sympathieeinfluss) kommen kann (vgl. Weuster 2004, S. 31-58).

5.2.2 Personalgewinnung

Nach Vorlage eines Anforderungsprofils steht die Entscheidung über Personalbeschaffungswege und die entsprechenden Mittel zur Gewinnung von geeignetem Personal an (vgl. exemplarisch Windolf 1990). Das Personal kann über drei verschiedene Arbeitsmärkte beschafft werden: (1) den internen, (2) den erweiterten internen und (3) den externen Arbeitsmarkt. Beim (1) internen Arbeitsmarkt handelt es sich um in der Organisation befindliche verfügbare Arbeitnehmer. Unter dem (2) erweiterten internen Arbeitsmarkt versteht man die Gesamtheit der Personen, die den sozialen Netzwerken von Organisationsmitgliedern angehören. Der (3) externe Arbeitsmarkt umfasst alle anderen potenziellen Arbeitnehmer. Bei der Personalbeschaffung kann zwischen einem konventionellen/klassischen und dem elektronischen/digitalen Prozessweg unterschieden werden. Die einzelnen Prozesse unterscheiden sich hinsichtlich der Art der Beschaffungsmittel und -instrumente. Durch die massive Weiterentwicklung des Internets und den daraus folgenden technischen Innovationen ist mittlerweile eine sehr effiziente internetbasierte Personalbeschaffung möglich, so dass der elektronische Weg an Bedeutung gewinnt (vgl. Beck 2002). Sehr häufig ist mittlerweile die Stellenausschreibung und Veröffentlichung in den verschiedensten Kommunikationskanälen (Tageszeitung, internetbasierte Jobbörsen, Personalvermittler etc.). Hierbei sollten die Beschaffungsprozesse hinsichtlich der Einhaltung der entsprechenden rechtlichen Vorgaben (vgl. Kapitel 6 zu AGG und Arbeitsrecht) überprüft werden.

5.2.3 Analyse der Bewerbungsunterlagen

Nach Abschluss der Personalbeschaffung steht als nächster Prozessschritt die Analyse der Bewerbungsunterlagen an. In der Forschung spielt die Analyse der Bewerbungsunterlagen vor allem bei der Erstselektion von Bewerbern eine vergleichsweise geringe Rolle und ist nur selten Forschungsgegenstand (vgl. Rastetter 1996; Wick 2005, S. 58; Machwirth et al. 1996). Die Zusammenstellung und der Inhalt der Bewerbungsunterlagen ist in der Regel vorgegeben und setzt sich aus den folgenden Kernelementen zusammen: tabellarischer Lebenslauf und Bewerbungsfoto, die letzten Bildungsabschlusszeugnisse, gegebenenfalls bereits Arbeitszeugnisse und Nachweise über Arbeitsverhältnisse. Neben einem formlosen persönlichen Anschreiben sind optional weitere Unterlagen möglich, z. B. Weiterbildungszertifikate, schriftliche Gutachten/Referenzen, Selbstpräsentationen oder Motivationsschreiben. Trotz der in der Regel gleichen Vorgaben ist ein direkter Vergleich von Bewerbungsunterlagen zwischen Bewerbern nur sehr eingeschränkt möglich (vgl. Schuler und Marcus 2006; Rastetter 1996). Die Analyse von Bewerbungsunterlagen stellt den ersten Schritt in einem umfangreichen Selektionsprozess dar und ist zugleich der größte und wichtigste Schritt. Mit den Bewerbungsunterlagen erhält die Organisation erste Informationen über einen potenziellen Mitarbeiter und muss sich entscheiden, ob weitere Informationen (ggf. im nächsten Prozessschritt, z. B. Vorstellungsgespräch, Telefoninterview etc.) gewünscht sind und ob dementsprechend eine tiefere Auseinandersetzung mit dem Bewerber sinnvoll ist oder nicht. Je nach Stelle und Organisation kommt ein elementares Problem hinzu: Die bloße Masse an eingehenden Bewerbungen stellt die Personalentscheider vor das Problem, keine sachgerechten Entscheidungen mehr treffen zu können, da der einzelnen Bewerbung nur noch wenig Aufmerksamkeit geschenkt werden kann. Verschärft wird dieses Problem dann, wenn die Ressourcen oder die zur Verfügung stehende Zeit knapp sind. Der Einfluss von sachfremden Merkmalen eines Bewerbers, wie z. B. sein Geschlecht, ein Migrationshintergrund oder die physische Attraktivität, kann hier bedeutsam sein. Die Entscheidungen werden in kurzer Zeit auf der Basis weniger Informationen getroffen, was sie anfällig für den (unbewussten) Einfluss von Stereotypen und Vorurteilen macht. Kreuscher (2000) zufolge betrug die Analyse der Bewerbungsunterlagen bei fast 25 % der befragten deutschen Unternehmen (N=388) weniger als fünf Minuten. Seibt und Kleinmann (1991) ermitteln eine durchschnittliche Bearbeitungsdauer von maximal zehn Minuten für die Analyse qualifizierter

Bewerber. Für die Vorselektion der Bewerbungsunterlagen werden häufig nicht in der Personalauswahl ausgebildete Personen eingesetzt, die die erste Negativauswahl in wesentlich kürzerer Zeit durchführen (vgl. Rastetter 1996). Die Dauer der Analyse ist allerdings per se kein Indikator für fehlende Qualität, sondern aufgrund häufig fehlender einheitlich definierter und empirisch getesteter Bewertungskriterien eher ein Indiz für Negativselektion anhand formaler Kriterien (vgl. Machwirth et al. 1996). Die meisten endgültigen Einstellungsentscheidungen werden auf Grundlage der Bewerbungsunterlagen getroffen, auch wenn sie selten die einzige Entscheidungsgrundlage bilden. Grundsätzlich lassen sich zwei Entscheidungsfehler differenzieren, die als Fehler erster Art bzw. falsche Negative (α -Fehler) und Fehler zweiter Art bzw. falsche Positive (β -Fehler) bezeichnet werden (vgl. Schuler und Marcus 2006). Die Abbildung 4 verdeutlicht die Entscheidungslogik sowohl für die erste Selektionsstufe - die Überprüfung der Eignung z. B. anhand der Bewerbungsunterlagen - sowie analog für den letzten Selektionsschritt der abschließenden Einstellungsentscheidung.

Abbildung 4: Entscheidungslogik der Personalauswahl, Quelle: eigene Darstellung nach Weuster 2012, S.1.

Entscheidung Eignung	Bewerber als ungeeignet abgelehnt	Bewerber als geeignet akzeptiert
Objektiv geeignete Bewerber	oft „unsichtbares“ Fehltriteil Fehler 1. Art = α -Fehler falsche Negative fälschlich Abgelehnte	richtige Entscheidung wahre Position zu Recht Akzeptierte
Objektiv ungeeignete Bewerber	richtige Entscheidung wahre Position zu Recht Abgelehnte	Fehltriteil/Fehlbesetzung Fehler 2. Art = β -Fehler falsche Positive fälschlich Akzeptierte
Erfolgskontrolle	in der Regel nicht sichtbar und nicht prüfbar	in der Regel nicht sichtbar und nicht prüfbar

Beim Fehler erster Art wird ein Bewerber trotz objektiver Eignung nach der Analyse der Bewerbungsunterlagen abgelehnt und nimmt nicht am weiteren Prozess der intensiveren

Begutachtung (Assessment Center, Vorstellungsgespräch etc.) teil.⁴⁴ Das benachteiligt zum einen den Bewerber, da er objektiv ungerecht behandelt wird, und zum anderen ist die Entscheidung aus Sicht der Organisation problematisch: Wenn vergleichsweise wenige Bewerber zur Verfügung stehen und im weiteren Verlauf des Auswahlprozesses nur weniger gut geeignete Bewerber übrig bleiben, verschlechtert sich unnötigerweise die Auswahlmöglichkeit und demzufolge die Auswahlentscheidung. Beim Fehler zweiter Art hingegen verhält es sich genau umgekehrt: Der Bewerber wird zur nächsten Auswahlrunde zugelassen, ist aber objektiv für die fragliche Tätigkeit ungeeignet oder schlechter geeignet als andere Bewerber. Das scheint dies für den Bewerber zunächst ein Vorteil zu sein, für die Organisation wirkt sich der Fehler zweiter Art insbesondere bei fehlender Reliabilität und Validität der folgenden Auswahlinstrumente negativ aus und führt nach Einstellung zu Überforderung oder niedriger Produktivität des Kandidaten. Das erzeugt Folgekosten und erfordert häufig einen wiederholten, teuren Personalauswahlprozess. Je nach Bewerberzahl kumuliert das Problem schon innerhalb eines Bewerbungsverfahrens: Es werden im schlechtesten Fall mehrere geeignete Bewerber abgelehnt und mehrere ungeeignete Bewerber zugelassen - die Chance auf eine passende Auswahlentscheidung sinkt elementar ab (Kanning und Holling 2002, S. 494ff.). Die Bedeutung der Analyse von Bewerbungsunterlagen ist daher, unabhängig von den darauf folgenden Auswahlinstrumenten, neben der finalen Einstellungsentscheidung von zentraler Bedeutung. Trotz weitgehender Standardisierung sind das Anschreiben, der Lebenslauf und das Bewerbungsfoto eine Form der Selbstauskunft, mit der Informationen zur Persönlichkeit des Bewerbers implizit kommuniziert werden.⁴⁵ Der Einfluss des Anschreibens nivelliert sich durch den Einfluss der weit verbreiteten Ratgeberliteratur zu Bewerbungsverfahren (Wick 2005, S. 59).

Im Folgenden soll daher nur auf zwei wesentlichen Elemente der Bewerbungsunterlagen – Lebenslauf und Bewerbungsfoto – genauer eingegangen werden, da in der ersten Selektionsstufe der Personalauswahl sachfremde Bewerbermerkmale durch den Lebenslauf

⁴⁴ Grundsätzlich kann es auch Bewerber geben, bei denen nur eine graduelle Passung vorliegt. Diese können in der Regel dem Fehler zweiter Art zugeordnet werden, da eine teilweise Passung eines Bewerbers im Vergleich zu einer optimalen Passung schlechter für die Stellenbesetzung ist und die Folgen der teilweisen Passung möglicherweise nicht eingeschätzt werden können.

⁴⁵ Knouse et al. (1988; 1994) sprechen in diesem Zusammenhang von Impression-Management. Damit ist gemeint, dass Personen Wahrnehmungen oder Urteile anderer Personen beeinflussen, indem sie in strategischer oder taktischer Weise ein bestimmtes Bild von sich präsentieren.

und das Bewerbungsfoto erstmalig kommuniziert werden. Die psychologische Grundlagenforschung kennt zwei Wahrnehmungsfehler, die bei der Analyse dieser zwei Elemente eine Rolle spielen: den Primacy-Effekt (Asch 1952) und den Halo-Effekt (Thorndike 1920; Gräf 2012). Der Primacy-Effekt beschreibt, dass früh erhaltene Informationen die später hinzugefügten Informationen überlagern und dadurch besser erinnert werden. Beim Halo-Effekt hingegen „überstrahlen“ einzelne oder mehrere Merkmale bzw. Informationen die Beurteilung anderer Merkmale oder zeitlich später eintreffender Informationen. Die Gefahr für Personalentscheider besteht also darin, die den Bewerbungsunterlagen folgenden Informationen nur noch selektiv auszuwerten und dadurch - ob bewusst oder unbewusst - nach Argumenten für die Bestätigung eines vorgefassten Urteils zu suchen. Für die Analyse der Bewerbungsunterlagen gelten formal zwei verschiedene Modelle des Zusammenhangs zwischen Indikator und Kriterium (vgl. Wottawa und Hossiep 1987):

- der Induktionsschluss: aus dem Verhalten oder der Leistung (z. B. Arbeitszeugnis) des Bewerbers in der Vergangenheit wird auf zukünftiges Arbeitsverhalten geschlossen.
- der Analogieschluss: aus Indikatoren (z.B. Note im Abschlusszeugnis) wird auf eine nicht direkt beobachtbare Eigenschaft geschlossen.

5.2.3.1 Lebenslauf

Knoll und Dotzel (1996) zufolge dient der Lebenslauf für 94 % aller deutschen Unternehmen zur ersten Eingrenzung der Bewerberzahl. Es lässt sich also annehmen, dass zumindest in Deutschland dem Lebenslauf eine hohe Aussagekraft und Bedeutung seitens der Personalentscheider beigemessen wird. Der Lebenslauf soll der Organisation Informationen über persönliche und berufliche Daten eines Bewerbers vermitteln. Er enthält in formalisierter, chronologischer Form biografische Informationen über schulische und berufliche Qualifikationen,⁴⁶ den Werdegang sowie weitere persönliche Daten eines Bewerbers. Es geht für den Personalentscheider vor allem darum, auf der Basis zuvor definierter Kriterien eine faktenbezogene Auswahl zu treffen.

⁴⁶ Schuler (2010) zufolge sind die Schul-, Ausbildungs- und Studiennoten ein valider Prädiktor für Ausbildungs- und Berufserfolg.

Eine wesentliche Information, die aus dem Lebenslauf ersichtlich ist, ist der Umfang der Berufserfahrung. Die Validität der Erfahrungskomponente, die in der Dauer und Art der Erfahrung und der numerischen Anzahl gemessen werden kann, ist allerdings nur mäßig (vgl. Schuler und Marcus 2006, S. 195). Brown und Campion (1994) zeigen, dass Personalentscheider aus den biografischen Daten des Lebenslaufs Rückschlüsse auf die kognitiven Fähigkeiten des Bewerbers, dessen Motivation, soziale sowie Führungskompetenz etc. ziehen (Analogieschluss). Es existieren bislang keine Studien zur Validität dieser Rückschlüsse. Der Lebenslauf bietet weiterhin die Möglichkeit einer Zeitfolgenanalyse, aus der z. B. über die Lückenlosigkeit und Wechselhäufigkeit von Beschäftigungen sowie aus Karrieresprüngen oder Verweildauer Rückschlüsse auf die Produktivität eines Bewerbers möglich sind. Über die Positions- und Kontinuitätsanalyse lassen sich mögliche Fluktuationsrisiken und die Passung des Bewerbers zum Anforderungsprofil ermitteln (vgl. Weuster 2004, S. 116ff.). In Abbildung 5 werden die Analysemöglichkeiten des Lebenslaufes im Überblick dargestellt.

Abbildung 5: Aspekte der Lebenslaufanalyse, Quelle: eigene Darstellung nach Manke 2008, S. 31.

Inhaltsanalyse:	<ul style="list-style-type: none"> • Sind alle wichtigen Angaben zur Person enthalten? • Sind die Angaben klar und eindeutig?
Formale Analyse:	<ul style="list-style-type: none"> • Ist der Lebenslauf sinnvoll gegliedert und in einer logischen Reihenfolge?
Zeitfolgenanalyse:	<ul style="list-style-type: none"> • Ist die schulische und berufliche Entwicklung lückenlos dargestellt? • Wie häufig wurde der Arbeitsplatz gewechselt? • Wie lange verweilt der Bewerber auf der jeweiligen Stelle?
Positionsanalyse:	<ul style="list-style-type: none"> • Ist ein Arbeitsplatzwechsel mit beruflichem Auf- oder Abstieg verbunden? • Wechselt der Bewerber vollständig den beruflichen Handlungsbereich?
Kontinuitätsanalyse:	<ul style="list-style-type: none"> • Sind Schulbildung und berufliche Ausbildung kontinuierlich verlaufen? • Ergeben die beruflichen Entwicklungsstationen zueinander Sinn?
Unternehmens- und Branchenanalyse:	<ul style="list-style-type: none"> • In welchen Unternehmen/ Branchen hat der Bewerber bisher gearbeitet? • Bringt der Bewerber Wissen aus diesen Branchen mit?

5.2.3.2 Bewerbungsfoto

Das Bewerbungsfoto ist für viele Organisationen nach wie vor ein verpflichtender Bestandteil der Bewerbung (vgl. Stopp 2004, S. 81).⁴⁷ Üblich sind formale, aktuelle und professionelle Aufnahmen in schwarz-weiß oder Farbe. Im Kontext der Personalauswahl sind viele Personalverantwortliche häufig der Meinung, aufgrund ihrer langjährigen Erfahrung intuitiv von einem Bewerberfoto auf die Fähigkeiten eines Bewerbers schließen zu können. Die hohe Bedeutung der Bewerberfotos lässt sich durch die Annahme erklären, dass von der Art des Fotos auf das Lebensniveau, die Lebenseinstellung und damit auf die Eignung des Bewerbers geschlossen werden kann (vgl. Berthel und Becker 2010, S. 334; Kanning und Holling 2002, S. 202; Marlowe et al. 1996; Borkenau und Liebler 1993). Dabei trübt „die Aktivierung des ursprünglichen Sympathieurteils bei späterer Betrachtung die Erinnerung für Qualifikation und andere leistungsbezogene Eignungsaspekte“ (Wick 2005, S. 60). In die Analyse des Bewerberfotos fließen verschiedene Aspekte mit ein: fotografische Qualität des Fotos, Wahl des Bildausschnitts und des Formats, äußere Erscheinung des Bewerbers (Kleidung, Frisur, Make-up, Brille, Ausdruck/Pose) (vgl. Hesse et al. 2002). Ein gewisser Stellenwert kann dem Bewerberfoto zugeschrieben werden, wenn die zu vergebende Stelle unmittelbaren Kundenkontakt erfordert oder der zukünftige Arbeitnehmer die Organisation repräsentieren soll. Aufgrund des Typus (Größe, Farbe), der Herstellung (professionelle Aufnahmen) oder der Kleidung (Businessoutfit vs. Freizeitkleidung) können vorsichtige Rückschlüsse auf die tätigkeitsbezogene Passung des Bewerbers gezogen werden. Ein vorsichtiger Rückschluss ist deshalb angebracht, da ein professioneller Fotograf den Bewerber geschickt in Szene setzen und seine Erscheinung im Nachgang der eigentlichen Aufnahme durch die Möglichkeiten der digitalen Bearbeitung optimieren kann. Bereits der Blick in die Kamera ist entscheidend: Schaut der Bewerber aktiv in die Kamera, dann wird er als präsenter, ausdrucksstärker und beliebter eingeschätzt als mit einem gesenkten Blick (Schwarz und Kurz

⁴⁷ An dieser Stelle sei darauf hingewiesen, dass durch die Etablierung der internetbasierten sozialen Netzwerke (Facebook, Xing, LinkedIn etc.) die Personalentscheider die Möglichkeit haben, den Bewerber schon weit vor dem Lesen der ersten Bewerbungsunterlagen durch die Social-Media-Profile kennenzulernen. Daraus ergibt sich die Frage, ob Wahrnehmungs- oder Beurteilungsfehler schon früher auftreten oder sich im weiteren Verlauf eines Bewerbungsverfahrens verstärken. Es existieren lediglich wenige, ausschließlich länderspezifische Forschungsansätze (Caers und Castelyns 2011), die sich nicht ohne weiteres auf Deutschland übertragen lassen – die grundlegende Wirkung lässt sich daher mangels substanzieller empirischer Studien nach derzeitigem Forschungsstand nicht klären.

1989). Das Bewerberfoto ist zugleich eine Art Selbstpräsentation und lässt daher Raum für Vermutungen über die gezeigte Person (vgl. Bröckermann 2001, S. 85).

Die Auffassung, aufgrund eines Fotos auf den Charakter oder die Intelligenz der abgebildeten Person schließen zu können (vgl. Berthel und Becker 2010, S. 334), ist eine überkommene Vorstellung, die durch wissenschaftliche Tests falsifiziert werden konnte (vgl. Landau und Grammer 1993, S. 193ff.; Berry und McArthur 1986, S. 4; Block 1981). Eine von der Physiognomie abgeleitete Analyse eines Bewerberfotos entbehrt jeglicher objektiven Grundlage. Im Gegenteil, oft sind die getroffenen Urteile auf dieser Basis willkürlich und spekulativ oder beruhen auf psychologischen Wahrnehmungsfehlern, Vorurteilen oder Stereotypen (vgl. Manke 2008, S. 38; Kanning und Holling 2002, S. 497). Jackson et al. (1995) kamen in ihrer Metaanalyse zum Zusammenhang physischer Attraktivität und intellektueller Kompetenz zu dem Ergebnis, dass physisch attraktive Personen (1) als intellektuell kompetenter wahrgenommen werden als unattraktive Personen; und dass (2) dieser Effekt bei männlichen Bewerbern stärker ausgeprägt ist als bei weiblichen Bewerbern und (3) lässt sich der Attraktivitätseffekt vor allem dann nachweisen, wenn es wenige oder keine Sachinformationen über die tatsächliche intellektuelle Kompetenz eines Bewerbers gibt.

5.2.3.3 Zeugnisanalyse und Referenzen

Zeugnisse gelten als ein wichtiger Bestandteil von Bewerbungsunterlagen. Bei Zeugnissen muss zwischen Schul- und Hochschul- sowie Arbeitszeugnissen unterschieden werden (Kay 1998, S. 160). Die Bewertungsgrundlagen und die Aussagekraft hinsichtlich der tatsächlich ausgeführten Tätigkeiten und Motivation des Bewerbers unterscheiden sich bei Schul- und Hochschul- sowie Arbeitszeugnissen wesentlich. Abgesehen von den Abschlussnoten können bei Schulzeugnissen lediglich Rückschlüsse auf die Motivation des Bewerbers in den Fächern gezogen werden, die inhaltlich für die zu besetzende Stelle bedeutsam sind.

Im Verlauf der Erwerbsbiografie nimmt die Aussagekraft und Bedeutung von Schul- und Hochschulzeugnissen zunehmend ab und wird von den Arbeitszeugnissen der vergangenen beruflichen Stationen überlagert (Mell 1993, S. 225). Arbeitszeugnisse hingegen enthalten detaillierte Angaben über die ausgeübten Tätigkeiten, über die Leistungen in den

einzelnen Tätigkeitsfeldern sowie detaillierte Angaben zum Sozialverhalten des Bewerbers (Manke 2008, S. 40). Die Arbeitszeugnisse ermöglichen eine externe Einschätzung des Bewerbers hinsichtlich seiner Arbeitseinstellung und Kompetenzen, die dem Anschreiben und dem Lebenslauf nicht entnommen werden können. Problematisch ist bei der Analyse von Arbeitszeugnissen allerdings, dass sie grundsätzlich keine nachteiligen Äußerungen über den Bewerber beinhalten dürfen und unter dem Aspekt der Wahrheitsmäßigkeit stets wohlwollend formuliert sein müssen.⁴⁸ So werden häufig schlechte Beurteilungen oder negative Eigenschaften des Bewerbers ausgespart und können nicht in die weitere Auswahlentscheidung einfließen. Aus diesem Grund werden schlechte Bewertungen in bestimmten Codes verfasst, die dem Personalentscheider Aufschluss über das Verhalten des Bewerbers geben können. Für deren „Entschlüsselung“ wird allerdings geschultes Personal benötigt, über das kleine und mittlere Unternehmen häufig nicht verfügen.

Als ein weiterer möglicher Bestandteil einer schriftlichen Bewerbung sind der Vollständigkeit wegen noch die Referenzen zu nennen. Diese können im Einverständnis mit dem Bewerber beim Unternehmen eingeholt werden und sollen das (positive) Bild eines Bewerbers bestätigen. Inhaltlich vermitteln die Referenzen eine genauere Beurteilung des Bewerbers hinsichtlich der Aufgaben, Stärken, Schwächen und der Sozialkompetenz (Becker 2002, S. 266ff.).

5.2.4 Vorstellungsgespräch / Einstellungsinterview

Das Einstellungsinterview ist das am häufigsten gewählte und zugleich beliebteste Auswahlinstrument und verfügt daher über eine herausgehobene Stellung im Entscheidungsprozess (vgl. Schuler und Marcus 2006, S. 209f.). Im Vergleich zu anderen Instrumenten der Personalauswahl erlaubt das Interview ein höheres Maß an taktischer Steuerung im Verlauf der Durchführung. Grundsätzlich dient das Einstellungsinterview dem Austausch von bewerbungsrelevanten personen-, arbeits- und organisationsbezogenen Informationen zwischen Organisationsvertretern und dem Bewerber. Es existieren verschiedene

⁴⁸ Vgl. BGH, Urteil vom 26.11.1963 - VI ZR 221/62.

Formen des Interviews, die nach freien, standardisierten und teilstandardisierten (strukturierten) Formen unterschieden werden können.⁴⁹ Die freie Form eines Einstellungsinterviews folgt einer einfachen, fast alltäglichen Grundstruktur mit intuitiv gestellten Fragen. Da die Interviews unterschiedlich verlaufen, bedeutet das, dass jedem Bewerber unterschiedliche Fragen gestellt werden. Bei standardisierten Interviews wird eine vorgegebene Fragenliste (Fragen und Reihenfolge sind für alle Bewerber gleich) abgearbeitet, auf die Antworten des Bewerbers wird dabei nicht mit einer Modifikation des Ablaufes oder der Fragen reagiert. Teilstandardisierte Interviews folgen denselben Vorgaben, bieten aber die Möglichkeit, auf die Antworten des Bewerbers einzugehen. Einstellungsinterviews sind ein Spagat „...zwischen subjektiver Wertschätzung und empirischer Bewährung und somit in ihrer Objektivität und Validität begrenzt“ (Schuler 2000b, S. 85). Der Nutzen der Bewerbungsgespräche lässt sich generell nur schwer identifizieren und die prognostische Validität der Interviews ist eher als gering einzuschätzen (vgl. Brake und Zimmer 2002, S. 81ff). Zudem sind Vergleiche zwischen verschiedenen Bewerbern schwierig, da das subjektive Empfinden eines Interviewers, vor allem in freien Interviews, eine große Rolle spielt (vgl. Shahani et al. 1993; Roulin et al. 2011; Judge et al. 2000). Die freie, konventionelle Interviewführung ist aufgrund mangelnder testtheoretischer Fundierung anfällig für Messfehler. Interviews hingegen, die anwendungsbezogen und ausreichend strukturiert durchgeführt werden, erreichen eine psychometrische Qualität, die mit anderen Auswahlmethoden vergleichbar ist (vgl. Schuler und Marcus 2006, S. 221). Einstellungsinterviews sind in der Regel die erste Möglichkeit, einen persönlichen Eindruck von dem Bewerber zu bekommen. Dieser Eindruck wird allerdings durch eine Vielzahl von Wahrnehmungs- und Beurteilungsfehlern sowie subjektiven Einflüssen des Interviews verzerrt.⁵⁰ Eine Vielzahl empirischer Studien belegt, dass Einstellungsinterviews durch Faktoren wie Stereotype und Vorurteile, Kleidung, physische Attraktivität und weitere nonverbale Informationen beeinflusst werden (vgl. Berthel und Becker 2010, S. 337ff.; Shahani-Denning und Dudhat; Shahani et al. 1993; Cesare 1996; Arvey 1979;

⁴⁹ Manke (2008, S. 59ff) gibt einen umfassenden Überblick über die Vielzahl an verschiedenen Unterformen und kombinierten Anwendungsmöglichkeiten in der Personalauswahl. Die Nutzung moderner technischer Hilfsmittel für Einstellungsinterviews, wie z. B. Videokonferenzen, internetbasierte Kamerateinterviews (Skype etc.), und ihre unterschiedlichen Einflüsse auf Wirkungen anderer Faktoren, wie z. B. Attraktivität, sowie der Vergleich mit herkömmlichen Interviewformen ist empirisch noch nicht hinreichend erforscht (vgl. Straus et al. 2001).

⁵⁰ Eine vollständige Auflistung möglicher Störfaktoren findet sich bei Manke (2008, S. 67ff.) und Müller (2006).

Forsythe et al. 1985; Ilkka 1995; Johnson und Roach-Higgins 1987). Krohne und Hock (2007, S. 247) weisen im Zusammenhang mit Sympathieeffekten auf die Wirkung physischer Attraktivität im Einstellungsinterview hin. Die physische Attraktivität gehört demnach zu den wichtigsten Einflussgrößen, die zu Messfehlern bei Befragungen eines Bewerbers führen können. Dieser Einfluss kann zudem noch weiter verstärkt werden. So wurde in verschiedenen Studien die Wirkung von positiven und negativen Informationen in Abhängigkeit vom Zeitpunkt der Präsentation der Information in einem Interview (zu Beginn, im späteren Verlauf) untersucht: Negative Informationen werden zunächst grundsätzlich stärker gewichtet als positive Informationen und die Urteilsbildung wird durch die Platzierung innerhalb eines Gespräches beeinflusst (Weißhaupt 1997). Informationen, die zu Beginn eines Gespräches auftreten, werden also stärker gewichtet als Informationen, die im weiteren Verlauf eines Gespräches hinzukommen. Durchschnittlich liegt daher bereits nach den ersten vier Minuten eines Einstellungsinterviews eine Vorentscheidung vor (vgl. Weißhaupt 1997, S. 71).

Unabhängig von der methodischen Weiterentwicklung strukturierter oder multimodaler Interviewverfahren kann die physische Attraktivität als erste Information eines Bewerbers die Beurteilung und damit den weiteren Gesprächsverlauf sowohl positiv als auch negativ beeinflussen. Das kann dazu führen, dass attraktive Bewerber als kompetenter und passender empfunden werden und mehr Chancen haben zu überzeugen, da ihnen aufgrund ihrer Attraktivität durch den Interviewer mehr Gesprächszeit gewährt wird (Huffcutt et al. 2011). Oftmals sind Interviews hinsichtlich ihrer thematischen Gestaltung nicht gezielt genug strukturiert, um den Einfluss sachfremder Bewerbermerkmale für Beurteilungsverzerrungen zu minimieren. Schuler und Marcus (2006, S. 220) plädieren daher für den Einsatz eines multimodalen Einstellungsinterviews auf Basis des trimodalen Modells der Eignungsdiagnostik⁵¹.

⁵¹ Das multimodale Interview soll die Defizite herkömmlicher Auswahlverfahren oder strukturierter Interviews beseitigen. Theoretische Grundlage ist die Abdeckung der drei wesentlichen eignungsdiagnostischen Ansätze - Konstruktansatz, Simulationsansatz und biografischer Ansatz (trimodales Modell der Berufseignungsdiagnostik) - durch die Kombination verschiedener diagnostischer Methodenkomponenten (vgl. weiterführend Schuler 2002).

5.2.5 Auswahlentscheidung

Nach dem Einsatz der gewählten Auswahlinstrumente liegt für die Auswahlentscheidung eine Vielzahl quantitativer und qualitativer Daten über den Bewerber vor, die nun miteinander verknüpft werden, um zu einem abschließenden Urteil zu kommen. Die Auswahlentscheidung sollte im Idealfall auf rationalen Entscheidungskriterien beruhen. Das Kernproblem der endgültigen Auswahlentscheidung beinhaltet die Abwägung der verschiedenen Vor- und Nachteile der einzelnen Bewerber. Es sind drei Möglichkeiten der Entscheidungsfindung denkbar (Kleebaum 2007, S. 130):

1. eine rational-analytische, formalisierte Entscheidungsfindung auf Basis der Prämissen einer wissenschaftlichen Personalauswahl,
2. eine auf subjektiven und erfahrungsbasiert-intuitiven Eindrücken basierende Entscheidung,
3. eine Entscheidung, die sich aus einer Kombination der beiden zuvor genannten Beurteilungsverfahren zusammensetzt.

Vor der Auswahlentscheidung erfolgt im Rahmen des Personalauswahlprozesses häufig eine „innere Vorentscheidung“, die nicht selten bereits der abschließenden Entscheidung entspricht (Weuster 2004, S. 314). Unabhängig vom Zeitpunkt der Entscheidung werden in der Praxis häufig Auswahlentscheidungen getroffen, die sowohl rational-analytisch als auch intuitiv begründet sind. Die Entscheidung erfolgt dann nicht ausschließlich aufgrund der vorher festgelegten Anforderungen, sondern „...meist durch eine regellose, summarische, pauschale Konsensbildung“ (Weuster 2004, S. 317). Selbst wenn Ergebnisse valider Personalauswahlverfahren vorliegen, werden diese häufig emotional-intuitiv⁵² interpretiert (Rastetter 1996, S. 284). Sind im letzten Prozessschritt für die Auswahlentscheidung mehrere gleichermaßen geeignete Bewerber vorhanden, können rationale Entscheidungskriterien nicht in jeder Situation weiterhelfen. In diesem Fall ist die Einstellungsentscheidung besonders anfällig für den Einfluss vorangegangener Beurteilungsverzerrungen, selektiver Wahrnehmung und daraus resultierender subjektiver Urteilsfindung (vgl. Jordan et al. 2012, S. 140ff.) und kann zu Diskriminierungen hinsichtlich sachfremder Bewerbermerkmale wie Attraktivität, Geschlecht, Alter, Herkunft etc. führen.

⁵² Als Überblick zum Unterschied von objektiver vs. emotionaler Personalauswahl empfiehlt sich Apelojg (2010), für die grundlegenden Mechanismen zur Entscheidung in der Kognitionspsychologie Kahneman (2012).

5.3 Rechtliche Vorgaben in Personalauswahlverfahren

Die Personalbeschaffung und Auswahl ist arbeitsrechtlich betrachtet nicht in einem einzigen Gesetz geregelt, sondern in einer Reihe von unterschiedlichen Gesetzen und Regelungen, die zusammengefasst als Arbeitsrecht bezeichnet werden (vgl. Däubler 2011). Hierbei wird zwischen dem kollektiven und dem individuellen Arbeitsrecht unterschieden. Das individuelle Arbeitsrecht umfasst die rechtlichen Beziehungen zwischen dem einzelnen Arbeitnehmer und dem Arbeitgeber sowie das Arbeitsvertragsrecht und Teile des Arbeitsschutzrechts (vgl. Olfert 2003, S. 48). Ein Bewerber stellt im juristischen Sinne keinen Arbeitnehmer dar, für ihn gelten aber dennoch bestimmte Teile der Gesetzgebung. Dazu gehören das allgemeine Gleichbehandlungsgesetz und das Bundesdatenschutzgesetz, das der Personalauswahl besondere Beachtung zukommen lässt, auch wenn es grundsätzlich auch bei anderen Rechtsgeschäften z. B. im Mietrecht Anwendung findet. So wird im AGG §6 die Anwendung des Gesetzes mit dem Begriff des Beschäftigten auch auf diejenigen Personen ausgeweitet, die nicht formaljuristisch Arbeitnehmer sind (vgl. Hey und Beitze, S. 120). Das kollektive Arbeitsrecht bildet die rechtliche Grundlage für die Arbeitnehmer als Gruppe. Es beinhaltet das Tarifvertragsrecht, das Arbeitskampfrecht und das Betriebsverfassungsrecht. Relevant für den Kontext der Personalauswahlverfahren ist aber lediglich das Betriebsverfassungsrecht, da es sich aus dem Mitwirkungs- und Mitbestimmungsrecht des Betriebs-/Personalrats (z. B. bei Einstellungen), den Betriebsvereinbarungen und den Regelungen zur Einigungsstelle zusammensetzt (vgl. Olfert 2003, S. 53).

5.3.1 AGG – Allgemeines Gleichbehandlungsgesetz

Benachteiligungen widersprechen dem Grundsatz der Gleichheit aller Menschen, der in Art. 3 des Grundgesetzes verankert ist (vgl. Müller-Glöge et al. 2010). Das allgemeine Gleichbehandlungsgesetz (AGG) präzisiert die Aussagen des Art. 3 GG. Ziel des AGG ist es, Benachteiligungen von Personen zu verhindern und zu beseitigen. Das AGG findet im Arbeits- und Zivilrecht Anwendung und regelt formal vor allem vier Aspekte:

- Diskriminierungen im Berufskontext, einschließlich Bewerberauswahl
- Diskriminierung und Gleichbehandlung im allgemeinen Geschäftsleben

(Wohnraumvermietung, Versicherungsabschlüsse etc.)

- den rechtlichen Schutz gegen Diskriminierung
- Einrichtung einer Antidiskriminierungsstelle des Bundes

Die folgende Abbildung 8 gibt einen Überblick über die im AGG genannten Diskriminierungsgründe:

Abbildung 8: Diskriminierungstatbestände des AGG §1, eigene Darstellung

AGG Benachteiligungsgründe

Rasse
ethnische Herkunft
Geschlecht
Religion
Weltanschauung
Behinderung
Alter
sexuelle Identität

Für die vorliegende Arbeit ist insbesondere die Diskriminierung im Beruf, d. h. beim Zugang zur Erwerbstätigkeit (Stellenausschreibungen, Bewerbungsverfahren, Auswahlgespräche, Auswahlkriterien, Einstellungsentscheidungen), relevant. Im Arbeitsrecht gilt das AGG für alle Beschäftigungsgruppen und alle Bereiche der Beschäftigung (AGG §2). Hierbei gilt es zu beachten, dass sich Benachteiligung laut Gesetz auf unterschiedliche Behandlung von Personen bezieht, die sich in der gleichen Situation befinden, wobei eine Person eine vorteilhaftere Behandlung erfährt oder erfahren wird als die andere Person. Eine lediglich verschiedene Behandlung genügt dabei nicht, ein objektiver Nachteil ist Voraussetzung für die im AGG benannte Benachteiligung. Eine benachteiligte Person kann Ansprüche auf Beseitigung, Unterlassung, Schadensersatz und Schmerzensgeld geltend machen. Das AGG unterscheidet zwischen unmittelbarer (direkter) und mittelbarer Diskriminierung von Personen. Unter unmittelbarer Diskriminierung versteht man nach §3 Abs. 1 AGG die Benachteiligung einer Person aufgrund eines direkt zugeordneten Merkmals. In der Personalauswahl spricht man von direkter Diskriminierung, wenn keine objektiven Gründe, sondern eines der geschützten persönlichen Merkmale aus dem §1

AGG für eine Ablehnung herangezogen wird (vgl. Besgen 2006, S. 4). Eine mittelbare Diskriminierung nach §3 Abs. 2 AGG liegt vor, wenn die Benachteiligung aufgrund eines neutralen Merkmals geschieht und gleichzeitig sachliche Gründe für die Ungleichbehandlung fehlen.⁵³

5.3.2 Auswahlverfahren im öffentlichen Dienst

Bei der Personalauswahl im öffentlichen Dienst sind je nach Bundesland unterschiedliche Rahmenbedingungen zu beachten, für Beamte gelten gesetzliche Regelungen nach dem Beamtenstatusgesetz. So regelt §9 BeamtStG, dass „... Ernennungen [...] nach Eignung, Befähigung und fachlicher Leistung ohne Rücksicht auf...[andere Merkmale] vorzunehmen“ (Bundesministerium der Justiz 2009) seien. Für Tarifbeschäftigte finden sich ähnliche Regelungen in den einzelnen Tarifverträgen. Da für jedes Bundesland (TV-L) und ggf. auch für verschiedene öffentliche Institutionen die Regelungen und detaillierten Vorgaben variieren, soll im Folgenden exemplarisch die Personalauswahl an der Universität zu Köln (NRW) erläutert werden. Grundsätzlich folgt die Personalauswahl im öffentlichen Dienst bei allen Auswahlverfahren der Logik des idealtypischen Personalauswahlprozesses (vgl. Kapitel 5.2):

- Stellen- und Anforderungsprofil
- Zuweisung einer Stelle
- Stellenausschreibung
- Konzeption des Auswahlverfahrens
- Durchführung des Auswahlverfahrens
- Entscheidungsfindung
- Einstellung
- Einarbeitung

⁵³ Die Bereiche der strukturellen Diskriminierung, d. h. Benachteiligung ganzer Bevölkerungsgruppen (vgl. Bielefeldt 2010, S. 30f), und die institutionelle Diskriminierung, d. h. die Benachteiligung auf gesellschaftlicher Ebene (z. B. Arbeitsmarkt, Bildung- und Gesundheitsbereich), sind weitere Formen der Diskriminierung (vgl. Gomolla und Radtke 2009, S. 18f, 35f).

Demnach sind eine detaillierte Tätigkeitsbeschreibung (Anforderungsprofil) und ein formaler Ablauf mit interner oder externer Stellenausschreibung erforderlich. An den Auswahlgesprächen sollen nach Möglichkeit Vertreter des Personalrates und der Gleichstellungs- und Schwerbehindertenbeauftragten teilnehmen. Bei der Personalauswahl wissenschaftlicher Mitarbeiter ist ein Ausschreibungsverzicht möglich, wobei die besonderen Gründe und die Eignung des Bewerbers dargestellt werden und vom Personalrat und dem Gleichstellungs- und Schwerbehindertenbeauftragten genehmigt werden müssen. Frauen und Schwerbehinderte sollen bei gleicher Eignung bevorzugt eingestellt werden (Universität zu Köln 2010).⁵⁴

5.4 Anonymisierte Personalauswahlverfahren

Anonymisierte Bewerbungen werden in Deutschland erst seit 2010 im Rahmen des Starts einer Pilotstudie der Antidiskriminierungsstelle des Bundes öffentlich diskutiert (vgl. Gourmelon 2005, S. 11f.). Bei anonymisierten Bewerbungen geht es grundsätzlich um den ersten Selektionsschritt (Vorauswahl) in Personalauswahlverfahren, also die Sichtung der Bewerbungsunterlagen vor der Einladung zum Vorstellungsgespräch, und nicht um die Entscheidung für eine Einstellung. Im Konzept der anonymisierten Bewerbungen verzichten Bewerber auf ein Foto und die Angabe bestimmter biografischer und persönlicher Daten (Name, Adresse, Geburtsdatum, alle Angaben zu Alter, Familienstand, Herkunft) (vgl. ADS 2014; Döse 2012). Alle weiteren für die zu vergebenden Stellen notwendigen Informationen, wie der Bildungsabschluss und die Berufserfahrung, werden auch bei anonymisierten Bewerbungen angegeben. Im Unterschied zur herkömmlichen Bewerbung werden keine Jahreszahlen angegeben, damit kein Rückschluss auf das Alter möglich ist. Ziel ist es, den Fokus der Personalentscheider bei der ersten Auswahlentscheidung auf Qualifikation und fachliche Eignung des Bewerbers zu richten. Dabei sollen subjektive Empfindungen, mögliche Vorurteile oder Stereotype und der Sympathiefaktor für die Entscheidung zur Einladung zum Vorstellungsgespräch ausgeblendet werden. Es gibt verschiedene Wege, anonyme Bewerbungsverfahren zu realisieren:

- anonymisierte Online-Bewerbungsformulare bei Online-Bewerbungen auf der Homepage einer Organisation

⁵⁴ Vgl. als Überblick Gourmelon (2005), auch zum Einsatz anonymisierter Bewerbungen im öffentlichen Sektor.

- anonymisierte Bewerbungsformulare, die online oder in anderer Form dem Bewerber zur Verfügung gestellt werden. Die Rücksendung der ausgefüllten Formulare erfolgt entweder digital oder per Post direkt an die Organisation
- nachträgliche Anonymisierung, d. h. eine neutrale Stelle der Organisation schwärzt alle relevanten persönlichen Angaben

Nach Abschluss der ersten Auswahlrunde und der Entscheidung, welche Bewerber zum Vorstellungsgespräch eingeladen werden, erhalten die Personalentscheider die vollständigen Unterlagen der betreffenden Bewerber. Im Hauptauswahlverfahren wird also die Anonymität aufgehoben und der Bewerber hat persönlich die Möglichkeit, ungefiltert seine Stärken zu präsentieren. Wie in Kapitel 6.2 ausführlich dargestellt, werden Entscheidungen in den verschiedensten Stufen des Personalauswahlprozesses durch unbewusste Entscheidungsgesichtspunkte und Beurteilungsfehler mit Diskriminierungspotenzial beeinflusst. Die Anonymisierung der Bewerbungsunterlagen entzieht diesen die Informationsgrundlage und kann als ein Mittel zur Steigerung der Objektivität in der Vorauswahlentscheidung betrachtet werden. Auch wenn im weiteren Verlauf des Bewerbungsverfahrens weiterhin das Risiko besteht, durch sachfremde Bewerbermerkmale beeinflusst zu werden, so stehen den Personalentscheidern dann wesentlich mehr Informationen über den Bewerber zur Verfügung. Zudem bekommt der Bewerber zumindest die Möglichkeit, seine Persönlichkeit und Eignung darzustellen, die ihm sonst durch mögliche Entscheidungsfehler der Personalentscheider nicht zur Verfügung stünde. Da die Diskriminierungsrate in der ersten Selektionsstufe am höchsten ist und im Verlauf eines Bewerbungsverfahrens absinkt (vgl. Krause et al. 2010, S. 4), könnte der Einsatz anonymisierter Bewerbungsverfahren ein erfolgreiches Instrument zur diskriminierungsärmeren Stellenvergabe darstellen.

5.4.1 Internationale Projekte

International werden anonymisierte Bewerbungen schon seit längerer Zeit in Personalauswahlverfahren genutzt (vgl. als Überblick Krause et al. 2010, 2012). Trotz der internationalen Erfahrungen aus verschiedenen Modellprojekten in unterschiedlichen Ländern (u. a. Schweden, Frankreich, Schweiz, Niederlande) sind die Effekte der Einführung eines derartigen Verfahrens noch nicht in ausreichendem Maße empirisch erforscht: „So gibt es zwar Hinweise darauf, dass sich die intendierten Effekte einstellen, d. h. eine Zunahme

der Einladungs- und Einstellungswahrscheinlichkeit von potenziell von Diskriminierung betroffenen Personengruppen, aber eine eindeutige Kausalität wurde in den meisten Fällen nicht explizit untersucht“ (Krause et al. 2010, S. 1).

In Frankreich wurden 2010 in einem sechsmonatigen Modellprojekt anonymisierte Bewerbungsverfahren getestet. In Paris und sechs weiteren Verwaltungsbezirken nahmen 50 Unternehmen mit mehr als 50 Mitarbeitern an dem Projekt teil. Im Durchschnitt verbesserten sich die Chancen weder für Frauen noch für ältere Bewerber, Bewerber mit Migrationshintergrund oder aus sozialen Brennpunkten wurden sogar noch stärker benachteiligt als in normalen Bewerbungsverfahren (CREST 2011). Es scheint trotzdem ernsthafte Bemühungen der französischen Politik zu geben, anonymisierte Bewerbungsverfahren als Standard in der Personalarbeit einzuführen (vgl. Calme und Horstmeier 2010).

In Schweden wurde von 2004 bis 2006 das anonyme Bewerbungsverfahren im öffentlichen Sektor getestet. Drei Bezirke nahmen am Projekt teil, wovon zwei ein anonymes Bewerbungsverfahren umsetzten und der dritte Bezirk als Kontrollgruppe diente. Die Ergebnisse zeigten, dass sich sowohl für Frauen als auch für Bewerber mit Migrationshintergrund die Wahrscheinlichkeit erhöhte, eine Einladung zu einem Vorstellungsgespräch zu erhalten. Es zeigte sich jedoch auch, dass in der Stufe der Vorstellungsgespräche dieser Effekt vor allem für Bewerber mit Migrationshintergrund nicht mehr festgestellt werden konnte (Krause et al. 2010, S. 10). In Großbritannien testet der Energiekonzern BP seit 2008 den Einsatz von anonymen Bewerbungen bei Einstiegspositionen. In Belgien wurde der anonymisierte Lebenslauf bereits 2005 im öffentlichen Sektor eingeführt, jedoch liegen keine belastbaren Untersuchungen zu dieser Maßnahme vor. Sowohl die Schweiz als auch die Niederlande testeten im Rahmen verschiedener Modellprojekte anonyme Bewerbungsverfahren. Die zu anonymisierenden Merkmale variierten dabei von Projekt zu Projekt. Es zeigten sich daher nicht in allen Fällen die gewünschten Effekte. In den USA sind persönliche Angaben in der schriftlichen Bewerbung bereits seit vielen Jahren eher unerwünscht, da Unternehmen allein schon aus finanziellen Gründen versuchen, Diskriminierung zu vermeiden. Aufgrund der bereits existierenden Gesetze (Civil Rights Act) sind Diskriminierungsklagen nicht unüblich und für die Unternehmen häufig mit hohen Geldbußen verbunden (vgl. Fluck und Werner 2003, S. 193f.). Ein Bewerbungsfoto ist in

den USA generell unüblich und wird erst nach der Einstellung für die Personalakte benötigt.

Eine abschließende Bewertung, ob das anonymisierte Bewerbungsverfahren ein sinnvolles Instrument gegen Diskriminierung ist, kann nach derzeitigen Kenntnisstand nicht eindeutig vorgenommen werden. Die internationalen Erfahrungen zeigen, dass die Chancen, zu einem Vorstellungsgespräch eingeladen zu werden, sich für bestimmte Bewerbergruppen erhöhen. Als nachteilig werden von vielen Unternehmen und Institutionen der Mehraufwand bei der Personalgewinnung sowie die Verzögerung beim Auswahlprozess gesehen. Es gibt zudem zwei wesentliche Schwierigkeiten bei der Umsetzung und Praktikabilität anonymisierter Bewerbungsverfahren: Zum einen müssen effizientere Methoden zur Anonymisierung entwickelt und zum anderen die zu anonymisierenden Merkmale verbindlich festgelegt werden (Krause et al. 2010, S. 23). Bezogen auf das sachfremde Bewerbermerkmal physische Attraktivität scheint das anonymisierte Bewerbungsverfahren, sofern es effizient und methodisch standardisiert abgewickelt wird, ein probates Mittel gegen Benachteiligung zu sein. Benachteiligung aufgrund der Attraktivität wird allein durch das Fehlen eines Bewerbungsfotos minimiert und kann in letzter Konsequenz die Einstellungswahrscheinlichkeit erhöhen. Dies gilt vor allem dann, wenn es sich bei der Benachteiligung um einen Interaktionseffekt z. B. mit Geschlecht oder ethnischer Herkunft handelt.

5.4.2 Modellversuch in Deutschland

In einem Modellprojekt wurden 2010 in einigen größeren Unternehmen und ausgewählten Einrichtungen des öffentlichen Dienstes in Deutschland erstmalig anonymisierte Bewerbungen erprobt. Dazu zählten die Deutsche Post, die Deutsche Telekom, L'Oréal Deutschland, Procter & Gamble, der Geschenkdienstleister MYDAYS sowie das Bundesfamilienministerium, die Bundesagentur für Arbeit, die Regionaldirektion Nordrhein-Westfalen und die Stadtverwaltung Celle.⁵⁵ Mit der Anonymisierung von Bewerbungsunterlagen sollte für die erste Stufe der Personalauswahl Chancengleichheit für potenziell von Diskriminierung betroffene Personengruppen hergestellt werden. Die Ergebnisse des Pilotprojektes zeigten positive Effekte auf die Einladungswahrscheinlichkeit zu einem

⁵⁵ Eine ausführliche Darstellung findet sich im Abschlussbericht des Pilotprojektes „Anonymisierte Bewerbungsverfahren“ der Antidiskriminierungsstelle des Bundes (2012).

Vorstellungsgespräch bzw. Eignungstest: Für Frauen und Bewerber mit Migrationshintergrund verbesserte sich im Vergleich zu herkömmlichen Auswahlverfahren die Chance, zu einem Vorstellungsgespräch eingeladen zu werden. Allerdings sind die Ergebnisse des Pilotprojektes nicht repräsentativ, da es sich bei den beteiligten Organisationen um keine Zufallsauswahl handelte und sie sich in der Personalauswahl grundsätzlich bereits zuvor um „Diversity“⁵⁶ bemühen (Antidiskriminierungsstelle des Bundes 2012). In weiteren empirischen Studien (vgl. Kaas und Manger 2012) wurde bereits für bestimmte Bewerbergruppen eine substantielle Diskriminierung auf dem deutschen Arbeitsmarkt festgestellt, so dass anzunehmen ist, dass auch bei einer repräsentativen Stichprobe ein Effekt nachgewiesen werden könnte.

In der Personalauswahl können anonyme Bewerbungsverfahren den Einfluss sachfremder Bewerbermerkmale minimieren und die Qualität der Auswahlentscheidung durch eine objektivere Vorauswahl verbessern. In diese Richtung weisen auch die ersten Erfahrungen mit anonymen Bewerbungsverfahren: Aus Sicht der Personalentscheider stellt das Fehlen persönlicher Angaben (z. B. Name, Geschlecht, Geburtsdatum und Familienstand) kein Problem dar. Nach Angaben der an den Modellversuchen beteiligten Personalentscheider richtet ein fehlendes Bewerbungsfoto den Fokus auf die Qualifikationen (BMFSFJ Antidiskriminierungsstelle des Bundes 2011). In den Modellversuchen war die physische Attraktivität der Bewerber kein Gegenstand der Untersuchungen. Die Ergebnisse lassen allerdings die Schlussfolgerung zu, dass der direkte Einfluss der Attraktivität durch anonyme Bewerbungsverfahren ebenfalls minimiert wird. Die indirekte Wirkung von Attraktivität, also die positive Beeinflussung des Berufswegs durch die höhere Aufmerksamkeit und die bevorzugte Behandlung in der Kindheit sowie die bessere Benotung und die daraus resultierenden bessere Schul- und Ausbildungschancen, bleibt von anonymen Bewerbungsverfahren allerdings unberührt. Dasselbe gilt für das größere Selbstwertgefühl, das spätestens in den Einstellungsinterviews oder anderen Formen des direkten Kontaktes mit den Bewerbern seine Wirkung zusätzlich zur Wirkung von Attraktivität entfalten kann.

⁵⁶ Das Konstrukt „Diversity“ bedeutet im Kontext der Personalpolitik „Vielfalt der Beschäftigten“ bezogen auf z. B. Geschlecht, Alter, Nationalität, Ethnizität, Religion, Behinderung, sexuelle Identität und Orientierung, familiäre bzw. Lebenssituation, Klasse, Ausbildung, Werte und Verhaltensmuster. Theoretisch ist die Anzahl der Dimensionen unendlich erweiterbar (vgl. als Überblick Krell 2008, S. 63-80).

6 Physische Attraktivität als Merkmal sozialer Ungleichheit im Personalauswahlkontext?

Der Begriff der sozialen Ungleichheit wird in der Regel zur Beschreibung eines zentralen Phänomens in der Sozialstruktur benutzt (vgl. als Überblick Solga 2009; Kreckel 1983; Hradil 2012; Hradil und Schiener 2001) und meint die unterschiedliche Verteilung von Lebenschancen in einer Gesellschaft (vertikale Ungleichheit), die aus vorteilhaften oder nachteiligen Lebensbedingungen und Ressourcenausstattungen resultiert (Solga 2009, S. 15; Krause 2011). Soziale Ungleichheit ist dann gegeben, wenn es sich um Ungleichheiten handelt, die jeweils größere Personengruppen betreffen und die als relativ dauerhaft gelten können (Fuchs-Heinritz 2011). Die Ungleichheitsforschung betrachtet die Merkmale, Ursachen, Dimensionen und Auswirkungen von Ungleichverteilungen in einer Gesellschaft. Bei den soziodemografischen Merkmalen einer Person, die einen Einfluss auf die Ursachen und Dimensionen sozialer Ungleichheit haben, kann zwischen zugeschriebenen Merkmalen (z. B. sozialer oder regionaler Herkunft, Alter, Behinderung, Geschlecht) und erworbenen Merkmalen (z. B. Bildung, Beruf, Familienstand) unterschieden werden.⁵⁷ Als Determinanten sozialer Ungleichheit werden Merkmale einer Person bezeichnet, die einen Einfluss darauf haben, welche Position (Sozialkategorien) eine Person in einer Gesellschaft besitzt. Als Ursache für soziale Ungleichheit gelten die sozialen Mechanismen und Prozesse, die durch die Zugehörigkeit zu bestimmten sozialen Kategorien verursacht werden und in der Folge zu Vor- oder Nachteilen (Auswirkungen) in weiteren Lebensbereichen führen (Solga 2009, S. 18f.).

Die physische Attraktivität einer Person ist nach derzeitigem Forschungsstand ein „...bedeutsamer Prädiktor sozialer Ungleichheit“ (Rosar und Klein 2010, S. 339), der in der bisherigen sozialwissenschaftlichen Forschung als Tatbestand nicht hinreichend zur Kenntnis genommen wurde und daher in der klassischen Forschungsliteratur zur sozialen Ungleichheit kaum eine Rolle spielt. Physische Attraktivität zählt zu den zugeschriebenen

⁵⁷ Solga (2009, S. 19) zufolge werden Merkmale von Personen erst dann zu Determinanten sozialer Ungleichheit, wenn sie über soziale Mechanismen systematisch mit Vor- und Nachteilen verbunden werden. Auch wenn biologische Merkmale nicht per se ungleichheitsrelevant sein können, können durch soziale Konstruktion (bewusst oder unbewusst) biologische Merkmale in soziale Positionen transformiert werden. Das trifft auf physische Attraktivität gleichermaßen zu wie auf Geschlecht oder Behinderung, um nur zwei Beispiele zu nennen. Nach derzeitigem Forschungsstand sind über die grundlegenden Wirkungsmechanismen (z. B. *attractiveness stereotype*) soziale Konstruktionen gegeben, deren Auswirkungen auf soziale Ungleichheit systematisch beobachtbar sind.

Merkmale einer Person. Zugeschriebene Merkmale sind durch das Handeln einer Person nur schwer oder überhaupt nicht veränderbar.⁵⁸ Folgt man der Logik der soziologischen Theorien zur sozialen Ungleichheit, so sind zugeschriebene Merkmale einer Person keine Dimension sozialer Ungleichheit, sondern Determinanten des Phänomens (Solga 2009, S. 19ff.). Bezogen auf den Kontext von Personalauswahlverfahren konnte in den vorangegangenen Kapiteln physische Attraktivität als ein Einflussfaktor auf Personalentscheidungen identifiziert werden. Ungleichbehandlungen oder Diskriminierungen aufgrund der physischen Attraktivität eines Bewerbers stellen daher eine Ursache sozialer Ungleichheit dar, während der Erwerbsstatus als Konsequenz eine Dimension sozialer Ungleichheit darstellt, der wiederum Auswirkungen auf die Sozialstruktur hat.

Die Wirkung physischer Attraktivität im Personalauswahlprozess führt dazu, dass z. B. weniger attraktive Personen in der Vorauswahl früh aussortiert werden oder nicht eingestellt werden, obwohl sie die Stellenanforderungen erfüllen. Vor allem in der Vorauswahl, in der noch wenige tätigkeitsrelevante Informationen über einen Bewerber vorhanden sind, ist der Einfluss der Attraktivität ein bedeutsamer Faktor (Weuster 2012, S. 100ff.), der sich vor allem in einem Attraktivitätsbonus für attraktive Menschen bei der Sichtung der Bewerbungsunterlagen zeigt. Für die große Bedeutung, die Bewerbungsunterlagen zukommt, dauert die Auseinandersetzung mit ihnen in der Regel nur kurze Zeit (Weuster 2012, S. 99). Berücksichtigt man den Halo-Effekt, der von einem Bewerbungsfoto ausgehen kann, dann würde vermutlich auch eine längere Auseinandersetzung mit den Bewerbungsunterlagen den Einfluss der Attraktivität an dieser Stelle des Personalauswahlprozesses nicht verringern. Ein weiteres Problem bei Bewerbungsunterlagen ist zudem, dass häufig Arbeitszeugnisse oder Referenzen wohlwollend formuliert sind und keine genauen Schlüsse auf die Arbeitseinstellung oder Leistungsfähigkeit des Bewerbers zulassen. Unter der *What-is-beautiful-is-good*-Annahme werden die in Arbeitszeugnissen beschriebenen positiven Eigenschaften dem attraktiven Bewerber eher zugesprochen oder möglicherweise überinterpretiert und stellen so den attraktiveren Bewerber bei ähnlichem Inhalt der Zeugnisse in einem positiveren Licht dar. Dasselbe gilt vermutlich auch für Zeugnis- oder Abschlussnoten, die eigentlich ein Indikator für Leistungsfähigkeit und Qualifikation sein sollten. Watkins und Johnston (2000) konnten zeigen, dass der Einfluss

⁵⁸ Selbst durch Schönheitshandlungen lässt sich die grundlegende Attraktivität einer Person nur eingeschränkt verändern (Hamermesh 2011, S. 54).

der physischen Attraktivität insbesondere bei mittelmäßigen Qualifikationen wirkt. Dieser Befund lässt sich auch auf Noten übertragen, die in der Regel anhand der Bewerbungsunterlagen aus Zeugnissen ersichtlich sind. So könnte dieselbe Note in Zeugnissen unterschiedlicher Bewerber unterschiedlich bewertet werden. Bei einem attraktiveren Bewerber würde beispielsweise die Note 2,7 noch als achtbare Leistung betrachtet, während der Personalentscheider bei einem unattraktiven Bewerber dieselbe Note als nur durchschnittlich beurteilt.

Gerade an den Übergängen zwischen zwei eng aneinander liegenden Beurteilungsgrenzen, kann der Einfluss der physischen Attraktivität bei der Analyse von Bewerbungsunterlagen wirken und das Gesamtbild eines Bewerbers systematisch verfälschen. Nach dem Screening von Bewerbungsunterlagen findet in der Personalauswahl häufig eine Einordnung in ein ABC Schema statt. In die Kategorie A fallen die Bewerber, die gut geeignet erscheinen, in die Kategorie B diejenigen, die mit leichten Abstrichen geeignet erscheinen und in Kategorie C ungeeignete Kandidaten (Weuster 2012, S. 97). Attraktive Bewerber, die zwischen den Kategorie A und B stehen, könnten auch hier von einem Attraktivitätsbonus profitieren und zum weiteren Bewerbungsprozess zugelassen werden. Ähnlich verhält es sich bei der Einstellungsentscheidung: Hier kann die physische Attraktivität ein unbewusstes Entscheidungskriterium zwischen zwei ähnlichen oder gleichmaßen qualifizierten Bewerbern darstellen (Hosoda et al. 2003). Im Verlauf der Erwerbsbiografie einer Person kann so bei einer Kumulation von auf Attraktivitätswirkung basierenden Fehlentscheidungen verschiedener Organisationen, Institutionen oder Unternehmen der Erwerbsstatus einer Person beeinträchtigt werden, woraus sich ein negativer Effekt auf deren Lebenslagen und Lebenschancen ergeben kann. Ein Ausschluss von der Möglichkeit zur Teilnahme in Personalauswahlprozessen verwehrt einem Bewerber die Möglichkeit, sein Potenzial zu entwickeln und damit seinen Erwerbsstatus oder sein Prestige zu verbessern. Dasselbe gilt in verschärfter Form für die Einstellungsentscheidung, bei der es um den tatsächlichen Erwerbsstatus geht. Der Erwerbsstatus einer Person hat in der Regel einen entscheidenden Einfluss auf deren Möglichkeit, auf Ressourcen und Güter zuzugreifen. In dem Gefüge sozialer Ungleichheit sind demnach notwendige Qualifikationen und das Einkommen einer Person entscheidende Faktoren (vgl. Hradil 2012). Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass physische Attraktivität einen (positiven) Faktor in der Positionierung auf dem Arbeitsmarkt darstellt. Der Einfluss der Attraktivität

erstreckt sich zudem über die gesamte Lebensphase. Bereits beim Erwerb von Bildungszertifikaten haben attraktive Personen Vorteile. Sie erhalten als Kinder mehr Aufmerksamkeit und Unterstützung und können die daraus entstehenden Wettbewerbsvorteile beim Eintritt in den Arbeitsmarkt⁵⁹ und für ihre Karriere allgemein nutzen. Attraktive Personen haben monetäre Vorteile auf dem Arbeitsmarkt und unattraktive monetäre Nachteile von teilweise erheblichem Ausmaß. Physische Attraktivität stellt daher einen Faktor in der Produktion sozialer Ungleichheit dar. Dies gilt vor allem vor dem Hintergrund, dass der positive Effekt physischer Attraktivität auf das Einkommen offenbar über den Lebensverlauf erhalten bleibt. Physische Attraktivität produziert so nicht nur soziale Ungleichheit, sondern trägt im Zeitverlauf zu einer Verschärfung der Ungleichheit bei.

⁵⁹ Hier muss als Einschränkung des Beauty-is-beastly-Effektes beachtet werden.

7 Hypothesen

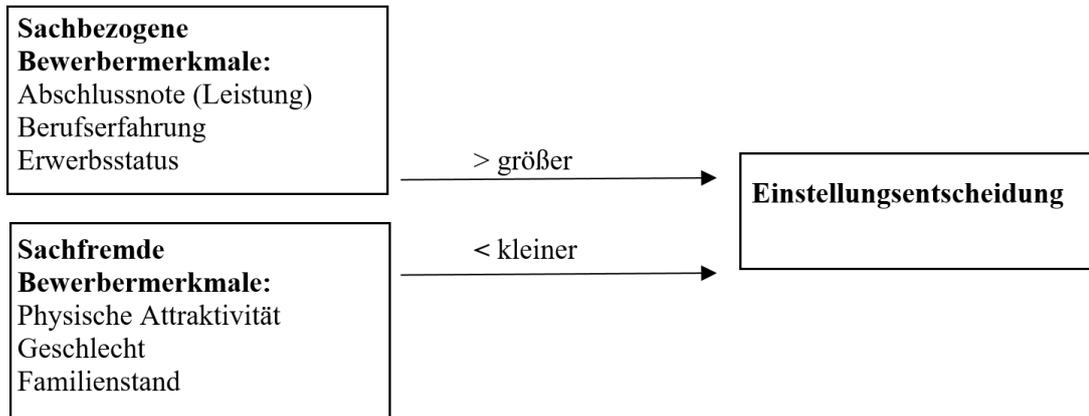
Überträgt man die aus der Attraktivitätsforschung bekannten Wirkmechanismen physischer Attraktivität auf den Kontext von Bewerbungsverfahren, so ergeben sich folgende Annahmen: Durch den *attractiveness consensus* werden die Personalentscheider hinsichtlich der physischen Attraktivität der Bewerber zu sehr ähnlichen Urteilen gelangen. Im Verlauf des Bewerbungsverfahrens wird der Personalentscheider aufgrund des *attractiveness stereotype* davon ausgehen, dass die attraktiveren Bewerber die leistungsfähigeren und geeigneteren sind. Es ist anzunehmen, dass es sich hier um einen kumulierten Effekt aus der Schul- und Erwerbsbiografie handelt und sich die tatsächlichen Leistungen und Persönlichkeitseigenschaften durch die Attraktivitätswirkung im Lebensverlauf verstärkt haben. Zudem werden attraktive Bewerber vom *attractiveness attention boost* profitieren können. Personalentscheider werden sich besser an sie erinnern können und daher werden die attraktiven Bewerber in Vergleichssituationen, vor allem bei der abschließenden Einstellungsentscheidung, präsenter und in besserer Erinnerung sein. Aufgrund des *attractiveness treatment advantage* kann es außerdem sein, dass Personalentscheider die zukünftige Leistungsfähigkeit attraktiver Bewerber höher einschätzen. Eventuelle Fehlleistungen oder mangelnde Passungseigenschaften werden durch den *attractiveness glamour effect* weniger Einfluss auf die Entscheidung haben als bei unattraktiven Bewerbern.

7.1 Zentrale Hypothesen

Ausgehend von diesen Überlegungen ist daher zu erwarten, dass die physische Attraktivität als sachfremdes Bewerbermerkmal einen signifikanten Effekt auf die Einstellungsentscheidung hat. Daraus folgt auch die zentrale Forschungsfrage: Wie groß ist der Einfluss von physischer Attraktivität auf die Chance zur Einstellung im Vergleich zu anderen Faktoren wie Geschlecht, Leistung, Familienstand und Erwerbsstatus, wenn alle anderen Bedingungen wie Berufsausbildung, Qualifikation und Alter möglichst konstant gehalten werden? Grundsätzlich ist daher anzunehmen, dass die Leistung bei der Einstellungsentscheidung die größte Rolle spielt und dass sachbezogene Bewerbermerkmale insgesamt einen größeren Einfluss auf die Einstellungsentscheidung haben als sachfremde Bewerbermerkmale. Daraus ergibt sich die Hypothese H1:

H1: Der Einfluss der sachbezogenen Bewerbermerkmale Abschlussnote, Berufserfahrung und Erwerbsstatus auf die Einstellungsentscheidung ist insgesamt größer als der Einfluss der sachfremden Bewerbermerkmale Geschlecht, Attraktivität und Familienstand.

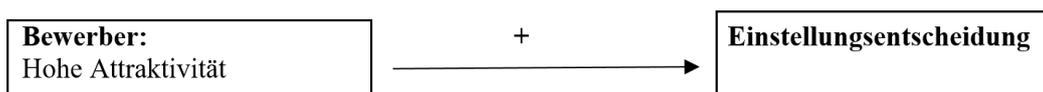
Abbildung 6: Kausalschema H1



Aus den oben genannten Wirkmechanismen physischer Attraktivität lässt sich die Hypothese H2 ableiten:

H2: Je größer die physische Attraktivität eines Bewerbers ist, desto größer ist die Chance auf eine positive Einstellungsentscheidung.

Abbildung 7: Kausalschema H2

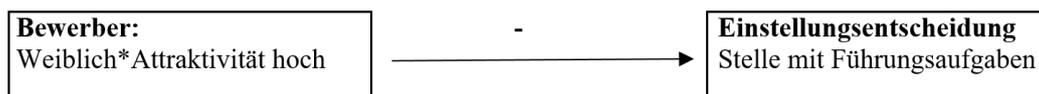


Dieser positive Effekt von Attraktivität kann allerdings durch einen intervenierenden Faktor moderiert werden. Der Beauty-is-beastly-Effekt (Heilman und Saruwatari 1979) beschreibt eine Interaktion zwischen der Logik des Handlungskontextes, dem Geschlecht und der Attraktivität einer Person. Je attraktiver eine Bewerberin ist, desto stärker werden ihr feminine Eigenschaften zugeschrieben. Diese wirken sich in Handlungskontexten, die von (traditionell) männlichen Rollenvorstellungen dominiert werden, nachteilig auf ihre wahrgenommenen Kompetenzen aus. Ihre Leistung wird im Vergleich zu der ihrer männlichen Konkurrenten als schlechter bewertet. Die Bedeutung physischer Attraktivität kann

zudem noch zwischen verschiedenen Tätigkeitsfeldern und Branchen variieren (Nicklin und Roch 2008; Jawahar und Mattsson 2005; Hosoda et al. 2003; Cesare 1996). Demzufolge sind die Einstellungschancen für attraktive Frauen bei stereotypisch femininen Berufen größer und attraktive Männer haben Vorteile gegenüber ihren weniger attraktiven Konkurrenten bei stereotypisch maskulinen Berufsbildern (vgl. Hosoda et al. 2003). Im Bereich der Wissenschaft beispielsweise wird „der „Wissenschaftler“ stereotypenhaft eher mit einem Mann als mit einer Frau gleichgesetzt“ (Welppe et al. 2012, S. 44). Weibliche Erwerbstätige sind in Führungspositionen in Deutschland sowohl in Hochschulen oder außeruniversitären Forschungseinrichtungen als auch in Wirtschaftsunternehmen unterrepräsentiert (vgl. Bischoff 2010, Graf et al. 2011, Welppe et al. 2012). Tendenziell werden Führungskräften eher männliche Eigenschaften zugesprochen (Schein 1973) und insbesondere im Wissenschaftskontext ist bei identischen Qualifikationen und Erfahrungen die Wahrscheinlichkeit deutlich höher, dass ein männlicher Bewerber als Führungskraft eingestellt wird (Steinpreis et al. 1999). Aus diesen Befunden leitet sich die Hypothese H3 ab:

H3: *Wenn eine attraktive Bewerberin sich auf eine Stelle mit Führungsaufgaben bewirbt, dann ist die Einstellungschance signifikant geringer als die eines attraktiven Bewerbers (Beauty-is-beastly-Effekt).*

Abbildung 8: Kausalschema H3

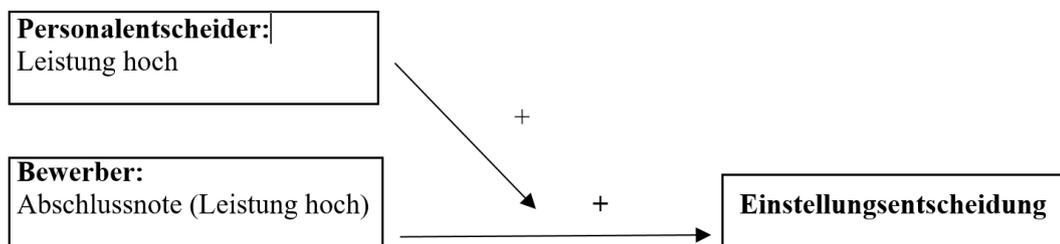


7.2 Interaktionseffekte

Nicht nur die Merkmale des Bewerbers können bei der Einstellung eine Rolle spielen, auch die Merkmale des Personalentscheiders beeinflussen dessen Einstellungsentscheidung und können entweder direkt wirken oder als Interaktionseffekte den Einfluss der Bewerbermerkmale auf die Einstellungsentscheidung beeinflussen. So ist es beispielsweise plausibel, anzunehmen, dass Personalentscheider, die selbst eine hohe Leistung erbringen, die Leistung eines Bewerbers stärker honorieren.

H4.1: *Je höher die eigene Leistung eines Personalentscheiders ist, desto größer ist der Einfluss der Leistung (Abschlussnote) eines Bewerbers auf die Einstellungsentscheidung.*

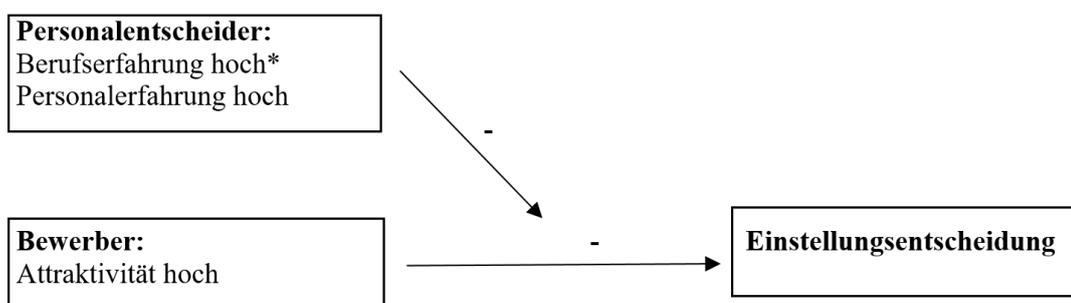
Abbildung 9: Kausalschema H4.1



Marlowe et al. (1996) konnten mit zunehmender Erfahrung eines Personalentscheiders einen abnehmenden Effekt der Attraktivität auf die Einstellungsentscheidung zeigen. Daher wird ein Interaktionseffekt zwischen der Erfahrung des Personalentscheiders und der Attraktivität des Bewerbers auf die Personalentscheidung angenommen:

H4.2: *Je größer die Berufs- und die Personalerfahrung eines Personalentscheiders ist, desto geringer ist der Einfluss der Attraktivität auf die Einstellungsentscheidung.*

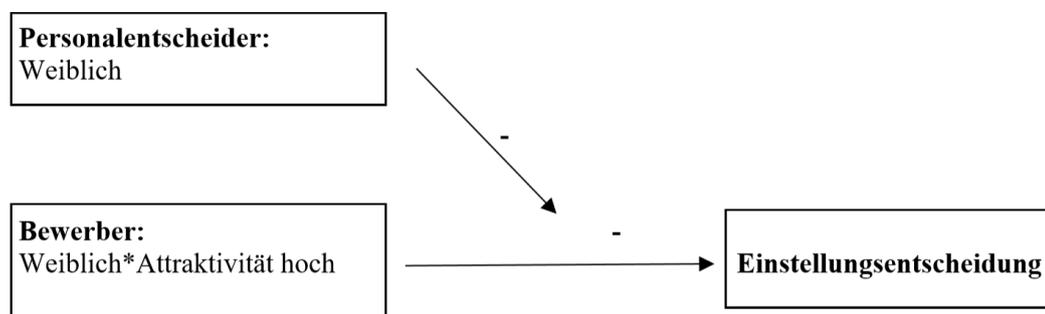
Abbildung 10: Kausalschema H4.2



In zahlreichen Studien (vgl. Hosoda 2003) konnten Geschlechterunterschiede hinsichtlich der Attraktivitätswirkung auf Personalentscheidungen nachgewiesen werden. Bei Frauen ist Attraktivität häufig mit einem „Neidfaktor“ verbunden, wenn sie sich mit anderen Frauen vergleichen. Das kann dazu führen, dass weibliche Personalentscheider attraktive Frauen negativer beurteilen (Patzner 2006, S. 29ff.).

H4.3: *Attraktive Bewerberinnen werden durch weibliche Personalentscheider bei der Einstellungsentscheidung im Vergleich zu attraktiven Männern benachteiligt.*

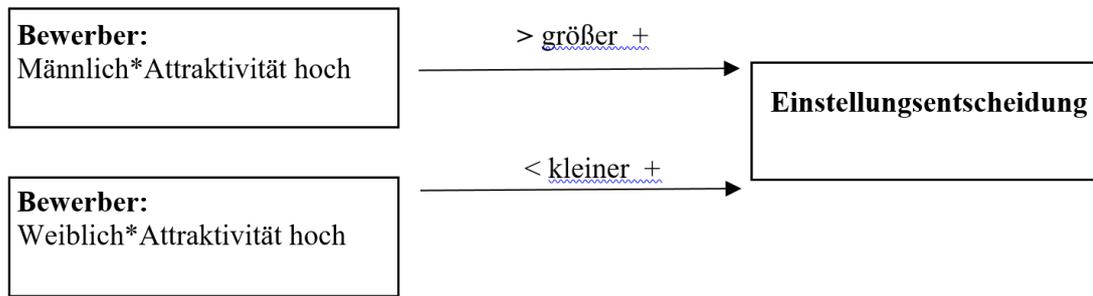
Abbildung 11: Kausalschema H4.3



Kaplan (1978) und Ruffle und Shtudiner (2013) konnten geschlechtsspezifische Unterschiede für den Einfluss der physischen Attraktivität eines Bewerbers nachweisen. Attraktive Männer profitierten demnach stärker von ihrer Attraktivität als attraktive Frauen. Schuler und Berger (1979) konnten allerdings für Deutschland keinen solchen geschlechtsspezifischen Effekt zeigen. Zu erwarten ist daher ein Interaktionseffekt zwischen dem Geschlecht und der Attraktivität des Bewerbers:

H4.4: *Der Einfluss der Attraktivität auf die Einstellungsentscheidung ist bei männlichen Bewerbern größer als bei weiblichen Bewerbern.*

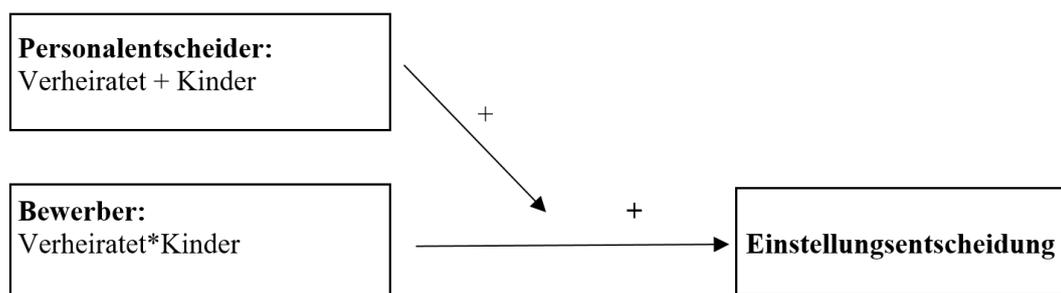
Abbildung 12: Kausalschema H4.4



Tajfel (1982) konnte unter kontrollierten experimentellen Bedingungen nachweisen, dass bereits die Bildung von Gruppen aufgrund belangloser und völlig unbedeutender Merkmale zu einer deutlichen Bevorzugung der eigenen Gruppenmitglieder führt. Dieses Phänomen wird als Eigengruppenbonus bezeichnet (vgl. im Kontext der Attraktivitätsforschung auch Reis et al. 1980; 1982). Daher soll geprüft werden, ob der Bewerber einen Eigengruppenbonus erhält, wenn er und der Befragte den gleichen Familienstand und Elternstatus im Vergleich zu unverheirateten Befragten ohne Kinder haben.

H4.5: Wenn sowohl Bewerber als auch Personalentscheider verheiratet sind und Kinder haben, wird die Einstellungsentscheidung im Sinne eines Eigengruppenbonus positiver ausfallen.

Abbildung 13: Kausalschema H4.5

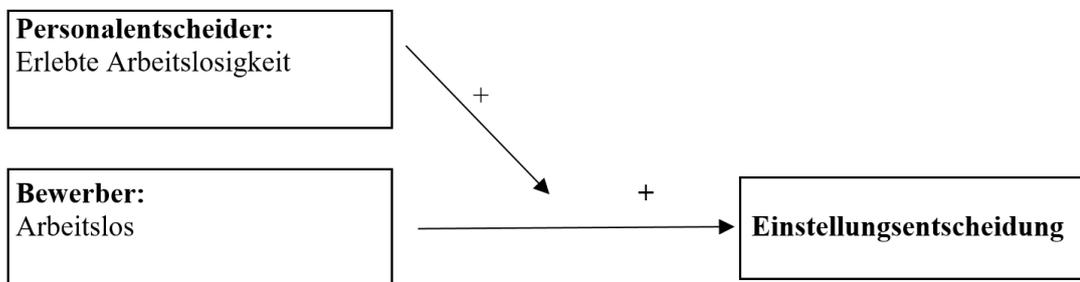


Dasselbe gilt für eine vom Personalentscheider erlebte Arbeitslosigkeit im Verlauf der Erwerbsbiografie, die zu einem positiven Einfluss der Arbeitslosigkeit des Bewerbers auf die Einstellungsentscheidung führen kann. Beruflicher Kontinuität wird in Einstellungsverfahren grundsätzlich eine große Bedeutung zugemessen, eine aktuelle Arbeitslosigkeit

könnte daher als Diskriminierungspotential angesehen werden, die aber durch die selbst erlebte Arbeitslosigkeit des Personalentscheiders werden kann. Für eine zufriedenstellende Leistung muss nicht notwendigerweise eine ununterbrochene berufliche Erwerbsbiographie vorhanden sein, wenngleich diese häufig als „Statthalter“ für „Berufserfahrung, Karriereorientierung und Leistungsstreben“ angesehen wird (Kay 1998, S.158).

H4.6: *Wenn der Personalentscheider selbst Arbeitslosigkeit erfahren hat, dann wird die Einstellungsentscheidung eines arbeitslosen Bewerbers im Sinne eines Eigengruppenbonus positiver ausfallen.*

Abbildung 14: Kausalschema H4.6



8 Daten und Methode

8.1 Geeignete Versuchspersonen

Für die Untersuchung der leitenden Forschungsfrage dieser Untersuchung, ob die physische Attraktivität einen Einfluss auf Personalentscheidungen in Deutschland hat, liegt es nahe Personaler direkt zu befragen. Der größte Teil der Personalentscheidungen wird im privatwirtschaftlichen Kontext getroffen. In der freien Wirtschaft werden Personalauswahlprozesse sehr heterogen durchgeführt und können je nach Branche oder der Anzahl der Mitarbeiter in Unternehmen stark variieren. Eine geeignete Stichprobe zu ziehen, die alle möglichen Varianten der Personalauswahl erfasst, ist nur unter erheblichen Schwierigkeiten möglich. Zudem steht man (1) vor dem Problem, genügend valide Kontaktdaten von Personalentscheidern in der freien Wirtschaft zu bekommen und dann (2) eine ausreichende Anzahl an Personalentscheidern zur Teilnahme an einer wissenschaftlichen Untersuchung zu motivieren. Die Realisierung einer solchen Untersuchung ist in der Regel mit einem hohen Kosten- und Ressourcenaufwand verbunden, der für diese Untersuchung nicht zur Verfügung stand.

Eine geeignetere Zugangsmöglichkeit bietet der Kontext der Hochschule, indem sowohl wissenschaftliche Studien als auch Personalentscheidungen an der Tagesordnung sind und sich daher leichter Teilnehmer rekrutieren lassen sollten. Zudem ist die Hochschule bei ihren Personalentscheidungen an die rechtlichen Vorgaben für den öffentlichen Dienst gebunden, so dass man zumindest von einer minimalen Standardisierung sprechen kann. Diese Untersuchung nutzt daher eine zufällige Stichprobe aus einem universitären Kontext als Datenbasis. Der Zugang zu den Kontaktdaten tatsächlicher Personalentscheider im Wissenschaftsbereich, ist abgesehen von den zentralen Verwaltungseinheiten, auch an der Hochschule nicht unproblematisch. Für die Untersuchung sollte zudem eine ausreichende Anzahl an Personalentscheidungen vorliegen oder zumindest potentiell innerhalb der Funktion des Befragten möglich sein. In der Regel ist diese Voraussetzung im Wissenschaftsbereich nur bei Professoren anzunehmen. In einigen Fällen könnten wissenschaftliche Mitarbeiter auf Funktionsstellen (Akademische Räte und Oberräte oder Fakultäts- bzw. Institutsgeschäftsführer, Forschungsdirektoren o.ä.) auch im Auftrag der Professoren vornehmen, dieser Personenkreis kann aber nicht systematisch in die Stich-

probe miteingeschlossen werden, da im Vorfeld keinerlei Information über ihre Personalentscheidungen vorhanden sind. In der weiteren Analyse sollten sie aber berücksichtigt werden, da der Fokus der Untersuchung auf der Wirkung der physischen Attraktivität auf Personalentscheidungen im Allgemeinen liegt und daher nicht primär mit dem Status eines Professors verknüpft ist. Die Wahl der Professoren als Versuchspersonen ist vor allem im Problem der Verfügbarkeit von Kontaktdaten begründet. Die Kontaktdaten von Professoren sind in einem veröffentlichten Hochschullehrerverzeichnis direkt zugänglich.

8.2 Grundgesamtheit

Als Ausgangsbasis für die Untersuchung wurde das Hochschullehrerverzeichnis 2010 (Schniederjürgen 2010) des Deutschen Hochschullehrerverbandes herangezogen. Es verzeichnet in alphabetischer Reihenfolge alle aktiven Universitätsprofessoren und -professorinnen (einschließlich der Juniorprofessoren, Honorarprofessoren und der außerplanmäßigen Professoren, außerdem die emeritierten oder pensionierten Universitätsprofessoren, Privatdozenten und sonstige Habilitierte, $N \approx 60.000$). Die einzelnen Einträge gliedern sich wie folgt:

Abbildung 15: Übersicht der Einträge im Hochschullehrerverzeichnis

Einträge im Hochschullehrerverzeichnis
Name, Vorname
Fachgebiet
Akademische Titel, Amtsbezeichnung mit Nennung der Universität
Dienstanschrift mit Telefon, Fax, E-Mail, Website

Im Hochschullehrerverzeichnis sind alle Fachbereiche erfasst und die Lehrenden sind, nach Fächern und einzelnen Teilgebieten aufgeschlüsselt, im Register alphabetisch geordnet. Da die Kontaktdaten aus dem Hochschullehrerverzeichnis nur als Printausgabe verfügbar waren, aber für die Nutzung in einer personalisierten Onlineumfrage digital vorliegen mussten, wurden die Daten in einem mehrstufigen Prozess digitalisiert und aufbereitet. Hierzu wurde im ersten Schritt die Printausgabe manuell vollständig digitalisiert

und in eine Excel-Datenbank überführt, in der zu Kontrollzwecken und zur Stichprobenziehung zusätzlich pro Personeneintrag die Seitenzahlen des Hochschullehrerverzeichnisses vermerkt wurden. Da eine Einladung aller Professoren logistisch und technisch nicht möglich war, wurde im zweiten Schritt eine zufällige Stichprobe durch auf den Seitenzahlen des Verzeichnisses basierenden Zufallszahlen gezogen. Um den Rücklauf nicht durch eine anonyme Anrede in der Einladungs-E-Mail an die Befragten zu vermindern, sollte diese personalisiert werden. Deshalb wurde im nächsten Schritt mit Hilfe eines eigens entwickelten Abfrageprogramms und durch Nutzung einer Vornamendatenbank das Geschlecht der Probanden ermittelt. Soweit dies nicht automatisiert durch eindeutige Zuordnung möglich war, musste das Geschlecht über öffentlich verfügbare Informationen im Internet zugeordnet werden. Für die Untersuchung lag nach der Stichprobenziehung ein Sample mit $n = 13.849$ Professoren vor, die mit einer personalisierten E-Mail zur Umfrageteilnahme eingeladen wurden.

8.3 Untersuchungsdesign

Diese Arbeit untersucht, welchen Einfluss sachbezogene und sachfremde Merkmale eines Bewerbers (*unabhängige Variablen*), insbesondere die physische Attraktivität, auf die Einstellungsentscheidung (*abhängige Variable*) haben. Um eine möglichst realitätsnahe Situation bei zugleich größtmöglicher Vergleichbarkeit der Stimuli zu gewährleisten, wird ein quasi-experimentelles Design, der sogenannte *faktorielle Survey* (Rossi 1951), eingesetzt. Mit dem *faktoriellen Survey*, auch *Vignettenanalyse* genannt, können normative Einstellungen oder auch Handlungsintentionen aufgedeckt werden (Rossi 1979; Rossi und Nock 1982; Jasso 2006). Abgesehen von diesen traditionellen sind in den letzten Jahren zahlreiche weitere Anwendungsfelder für diese Methode erschlossen worden. Zudem konnten methodisch angelegte Arbeiten Erkenntnisse zur adäquaten Anwendung und Auswertung liefern (Auspurg et al. 2009b; Auspurg et al. 2009a; Atzmüller und Steiner 2010; Wallander 2009). Das quasi-experimentelle Design des *faktoriellen Surveys* ermöglicht es, bewusste und unbewusste Entscheidungskriterien und Beurteilungsfaktoren der Personalauswahl zu erfassen.

Bei einer *Vignettenanalyse* stehen Situationsbeschreibungen, auch Vignetten⁶⁰ genannt, im Vordergrund, die aus Dimensionen und Ausprägungen bestehen. Dimensionen sind in der vorliegenden Untersuchung die Merkmale der Bewerber, wie beispielsweise deren physische Attraktivität. Diese Dimensionen variieren in ihren Ausprägungen, im Falle der Attraktivität wären dies beispielsweise die Ausprägungen *unattraktiv* oder *attraktiv*. Die Ausprägungen der einzelnen Dimensionen werden variiert, systematisch miteinander kombiniert und so angeordnet, dass Beschreibungen hypothetischer Personen oder Situationen entstehen. Die so konstruierten Vignetten, also die Merkmalsbeschreibungen der Bewerber, werden den Befragten zur Beurteilung vorgelegt. Das Ausgangssample für die Befragten bildete in der vorliegenden Untersuchung die Gesamtheit der Professoren aller deutschen Universitäten und Fachhochschulen. Die Kontaktaufnahme und die Rekrutierung der Befragungsteilnehmer erfolgte durch eine personalisierte Einladung an deren berufliche E-Mail-Adressen.

Die Befragung wurde als Online-Erhebung (UNIPARK⁶¹) durchgeführt, die ein Bewerbungsverfahren für ein Drittmittelprojekt im universitären Umfeld simulierte. In einem Eingangstext (Frame) wurde ein Bewerbungsverfahren für ein Drittmittelprojekt simuliert, bei dem den Befragten Präsentationskarten (Vignetten) mit potenziellen Bewerbern vorgelegt wurden, die sie auf einer neunstufigen Skala (1 = „würde ich nicht einstellen“ bis 9 = „würde ich einstellen“) hinsichtlich einer potenziellen Einstellung bewerten sollten. Dies wurde für unterschiedliche Stellenformen (*mit [Projektleiter] und ohne Führungsaufgaben [Mitarbeiter]*) durchgeführt, um mögliche Präferenzunterschiede und Geschlechtseffekte bei unterschiedlichen Stellenniveaus zu testen. Auf den Vignetten befanden sich ein Bewerbungsfoto, über das die Variablen *Attraktivität* und *Geschlecht* variiert wurden, und ein Lebenslauf in komprimierter Form, in dem die Variablen *Abschluss/Promotionsnote*, *Berufserfahrung*, *Familienstand* und der *Erwerbsstatus* variiert wurden.

Ein vollständiges Untersuchungsdesign hätte für jeden Befragten $2*2*2*2*2*2 = 64$ zu bewertende Vignetten ergeben, für beide Stellenformen ($64*2$) hätten sich 128 zu bewer-

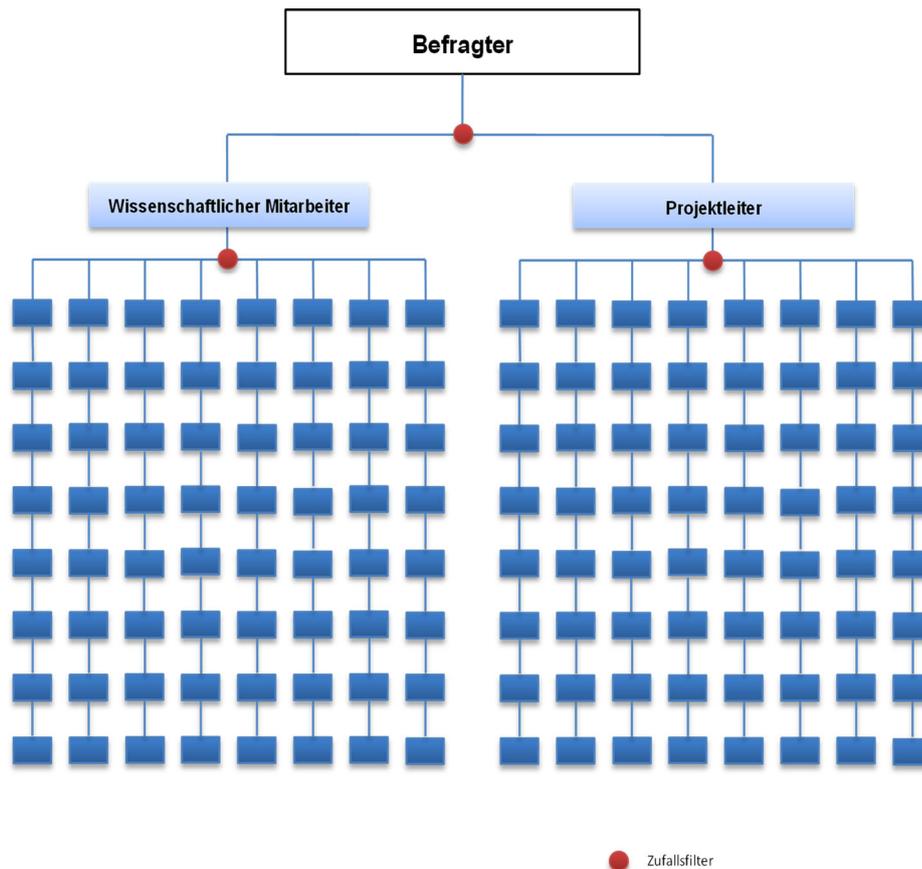
⁶⁰ Vignetten können neben Situations- auch Objekt- oder Personenbeschreibungen sein.

⁶¹ Die Firma *Questback* stellt mit dem UNIPARK-Programm professionelle Befragungssoftware für Online-Umfragen zur Verfügung, die es ermöglicht, methodisch anspruchsvolle Befragungen für wissenschaftliche Zwecke eigenständig und kostengünstig durchzuführen.

tende Vignetten ergeben. Diese hohe Zahl könnte bei Befragten schnell Ermüdungsercheinungen hervorrufen und die Wahrscheinlichkeit eines vorzeitigen Abbruchs der Befragung wesentlich erhöhen. Daher wurde ein orthogonales Design verwendet, bei dem die Anzahl der zu bewertenden Vignetten auf *acht* reduziert wurde. Da zudem Interaktionseffekte ein Bestandteil der Analyse sein sollten, wurde ein fraktionelles Vignettendesign verwendet, die das Testen von Interaktionseffekten bei gleichzeitiger Reduktion der Vignetten ermöglicht. Das fraktionelle Vignettendesign ermöglichte die Aufteilung der Gesamtanzahl der Vignetten (64) in acht, jeweils für die Mitarbeiter- und Projektleiterstelle, gleichgroße Vignettendecks mit je acht Vignetten. Die Befragten wurden zufällig entweder der Mitarbeiter- oder der Projektleitersituation zugewiesen. Durch einen zweiten Random-Filter wurden die Befragten dann zufällig auf eines der acht Vignettendecks verteilt. Danach wurden sie gebeten, die acht verschiedenen Vignetten in randomisierter Reihenfolge auf einer neunstufigen Skala von 1 (= würde ich nicht einstellen) bis 9 (= würde ich einstellen) zu bewerten. In Abbildung 6 stehen die blauen Kästchen für jeweils eine Vignette, die roten Punkte stehen für die in der Erhebung durchgeführten Zufallssteuerungen. Innerhalb der einzelnen Vignettendecks wurde die Reihenfolge der Vignetten für jeden einzelnen Befragten randomisiert. In der Kombination aller Vignettenbewertungen liegt ein vollständiges Design vor, mit dem auch Interaktionseffekte analysiert werden können.⁶²

⁶² Eine ausführliche Übersicht aller Merkmalskombinationen (Tabelle A2.1 - A2.8) und die vollständigen Vignettendimensionen (Tabelle A1) befinden sich im Anhang.

Abbildung 16: Forschungsdesign der Untersuchung



8.3.1 Vignettenvariablen der Bewerber

Bei der Auswahl geeigneter Bewerbermerkmale waren mehrere Aspekte ausschlaggebend: Zum einen waren die Merkmale „Geschlecht“ und „physische Attraktivität“ aufgrund der zu untersuchenden Hypothesen als sachfremde Bewerbermerkmale in dem Modell der Untersuchung vorgegeben. Für die Auswahl des Familienstandes als weiteres sachfremdes Merkmal waren mehrere Überlegungen entscheidend. Einerseits lässt sich argumentieren, dass ein Bewerber, der eine Familie mit Kindern hat, ein gewisses Maß an Verantwortung, Verbindlichkeit und Stabilität signalisiert. Zudem könnte der Umstand, dass ein Bewerber eine Familie zu versorgen hat, zu einem sozialen Bonus bei der Entscheidung zur Einstellung führen. Andererseits sind ledige Bewerber u. U. flexibler, was Dienstreisen und Überstunden betrifft. Daher wurden für „Familienstand“ die Merkmalsausprägungen „ledig“ und „verheiratet + 2 Kinder“ in das Modell aufgenommen. In der Regel gehen Personalverantwortliche davon aus, ihre Einstellungsentscheidung weitestgehend nach objektiven Bewerbermerkmalen (sachbezogen) zu treffen. Daher soll als

das zentrale sachbezogene Bewerbermerkmal in Bewerbungsverfahren das Merkmal „Leistung“ operationalisiert werden. Es stellt sich die Frage, wie Leistung optimal in das Modell integriert werden könnte. Die konkrete Berufsqualifikation als Leistungsmerkmal zu erheben, erscheint aufgrund der zu großen Spannweite von Qualifikationsmöglichkeiten nicht sinnvoll. Daher wird die Leistung über die Gesamtabschlussnote des Studiums operationalisiert. In einem Bewerbungsverfahren wird in der Regel eine Vorselektion nach Bewerbernoten vorgenommen. Es erscheint daher sinnvoll, eine nicht zu große Spannweite an Abschlussnoten zu variieren, in diesem Modell soll zwischen einer 1,3 und 2,0 variiert werden, beides sind Noten im oberen Segment der Notenskala. Für die Stellenform Projektleiter mit Führungsaufgaben gelten vergleichbare Notenunterschiede der Promotionsnote (*summa cum laude / magna cum laude*). Ein weiterer entscheidender Faktor für die Auswahl von Bewerbern, insbesondere bei Stellen mit Führungsaufgaben, ist die Berufserfahrung. Die Berufserfahrung wurde mit einer niedrigen Berufserfahrung von einem Jahr und einer, dem Altersrange entsprechenden hohen Berufserfahrung von fünf Jahren variiert. Auf den Vignetten wurde die Berufserfahrung dem Kontext der Stellenform angepasst. Für die wissenschaftliche Mitarbeiterstelle wurde die Berufserfahrung mit einem oder fünf Jahren als wissenschaftlicher Mitarbeiter und für die Projektleiterstelle mit einem oder fünf Jahren als Projektleiter angegeben. In Bewerbungsverfahren spielt weiterhin eine Rolle, in welcher konkreten Berufssituation sich ein Bewerber befindet. Für den Arbeitgeber ist es aus mehreren Gründen wichtig zu wissen, ob ein Bewerber sich in einem Arbeitsverhältnis befindet oder ob er arbeitslos ist. Zum einen ist ein arbeitsloser Bewerber in der Regel für den Arbeitgeber sofort verfügbar und eventuell auch motivierter, da er die Chance auf einen Arbeitsplatz bekommt. Zum anderen kann die Arbeitslosigkeit, vor allem wenn es sich um Langzeitarbeitslosigkeit handelt, auch negativ auswirken, da eine längere Arbeitslosigkeit als Signal für mangelnde Kompetenz oder niedrige Passung gelten könnte. Daher wurde als weiteres sachbezogenes Bewerbermerkmal die Berufssituation mit den Merkmalsausprägungen „arbeitslos“ und „erwerbstätig“ in das Modell aufgenommen. Somit befinden sich in dem Modell sechs Variablen, drei sachbezogene und drei sachfremde Bewerbermerkmale mit jeweils zwei Merkmalsausprägungen, die mit 0 und 1 codiert wurden. In Tabelle 3 werden die Vignettenvariablen der Bewerber für beide Stellenformen dargestellt.

Tabelle 3: Vignettenvariablen (Bewerber) für zwei Stellenformen: Mit Führungsaufgaben (Projektleiter) / ohne Führungsaufgaben (Mitarbeiter)

Variablen Bewerber	Stellenform	Ausprägungen	Codierung	Merkmalsart
Physische Attraktivität	alle	hoch / niedrig	1/0	sachfremd
Geschlecht	alle	männlich / weiblich	1/0	sachfremd
Familienstand	alle	Verheiratet + 2 Kinder/ledig	1/0	sachfremd
Abschlussnote	Wiss. Mitarbeiter	Note: 1,3 / Note: 2,0	1/0	sachbezogen
	Projektleiter	summa cum laude / magna cum laude	1/0	
Berufserfahrung	Wiss. Mitarbeiter	5 Jahre / 1 Jahr wiss. Mitarbeiter	1/0	sachbezogen
	Projektleiter	5 Jahre / 1 Jahr Projektleiter	1/0	
Erwerbsstatus	alle	arbeitslos / erwerbstätig	1/0	sachbezogen

8.3.2 Variablen der Befragten

Die Auswahl der Befragtenmerkmale orientierte sich an den Variablen, die für die Bewerber auf den Vignetten ausgewählt wurden. Die Attraktivität wurde auf einer neunstufigen bipolaren Skala von 1 (= unattraktiv) bis 9 (= attraktiv) abgefragt. Familienstand und Kinderzahl wurden separat abgefragt und für die Analyse in eine gemeinsame Dummy-Variable mit den Ausprägungen „ledig“ und „verheiratet + 2 Kinder“ recodiert. Die Leistung von Professoren lässt sich nicht sinnvoll mit Studienabschlussnoten oder Promotionsnoten messen. Daher wurde mit der Publikationsleistung ein Indikator gewählt, der an den Hochschulen häufig für die Bewertung der Leistung von Professoren herangezogen wird. Zu diesem Zweck wurde die Anzahl der Publikationen zum Zeitpunkt der Befragung der vergangenen drei Jahre einschließlich der Koautorenschaften abgefragt. Der aktuelle Erwerbsstatus spielt für Professoren, die in der Regel auf Lebenszeit verbeamtet sind, keine große Rolle, daher wurden retrospektiv nur zwei Merkmale der Erwerbsbiografie erhoben. Die Befragten sollten die Phasen der Arbeitslosigkeit ihres gesamten Erwerbslebens insgesamt in Monaten angeben. Die Berufserfahrung wurde über die Zeit seit Antritt der Professur operationalisiert. Außerdem wurden die Befragten nach der Zugehörigkeit ihrer Professur zu einem übergeordneten Fachbereich befragt.

Tabelle 4 zeigt eine Übersicht der Befragtenvariablen mit den jeweiligen Ausprägungen und Codierungen im Datensatz.

Tabelle 4: Variablenübersicht Befragte

Variablen Befragte	Ausprägungen	Codierung
Alter	Geburtsjahr	metrisch
Geschlecht	weiblich/männlich	0/1
Familienstand; Anzahl Kinder	verheiratet / Partnerschaft / verwitwet / verwitwet + neuer Partner / geschieden / geschieden + neuer Partner / getrennt lebend / getrennt lebend + neuer Partner / ledig / ledig + Partner	1-10
Beschäftigungsart	Professor W3, C4 / Professor W2, C3/ Juniorprofessor W1, C2 / wiss. Mitarbeiter / nichtwiss. Mitarbeiter / studentische Hilfskraft, wissenschaftliche Hilfskraft / Sonstige	1-8
Zeit seit Antritt der Professur	Bis 1 Jahr / mehr als 1-3 J. / mehr als 3-5 J. / mehr als 5-10 J. / mehr als 10-15 J. / mehr als 15-20 J. / länger als 20 J.	1-7
Instituts- /Lehrstuhlgröße	Anzahl aller wiss. Mitarbeiter	metrisch
	Anzahl aller nichtwiss. Mitarbeiter	metrisch
Publikationen der letzten drei Jahre inkl. Koautorenschaft	Anzahl	metrisch
Arbeitslosigkeit in der Erwerbsbiografie	nein / ja	0/1
Erwerbslosigkeitsphasen	Arbeitslosigkeitsphasen insgesamt: Angabe in Monaten	metrisch
Fachbereich	kategorisiert, übergeordnete Fachbereiche	1-16
Physische Attraktivität (Selbsteinschätzung)	Skala 9-stufig: unattraktiv (1) - attraktiv (9)	1-9

8.4 Auswahl der Fotos

8.4.1 Standardisierung der Fotos

In methodischer Hinsicht haben viele Studien zur Attraktivitätsforschung das Problem, dass keine Fotos in vergleichbar aufgenommener Perspektive, Größe, einheitlicher Kleidung, Make-up etc., also solche mit einem hohen Grad an Standardisierung verwendet werden. Stattdessen wird häufig auf Fotos unterschiedlicher Herkunft und Qualität (professionelle oder Amateuraufnahmen) zurückgegriffen. Weist die Gestaltung von Fotografien verschiedener Personen Unterschiede auf, so kann das mit Blick auf die Attraktivitätsbestimmung zu Messfehlern führen. Derartige Messfehler sind für weiterführende Analysen unproblematisch, wenn sie zufällig sind und die Zahl der Fotografien, die in die Untersuchung einbezogen werden sollen, hinreichend groß ist. Die Verzerrungen werden sich über alle beurteilten Fotografien hinweg ausgleichen. Kommen jedoch nur wenige Portraitfotografien zum Einsatz – z. B. als Stimuli im Rahmen experimenteller Untersuchungen oder faktorieller Surveys – dann können bereits geringfügige Verzerrungen gravierende Folgen für die Qualität der Untersuchung haben. Klein und Rosar (2013, S. 156) geben zu bedenken, *“...dass bereits die technische Qualität oder die Inszenierung der Photographie und Moden oder Kleidungsstil, Ornamentik, Gestik und Mimik der abgebildeten Person die Urteile der Rater beeinflussen können (Elliot und Niesta 2008; Osborn 1996; Reis et al. 1990)“*. Um derartige Verzerrungen vollständig auszublenden, könnten nur künstlich erzeugte Stimuli genutzt werden, die vollständig virtuell erstellt werden oder durch Morphing produziert werden (Klein und Rosar 2013, S. 156; Braun et al. 2003; Gründl 2007). Dies macht es erforderlich, bei der Auswahl der genutzten Stimuli sorgfältig vorzugehen. Idealerweise würden nur Stimuli zum Einsatz kommen, die die abgebildete Person auf ihre physische Attraktivität reduzieren. Zum einen liegen derartige Fotografien jedoch nur als Kunstprodukte (Morphing) vor und zum anderen ist der Einsatz derartiger Fotografien für die vorliegende Untersuchung nicht sinnvoll: Es soll untersucht werden, welchen Einfluss die physische Attraktivität auf die Einstellungsentscheidung im Rahmen eines Bewerbungsverfahrens hat. Die Nutzung solcher Fotostimuli wäre irritierend, da niemand ein derartiges Foto als Bewerbungsfoto seiner Bewerbungsmappe beilegen würde. Die Lösung dieses Problems kann, abgesehen von künstlich erstellten Fotos, nur in einer ausreichenden Anzahl standardisierter Fotografien bestehen,

die mögliche Einflussfaktoren möglichst konstant halten und dadurch deren Einfluss minimieren.

8.4.2 Fotoprojekt und Fotoshooting

Für die Untersuchung wurde ein Fotoshooting durchgeführt, um hoch standardisierte und vergleichbare Fotos nutzen zu können. Das Fotoshooting wurde in Zusammenarbeit mit einem renommierten Kölner Fotostudio⁶³ mit langjähriger Erfahrung bei der Erstellung von Bewerbungsfotos durchgeführt. 35 Teilnehmer, 16 Männer und 19 Frauen im Alter von 24 bis 39 Jahren konnten durch persönliche Ansprache auf dem Gelände der Universität zu Köln zur Teilnahme bewegt werden. Als Incentive erhielten die Teilnehmer des Fotoshootings Dateien der von ihnen gemachten Fotografien auf einer Foto-CD zur freien Verwendung. Für die Fotografien sollten bestimmte Merkmale standardisiert werden. Alle Aufnahmen wurden mit einem vergleichbaren Bildausschnitt und einem einheitlichen weißen Hintergrund aufgenommen. Damit die Fotografien auch für weitere Studien (Zweitverwertung) sinnvoll zum Einsatz kommen können, wurden die Fotos für zwei verschiedene Situationen, einmal in einem legeren Freizeitoutfit und einmal in einem Businessoutfit, aufgenommen. Für die vorliegende Untersuchung wurde nur das Businessoutfit verwendet. Die Gestaltung der Kleidung wurde dabei konstant gehalten. Für den Freizeit-Look wurde für alle Teilnehmer ein neutrales weißes T-Shirt verwendet, für das Business-Outfit wurde bei den männlichen Teilnehmern ein neutrales blaues Hemd mit einer dunkelblauen, leicht weiß gepunkteten Krawatte und ein einfarbiges dunkelblaues Sakko verwendet. Um die Vergleichbarkeit der Geschlechter auch beim Kleidungsstil zu ermöglichen, bestand das Business-Outfit der weiblichen Teilnehmer ebenfalls aus einem einfarbigen dunkelblauen Blazer und einer hellblauen Bluse. Die Kleidung hatte also die gleiche Farbe wie bei den männlichen Teilnehmern und wurde durch den Studienleiter gestellt. Da Frauen oftmals ihre äußere Erscheinung durch den Einsatz von Make-up verändern, wurde jede Person im Business-Outfit geschminkt und ungeschminkt fotografiert, dabei wurde das Make-up durch einen professionellen Visagisten in vergleichbarer Art aufgetragen. Als Resultat des Fotoshootings lagen 35 hoch standardisierte, vergleichbare Fotos der Businessvariante in hoher Qualität vor, die im nächsten Schritt hinsichtlich ihrer

⁶³ Der Autor dankt dem Fotostudio Balsereit in Köln für die professionelle Umsetzung der wissenschaftlichen Vorgaben und die gelungene Durchführung des Fotoshootings.

Attraktivität bewertet werden und für die eigentliche Datenerhebung verwendet werden konnten. Tabelle 14 zeigt eine vollständige Übersicht über die standardisierten Fotomerkmale.

Tabelle 5: Standardisierter Fotomerkmale des Fotoshootings

Standardisierte Fotomerkmale	
Kleidung	Businesskleidung: hellblaues Hemd/Bluse bei Männern: leicht weiß gepunktete, dunkelblaue Krawatte dunkelblaues einfarbiges Sakko (Männer) oder Blazer (Frauen)
Bei Frauen: Make-up	Ähnlich, von Visagistin aufgetragen
Bildausschnitt	Größenverhältnis, Kameraabstand (Stativ)
Bildhintergrund	einheitlich weiß
Position	Körperhaltung:

8.4.3 Attraktivitätsrating und Auswahl der Fotografien

Um die physische Attraktivität der Bewerber auf den Fotografien zu messen, orientiert sich die Untersuchung an der in der Attraktivitätsforschung üblichen Truth-of-Consensus-Methode (Patzner 1985, S. 17). Hierbei beurteilt eine Gruppe von Ratern unabhängig voneinander die Attraktivität einer Person und durch Verrechnung der Einzelbeurteilungen zu einem arithmetischen Mittelwert ergibt sich dann für die beurteilte Person der Attraktivitätswert. Grundlage dieses Verfahrens ist der *attractiveness consensus*, also die Tatsache, dass es sich bei der physischen Attraktivität um ein Personenmerkmal handelt, das verschiedene Rater sehr ähnlich beurteilen, weshalb eine vergleichsweise kleine Gruppe von Ratern ausreicht, um eine stabile und zuverlässige Attraktivitätsmessung zu erreichen (Henss 1992, S. 308).

Für die Attraktivitätsmessung wurde eine separate Onlineumfrage durchgeführt, wobei jedes Foto den Ratern in identischer Größe auf einer eigenen Fragebogenseite präsentiert wurde. Die Attraktivitätsbewertung wurde anhand einer siebenstufigen bipolaren Skala

beurteilt, deren Extrempunkte mit 1 („unattraktiv“) und 7 („attraktiv“) codiert wurden. Die Befragungsteilnehmer (N = 40) für das Attraktivitätsrating rekrutierten sich aus dem Online-Access-Panel *Respondi*⁶⁴. Um eine gleiche Geschlechterverteilung mit 20 Männern und 20 Frauen sowie eine einheitliche Altersgruppe in der Altersspanne 20 bis 34 Jahre zu gewährleisten, wurde ein Quotenverfahren verwendet. Das Durchschnittsalter betrug insgesamt 27,3 Jahre, wobei Frauen im Durchschnitt 26,3 und Männer 27,9 Jahre alt waren.⁶⁵ Eine Reliabilitätsanalyse der Einzelbeurteilungen zeigte, dass diese gemäß dem *attractiveness consensus* hoch übereinstimmten. Gemäß der in der Attraktivitätsforschung gängigen Vorgehensweise wurden dabei die Rater als Variablen und die Fotos als Fälle betrachtet (Cronbachs $\alpha = .96$). Da in der Forschung die Verwendung von Cronbachs α als Maßzahl für die Raterübereinstimmung verschiedentlich kritisiert wurde (Asendorpf und Wallbott 1979; Hönekopp 2006; Hassebrauck 1983), ist zusätzlich die Intra-Klassen-Korrelation (ICC) bestimmt worden. Demnach ist etwa ein Drittel (ICC = 0.36) der insgesamt zu beobachtenden Urteilsvarianz auf Unterschiede zwischen den Ratern zurückzuführen. Knapp zwei Drittel der Urteilsvarianz ist den bewerteten Aufnahmen zuzuordnen. Die Attraktivitätsurteile werden demnach im Wesentlichen von den Merkmalen der auf den Fotos abgebildeten Personen bestimmt und entsprechend der Annahmen des *attractiveness consensus* nur nachrangig von spezifischen Geschmacksunterschieden der Rater beeinflusst. Aus den vorhandenen 35 Fotografien werden für die eigentliche Untersuchung diejenigen benötigt, die entsprechend der Vignettendimensionen nur die dichotomen Ausprägungen „unattraktiv“ und „attraktiv“ abbilden sollen. Nach Verrechnung der Einzelbeurteilungen zu einem arithmetischen Mittelwert lag für alle bewerteten Fotos ein Attraktivitätswert vor. Im Durchschnitt ergab sich für die bewerteten Fotos ein Attraktivitätswert von 3,7, wobei die Frauen die Fotos im Durchschnitt mit 3,88 besser bewerteten als die Männer mit 3,53. Der niedrigste Attraktivitätswert beträgt 1, der beste 5,89. Auch hier zeigte sich ein Geschlechterunterschied: Die weiblichen Rater reizten die Skala (2,3-5,66) nicht in dem Maße aus wie die männlichen Rater (1-5,89). Tabelle

⁶⁴ Das Online-Panel *respondi* ist ein Marktforschungspanel. Die Mitgliedschaft und Teilnahme ist freiwillig und folgt einem Double-Opt-in-Registrierungsprozess. Das Panel wird aktiv von einem professionellen Panelteam verwaltet. In einem aufwendigen Scoring- und Kontrollverfahren wird das Panel einem permanenten Qualitätscontrolling unterzogen.

⁶⁵ Dem *attractiveness consensus* zufolge ist es nicht notwendig, eine repräsentative Auswahl der Gesamtbevölkerung zu betrachten, da die Bewertung von Attraktivität unabhängig von Alter, Geschlecht, dem kulturellen Hintergrund oder dem sozialen Status der Rater ist. Unterschiede sind im Wesentlichen auf nachrangige geschmackliche Differenzen zurückzuführen (Klein und Rosar 2005, S. 272; Henss 1992).

15 zeigt die statistischen Kennwerte der Attraktivitätsmittelwerte für alle Fotos differenziert nach dem Geschlecht der Rater.

Tabelle 6: Attraktivitätsrating differenziert nach Geschlecht der Rater

Geschlecht	Mittelwert	Median	Standard- abweichung	Minimum	Maximum
Männlich	3.53	3.64	1.02	1.00	5.89
Weiblich	3.88	3.84	0.84	2.03	5.66
Total	3.70	3.67	3.67	1.00	5.89

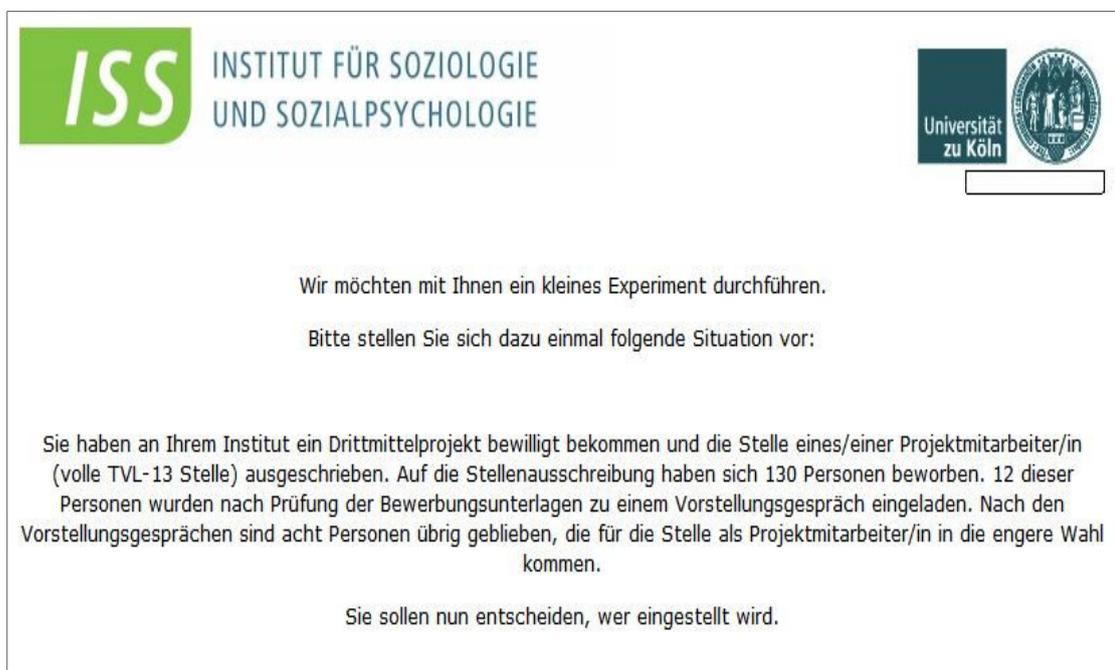
Die abschließende Auswahl der Fotografien für die Vignetten erfolgte in zwei Schritten. Im ersten Schritt wurden die Aufnahmen zweier unattraktiver Frauen und zweier attraktiver Frauen ausgewählt. Im zweiten Schritt wurden die Fotografien zweier unattraktiver Männern und zweier attraktiver Männer ausgewählt, die möglichst ähnliche Attraktivitätswerte wie die unattraktiven bzw. attraktiven Frauen aufwiesen, so dass insgesamt acht geeignete, vergleichbare Fotografien für das Vignettendesign vorlagen.⁶⁶

⁶⁶ Attraktivitätswerte der ausgewählten Fotos: Frauen unattraktiv 2,20/2,67; Frauen attraktiv 4,70/4,82 und Männer unattraktiv 2,20/2,67; Männer attraktiv 4,60/4,50.

8.5 Fragebogendesign

Die Untersuchung wurde anhand eines Onlinefragebogens durchgeführt. Der Fragebogen enthielt die Vignetten der Bewerber (Stimuli) und die Fragen zu den einzelnen Merkmalen der Befragten. Den Befragten wurde zu Beginn der Untersuchung ein detaillierter Einleitungstext präsentiert, in dem das Szenario eines simulierten Bewerbungsverfahrens in anschaulicher Weise erklärt wurde (Frame 1). Im Anschluss erhielten sie einen kurzen Überblick über die variierten Merkmale der Bewerber (Frame 2), wobei die zwei auf dem Foto variierten Variablen „Geschlecht“ und „Attraktivität“ nicht genannt wurden.

Abbildung 17: Einleitungstexte im Fragebogen: Frame 1 und 2





**INSTITUT FÜR SOZIOLOGIE
UND SOZIALPSYCHOLOGIE**



Alle acht Bewerberinnen und Bewerber sind zwischen 1978 und 1984 geboren, ledig und haben ihr Studium mit einem Diplom in dem von Ihnen gesuchten Fach abgeschlossen.

Unterschiede bestehen jedoch bei folgenden Merkmalen:

- **berufliche Situation zum Zeitpunkt der Bewerbung**
(arbeitslos oder erwerbstätig)
- **Berufserfahrung**
(1 Jahr oder 5 Jahre wissenschaftlicher Mitarbeiter/in in einem Leibniz-Forschungsinstitut)
- **Abschlussnote**
(1,3 oder 2,0)

Auf den folgenden Seiten sehen Sie einen kurzen Steckbrief der acht Bewerber.

Bitte geben Sie jeweils an, ob Sie die beschriebene Person einstellen würden oder nicht einstellen würden. Benutzen Sie für Ihre Antwort die Skala, die unter jedem Steckbrief abgebildet ist.

(Falls Sie Hilfe benötigen, klicken Sie bitte das Fragezeichen an.)

Nach den zwei Seiten mit der Situationsbeschreibung und der Präsentation der Merkmale wurden den Befragungsteilnehmern auf separaten Seiten die acht per Zufallsprinzip zugewiesenen Vignetten in randomisierter Reihenfolge vorgelegt. Die in Abbildung 13 dargestellten Vignetten zeigen exemplarisch, wie die Präsentation der Variablen der Bewerber optisch umgesetzt wurde. Die Vignetten sind in einer einheitlichen blauen Farbe gehalten. Über den Vignetten befindet sich je nach vorangegangener Zufallssteuerung nochmals für den Befragten ein Hinweis darauf, ob es sich um eine Mitarbeiter- oder Projektleiterstelle handelt. Unter den Vignetten befindet sich die Skala, die die Befragten anklicken können. Im Anschluss an die Vignetten wurden die soziodemografischen Daten der Befragten (Alter, Geschlecht, Familienstand, Berufserfahrung, Dienstbezeichnung, Anzahl eigener Mitarbeiter, etc.) durch einen kurzen Fragebogen erhoben. Auf einer weiteren separaten Seite wurden die Befragten gebeten, ihre eigene Attraktivität auf einer neunstufigen Skala einzuschätzen. Die Skala hatte neun Ausprägungen, von (1) „unattraktiv“ bis (9) „attraktiv“. Den Abschluss bildete eine Seite, auf der dem Befragten für seine Mitarbeit gedankt wurde.

Abbildung 18: Beispielvignetten wissenschaftlicher Mitarbeiter und Projektleiter

Ich bewerbe mich auf die Mitarbeiterstelle:


Studienabschlussnote:
Diplom 2,0

Berufserfahrung:
1 Jahr wissenschaftlicher
Mitarbeiter an
einem Leibniz –
Forschungsinstitut

Erwerbsstatus:
arbeitslos

Familienstand:
ledig

würde ich auf keinen Fall einstellen würde ich auf jeden Fall einstellen

Ich bewerbe mich auf die Projektleiterstelle:


Abschlussnote Promotion:
magna cum laude

Berufserfahrung:
1 Jahr Projektleiter an
einem Leibniz –
Forschungsinstitut

Erwerbsstatus:
arbeitslos

Familienstand:
ledig

würde ich auf keinen Fall einstellen würde ich auf jeden Fall einstellen

8.6 Daten und Datenaufbereitung

Die Datenerhebung fand in der Zeit vom 06.07. bis 21.07.2014 statt. Insgesamt wurden alle 13.849 Personen aus der Stichprobe zur Teilnahme an der Umfrage eingeladen. Von diesen nahmen 1022 an der Umfrage teil (7,38 %). 5,24 % der 13.849 Angeschriebenen bearbeiteten die Umfrage bis zum Ende, sodass schließlich 725 realisierte Fragebögen vorlagen. Nach Bereinigung der Daten von nicht vollständigen Fragebögen standen schließlich N = 576 verwertbare Fragebogen zur Verfügung. Tabelle 3 gibt den Feldbericht der Datenerhebung an.

Tabelle 7: Feldbericht der Datenerhebung

	Anzahl	Prozent
Gesamtsample (Brutto)	13849	100
Nettobeteiligung	1022	7.38
Ausschöpfungsquote		7.38
Beendigungsquote	725	5.24
Vollständige Fragebögen	576	4.16

8.6.1.1 Beschäftigungsarten der Befragten

Zur Befragung waren Professorinnen und Professoren an deutschen Hochschulen eingeladen, was im Fragebogen mit einer Frage nach der Beschäftigungsart kontrolliert wurde. Bei der Überprüfung der Daten zeigte sich, dass knapp 80 % der 576 Befragten, für die ein vollständig ausgefüllter Fragebogen vorlag, formal den Professorenstatus innehatten (Tabelle 4). Die restlichen 20 % verteilten sich auf wissenschaftliche Mitarbeiter und Assistenten, Akademische (Ober-)Räte und Sonstige. Zur Kategorie *Sonstige* zählten 7,8 % der Befragten. In der Datenaufbereitung wurden nichtwissenschaftliche Mitarbeiter und studentische bzw. wissenschaftliche Hilfskräfte von der Analyse ausgeschlossen, da sie in der Regel keine Personalverantwortung tragen. Nach Überprüfung der offenen Antworten der Kategorie *Sonstige* konnten einige Befragte nachträglich in der Datenaufbe-

reitung aufgrund der offenen Angabe einer Kategorie zugeordnet werden. In der Stichprobe verblieben Privatdozenten, Instituts-, Departements- oder Forschungsgruppenleiter, Chefärzte und Forschungsdirektoren, bei denen aus den offenen Angaben nicht klar hervorging, ob sie eine Professur an einem Lehrstuhl innehatten. Es wurden in die Analyse nur Personen eingeschlossen, die angegeben hatten häufig oder sehr häufig Personalentscheidungen zu treffen. Für die Hypothesentests ist es von keiner Bedeutung, welchen Berufsstatus ein Befragter hat, lediglich bei der Überprüfung von Interaktionseffekten der Befragten müsste dies ggf. berücksichtigt werden. Die Kategorien *wissenschaftliche/r Assistent/in* und *wissenschaftliche/r Mitarbeiter/in* sowie die Kategorie *Sonstige* werden daher in die Analyse mit eingeschlossen, da die Fallzahlen zu gering sind, um für diese Kategorien eine Schätzung sinnvoll interpretierbarer Vergleichsmodelle vorzunehmen.⁶⁷ In Tabelle 6 werden die Beschäftigungsarten der Befragten und deren Häufigkeiten dargestellt.

Tabelle 8: Beschäftigungsarten der Befragten

Beschäftigungsart	Anzahl	Prozent	Prozent kumuliert
Professor/in W3/C4	285	49.5	49.5
Professor/in W2/C3	166	28.8	78.3
Juniorprofessor/in W1/C2	6	1.0	79.3
Wissenschaftliche/r Assistent/in (Akademischer Rat, Oberrat), C1	36	6.3	85.6
wissenschaftliche/r Mitarbeiter/in	38	6.6	92.2
Sonstige, und zwar:	45	7.8	100
N	576	100	

⁶⁷ In vielen Fällen ist es durchaus gängige Praxis an der Hochschule, dass Personalentscheidungen mit einer Funktionsstelle für wissenschaftliche Mitarbeiter oder akademische Räte/Oberräte verbunden sind oder von Professoren an diese Personengruppen delegiert werden. Es ist daher plausibel anzunehmen, dass in genau diesen Fällen, die Einladung zur Teilnahme an der Untersuchung an die tatsächlichen Personalentscheider innerhalb des Lehrstuhls oder der Funktionseinheit weitergeleitet wurden. Das könnte auch erklären, warum dieser Personenkreis ohne eine persönliche Einladung zur Teilnahme an der Untersuchung teilgenommen hat. Alle Modelle wurden auch nur mit Professoren berechnet, es ergeben sich aber keine substantiellen Unterschiede.

8.6.1.2 Geschlechterverteilung

Die Geschlechterverteilung aller Befragten entspricht ungefähr dem Verhältnis (Tabelle 8), das das Statistische Bundesamt 2010 für alle Professoren an deutschen Hochschulen auswies (Statistisches Bundesamt 2011). Der Anteil der weiblichen Befragten in der realisierten Stichprobe beträgt 19,4 %, der Anteil der männlichen Befragten 80,6 %. Betrachtet man nur die Professuren, verändert sich die Verteilung leicht: Der Anteil der Professorinnen beträgt 17,7 %, während sich der Anteil der Professoren auf 82,3 % beläuft (Tabelle 7).

Tabelle 9: Geschlecht aller Befragten und nur der Professuren

Geschlecht	Alle Befragten		Professuren	
	Anzahl	Prozent	Anzahl	Prozent
Weiblich	112	19.4	81	17.7
Männlich	464	80.6	376	82.3
Total	576	100	457	100

Tabelle 10: Geschlechterverteilung Professuren in Deutschland 2010, Quelle: eigene Darstellung, Statistisches Bundesamt 2010

Professuren	Anzahl	Prozent
Frauen	7 945	19.2
Männer	33 517	80.8
Total	41 462	100

8.6.1.3 Familienstand und Kinder

Der überwiegende Teil (76,6 %) der Befragten ist verheiratet⁶⁸. Da in den empirischen Analysen nur überprüft werden soll, ob es einen Eigengruppenbonus für verheiratete Bewerber mit Kindern gibt, wurde aus dem Familienstand und der Anzahl der Kinder der Befragten eine neue Interaktionsvariable gebildet, die in Tabelle 9 dargestellt ist. 59,2 % der Befragten sind verheiratet und haben mindestens ein Kind.

⁶⁸ Die Tabelle A11 zum Familienstand der Befragten befindet sich im Anhang.

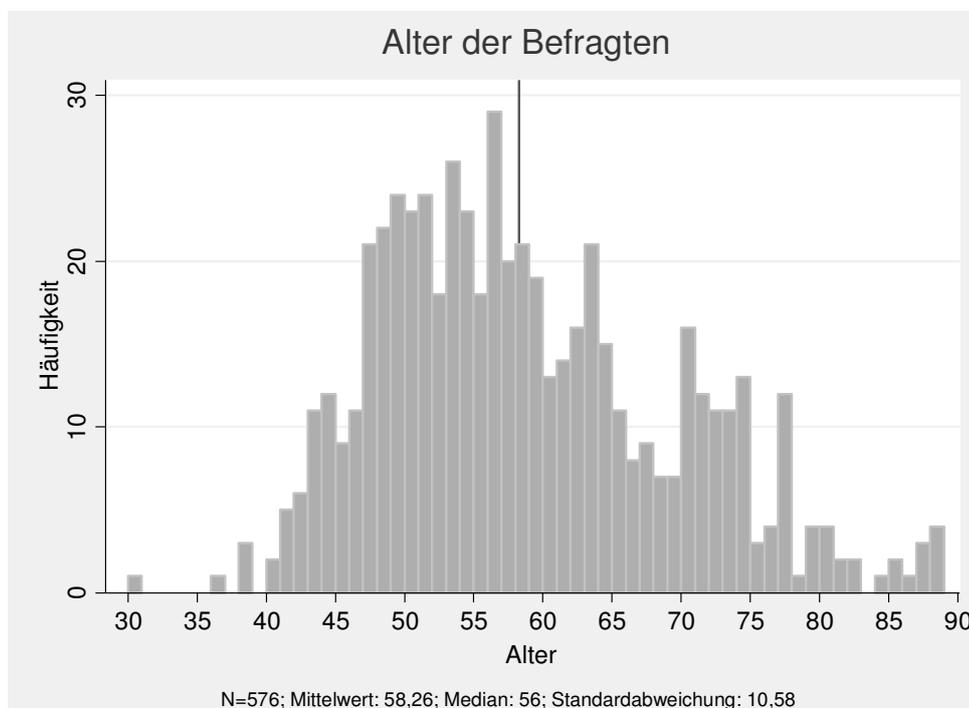
Tabelle 11: Verheiratete Befragte mit Kindern

Befragter ist verheiratet und hat Kind(er)	Anzahl	Prozent
Nein	235	40.8
Ja	341	59.2
Total	576	100

8.6.1.4 Alter

Die Befragten sind im Durchschnitt 58,3 Jahre alt, die Stichprobe entspricht in etwa der erwarteten Altersverteilung der Grundgesamtheit. Professoren unter 40 Jahren sind selten, eine Ausnahme bilden die Juniorprofessoren. Nur 1 % der Befragten ist jünger als 40 Jahre und 50 % sind älter 56 Jahre. 20,8 % sind mindestens 68 Jahre alt und werden als emeritierte oder im Ruhestand befindliche Befragte betrachtet. Die Altersverteilung unterscheidet sich bei weiblichen Befragten wenig von den männlichen, hier liegt der Mittelwert bei 54 Jahren. Abbildung 8 bildet die Altersverteilung als Histogramm ab.

Abbildung 19: Histogramm Alter der Befragten



8.6.1.5 Fachbereiche

Mehr als die Hälfte der Befragten ist den Fachbereichen Naturwissenschaften (25,2 %), den Sprach- und Kulturwissenschaften (15,1 %) und der Medizin (15,6 %) zugeordnet. Die Sportwissenschaft (0,7 %), Wirtschaftsinformatik (0,7 %) und das Wirtschaftsingenieurwesen (0,7 %) sind am geringsten vertreten.

Tabelle 12: Fachbereichszuordnung der Befragten

Fachbereiche	Anzahl	Prozent
Naturwissenschaften	145	25.2
Medizin	90	15.6
Sprach-, Kultur- und Geisteswissenschaften	87	15.1
Ingenieurwissenschaften	57	9.9
Sozialwissenschaften	41	7.1
Wirtschaftswissenschaften	29	5
Erziehungswissenschaften	28	4.9
Mathematik	28	4.9
Psychologie	21	3.6
Rechtswissenschaften	13	2.3
Gesundheitswissenschaften	9	1.6
Agrar-, Forst-, Ernährungswissenschaften	9	1.6
Kunst, Kunstwissenschaften, Musik	7	1.2
Sportwissenschaft, Sportpädagogik	4	0.7
Wirtschaftsingenieurwesen	4	0.7
Wirtschaftsinformatik	4	0.7
N	576	100

8.6.1.6 Berufserfahrung

Die Berufserfahrung wurde nur für Professoren erhoben und anhand der Dauer der Professur operationalisiert (Tabelle 11). Die Professoren haben im Mittel zwischen zehn und 15 Jahren Berufserfahrung, 25 % haben mehr als 20 Jahre Berufserfahrung, nur 7,9 % der Professoren haben weniger als fünf Jahre Berufserfahrung.

Tabelle 13: Berufserfahrung: Dauer der Professur

Dauer Professur	Codierung	Anzahl	Prozent	Prozent kumuliert
bis zu 1 Jahr	(1)	9	1.7	1.7
über 1 - 3 Jahre	(2)	10	1.8	3.5
über 3 - 5 Jahre	(3)	24	4.4	7.9
über 5 - 10 Jahre	(4)	125	23.1	31.1
über 10 - 15 Jahre	(5)	148	27.4	58.4
über 15 - 20 Jahre	(6)	74	13.7	72.1
länger als 20 Jahre	(7)	151	27.9	100
N		541	100	

8.6.1.7 Arbeitslosigkeit

Knapp 26 % der Befragten haben in ihrer Erwerbsbiografie Phasen der Arbeitslosigkeit erlebt (Tabelle 12). Die Dauer der erlebten Arbeitslosigkeit reicht von insgesamt einem bis zu 132 Monaten, im Mittel waren es bei den Befragten, die bereits Arbeitslosigkeit erlebt haben 11,7 Monate. Der Median liegt bei sechs Monaten. Die Standardabweichung ist mit 16 Monaten relativ hoch, da nur einer der Befragten 132 Monate arbeitslos war und der nächstniedrige Wert bei 60 Monaten lag.

Tabelle 14: Erlebte Arbeitslosigkeit und Arbeitslosigkeitsdauer der Befragten

Befragter war arbeitslos	Anzahl	Prozent	Mittelwert	Median	Standardabweichung	Minimum	Maximum
Nein	427	74.1					
Ja	149	25.9	11.75	6	16.10	1	132
Total	576	100					

8.6.1.8 Personalverantwortung

Beschäftigen die Befragten eigene Mitarbeiter, dann ist anzunehmen, dass diese Befragten auch Bewerbungsverfahren und Einstellungsentscheidungen durchführen. Daher werden sie als Personalentscheider betrachtet. Dabei wird von der Annahme ausgegangen, dass ein Befragter als umso erfahrener gelten kann, je mehr Mitarbeiter er hat. Die Zahl der Mitarbeiter dient daher als Indikator für die Erfahrung im Bereich der Personalentscheidungen. Dabei ist es für die Personalerfahrung unerheblich, ob es sich um wissenschaftliche oder nichtwissenschaftliche Mitarbeiter handelt, die am Lehrstuhl oder in Drittmittelprojekten beschäftigt sind. Zwei Drittel der Befragten übt Personalverantwortung aus. 71,4 % der Befragten beschäftigen mindestens einen wissenschaftlichen Mitarbeiter, im Mittel sind es 7,8 wissenschaftliche Mitarbeiter.⁶⁹ Die Standardabweichung (15,8 Mitarbeiter) ist aufgrund von wenigen Ausreißern (103-200 Mitarbeiter) relativ hoch. Ähnlich verhält es sich bei den nichtwissenschaftlichen Mitarbeitern: 65,5 % der Befragten beschäftigen mindestens einen Mitarbeiter, im Mittel sind es 6,8 Mitarbeiter, die Standardabweichung beträgt 20,1 Mitarbeiter.⁷⁰

Tabelle 15: Personalerfahrung der Befragten mit wissenschaftlichen und nichtwissenschaftlichen Mitarbeitern

	Personalerfahrung		wiss. Mitarbeiter		nichtwiss. Mitarbeiter	
	Anzahl	Prozent	Anzahl	Prozent	Anzahl	Prozent
keine Mitarbeiter	142	24.7	165	28.6	199	34.5
Mitarbeiter	434	75.3	411	71.4	377	65.5
Total	576	100	576	100	576	100

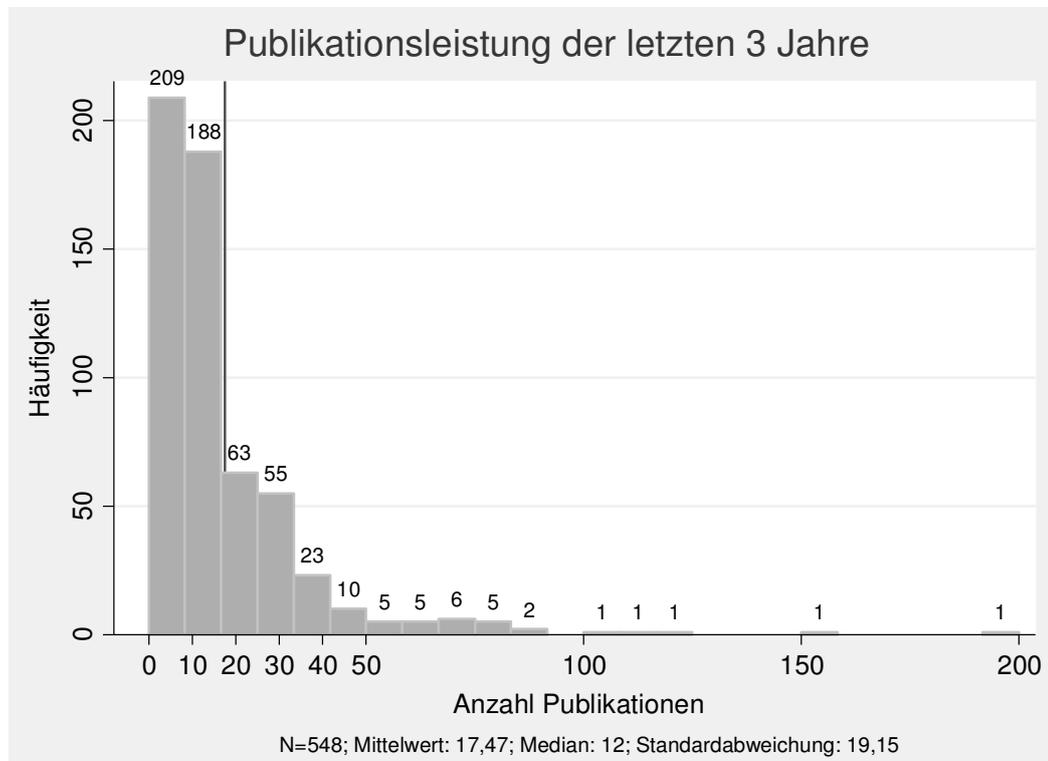
⁶⁹ Wiss. Mitarbeiter: MW: 7,8, SE: 15,8, Median: 4, Min:1, Max: 200.

⁷⁰ Nichtwissenschaftliche Mitarbeiter: MW: 6,8, SE: 20,1, Median: 2, Min:1, Max: 200.

8.6.1.9 Leistung

Die Leistung der Befragten wurde anhand der Publikationsleistung operationalisiert. 548 Befragte haben in den letzten drei Jahren insgesamt zwischen einer und 200 Publikationen (inklusive Koautorenschaften) und durchschnittlich 17 Publikationen veröffentlicht (Abbildung 9). Der Median liegt bei 12 Publikationen. Die Publikationsleistung weist eine stark linksschiefe Verteilung auf, was auf eine unterschiedliche Publikationspraxis in den Fachbereichen zurückzuführen sein könnte. Knapp 40 % der Befragten sind in den Fachbereichen Naturwissenschaften und Medizin angesiedelt. Dort kann in der Praxis häufig eine höhere Publikationsleistung erzielt werden, da sich der Umgang mit Koautorenschaften wesentlich von dem anderer Fächer unterscheidet. So ist es durchaus üblich, bei Veröffentlichungen der eigenen Mitarbeiter und aus Forschungsprojekten auch bei minimaler Eigenleistung als Koautor zu fungieren. Die Publikationsleistung als Indikator für die Leistung zu verwenden, ist daher nur eingeschränkt möglich.

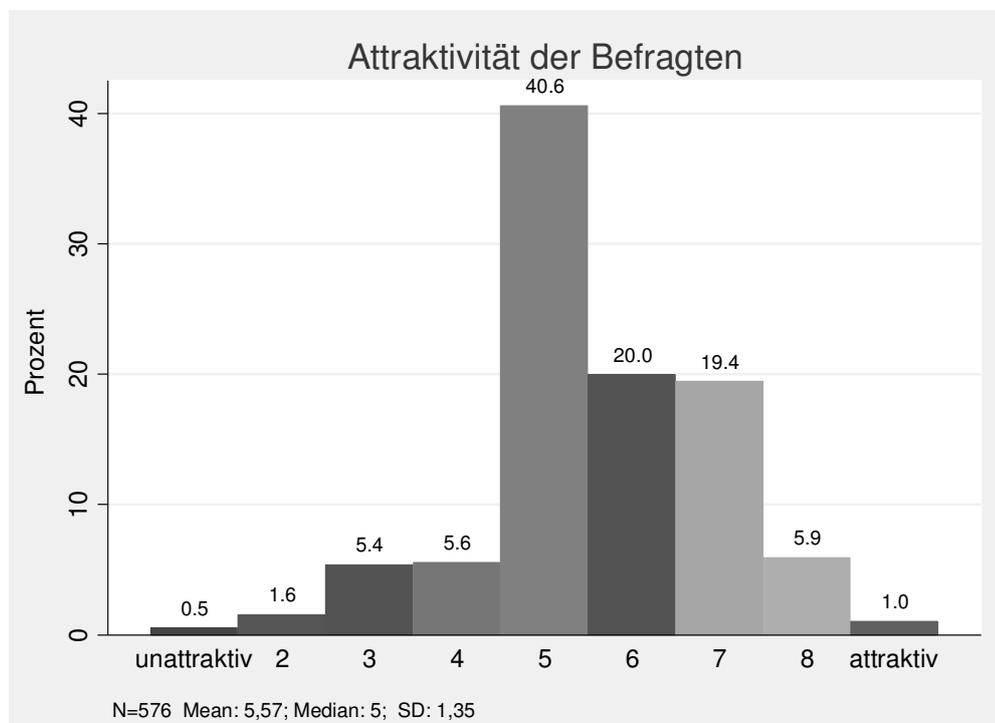
Abbildung 20: Publikationsleistung der Befragten in den letzten drei Jahren inkl. Koautorenschaften



8.6.1.10 Attraktivität

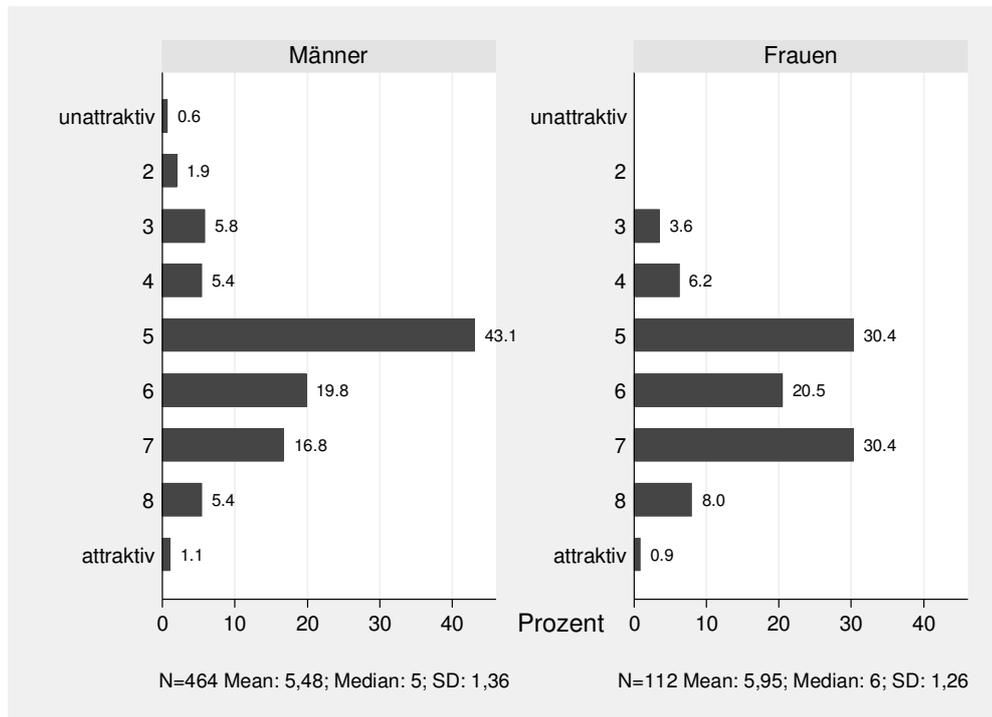
Die Selbsteinschätzung der Befragten hinsichtlich ihrer eigenen Attraktivität beträgt im Mittel 5,57 auf der 9-stufigen Skala (1 = unattraktiv, 9 = attraktiv). Abbildung 13 zeigt, dass sich lediglich 13 % der Befragten als unterdurchschnittlich attraktiv einschätzen, die meisten Befragten (87 %) schätzen sich selbst als durchschnittlich attraktiv (Mittelwert) oder attraktiver ein. Als hochattraktiv im Sinne der beiden obersten Skalenwerte schätzen sich nur knapp 7 % der Befragten ein.

Abbildung 21: Attraktivität der Befragten (Selbsteinschätzung)



Differenziert man die Selbsteinschätzung der Attraktivität nach Geschlecht, dann unterscheiden sich die Werte bei Männern und Frauen deutlich (Abbildung 10). Während die männlichen Befragten sich durchaus auch als unattraktiv bewerten, ist von den weiblichen Befragten die Skala nach unten nicht ausgenutzt worden. Der niedrigste genannte Skalenwert liegt für die Frauen bei drei Skalenpunkten. Knapp 60 % der Frauen schätzten sich als überdurchschnittlich attraktiv ein (Skalenwert > 5), während dies nur bei 43 % der Männer der Fall war.

Abbildung 22: Attraktivität der Befragten nach Geschlecht (Selbsteinschätzung)

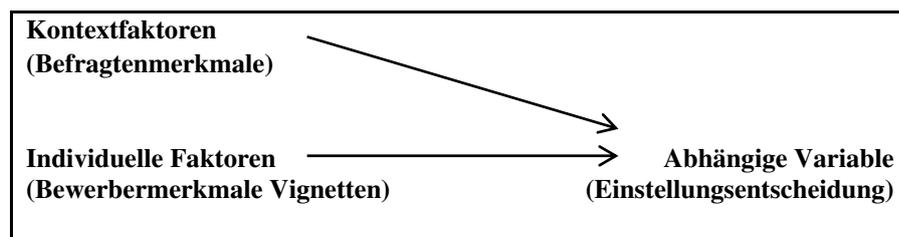


8.7 Methode der Mehrebenenanalyse

Die Mehrebenenanalyse ermöglicht es, den Einfluss individueller und kontextueller Merkmale auf eine abhängige Variable zu schätzen, weshalb sie auch als Kontextanalyse bezeichnet wird. In der vorliegenden Untersuchung wurde in einem faktoriellen Survey der Einfluss individueller und kontextueller Faktoren auf die Entscheidung zur Einstellung eines Bewerbers untersucht.⁷¹ Es bestehen zwei Möglichkeiten der Berechnung von Effekten in Mehrebenenmodellen:

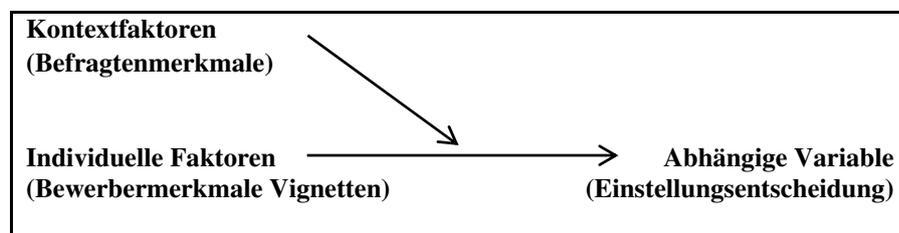
1. Die Berechnung der erklärten Varianz auf beiden Ebenen (vgl. Abbildung 14): Die abhängige Variable „Einstellungsentscheidung“ kann über die Bewerbermerkmale auf den Vignetten (individuelle Ebene) und die Befragtenmerkmale (kontextuelle Ebene) erklärt werden.

Abbildung 23: Effekte der Kontext- und der Individualebene



2. Die Berechnung von Cross-Level-Effekten (vgl. Abbildung 15): Es handelt sich hierbei um Interaktionseffekte zwischen den beiden Ebenen, also Wechselwirkungen zwischen den Befragtenmerkmalen (kontextuelle Ebene) und den Bewerbermerkmalen auf den Vignetten (individuelle Ebene).

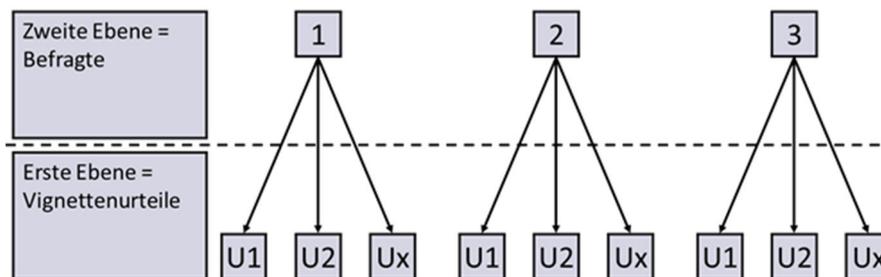
Abbildung 24: Interaktionseffekte zwischen Kontext- und Individualebene



⁷¹ Für die Analyse von faktoriellen Surveys mit Mehrebenenanalysen gibt es zahlreiche Beispiele, vgl. exemplarisch Hox et al. (1991), Lyons (2008), Frings (2010).

In der vorliegenden Untersuchung haben alle Befragten (Ebene 2) mehrere Vignetten (Ebene 1) bewertet, weshalb man auch von einer hierarchische Datenstruktur spricht (Raudenbush und Bryk 2002, S. 3): Die Beobachtungen, im vorliegenden Fall die $v = 8$ Vignetten (Level 1), die von jedem Befragten bewertet wurden und die in den Befragtenmerkmalen jedes der $N = 576$ Befragten (Level 2) genestet sind. Im Folgenden wird jede Level-2 Einheit mit v_j und jede Level-1 Einheit mit v_{ij} bezeichnet, wobei i ($i = 1, 2, \dots, 8$) die i -te Vignette darstellt, die von jedem Befragten j ($j = 1, 2, \dots, 576$) bewertet wurde.

Abbildung 25: Hierarchische Datenstruktur bei faktoriellen Survey-Daten, Quelle: Frings 2008, S. 240.



Die Mehrebenenanalyse ist allgemein eine geeignete Methode um hierarchisch strukturierte Daten in angemessener Weise zu analysieren (Raudenbush und Bryk 2002; Goldstein 1986; Snijders und Bosker 2012). Im Rahmen der vorliegenden Untersuchung stellt sie eine effiziente Methode dar, die es erlaubt, gleichzeitig die Auswirkungen der Vignettenvariablen Y_{ij} sowie der Befragtenmerkmale Z_j auf die Vignettenbewertungen Y_{ij} zu analysieren. Ein Mehrebenen-Regressionsmodell mit einer Vignettenvariable und einer Variable auf Befragtenebene, einem ebenenübergreifenden (Cross-Level-) Interaktionsterm zwischen beiden Ebenen und einem völlig heterogenem Antwortverhalten (angegeben durch die Einbeziehung von zufälligen Bedingungen) zwischen den Befragten wird im folgenden Gleichungssystem angegeben. Eine mögliche Form der Darstellung einer Regression mit einem Prädiktor, die die Grundlage für die Mehrebenengleichung bildet, ist:

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1 X_i + \epsilon_i \quad (1.1)$$

Gleichung (1.1) ist nicht hinreichend, um die unterschiedlichen Einflüsse zu beschreiben, die ein Kontextmerkmal auf die Schätzung haben könnte – alle Ergebnisse verbleiben auf Individualebene. Deshalb müssen auch die Kontexteinheiten in die Gleichung (1.2) aufgenommen werden.

Vignettenlevel (Level 1):

$$Y_{ij} = \beta_{0j} + \beta_{1j}X_{ij} + r_{ij} \quad (1.2)$$

Befragtenlevel (Level 2):

$$\beta_{0j} = \gamma_{00} + Z_j + u_{0j} \quad (1.3)$$

$$\beta_{1j} = \gamma_{10} + Z_j + u_{1j} \quad (1.4)$$

mit $i = 1-64$ wobei einem Befragten j nur 1 Vignettendeck mit acht Vignetten aus einem Set von acht Vignettendecks zufällig zugewiesen wird wobei gilt, dass

i	$i=1-8$ Vignetten beschreibt,
j	$j=1-576$ Befragte beschreibt,
Y_{ij}	die Bewertung des Befragten j auf die Vignette i beschreibt,
X_{ij}	die Vignettenvariable i des Befragten j beschreibt,
Z_j	die Befragtenvariable j beschreibt,
β_{0j} und β_{1j}	den unstandardisierten Regressionskoeffizienten des Befragten für das Interzept (β_{0j}) und den Slope (β_{1j}) der Prädiktorvariable X auf dem Vignettenlevel darstellen,
γ_{00} und γ_{10}	den Mittelwert (durchschnittlicher unstandardisierter Regressionskoeffizient) für das Interzept (γ_{00}) und den Slope (γ_{10}) der Prädiktorvariable X auf dem Vignettenlevel darstellen,
u_{0j} und u_{1j}	die Residuen (zufällige Bedingungen) auf dem Befragtenlevel und
r_{ij}	die Residuen auf dem Vignettenlevel darstellen.

Die Gleichungssysteme (1.3) und (1.4) stellen die Abhängigkeit der Regressionsparameter β_{0j} beziehungsweise β_{1j} von einer Kontextvariablen Z_j dar. Aus den Gleichungen (1.2), (1.3) und (1.4) kann nun durch Einsetzen ein integriertes Mehrebenenmodell abgeleitet werden (vgl. Raudenbush und Bryk 2002):

$$Y_{ij} = \gamma_{00} + \gamma_{01}Z_j + \gamma_{10}X_{ij} + \gamma_{11}X_{ij}Z_j + u_{0j} + u_{1j}X_{ij} + r_{ij} \quad (1.5)$$

Vor der Durchführung der Mehrebenenanalyse sind einige Annahmen zu beachten, um die Validität der Schätzungen zu garantieren. Die Grundannahmen sind denen einer herkömmlichen Regression vergleichbar, einige spezielle Annahmen sind allerdings vor der Analyse zu klären, da aufgrund der Komplexität des Verfahrens die Folgen von Verletzungen der Modellannahmen nicht einfach zu erfassen sind (Ditton 1998, S. 115). Für die Anwendung der Mehrebenenanalyse sollten auf Individual- und Kontextebene Zufallsstichproben vorliegen. Eine Mehrebenenanalyse kann bei fehlenden Zufallsstichproben zwar durchgeführt werden, wenn man dabei beachtet, dass „...die statistische Modellierung [...] nun jedoch von fixen Effekten für jede Ebene...“ ausgeht (Hinz 2005, S. 269). Hinz (2005) weist allerdings darauf hin, dass die Voraussetzungen von Zufallsstichproben häufig in Untersuchungen (z. B. ländervergleichender Art) nicht gegeben ist. In dem vorliegenden Untersuchungsdesign wurden die Befragten zufällig auf eines der acht Vignettendecks geleitet, wobei die Reihenfolge der Vignetten randomisiert wurde. Für das Sample der Befragten wurde aus dem Ausgangssample des Hochschullehrerverzeichnisses eine zufällige Stichprobe gezogen. Es liegt also auf beiden Ebenen eine zufällige Auswahl vor, sodass die Annahme nicht verletzt wurde. Ein weiteres Problem stellt die Fallzahl dar. Eine genaue Mindestfallzahl lässt sich nicht nennen und in der Literatur wurden zahlreiche Vorschläge diskutiert. (vgl. Hinz 2005; Ditton 1998; Hox 2010). In Bezug auf zwei Überlegungen herrscht aber Einigkeit: Erstens ist die Höhe der Fallzahl auf Kontextebene entscheidender als auf Individualebene und zweitens erhöht sich die Genauigkeit der Schätzungen mit der Fallzahl ungeachtet der Ebene (Hox 2002, S. 174). Mit

$n = 576$ auf der Befragtenebene und $n = 4608$ Vignettenbewertungen kann davon ausgegangen werden, dass die Verteilung in den Zellen ausreichend ist, um die Ergebnisse sinnvoll zu interpretieren.

8.8 Analysestrategie

Im Allgemeinen wird für hierarchische Datenstrukturen die Anwendung von sogenannten Mehrebenenmodellen (Multilevel Models) empfohlen. Dabei handelt es sich in der gängigen Praxis der Forschung um sogenannte Random Effects- (RE) oder Fixed Effects-Modelle (FE) (Ditton 1998; Hox 2010; Snijders und Bosker 2012). Allerdings wurde in den letzten Jahren in Bezug auf die Anwendung von Mehrebenenmodellen für Surveydaten verstärkt auf Probleme hingewiesen, die sich aus verschiedenen Charakteristika der üblicherweise verwendeten Umfragedaten ergeben (vgl. Brüderl 2010). Interaktionseffekte können auch ohne Einbeziehung der entsprechenden Makrovariablen geschätzt werden. Koeffizienten können dabei auf drei verschiedene Arten modelliert werden: als zufällig, fest oder konstant. Wird ein Koeffizient als zufällig modelliert, so bedeutet dies, dass (zusätzlich zu einem festen Effekt, d. h. der Schätzung des Koeffizienten für den Mittelwert) ein Zufallsfehlerterm für diesen Koeffizienten geschätzt wird. Wenn ein Koeffizient als fest modelliert wird, bedeutet dies, dass für diesen Effekt kein Zufallsfehlerterm geschätzt wird. Das bedeutet jedoch nicht, dass keine Variabilität in diesem Koeffizienten besteht. Wenn eine Regressionssteigung als fester Effekt modelliert wird und in das Modell ein Prädiktor auf Ebene 2 einbezogen wird, beschreibt man die Regressionssteigung als nicht-zufällig variierend, d. h. sie variiert (in Abhängigkeit vom Prädiktor), jedoch ohne einen Zufallsfehlerterm (vgl. zur detaillierten Diskussion zu FE- und RE-Modellen Clark und Linzer 2012; Brüderl 2010; Bell und Jones 2012; Ditton 1998, S. 55ff.). Entfernt man den Fehlerterm aus dem Mehrebenenmodell, so liegt eine Modellierung der Regressionssteigung als fester Effekt vor (*fixed effect*), wobei dennoch Unterschiede zwischen Gruppen in den Regressionssteigungen analysiert werden können (vgl. Nezlek et al. 2006). Das theoretische Interesse der Hypothesen dieser Arbeit liegt in erster Linie auf der Within-Varianz auf der Bewerberebene und in zweiter Linie auf den Interaktionen zwischen Bewerber- und Befragtenebene (*cross-level interaction effects*). Der FE-Schätzer – indem er nur die Within-Varianz nutzt – ist nicht durch personenspezifische unbeobachtete Heterogenität verzerrt. Damit schätzt der FE-Schätzer in erster

Linie Kausaleffekte durch den intraindividuellen Vergleich. „Ein „Nachteil“ des FE-Schätzers ist allerdings, dass die Koeffizienten zeitkonstanter Variablen nicht geschätzt werden können. Durch die Within-Transformation fallen nicht nur die personenspezifischen unbeobachteten Größen aus dem Modell, sondern auch die personenspezifischen beobachteten Variablen“ (Brüderl 2010, S. 973). Die Hypothesen der vorliegenden Untersuchung fokussieren allerdings nur auf die kausalen Haupteffekte der Bewerbermerkmale auf die Einstellungsentscheidung, wobei es sich um eine reine Within-Varianz handelt. Auch wenn keine Kontrollvariablen der Befragten in die Fixed-Effects-Modelle aufgenommen wurden, kann über die Interaktionsterme der Einfluss von Befragtenmerkmalen untersucht werden.⁷²

Bevor die in Kapitel 7 formulierten Hypothesen mittels der Mehrebenenanalyse überprüft werden, soll der Ablauf der Analyse kurz dargestellt werden. Die Datenaufbereitung und Datenanalyse wurde mit STATA SE13 durchgeführt. Die Datenanalyse beginnt mit dem Random-Intercept-Only-Modell (Langer 2009, S. 194), das noch keine Prädiktoren enthält und der Analyse der Varianzkomponenten für die beiden Ebenen dient. Im zweiten Schritt werden die Haupteffekte in einem Fixed-Effects-Modell für beide Stellenformen gemeinsam und für die Stellenform „wissenschaftlicher Mitarbeiter“ und „Projektleiter“ im Vergleich dargestellt. Im dritten Schritt wird der Interaktionsterm für die Überprüfung der Beauty-is-beastly-Hypothese in das Haupteffektmodell eingefügt. Im vierten Schritt werden die Interaktionseffekte für Leistung und Personalerfahrung, Attraktivität und Geschlecht, Arbeitslosigkeit und Familienstand der Befragten einzeln im Haupteffektmodell getestet. Die verwendeten Befragtenvariablen und die Interaktionsterme sind in den Tabellen 16 und 17 dargestellt.

⁷² Ein weiterer Nachteil ist, dass das Bestimmtheitsmaß R^2 für den erklärten Anteil der Variabilität (Varianz) der abhängigen Variablen Einstellungsentscheidung in den Mehrebenenmodellen nur für die Vignettenebene gilt.

Tabelle 16: Statistische Kennzahlen der Variablen auf Befragtenebene

Variable	n	Mittelwert	SD	Median	Min	Max
Attraktivität (Skala)	576	5.57	1.35	5	1	9
Familienstand (1 = verh. + 2 Kinder)	576	0.30	0.46	0	0	1
Geschlecht (1 = Männer)	576	0.80	0.39	1	0	1
Berufserfahrung (kategorisiert)	541	5.25	1.42	5	1	7
Arbeitslosigkeit erlebt (1 = Ja)	576	0.26	0.44	0	0	1
Arbeitslosigkeitsdauer (1 > 12 M.)	149	0.77	0.42	1	0	1
Anzahl wiss. Mitarbeiter	411	7.78	15.82	4	1	200
Anzahl nichtwiss. Mitarbeiter	377	6.83	20.19	2	1	200
Personalerfahrung (1 = Ja)	576	0.75	0.43	1	0	1
Leistung: Anzahl Publikationen	548	17.47	19.15	12	1	200

Tabelle 17: Übersicht über die verwendeten Interaktionsterme

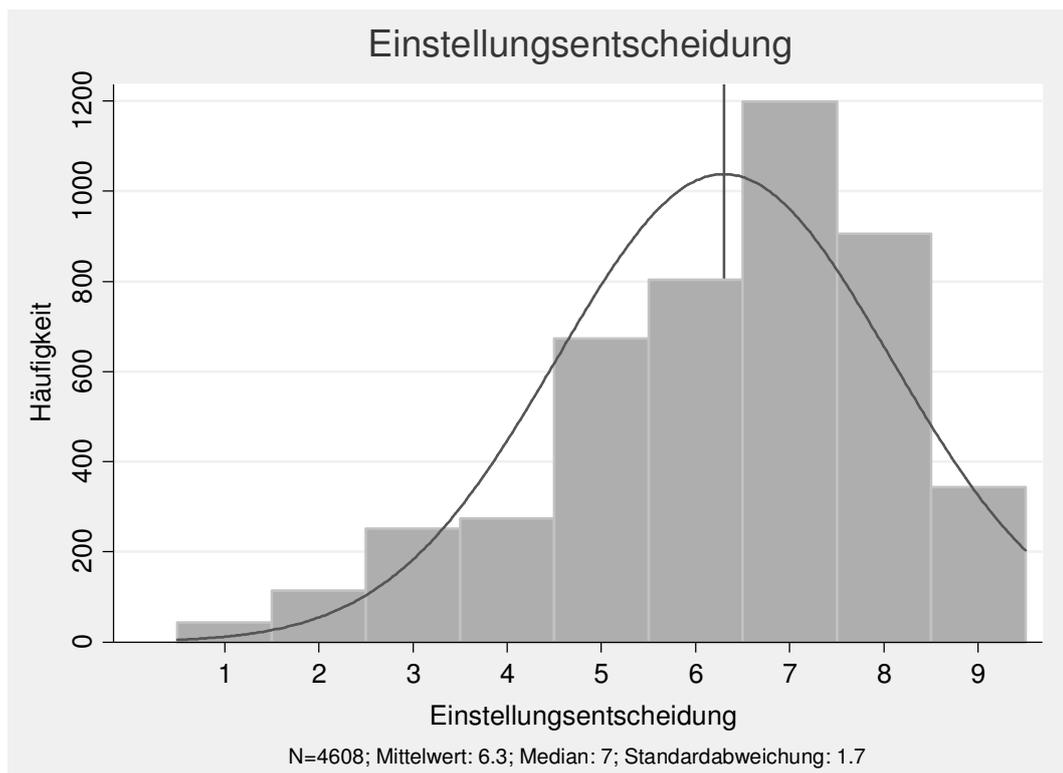
Nr.	Interaktion	Variable
1	attraktiv*Frau	i2attrgeschl
2	attraktiv*Projektleiter	i2attrstelle
3	Frau*Projektleiter	i2geschlstelle
4	attraktiv*Frau*Projektleiter	i3attrfraustelle
5	BefragterAttraktivität*attraktiv	icl2attr
6	BefragteFrau*attraktiv	icl2bgeschlvattr
7	BefragteFrau*Frau	icl2geschl
8	BefragteFrau*attraktiv*Frau	icl3bgeschlvattrvgeschl
9	BefragterLeistung*Note1,3	icl2leist
10	Befragterberufserfahrung*attraktiv	icl2berfahrattr
11	BefragterhatPersonal*attraktiv	icl2persgeattr
12	BefragterWissMaAnzahl*attraktiv	icl2bwmaattr
13	Befragterwarbeitslos*arbeitslos	icl2arlo
14	BefragterArbeitslosdauer*arbeitslos	icl2arlodauer
15	Befragterverh+Kind*verh+2Kinder	icl2fam

Anmerkung: Angegebene Ausprägung = 1 bei Dummy-Variablen (0/1)

9 Empirische Analysen

Als abhängige Variable wird in den folgenden Analysen die Einstellungsentscheidung verwendet. Diese wurde auf einer neunstufigen Skala erhoben, auf der der Wert 1 „würde ich nicht einstellen“ und der Wert 9 „würde ich einstellen“ bedeutete. Die Werte dazwischen dienten den Befragten zur Abstufung. Insgesamt liegt für 576 Befragte mit 4608 Vignettenurteilen zur Einstellungsentscheidung ein gültiger Wert vor (MW = 6,3; SD = 1,7). Die Skala wurde von den Befragten in beide Richtungen voll ausgenutzt, wobei sich eine linksschiefe Verteilung zeigte – die Befragten haben also eher eine positive Einstellungsentscheidung vorgenommen als eine negative (Abbildung 17).

Abbildung 26: Verteilung der abhängigen Variable Einstellungsentscheidung



9.1 Random-Intercept-Only-Modell

Ausgangspunkt der Analyse ist das Random-Intercept-Only-Modell welches nur die Regressionskonstante, jedoch keine unabhängigen Variablen enthält und in dem die Konstante zufällig variiert.

Tabelle 18: Random-Intercept-Only-Modell

Konstante	6.301*** (.049)
Varianzkomponenten	
Intragruppenvarianz σ^2_e	1.404
Intergruppenvarianz σ^2_{u0}	179
Devianz	-8606.7497
N-Vignettenebene	4608
N-Befragtenebene	576

Anmerk.: Standardfehler in Klammern. *** $p < .01$

Tabelle 18 für das Random-Intercept-Only-Modell enthält folgende Informationen: Als fixen Part die Konstante, deren geschätzter Wert sich auf 6,3 beläuft und die als mittlere Einstellungsentscheidung über alle Befragten und Vignetten hinweg interpretiert werden kann. Da sich die Skala für die Einstellungsentscheidung auf Werte zwischen 1 und 9 beläuft, fallen die Einstellungsentscheidungen insgesamt eher positiv aus. Als Varianzkomponenten gibt die Tabelle 18 die Residualvarianzen der Vignettenebene (Intragruppenvarianz σ^2_e) und der Befragtenebene (Intergruppenvarianz σ^2_{u0}) an. Zudem wird die Devianz – errechnet aus dem Zweifachen des logarithmierten Maximum Likelihood – ausgewiesen. Die Variation zwischen den Befragten kann mittels des Likelihood-Ratio-Tests – dem Vergleich der Devianzen zweier ineinander verschachtelter Modelle – auf ihre Signifikanz hin überprüft werden: Dazu wird das Random-Intercept-Only-Modell mit einem Nullmodell mit fixer Konstante verglichen (Langer 2009, S. 194). Zur Berechnung des Tests werden die Devianzen der Modelle voneinander subtrahiert. Der resultierende Wert ist χ^2 -verteilt bei einem Freiheitsgrad, der sich aus dem zusätzlichen

Varianzparameter des Random-Intercept-Only-Modells ergibt (Snijders und Bosker 2012, S. 98). Für die vorliegenden Modelle ergibt sich eine Differenz der Devianzen von 1131, die signifikant von Null verschieden ist. Die mittleren Einstellungsentscheidungen variieren also signifikant zwischen den Befragten.

Um zu prüfen, wie hoch der Anteil an der Gesamtvarianz der Einstellungsentscheidung ist, der maximal auf Unterschiede zwischen den Befragten zurückgeführt werden kann, wird der Intraklassen-Korrelationskoeffizient (ICC) berechnet. Der Wert des ICC gibt an, welcher Anteil an der Gesamtvarianz maximal durch Einbeziehung der Befragtenmerkmale erklärt werden kann (Hox 2002, S. 15). Für das vorliegende Modell ergibt sich ein Wert von 0,341. Folglich können 34,1 % der Gesamtvarianz der Einstellungsentscheidung auf Unterschiede zwischen den befragten Personen zurückgeführt werden. Dieser Wert bildet die Obergrenze der Varianzaufklärung, die durch Einbeziehung von Befragtenmerkmalen erbracht werden könnte. Im Umkehrschluss beträgt der Anteil an der Gesamtvarianz der Vignettenebene 65,9 %. Durch die Einbeziehung der Vignettenmerkmale der Bewerber können im günstigsten Fall also knapp 66 % an der Gesamtvarianz erklärt werden.

9.2 Haupteffekte

Im Folgenden werden die Mehrebenenanalysen zunächst für beide Stellenformen zusammen (Tabelle 19) und anschließend für die Stellenformen „wissenschaftlicher Mitarbeiter“ und „Projektleiter“ getrennt (Tabelle 20) dargestellt. In allen drei Modellen werden zunächst nur die Haupteffekte der Bewerbermerkmale der Vignetten auf die Einstellungsentscheidung dargestellt. Alle Effekte der Bewerbermerkmale auf die Einstellungsentscheidung für beide Stellenformen in Modell 1 sind statistisch signifikant mit $p < 0,05$.

Tabelle 19: Mehrebenenanalyse für die Einstellungsentscheidung: beide Stellen gemeinsam (Modell 1)

Bewerbermerkmale Vignetten	Modell 1	
	B	S.E.
attraktiv	.232 ***	.038
weiblich	.295 ***	.038
verheiratet + 2 Kinder	.090 **	.038
arbeitslos	-.481 ***	.038
Leistung: Abschlussnote 1,3/summa cum laude	.549 ***	.038
Berufserfahrung 5 Jahre	.534 ***	.038
Konstante	5.691 ***	.050
N-Vignettenebene		4.608
N-Befragtenebene		576
R ²		.140

Signifikanzniveaus: *** $p < .01$; ** $p < .05$; * $p < .1$

Die Attraktivität eines Bewerbers hat einen signifikanten Effekt auf die Einstellungsentscheidung. Ein attraktiver Bewerber erhöht seine Einstellungschance gegenüber einem nicht attraktiven Bewerber um 0,232 Skalenpunkte, wenn die übrigen Bewerbermerkmale sich nicht unterscheiden. Die Hypothese **H2**: *Je größer die physische Attraktivität eines Bewerbers ist, desto größer ist die Chance auf eine positive Einstellungsentscheidung*, kann demnach bestätigt werden.

Der Einfluss der Attraktivität eines Bewerbers ist nahezu genauso groß wie der des Bewerbergeschlechtes. Eine Frau wird um 0,295 Skalenpunkte eher eingestellt als ein Mann. Dieses Ergebnis könnte mit den besonderen rechtlichen Anforderungen im öffentlichen Dienst zusammenhängen, die besagen, dass Frauen bei gleicher Eignung bevorzugt eingestellt werden müssen. Da die vorliegende Untersuchung auf einer realitätsnahen Simulation eines Bewerbungsverfahrens im universitären Kontext beruht, liegt es nahe zu vermuten, dass es sich bei dem Geschlechtereffekt um die Umsetzung dieser Vorgabe im öffentlichen Dienst handelt. Um festzustellen, ob der Effekt auch in anderen Branchen oder Berufen nachzuweisen ist, bedürfte dieses Ergebnis einer eingehenden Prüfung in anderen Settings. Wäre dies der Fall, könnte dies auf einen Bewusstseinswandel zurückzuführen sein, der sich nun auch empirisch messen lässt.

Es zeigt sich zudem deutlich, dass die Leistung der Abschlussnoten eines Bewerbers sowie seine Berufserfahrung den größten Einfluss auf die Einstellungsentscheidung haben. Hat ein Bewerber eine Studienabschlussnote von 1,3 oder eine Promotionsabschlussnote von summa cum laude, dann erhöht sich die Einstellungschance um 0,549 Skalenpunkte. Ein ähnlich starker Effekt ($B = 0,534$) findet sich für die Berufserfahrung. Entgegen der Annahme, dass ein arbeitsloser Bewerber bevorzugt eingestellt wird, da er schnell für die vakante Stelle zur Verfügung steht, zeigt sich ein negativer Effekt ($B = -0,481$) für einen arbeitslosen Bewerber. Der Familienstand eines Bewerbers ist für die Einstellungsentscheidung nur von nachrangiger Bedeutung ($B = 0,090$).

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die Leistung bei der Einstellungsentscheidung die größte Rolle spielt und dass sachbezogene Bewerbermerkmale insgesamt einen größeren Einfluss auf die Einstellungsentscheidung haben als sachfremde Bewerbermerkmale. Die Hypothese *H1: Der Einfluss der sachbezogenen Bewerbermerkmale Abschlussnote, Berufserfahrung, Erwerbsstatus auf die Einstellungsentscheidung gemeinsam ist größer als der Einfluss der sachfremden Bewerbermerkmale Geschlecht, Attraktivität und Familienstand*, kann daher ebenfalls bestätigt werden. Vergleicht man die Haupteffekte der Bewerbermerkmale hinsichtlich der verschiedenen Stellenformen, lässt sich ein Unterschied der Effekte zwischen den Stellenformen feststellen (Tabelle 20).

Tabelle 20: Mehrebenenanalyse für die Einstellungsentscheidung für beide (Modell 1) und getrennt nach Stellenformen (Modell 2 und 3)

	Modell 1		Modell 2		Modell 3	
	Beide Stellenformen		Wissenschaftlicher Mitarbeiter		Projektleiter	
Bewerbermerkmale Vignetten	B	S.E.	B	S.E.	B	S.E.
attraktiv	.232 ***	.038	.271 ***	.054	.192 ***	.054
weiblich	.295 ***	.038	.282 ***	.054	.308 ***	.054
verheiratet + 2 Kinder	.090 **	.038	.075	.054	.106 **	.054
arbeitslos	-.481 ***	.038	-.471 ***	.054	-.492 ***	.054
Leistung: Abschlussnote 1,3/summa cum laude	.549 ***	.038	.686 ***	.054	.410 ***	.054
Berufserfahrung 5 Jahre	.534 ***	.038	.471 ***	.054	.599 ***	.054
Konstante	5.691 ***	.050	5.476 ***	.072	5.911 ***	.071
N-Vignettenebene	4.608		2.328		2.280	
N-Befragtenebene	576		291		285	
R ²	.140		.151		.136	

Signifikanzniveaus: *** p < .01, ** p < .05, * p < .1

Für die Projektleiterstelle ist die Berufserfahrung eines Bewerbers (B = 0,599) etwas bedeutsamer als für eine wissenschaftliche Mitarbeiterstelle (B = 0,471), bei der die Abschlussnote (B = 0,686 im Vergleich zu B = 0,410) entscheidender ist. Die Attraktivität eines Bewerbers ist für die Projektleiterstelle weniger relevant als für die wissenschaftliche Mitarbeiterstelle. Immerhin 0,271 Skalenpunkte profitiert ein attraktiver Bewerber bei einer Mitarbeiterstelle von seiner Attraktivität, während die Attraktivität die Einstellungsentscheidung bei einer Projektleiterstelle nur um 0,192 Skalenpunkte verändert. Frauen sind bei einer Projektleiterstelle gegenüber den männlichen Bewerbern ähnlich im Vorteil (B = 0,308) wie bei der Mitarbeiterstelle (B = 0,282). Für wissenschaftliche Mit-

arbeiterstellen konnten keine signifikanten Effekte des Familienstandes gefunden werden, lediglich bei der Projektleiterstelle zeigt sich ein kleiner, aber signifikanter Effekt ($B = 0,106$) auf die Einstellungsentscheidung.

9.3 Beauty-is-beastly-Effekt

Für die Überprüfung der Hypothese **H3** – *Wenn eine attraktive Bewerberin sich auf eine Stelle mit Führungsaufgaben bewirbt, dann ist die Einstellungschance signifikant geringer als die eines attraktiven Bewerbers (Beauty-is-beastly-Effekt)* – wurden zunächst die Interaktionsterme Attraktiv*Frau, Attraktiv*Projektleiter und Frau*Projektleiter einzeln in das Haupteffekt-Modell 1 eingefügt, wobei sich keine signifikanten Effekte zeigten.⁷³ Kaplan (1978) sowie Ruffle und Shtudiner (2013) konnten geschlechtsspezifische Unterschiede für den Einfluss der physischen Attraktivität eines Bewerbers zeigen. Attraktive Männer profitierten demnach stärker von ihrer Attraktivität als attraktive Frauen. Schuler und Berger (1979) konnten allerdings für Deutschland keinen geschlechtsspezifischen Effekt finden. Die geschlechtsspezifischen Unterschiede der Attraktivitätswirkung wurden mit einem Interaktionsterm zwischen dem Geschlecht und der Attraktivität des Bewerbers überprüft. Da sich kein signifikanter Effekt ergab, kann die Hypothese **H4.4**: *Der Einfluss der Attraktivität eines männlichen Bewerbers auf die Einstellungsentscheidung ist größer als der Einfluss der Attraktivität bei Bewerberinnen* nicht bestätigt werden. In einem separaten Modell⁷⁴ wurde für die Interaktion zwischen Geschlecht und Attraktivität des Bewerbers zusätzlich überprüft, ob sich zwischen den beiden Stellenformen Unterschiede ergeben, mit dem Ergebnis, dass ebenfalls keine signifikanten Effekte nachweisbar sind.

In Modell 2 wurden dann alle zuvor einzeln getesteten und nicht signifikanten Interaktionen, sowie die Dreifachinteraktion Attraktiv*Frau*Projektleiter hinzugefügt (Tabelle 21). Der Beauty-is-beastly-Effekt ist weder stark ($B = -0,092$) noch statistisch signifikant, weshalb die Hypothese **H3** nicht bestätigt werden kann.

⁷³ Tabelle A3 im Anhang

⁷⁴ Tabelle A4 im Anhang

Johnson et al. (2010, S. 314) zufolge hat sich der Beauty-is-beastly-Effekt mit zunehmender Emanzipation der Frauen verkleinert und ist in den meisten Berufsfeldern durch eine veränderte gesellschaftliche Wahrnehmung ehemals typisch männlicher Berufe verschwunden. Vermutlich ist der Beauty-is-beastly-Effekt nur noch auf wenige Berufe und Handlungskontexte begrenzt: Das könnte beispielsweise für hohe Führungs- und Managementpositionen gelten, die nach wie vor stark männlich dominiert sind und hinsichtlich Berufsprestige und Einkommen wesentlich höher anzusiedeln sind als eine Projektleiterstelle im universitären Kontext. Das gilt nicht nur für das quantitative Geschlechterverhältnis, auch die in dem betreffenden Kontext vorherrschende Geschlechterrollenlogik ist für den Beauty-is-beastly-Effekt entscheidend.

Tabelle 21: Mehrebenenanalyse für die Einstellungsentscheidung mit Interaktionen zum Beauty-is-beastly-Effekt

Bewerbermerkmale Vignetten	Modell 1		Modell 2	
	B	S.E.	B	S.E.
attraktiv	.232 ***	.038	.287 ***	.076
weiblich	.295 ***	.038	.298 ***	.076
attraktiv* weiblich			-.031	.108
attraktiv*Projektleiterstelle			-.033	.109
weiblich*Projektleiterstelle			.072	.109
attraktiv* weiblich* Projektleiterstelle			-.092	.154
verheiratet + 2 Kinder	.090 **	.038	.090 **	.038
arbeitslos	-.481 ***	.038	-.481 ***	.038
Leistung: Abschlussnote 1,3/summa cum laude	.549 ***	.038	.549 ***	.038
Berufserfahrung 5 Jahre	.534 ***	.038	.535 ***	.038
Konstante	5.691 ***	.050	5.671 ***	.054
N-Vignettenebene	4.608		4.608	
N-Befragtenebene	576		576	
R ²	.140		.141	

Signifikanzniveaus: *** p < .01; ** p < .05; * p < .1

9.4 Leistung und Personalerfahrung

Für die Überprüfung der Hypothese **H4.1**: *Je höher die eigene Leistung eines Personalentscheiders ist, desto größer ist der Einfluss der Leistung (Abschlussnote) eines Bewerbers auf die Einstellungsentscheidung*, wurde ein Mehrebenenmodell mit der Interaktion zwischen der Publikationsleistung des Befragten und der Bewerberleistung (Abschlussnote) geschätzt. Es lässt sich kein signifikanter Effekt für die Interaktion mit der eigenen Leistung eines Personalentscheiders zeigen, so dass die Hypothese H4.1 nicht bestätigt werden kann (Tabelle 22).

Tabelle 22: Mehrebenenanalyse für die Einstellungsentscheidung mit Interaktionen Leistung

Bewerbermerkmale Vignetten	Modell 1		Modell 2	
	B	S.E.	B	S.E.
attraktiv	.232 ***	.038	.232 ***	.038
weiblich	.295 ***	.038	.295 ***	.038
verheiratet + 2 Kinder	.090 **	.038	.090 *	.038
arbeitslos	-.481 ***	.038	-.481 ***	.038
Leistung: Abschlussnote 1,3/summa cum laude	.549 ***	.038	.521 ***	.051
Interaktion BefragterLeistung*Note1,3			.001	.002
Berufserfahrung 5 Jahre	.534 ***	.038	.534 ***	.038
Konstante	5.691 ***	.050	5.691 ***	.050
N-Vignettenebene	4.608		4.608	
N-Befragtenebene	576		576	
R ²	.140		.140	

Signifikanzniveaus: *** $p < .01$, ** $p < .05$, * $p < .1$

Ein möglicher Grund für den nach den vorliegenden Daten fehlenden Effekt ist, dass die Zahl der Publikationen nur sehr eingeschränkt zur Operationalisierung der Leistung von Professoren verwendet werden kann. Zum anderen sind in den Daten mehrere Ausreißer vorhanden: nur neun der Befragten haben Werte im Bereich von 103-200 Publikationen angegeben. Da die vorliegende Arbeit im Wesentlichen die zentralen Effekte für den

durchschnittlichen Personalentscheider untersucht, wurde ein weiteres um diese Ausreißer bereinigtes Modell geschätzt, allerdings auch ohne einen signifikanten Effekt.⁷⁵

Zusätzlich wurde der Einfluss der Berufserfahrung der Professoren als Interaktion zwischen der Attraktivität des Bewerbers und Variablen zur Berufs- und Personalerfahrung des Befragten überprüft. In der Tabelle 23 wurde das Modell 2 zu diesem Zweck um einen Interaktionsterm „Befragterberufserfahrung*attraktiv“ erweitert, das Modell 3 um einen Interaktionsterm „BefragterhatPersonal*attraktiv“ und das Modell 4 um einen Interaktionsterm „BefragterWissMaAnzahl*attraktiv“. Es finden sich weder für die Berufserfahrung noch für die generelle Personalerfahrung des Befragten signifikante Effekte. Für die Interaktion der Attraktivität des Bewerbers mit der Personalerfahrung des Befragten nach wissenschaftlicher Mitarbeiteranzahl gibt es einen signifikanten, jedoch nicht allzu großen Effekt ($B = 0,005$, $p < 0,05$). Für jeden zusätzlichen Mitarbeiter, den ein Personalentscheider beschäftigt, verbessert sich die Einstellungschance für einen attraktiven Bewerber demnach signifikant um 0,005 Skaleneinheiten. Im Durchschnitt haben die Befragten 5,5 wissenschaftliche Mitarbeiter, bei diesem Wert würde sich die Einstellungsentscheidung um 0,028 Skaleneinheiten verbessern. Das scheint zunächst kein substantiell bedeutsamer Befund zu sein, berücksichtigt man jedoch den angegebenen Maximalwert von 200 Mitarbeitern, dann ergibt sich ein substantiell bedeutsamer Effekt von einem Skaleneinheit.⁷⁶ Die Hypothese **H4.2**: *Je größer die Berufs- und die Personalerfahrung eines Personalentscheiders ist, desto geringer ist der Einfluss der Attraktivität auf die Einstellungsentscheidung*, kann daher nicht bestätigt werden.

Der Effekt der Attraktivität eines Bewerbers nimmt mit steigender Mitarbeiterzahl der Personalentscheider und der dadurch vermuteten höheren Personalerfahrung entgegen der erwarteten Wirkrichtung zu. In einem separaten Modell wurden die Interaktionen zur Berufs- und Personalerfahrung auf Unterschiede zwischen den beiden Stellenformen wissenschaftlicher Mitarbeiter und Projektleiter überprüft, wobei sich keine weiteren signifikanten Effekte ergaben. Daher wird in Tabelle 23 nur das Modell für beide Stellenformen gemeinsam dargestellt. Da die Berufserfahrung nur bei Professoren erfasst wurde ergibt sich in Tabelle 23, Modell 2 ein abweichendes $N = 541$.

⁷⁵ Das um die Ausreißer bereinigte Mehrebenenmodell befindet sich als Tabelle A6 im Anhang.

⁷⁶ Für die Mitarbeiteranzahl wurde ebenfalls ein um die Ausreißer bereinigtes Mehrebenenmodell geschätzt, bei dem sich keine nennenswerten Unterschiede ergaben (Tabelle A7 im Anhang).

Tabelle 23: Mehrebenenanalyse für die Einstellungsentscheidung mit Interaktionen zu Berufs- und Personalerfahrung

Bewerbermerkmale Vignetten	Modell 1		Modell 2		Modell 3		Modell 4	
	B	S.E.	B	S.E.	B	S.E.	B	S.E.
attraktiv	.232 ***	.038	.096	.151	.197 **	.077	.199 ***	.051
weiblich	.295 ***	.038	.292 ***	.039	.295 ***	.038	.355 ***	.045
verheiratet + 2Kinder	.090 **	.038	.070 *	.039	.0907 **	.038	.105 **	.045
arbeitslos	-.481 ***	.038	-.503 ***	.039	-.481 ***	.038	-.513 ***	.045
Leistung: Abschlussnote 1,3/summa cum laude	.549 ***	.038	.565 ***	.039	.549 ***	.038	.647 ***	.045
Berufserfahrung 5 Jahre	.534 ***	.038	.526 ***	.039	.534 ***	.038	.546 ***	.045
Interaktion Befragterberufser- fahrung*attraktiv			.0281	.027				
Interaktion BefragterhatPerso- nal*attraktiv					.0465	.089		
Interaktion BefragterWissMa- Anzahl*attraktiv							.005 **	.002
Konstante	5.691 ***	.050	5.710 ***	.052	5.691 ***	.050	5.691 ***	.050
N-Vignettenebene	4.608		4.328		4.608		4.608	
N-Befragtenebene	576		541		576		576	
R ²	.140		.144		.140		.141	

Signifikanzniveaus: *** p < .01; ** p < .05; * p < .1

9.5 Attraktivität und Geschlecht

In Tabelle 24 ist das Mehrebenenmodell für die Interaktion der Befragtenattraktivität mit der Attraktivität des Bewerbers dargestellt (Modell 2). Es findet sich ein signifikanter Effekt: Für jede Erhöhung des Skalenwertes der selbsteingeschätzten Attraktivität der Befragten erhöht sich die Einstellungschance für attraktive Bewerber um 0,054 Skalenpunkte. Bei der verwendeten Attraktivitätsskala bedeutet das bei einem hochattraktiven Befragten (Skalenwert 9) einen Bonus von 0,432 Skalenpunkten für einen attraktiven Bewerber. Differenziert man das Mehrebenenmodell nach der Stellenform (Modell 3 und 4 in Tabelle 24) bleibt der Effekt nur für die Projektleiterstelle signifikant. Ein attraktiver Personalentscheider bevorzugt attraktive Bewerber für eine Projektleiterstelle um 0,074 Skalenpunkte bei der Einstellungsentscheidung, für einen hochattraktiven Personalentscheider (Skalenwert 9) ergibt sich bei der Einstellungsentscheidung daher eine Verbesserung um 0,649 Skalenpunkte pro Attraktivitätsstufe auf der Attraktivitätsskala des Personalentscheiders.

In Tabelle 25 sind die Mehrebenenmodelle für die Interaktionen des Bewerbergeschlechts mit dem Befragtengeschlecht, des Befragtengeschlechts und der Bewerberattraktivität, sowie der Interaktionseffekt zwischen Befragtengeschlecht, Bewerberattraktivität und Bewerbergeschlecht der Hypothese **H4.3**: *Attraktive Bewerberinnen werden durch weibliche Personalentscheider bei der Einstellungsentscheidung im Vergleich zu attraktiven Männern benachteiligt* dargestellt. Die Hypothese **H4.3** kann nicht bestätigt werden. Es lässt sich lediglich ein signifikanter Effekt für die Interaktion des Befragten- und des Bewerbergeschlechts finden. Weibliche Personalentscheider bewerten weibliche Bewerber um 0,255 Skalenpunkte besser bei der Einstellungsentscheidung als männliche Bewerber (Modell 2 in Tabelle 25).

Tabelle 24: Mehrebenenanalyse für Einstellungsentscheidung mit Interaktionen zu Attraktivität differenziert nach Stellenformen

Bewerbermerkmale Vignetten	Modell 1 Beide Stellen		Modell 2 Beide Stellen		Modell 3 Wiss. Mitarbeiter		Modell 4 Projektleiter	
	B	S.E.	B	S.E.	B	S.E.	B	S.E.
attraktiv	.232 ***	.038	-.071	.163	.089	.235	-.224	.0224
Interaktion BefragterAttraktivität*at- traktiv			.054 *	.028	.032	.040	.074 *	.039
weiblich	.295 ***	.038	.295 ***	.038	.282 ***	.054	.308 ***	.053
verheiratet + 2Kinder	.090 **	.038	.090 **	.038	.075	.054	.106 **	.053
arbeitslos	-.481 ***	.038	-.481 ***	.038	-.471 ***	.054	-.492 ***	.053
Leistung: Abschlussnote 1,3/ summa cum laude	.549 ***	.038	.549 ***	.038	.686 ***	.054	.410 ***	.053
Berufserfahrung 5 Jahre	.534 ***	.038	.534 ***	.038	.471 ***	.054	.599 ***	.053
Konstante	5.691 ***	.050	5.691 ***	.050	5.476 ***	.072	5.911 ***	.071
N-Vignettenebene	4.608		4.608		2.328		2.280	
N-Befragtenebene	576		576		291		285	
R ²	.140		.141		.151		.138	

Signifikanzniveau: *** p < .01, ** p < .05, * p < .1

Tabelle 25: Mehrebenenanalyse für Einstellungsentscheidung mit Interaktionen zu Attraktivität und Geschlecht

Bewerbermerkmale Vignetten	Modell 1		Modell 2		Modell 3		Modell 4	
	B	S.E.	B	S.E.	B	S.E.	B	S.E.
attraktiv	.232 ***	.038	.232 ***	.038	.238 ***	.042	.223 ***	.039
weiblich	.295 ***	.038	.245 ***	.038	.295 ***	.038	.286 ***	.039
Interaktion BefragteFrau*Frau			.255 ***	.097				
Interaktion BefragteFrau*attraktiv					-.0278	.097		
Interaktion BefragteFrau*attraktiv*Frau							.094	.108
verheiratet + 2 Kinder	.090 **	.038	.090 **	.038	.090 **	.038	.090 **	
arbeitslos	-.481 ***	.038	-.481 ***	.038	-.481 ***	.038	-.481 ***	.038
Leistung: Abschlussnote 1.3/ summa cum laude	.549 ***	.038	.549 ***	.038	.549 ***	.038	.549 ***	.038
Berufserfahrung 5 Jahre	.534 ***	.038	.534 ***	.038	.534 ***	.038	.534* **	.038
Konstante	5.691 ***	.050	5.691 ***	.050	5.691 ***	.050	5.696 ***	.051
N-Vignettenebene	4.608		4.608		4.608		4.608	
N-Befragtenebene	576		576		576		576	
R ²	.140		.142		.140		.140	

Signifikanzniveaus: *** p < .01; ** p < .05; * p < .1

Alle Interaktionen wurden ebenfalls für beide Stellenformen getrennt überprüft, wobei sich für die unterschiedlichen Stellen keine weiteren signifikanten Effekte ergaben.⁷⁷ Daher ist in der Tabelle 26 nur der signifikante Effekt für die Interaktion des Befragten- und des Bewerbergeschlechts nach den beiden Stellenformen differenziert dargestellt. Bei der Einstellungsentscheidung für wissenschaftliche Mitarbeiter werden weibliche Bewerber durch weibliche Personalentscheider etwas stärker bevorzugt ($B = 0,274$) als bei einer Projektleiterstelle ($B = 0,236$).

Tabelle 26: Mehrebenenanalyse für Einstellungsentscheidung mit Interaktionen zu Attraktivität und Geschlecht getrennt nach Stellenform

	Modell 1		Modell 2		Modell 3	
	Beide Stellen		Wiss. Mitarbeiter		Projektleiter	
Bewerbermerkmale Vignetten	B	S.E.	B	S.E.	B	S.E.
Bewerber attraktiv	.232 ***	.038	.271 ***	.054	.192 ***	.053
Bewerber weiblich	.245 ***	.038	.231 ***	.060	.260 ***	.060
Interaktion BefragteFrau*Frau	.255 ***	.097	.274 *	.140	.236 *	.134
Bewerber verheiratet + 2Kinder	.090 **	.038	.075	.054	.106 **	.053
Bewerber arbeitslos	-.481 ***	.038	-.471 ***	.054	-.492 ***	.053
Leistung: Abschlussnote 1.3/ summa cum laude	.549 ***	.038	.686 ***	.054	.410 ***	.410
Berufserfahrung 5 Jahre	.534 ***	.038	.471 ***	.054	.599 ***	.053
Konstante	5.691 ***	.050	5.476 ***	.072	5.911 ***	.071
N-Vignettenebene	4.608		2.328		2.280	
N-Befragtenebene	576		291		285	
R ²	.142		.152		.137	

Signifikanzniveaus: *** $p < .01$; ** $p < .05$; * $p < .1$

⁷⁷ Tabelle A8 im Anhang

9.6 Familienstand

In Tabelle 27 ist das Mehrebenenmodell mit der Interaktion des Familienstandes des Befragten und des Bewerbers dargestellt. Es zeigt sich ein deutlicher Eigengruppenbonus für verheiratete Bewerber mit zwei Kindern, die von verheirateten Befragten mit Kindern einen signifikanten Bonus ($B = 0,229$) bei der Einstellungsentscheidung erhalten (Modell 2). Differenziert man diesen Effekt nach der Stellenform, dann wird deutlich, dass der Effekt stärker für die Projektleiterstelle ($B = 0,273$) zu finden ist. Bei der wissenschaftlichen Mitarbeiterstelle kann ein verheirateter Bewerber mit zwei Kindern durch verheiratete Befragte mit Kindern nur einen Bonus von 0,185 Skalenpunkten bei der Einstellungsentscheidung erwarten. Für die Auswahl der Variable „Familienstand“ als sachfremdes Bewerbermerkmal wurde angenommen, dass ein verheirateter Bewerber mit Kindern ein gewisses Maß an Verantwortung, Verbindlichkeit und Stabilität signalisiert. Dies sind möglicherweise Eigenschaften, die für eine Führungsposition bedeutender sind als für eine Stelle ohne Führungsaufgaben. Da der Effekt in den vorliegenden Daten bei einer Führungsposition stärker auftritt, kann diese Vermutung bestätigt werden. Die grundsätzliche Hypothese H4.5: *Wenn sowohl Bewerber als auch Personalentscheider verheiratet sind und Kinder haben, wird die Einstellungsentscheidung im Sinne eines Eigengruppenbonus positiver ausfallen*, kann ebenfalls bestätigt werden.

Tabelle 27: Mehrebenenanalyse für Einstellungsentscheidung mit Interaktionen zu Familienstand getrennt nach Stellenformen

Bewerbermerkmale Vignetten	Modell 1		Modell 2		Modell 3		Modell 4	
	Beide Stellenformen		Beide Stellenformen		wiss. Mitarbeiter		Projektleiter	
	B	S.E.	B	S.E.	B	S.E.	B	S.E.
Attraktiv	.232 ***	.038	.232 ***	.038	.271 ***	.054	.192 ***	.053
Weiblich	.295 ***	.038	.295 ***	.038	.282 ***	.054	.308 ***	.053
verheiratet + 2 Kinder	.090 **	.038	-.044	.060	-.033	.084	-.056	.084
InteraktionBefragterverh+Kind*verh+2Kin- der			.229 ***	.078	.185 *	.111	.273 **	.110
Arbeitslos	-.481 ***	.038	-.481 ***	.038	-.471 ***	.054	-.492 ***	.053
Leistung: Abschlussnote 1.3/ summa cum laude	.549 ***	.038	.549 ***	.038	.686 ***	.054	.410 ***	.053
Berufserfahrung 5 Jahre	.534 ***	.038	.534 ***	.038	.471 ***	.054	.599 ***	.053
Konstante	5.691 ***	.050	5.691 ***	.050	5.476 ***	.0721	5.911 ***	.071
N-Vignettenebene	4.608		4.608		2.328		2.280	
N-Befragtenebene	576		576		291		285	
R ²	.140		.142		.152		.139	

Signifikanzniveau: *** p < .01; ** p < .05; * p < .1

9.7 Arbeitslosigkeit

In Tabelle 28 sind die Mehrebenenmodelle mit den Interaktionen der im Erwerbsbiografieerlauf erlebten Arbeitslosigkeit und der Arbeitslosigkeitsdauer der Befragten mit dem Erwerbstatus des Bewerbers dargestellt.

Tabelle 28: Mehrebenenanalyse für Einstellungsentscheidung mit Interaktionen zu Arbeitslosigkeit und Arbeitslosigkeitsdauer

Bewerbermerkmale Vignetten	Modell 1		Modell 2		Modell 3	
	B	S.E.	B	S.E.	B	S.E.
attraktiv	.232 ***	.038	.232 ***	.038	.180 ***	.038
weiblich	.295 ***	.038	.295 ***	.038	.307 ***	.038
verheiratet + 2 Kinder	.090 **	.038	.090 **	.038	.102	.060
arbeitslos	-.481 ***	.038	-.575 ***	.044	-.388 ***	.038
Interaktion Befragterwararbeitslos*arbeitslos			.362 ***	.038		
Interaktion BefragterArlodauer*arbeitslos					.014 ***	.005
Leistung: Abschlussnote 1,3/ summa cum laude	.549 ***	.038	.549 ***	.038	.424 ***	.038
Berufserfahrung 5 Jahre	.534 ***	.038	.534 ***	.038	.690 ***	.038
Konstante	5.691 ***	.050	5.691 ***	.050	5.580 ***	.110
N-Vignettenebene	4.608		4.608		1.192	
N-Befragtenebene	576		576		149	
R ²	.140		.144		.110	

Signifikanzniveaus: *** p < .01; ** p < .05; * p < .1

In Modell 1 mit den Haupteffekten zeigt sich für die Arbeitslosigkeit eines Bewerbers ein signifikant negativer Effekt von -0,481 Skalenpunkten bei der Einstellungsentscheidung. Nur die Befragten, die bereits selbst arbeitslos waren (Modell 2), bevorzugten die arbeitslosen Bewerber um 0,362 Skalenpunkte bei ihrer Einstellungsentscheidung. Betrachtet man zusätzlich die Arbeitslosigkeitsdauer der Befragten (Modell 3 nur für Befragte mit erlebter Arbeitslosigkeit), dann zeigt sich auch hier ein signifikanter Effekt für arbeitslose

Bewerber. Mit jedem Monat erlebter Arbeitslosigkeit steigt der Bonus bei der Einstellungsentscheidung um 0,014 Skalenpunkte. Für die unterschiedlichen Stellenformen ergeben sich keine substantiellen Unterschiede, die Effekte sind sowohl für die Arbeitslosigkeit als auch für die Arbeitslosigkeitsdauer signifikant.⁷⁸ Die Hypothese **H4.6**: *Wenn der Personalentscheider Arbeitslosigkeit selbst erfahren hat, dann wird die Einstellungsentscheidung eines arbeitslosen Bewerbers im Sinne eines Eigengruppenbonus positiver ausfallen* kann daher bestätigt werden.

⁷⁸ Tabelle A9 und Tabelle A10 im Anhang.

9.8 Zusammenfassung der Ergebnisse

Ziel der vorliegenden Untersuchung war es, zu klären, ob auf dem deutschen Arbeitsmarkt sachfremde Bewerbermerkmale und insbesondere die physische Attraktivität unter Kontrolle sachbezogener Merkmale eines Bewerbers einen signifikanten Einfluss auf die Einstellungsentscheidung haben und ob sich die Effekte hinsichtlich verschiedener Befragtenmerkmale unterscheiden. Weiterhin sollte geklärt werden, ob der in der bisherigen Forschung inkonsistent berichtete negative Effekt der Attraktivität (*Beauty is beastly*) für attraktive Frauen in Bereichen, die von männlicher Geschlechterrollenlogik dominiert sind, trotz Emanzipation und Gleichstellungsmaßnahmen nach wie vor zutrifft. Zusätzlich sollte überprüft werden, ob es bei den Bewerbermerkmalen Familienstand, Geschlecht, Attraktivität sowie Leistung und Arbeitslosigkeit einen Eigengruppenbonus durch die Befragte besteht, wenn die Befragten vergleichbare Merkmale aufweisen.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass alle hier verwendeten Bewerbermerkmale einen signifikanten Einfluss auf die Einstellungsentscheidung haben. Den stärksten positiven Effekt haben die sachbezogenen Merkmale Leistung und Berufserfahrung eines Bewerbers, während die Arbeitslosigkeit eines Bewerbers einen starken negativen Effekt hat. Nur bei selbst erlebter Arbeitslosigkeit der Befragten, abhängig wiederum von der selbst erlebten Arbeitslosigkeitsdauer, lässt sich ein Bonus bei der Einstellungsentscheidung für arbeitslose Bewerber nachweisen. Die Attraktivität eines Bewerbers hat einen ähnlich starken signifikanten Einfluss auf die Einstellungsentscheidung wie das Geschlecht eines Bewerbers. Je höher die selbsteingeschätzte Attraktivität eines Befragten ist, desto höher ist auch der Bonus für attraktive Bewerber im Vergleich zu unattraktiven Bewerbern. Weibliche Befragte stellen, unabhängig von der Attraktivität, bevorzugt weibliche Bewerber ein. Der Familienstand hat den geringsten Effekt auf die Einstellungsentscheidung und, wenn man nach Stellenformen differenziert, ist der Effekt lediglich für eine Projektleiterstelle signifikant.

Da zudem eine Vielzahl von Interaktionshypothesen postuliert worden sind, sind alle Hypothesen der Anschaulichkeit wegen in Tabelle 29 systematisch zusammengefasst. Ein Pluszeichen steht für die Bestätigung, ein Minuszeichen für die Ablehnung einer Hypothese, ein Minus/Pluszeichen stellt einen ambivalenten Befund dar, der in der letzten Spalte erläutert wird.

Tabelle 29: Zusammengefasste Ergebnisse der Hypothesen

Nr.	Hypothese	Ergebnisse			Anmerkungen
		Stellenform			
Beide Stellenformen		Wiss. Mitarbeiter	Projektleiter		
H1	Der Einfluss der sachbezogenen Bewerbermerkmale Abschlussnote, Berufserfahrung und Erwerbsstatus auf die Einstellungsentscheidung gemeinsam ist insgesamt größer als der Einfluss der sachfremden Bewerbermerkmale Geschlecht, Attraktivität und Familienstand.	+	+	+	Alle Effekte sind signifikant mit mind. $p < 0,05$
H2	Je größer die physische Attraktivität eines Bewerbers ist, desto größer ist die Chance auf eine positive Einstellungsentscheidung. Der Einfluss der sachbezogenen Bewerbermerkmale Abschlussnote, Berufserfahrung und Erwerbsstatus auf die Einstellungsentscheidung gemeinsam ist insgesamt größer als der Einfluss der sachfremden Bewerbermerkmale Geschlecht, Attraktivität und Familienstand.	++	++	++	Alle Effekte sind signifikant mit mind. $p < 0,05$
H3	Wenn eine attraktive Bewerberin sich auf eine Stelle mit Führungsaufgaben bewirbt, dann ist die Einstellungschance signifikant geringer, als die eines attraktiven Bewerbers (Beauty-is-beastly-Effekt).	-	-	-	
H4.1	Je höher die eigene Leistung eines Personalentscheiders ist, desto größer ist der Einfluss der Leistung (Abschlussnote) eines Bewerbers auf die Einstellungsentscheidung.	-	-	-	
H4.2	Je größer die Berufs- und die Personalerfahrung eines Personalentscheiders ist, desto geringer ist der Einfluss der Attraktivität auf die Einstellungsentscheidung.	-/+	-/+	-/+	+ Abhängig von der Anzahl der von den Befragten beschäftigten wissenschaftlichen Mitarbeiter.
H4.3	Attraktive Bewerberinnen werden durch weibliche Personalentscheider bei der Einstellungsentscheidung im Vergleich zu attraktiven Männern benachteiligt.	-/+	-/+	-/+	+ Weibliche Bewerber werden unabhängig von ihrer Attraktivität durch weibliche Personalentscheider bevorzugt.
H4.4	Der Einfluss der Attraktivität auf die Einstellungsentscheidung ist bei männlichen Bewerbern größer als bei weiblichen Bewerbern.	-	-	-	
H4.5	Wenn sowohl Bewerber als auch Personalentscheider verheiratet sind und Kinder haben, wird die Einstellungsentscheidung im Sinne eines Eigengruppenbonus positiver ausfallen.	+	-	+	
H4.6	Wenn der Personalentscheider Arbeitslosigkeit selbst erfahren hat, dann wird die Einstellungsentscheidung eines arbeitslosen Bewerbers im Sinne eines Eigengruppenbonus positiver ausfallen.	+	+	+	Die Arbeitslosigkeitsdauer des Befragten moderiert die Effektstärke

10 Diskussion und Ausblick

Die vorliegende Arbeit untersuchte den Einfluss der physischen Attraktivität im Vergleich zu anderen sachfremden und sachbezogenen Bewerbermerkmalen auf die Einstellungsentscheidung in Deutschland. Hierzu erfolgte zunächst eine Darstellung (1) des Forschungsstandes zu Definition, Messung, Dimensionen und Wirkmechanismen physischer Attraktivität, anschließend eine Beschreibung (2) der theoretischen soziologischen und ökonomischen Grundlagen des Arbeitsmarktes sowie (3) eine Erläuterung der unterschiedlichen Verfahren und idealtypischen bzw. tatsächlichen Prozesse der Personalauswahl unter Berücksichtigung der rechtlichen Grundlagen. Mit dem Forschungsdesign eines fraktionierten faktoriellen Surveys wurde (4) die zentrale Hypothese, dass physische Attraktivität einen Einfluss auf die Einstellungsentscheidung hat, unter Berücksichtigung möglicher Interaktionseffekte zwischen Befragten- und Bewerbermerkmalen überprüft. Für die Untersuchung wurden methodisch hoch standardisierte, zu diesem Zweck aufgenommene und auf ihre Attraktivität hin bewertete Fotografien von Bewerbern verwendet. So sollten Verzerrungen hinsichtlich der Attraktivitätsurteile so weit wie möglich reduziert werden. Das Verwenden von standardisierten Fotografien in experimentellen Studien ist in der Attraktivitätsforschung bislang eher selten, was ein Problem bei der Verallgemeinerung von Attraktivitätseffekten auf reale Alltagssituationen darstellen kann. Zudem ist es in der Attraktivitätsforschung üblich, Studenten oder praxisferne Personen als Untersuchungspersonen zu verwenden, was ebenfalls zu Lasten der Generalisierbarkeit geht. Die vorliegende Untersuchung simulierte daher ein Bewerbungsverfahren im universitären Kontext mit Professoren als Untersuchungspersonen, die – da sie in der Regel Personalentscheidungen treffen – als Personalentscheider betrachtet wurden.

Bisherige Forschungsergebnisse aus den verschiedensten Anwendungsbereichen (vgl. als Überblick Renz 2006; Etcoff 2001; Hamermesh 2011) ließen vermuten, dass sich physische Attraktivität als Wettbewerbsvorteil auch in Personalentscheidungen auswirkt und als eine spezifische Ausprägung des Humankapitals einer Person verstanden werden kann, das in bestimmten Situationen einen gewinnbringenden Vorteil verschafft. Diese Vermutung wird auch durch eine Reihe empirischer Studien untermauert (vgl. exemplarisch Hamermesh und Biddle 1994; Ruffle und Shtudiner 2013; Marlowe et al. 1996; Watkins und Johnston 2000). Für Deutschland lagen allerdings kaum Forschungsarbeiten zu physischer Attraktivität und deren Bedeutung auf dem Arbeitsmarkt und insbesondere

in Bezug auf Einstellungsverfahren oder Karriere- bzw. Aufstiegschancen vor. Für Einstellungsverfahren konnte im deutschsprachigen Raum lediglich die Arbeit von Schuler und Berger (1979) den Einfluss der physischen Attraktivität nachweisen, allerdings wurde die Untersuchung in den späten 1970er Jahren durchgeführt und lässt sich nur eingeschränkt auf heutige Personalauswahlverfahren übertragen. Die vorliegende Arbeit sollte diese Forschungslücke schließen und aktuelle Ergebnisse für den Einfluss physischer Attraktivität als sachfremdes Bewerbermerkmal in der Personalauswahl vorlegen.

Die Gründe für die Wirkung physischer Attraktivität können, wie die zahlreichen Studien der Attraktivitätsforschung zeigen, vielfältig sein. Gerade für die Einstellungsentscheidung lässt sich aber annehmen, dass der Einfluss vor allem zwei Ursachen hat. Erstens sind die zentralen Wirkmechanismen von Attraktivität direkt in den einzelnen Prozessstufen des Bewerbungsverfahrens wirksam. Attraktiven Personen werden (1) positiv bewertete Persönlichkeitseigenschaften zugeschrieben (*attractiveness stereotype*). Die Wirkung des *attractiveness stereotype* zeigt sich vor allem in Situationen, in denen der erste Eindruck eine Rolle spielt oder in Situationen, in denen nur wenig über die Persönlichkeit des Gegenübers bekannt ist. Attraktive Personen ziehen (2) die Aufmerksamkeit anderer Menschen auf sich (*attractiveness attention boost*) und werden (3) in sozialen Situationen vergleichsweise besser behandelt (*attractiveness treatment advantage*). Bei Fehlverhalten können sie (4) eher damit rechnen, dass ihr Verhalten entschuldigt wird und dessen Konsequenzen wie z. B. Sanktionen oder das Strafmaß abgemildert werden (*attractiveness glamour effect*). Diese Einzeleffekte führen in der Kumulation zu einem erheblichen Vorteil. Attraktive Personen haben daher nicht nur in Bewerbungsverfahren, sondern in allen denkbaren sozialen Handlungskontexten einen Wettbewerbsvorteil (*attractiveness competition advantage*) (Rosar et al. 2008).

Zweitens erstreckt sich der Einfluss von Attraktivität über die gesamte Lebensphase und beginnt, für Personalauswahlverfahren besonders bedeutsam, schon vor dem Start der Erwerbsbiografie. Bereits beim Erwerb von Bildungszertifikaten haben attraktive Personen Vorteile. Sie erhalten als Kinder mehr Aufmerksamkeit und Unterstützung und können die daraus entstehenden Wettbewerbsvorteile beim Eintritt in den Arbeitsmarkt für ihre Karriere nutzen. Attraktive Personen haben monetäre Vorteile auf dem Arbeitsmarkt und unattraktive monetäre Nachteile von teilweise erheblichem Ausmaß. Physische Attraktivität stellt daher auch einen Faktor in der Produktion sozialer Ungleichheit dar. Dies gilt

vor allem vor dem Hintergrund, dass der positive Effekt physischer Attraktivität, beispielsweise auf das Einkommen, über den Lebensverlauf erhalten bleibt. Physische Attraktivität ist daher auch in Bewerbungsverfahren ein Produzent sozialer Ungleichheit, da bei gleicher Leistung und ähnlichen Bewerbereigenschaften z. B. beim Familienstand und der Berufssituation, ein attraktiver Bewerber positiver bewertet wird als sein unattraktiver Konkurrent. In letzter Konsequenz kann dies bedeuten, dass der attraktivere Bewerber die Arbeitsstelle erhält. Physische Attraktivität produziert vor diesem Hintergrund nicht nur soziale Ungleichheit, sondern trägt im Zeitverlauf zu einer Verschärfung der Ungleichheit bei.

Die empirischen Ergebnisse der vorliegenden Arbeit zeigen, dass die Attraktivität einen direkten Einfluss auf die Entscheidung zur Einstellung eines Bewerbers hat, der ähnlich groß wie der Einfluss des Geschlechts ist. Die zentrale Hypothese der Arbeit, dass attraktive Bewerber eine höhere Chance auf Einstellung haben, wurde bestätigt. Der Einfluss der Attraktivität eines Bewerbers ist allerdings deutlich geringer als der des sachbezogenen Merkmals der Leistung. Dass die Leistung eines Bewerbers in einem Bewerbungsverfahren die größte Rolle spielt, überrascht nicht, auch wenn deren Einfluss immer noch als zu gering eingeschätzt werden kann, sollten doch Bewerbungsverfahren allein auf sachbezogenen Kriterien basieren. In Personalauswahlprozessen spielt die Leistung eines Bewerbers zwar eine zentrale Rolle bei der Bewertung eines Bewerbers, stellt aber nicht das alleinige Entscheidungskriterium dar. Darüber hinaus konnte gezeigt werden, dass die Bedeutung der physischen Attraktivität bei der Bewerbung um eine Führungsposition abnimmt.

Die oft vermutete Geschlechterdiskriminierung von Frauen bei der Einstellungsentscheidung konnte durch die vorliegenden Daten nicht nachgewiesen werden. Die Ergebnisse zeigen im Gegenteil, dass Frauen einen Bonus bei der Einstellungsentscheidung haben. Vermutlich ist dies auch auf die Einstellungsregelungen im öffentlichen Dienst zurückzuführen, die bei gleicher Eignung eine bevorzugte Einstellung von Frauen vorgeben. Dieser Befund ist dennoch beachtlich, wenn man bedenkt, dass in vielen Firmen, öffentlichen und wissenschaftlichen Einrichtungen Gleichstellungsbeauftragte darauf achten, dass Frauen insbesondere auch in Bewerbungsverfahren nicht benachteiligt werden. Möglicherweise wurde durch diese Funktion und die gesellschaftliche Diskussion über die Problematik ein größeres Problembewusstsein geschaffen, dessen Auswirkung sich auch in dieser Studie zeigen. Auch bei der Analyse der Interaktionseffekte konnte nicht

gezeigt werden, dass attraktive Bewerberinnen bei der Bewerbung um eine Führungsposition einen Nachteil haben. Der in der Attraktivitätsforschung für den angloamerikanischen Sprachraum mehrfach nachgewiesene „Beauty-is-beastly-Effekt“ konnte damit für Deutschland nicht gezeigt werden. Auch der postulierte Geschlechterunterschied bei der Einstellungspräferenz bei attraktiven Bewerberinnen konnte nicht gezeigt werden, so dass die Hypothese ebenfalls nicht bestätigt werden konnte. Zudem zeigte sich für die Bewerbermerkmale Familienstand, Attraktivität und Arbeitslosigkeit ein Eigengruppenbonus, wenn die Befragten vergleichbare Merkmale wie die Bewerber aufwiesen.

Dass physische Attraktivität auch in deutschen Bewerbungsverfahren eine Rolle spielt, kann aufgrund der Ergebnisse der Untersuchung eindeutig bestätigt werden. Da es sich bei der Untersuchung um ein unter möglichst realen Bedingungen simuliertes Bewerbungsverfahren im universitären Kontext handelt, könnte man vor dem Hintergrund der Regelungen im öffentlichen Dienst einwenden, dass sich die Ergebnisse möglicherweise nur eingeschränkt auf Bewerbungsverfahren im Allgemeinen übertragen lassen. Die Beschränkung auf den universitären Kontext und der Stichprobe aus Professoren, einer im Vergleich zur Bandbreite an möglichen Personalentscheidern relativ homogenen Gruppe, könnte durch die Selektionseffekte bei den Befragten eine weitere Einschränkung für die Generalisierbarkeit der Ergebnisse auf die Personalauswahl im Allgemeinen bedeuten. Zudem ließe sich anmerken, dass die Reduktion auf das Bewerbungsfoto und einen Lebenslauf in Steckbriefform keine reale Bewerbungssituation darstellt. Diese reduktionistische Vorgehensweise bei einem Konstrukt, wie beispielsweise der physischen Attraktivität, mit dem gewählten experimentellen Untersuchungsdesign eines faktoriellen Surveys ist nach dem derzeitigen Forschungsstand eine geeignete Form der Herangehensweise zur Überprüfung von grundlegenden Effekten. Durch die Berechnung der Mehrbenenmodelle mit fixen Effekten können die Ergebnisse zusätzlich als robust gelten, da auf die unbeobachtete Heterogenität der Befragten kontrolliert wird.

Aus methodischer Sicht könnte man die Verwendung eines experimentellen Ansatzes kritisieren und mögliche Einschränkungen bei der internen und externen Validität annehmen. Aufgrund zahlreicher forschungsbezogener Einschränkungen, wäre es aber grundsätzlich schwierig, wenn nicht gar unmöglich, kausale Verbindungen zwischen der physischen Attraktivität eines Bewerbers und der Einstellungsentscheidung mit nicht-experimentellen Methoden nachzuweisen. Eine direkte Beobachtung oder Abfrage realer Ent-

scheidungsprozesse in Bewerbungsverfahren ist in der Praxis auch schlicht kaum praktikabel und würde gegebenenfalls reaktive Verfälschungstendenzen aufweisen. Ein weiterer Vorteil bei der Verwendung von faktoriellen Surveys liegt zudem darin, dass sich mit relativ wenigen Befragten bereits aussagekräftige Ergebnisse erzielen lassen. Es ist weiterhin auch keine Zufallsstichprobe notwendig, sofern sichergestellt ist, dass die experimentellen Stimuli bzw. Vignetten zufällig auf die Befragten verteilt werden. Die interne Validität ist daher grundsätzlich gegeben, auch wenn man z.B. eine mögliche kognitive Überforderung der Befragten bei der Bewertung der Vignetten (Anzahl Dimensionen, Vignetten etc.) oder Reihenfolgeneffekte zwischen Dimensionen oder Vignetten (Kriwy und Gross 2008, S.203f) als Probleme der internen Validität anführen könnte. Hier sollte eine entsprechende Methodenforschung zu diesen Problemen Abhilfe schaffen, die nach derzeitigem Forschungsstand aber nur in Ansätzen vorhanden ist (vgl. als Überblick Kriwy und Gross 2008). Die vorliegende Untersuchung mit einem faktoriellen Survey ist zusätzlich mit Problemen der externen Validität konfrontiert: (1) Es kann nicht zwingend davon ausgegangen werden, dass das in der Experimentallogik eines faktoriellen Surveys angegebene Verhalten (Einstellungsentscheidung eines Personalentscheiders) mit tatsächlichem Verhalten übereinstimmt und (2) muss das hypothetische Verhalten in der „virtuellen bzw. simulierten“ Situation nicht mit realem Verhalten übereinstimmen. Es lassen sich also keinerlei Angaben zu Häufigkeit bestimmter Einstellungspräferenzen eines Personalentscheiders machen. Allerdings gibt es aufgrund der ausführlich dargestellten grundlegenden Wirkungsmechanismen physischer Attraktivität in vielen anderen Lebensbereichen und den Erkenntnissen internationaler Forschung zum Einfluss der Attraktivität auf die Personalauswahl keinen plausiblen Grund anzunehmen, dass die in der Untersuchung gefundenen Effekte von Attraktivität auf die Einstellungsentscheidung in anderen Untersuchungsformen nicht auftreten würden. Es ist also durchaus möglich, dass die Effekte physischer Attraktivität in der Realität geringer ausfallen – der grundsätzliche Einfluss der Attraktivität auf die Einstellungsentscheidung kann aber mit den vorliegenden Ergebnissen nachgewiesen werden. Trotzdem können Personalentscheider bei tatsächlichen Einstellungsentscheidungen ggf. über umfangreichere und detailliertere Informationen über die Bewerber verfügen, als es in dieser Studie berücksichtigt werden konnte. Im Gegensatz zu der Einstellungsentscheidung in einer experimentellen Studie sind tatsächliche Personalentscheidungen oft mit einer höheren Verantwortung bzw. Kon-

sequenzen für die Entscheidungen verbunden. Das bedeutet, dass die Kosten, die im Zusammenhang mit fehlerhafter Entscheidungen entstehen können, in der Regel größer sind, als dies für die Teilnehmer in experimentellen Studien der Fall ist.

Trotz dieser Einschränkungen sind die Ergebnisse zum einen in Übereinstimmung mit den internationalen Studien (vgl. Ruffle und Shtudiner 2013; Hamermesh 2011) zum Einfluss der Attraktivität in der Personalauswahl und der früheren Studie von Schuler und Berger (1979). Zum anderen ist anzunehmen, dass sich die Effekte sachfremder Bewerbermerkmale wie der physischer Attraktivität, die im Kontext des öffentlichen Dienstes mit klaren Vorgaben und Regelungen zur Personalauswahl auftreten, auch auf die Personalauswahl in der Privatwirtschaft übertragen lassen, die weniger formal geregelt ist.

Nach derzeitigem Forschungsstand kann nur in Ausnahmefällen davon ausgegangen werden, dass der Vorteil attraktiver Bewerber auf einen tatsächlichen Produktionsvorteil zurückzuführen ist. Legt man den Maßstab einer chancengleichen Gesellschaft an (Meulemann 1996), dann kann die Wirkung physischer Attraktivität, insbesondere in der Personalauswahl, mit diskriminierenden Effekten anderer sachfremder Bewerbermerkmale wie beispielsweise dem Geschlecht oder der ethnischen Herkunft etc. gleichgestellt werden. Eine Ungleichbehandlung aufgrund von Personenmerkmalen sollte von einer leistungsorientierten, dem Wert der Chancengleichheit verpflichteten Gesellschaft nicht hingenommen werden. Aufgrund der aufgezeigten Wirkung von Attraktivität auf die Einstellungsentscheidung bei der Personalauswahl liegt es daher nahe, sich grundsätzlich mit der Frage auseinanderzusetzen, wie in Zukunft in der Personalauswahl hinsichtlich der Diskriminierung bei sachfremden Bewerbermerkmalen umgegangen wird. Es muss daher sowohl eine gesellschaftliche Debatte über Ungleichbehandlung und damit auch zur Wirkung physischer Attraktivität geführt werden, als auch konkret für die Personalauswahl Mechanismen oder konkrete Verfahren entwickelt und implementiert werden, die sicherstellen, dass der Einfluss sachfremder Bewerbermerkmale minimiert wird. Personalauswahl, insbesondere die Analyse der Bewerbungsunterlagen und das Vorstellungsgespräch, werden häufig aufgrund von Erfahrungswerten der Personalentscheider durchgeführt (Schuler 2006, S. 98) und sind daher aufgrund der fehlenden Standardisierung anfällig für den Einfluss von Stereotypen und Heuristiken. Die Personalauswahl sollte möglichst einer rationalen Entscheidungsfindung unterliegen und auf Basis eines Anforderungsprofils und objektiverer (Leistungs-) Merkmale erfolgen. Auswahlverfahren, die

auf unbewussten und nicht-rationalen Prozessen beruhen, sind besonders anfällig für Entscheidungen zugunsten ungeeigneter Bewerber und für Diskriminierung aufgrund sachfremder Bewerbermerkmale. Dies ist vor allem dann problematisch, wenn die (Fehl-)Entscheidungen auf der Grundlage einer Bewertung durch einen einzelnen Personalentscheider vorgenommen werden und das Einzelurteil nicht durch mehrere Personen überprüft und korrigiert wird (Nachtwei et al. 2013). An die Stelle von intuitiven Personalentscheidungen sollte daher eine Personalauswahl mit möglichst standardisierten Instrumenten erfolgen.

Einen möglichen Ansatz bietet die Deutsche Gesellschaft für Psychologie mit der DIN Norm 33430 (Reimann 2009). Diese Norm legt fest, welche Mindestanforderungen für eignungsdiagnostische Verfahren zur Personalauswahl gelten. Es werden Standards definiert, Vorgehensweisen festgelegt und Empfehlungen über die Zusammenstellung verschiedener Elemente der Personalauswahlmethoden beschrieben. Eine verbindliche Ausweitung dieser Norm in Kombination mit gesetzgebenden Maßnahmen wie dem Allgemeinen Gleichbehandlungsgesetz (AGG) wäre ein Schritt, um flächendeckend Chancengleichheit für alle Bewerber zu ermöglichen. Die Aufnahme der physischen Attraktivität als Diskriminierungsmerkmal in das AGG würde allerdings nur dann einen sichtbaren Erfolg bringen, wenn die anonyme Bewerbung sich als Standard in der Personalauswahl langfristig durchsetzt. Die anonyme Bewerbung verzichtet zwar im Lebenslauf auf die Angabe von Namen, Geschlecht, Alter, Herkunft und Foto. Spätestens im weiteren Verlauf des Bewerbungsprozesses wie z. B. dem Vorstellungsgespräch sind die Grenzen der Anonymisierung erreicht, trotzdem würde der Einfluss sachfremder Bewerbermerkmale wie der Effekt physischer Attraktivität minimiert. Zukünftige Forschung sollte sich daher auch der Frage widmen, ob die Wirkungen physischer Attraktivität und weiterer sachfremder Bewerbermerkmale auch in den letzten Prozessstufen eines Bewerbungsverfahrens aufträten, wenn standardisierte Bewerbungsverfahren und anonyme Bewerbungsunterlagen genutzt würden. Unabhängig von den hier vorgeschlagenen Handlungsempfehlungen verdeutlichen die in dieser Arbeit vorgelegten empirischen Befunde, dass Handlungsbedarf besteht, gegen Diskriminierungsprozesse in Bewerbungsverfahren aufgrund der physischen Attraktivität vorzugehen.

Literatur

- Abraham, Martin. 2008. *Arbeitsmarktsoziologie. Probleme, Theorien, empirische Befunde*. 2. Aufl. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaft.
- ADS. 2014. Antidiskriminierungsstelle des Bundes (ADS) - Anonymisierte Bewerbungen. http://www.antidiskriminierungsstelle.de/DE/ThemenUndForschung/anonymisierte_bewerbungen/anonymisierte_bewerbungen_node.html (Zugegriffen: 16. Februar 2014).
- Aharon, Itzhak, Nancy Etcoff, Dan Ariely, Christopher F. Chabris, Ethan O'Connor, und Hans C. Breiter. 2001. Beautiful Faces Have Variable Reward Value. *Neuron* 32:537–551.
- Amelang, Manfred. 2006. *Differentielle Psychologie und Persönlichkeitsforschung*. 6., vollst. überarb. Aufl. Stuttgart: Kohlhammer.
- Anderson, Cameron, Oliver P. John, Dacher Keltner, und Ann M. Kring. 2001. Who attains social status? Effects of personality and physical attractiveness in social groups. *Journal of Personality and Social Psychology* 81:116–132.
- Antidiskriminierungsstelle des Bundes. 2012. Pilotprojekt „Anonymisierte Bewerbungsverfahren“ -Abschlussbericht -. <http://www.antidiskriminierungsstelle.de/SharedDocs/Downloads/DE/publikationen/Abschlussbericht-anonymisierte-bewerbungsverfahren-20120417.html> (Zugegriffen: 10. Januar 2014).
- Anton, Raymond F. 2008. Naltrexone for the management of alcohol dependence. *The New England Journal of Medicine* 359:715–721.
- Apelojg, Benjamin. 2010. *Emotionen in der Personalauswahl. Wie der Umgang mit den eigenen Gefühlen Entscheidungen beeinflusst*, Bd. 40. Mering: Rainer Hampp Verlag.
- Arvey, Richard D. 1979. Unfair discrimination in the employment interview: Legal and psychological aspects. *Psychological Bulletin* 86:736–765.
- Asch, S. E. 1952. *Social psychology*: Prentice-Hall.
- Asendorpf, Jens, und Harald G. Wallbott. 1979. Maße der Beobachterübereinstimmung: ein systematischer Vergleich. *Zeitschrift für Sozialpsychologie* 10:243–252.

- Atzmüller, Christiane, und Peter M. Steiner. 2010. Experimental vignette studies in survey research. *Methodology: European Journal of Research Methods for the Behavioral and Social Sciences* 6:128–138.
- Auspurg, Katrin, Thomas Hinz, und Stefan Liebig. 2009a. Komplexität von Vignetten, Lerneffekte und Plausibilität im Faktoriellen Survey. *methoden, daten, analysen* 3:59–96.
- Auspurg, Katrin, Thomas Hinz, Stefan Liebig, und Carsten Sauer. 2009b. Auf das Design kommt es an. Experimentelle Befunde zu komplexen Settings in Faktoriellen Surveys. *soFid Methoden und Instrumente der Sozialwissenschaften* 2:23–39.
- Bandura, Albert. 1976. *Lernen am Modell. Ansätze zu einer sozial-kognitiven Lerntheorie*. 1. Aufl. Stuttgart: Klett.
- Bandura, Albert. 1979. *Sozial-kognitive Lerntheorie*. Stuttgart: Klett-Cotta.
- Bassili, John N. 1981. The Attractiveness Stereotype: Goodness or Glamour? *Basic and Applied Social Psychology* 2:235–252.
- Baugh, S. G., und Linda E. Parry. 1991. The relationship between physical attractiveness and grade point average among college women. *Journal of Social Behavior & Personality*: 219–228.
- Beck, Christoph. 2002. *Professionelles E-Recruitment. Strategien - Instrumente - Beispiele*. Neuwied, Kriftel: Luchterhand.
- Becker, Gary S. 1962. Investment in human capital: A theoretical analysis. *The Journal of Political Economy* 70:9–49.
- Becker, Manfred. 2002. *Personalentwicklung; Bildung, Förderung. Organisationsentwicklung in Theorie und Praxis*. Stuttgart: Schäffer-Poeschel.
- Beehr, Terry A., und David C. Gilmore. 1982. Applicant Attractiveness as a Perceived Job-Relevant Variable in Selection of Management Trainees. *Academy of Management Journal* 25:607–617.
- Bell, Andrew, und Kelvyn Jones. 2012. Explaining fixed effects: random effects modeling of time-series cross-sectional and panel data. *Political Science Research and Methods*:1–21.

- Benson, Peter L., Stuart A. Karabenick, und Richard M. Lerner. 1976. Pretty pleases: The effects of physical attractiveness, race, and sex on receiving help. *Journal of Experimental Social Psychology* 12:409–415.
- Bernstein, Vicki, Milton D. Hakel, und Anne Harlan. 1975. The college student as interviewer: a threat to generalizability? *Journal of Applied Psychology* 60:266–268.
- Berry, Diane S. 2000. Attractiveness, attraction, and sexual selection: Evolutionary perspectives on the form and function of physical attractiveness. *Advances in Experimental Social Psychology* 32:273–342.
- Berry, Diane S., und Leslie Z. McArthur. 1986. Perceiving character in faces: the impact of age-related craniofacial changes on social perception. *Psychological Bulletin* 100:3.
- Berthel, Jürgen, und Fred G. Becker. 2010. *Personal-Management. Grundzüge für Konzeptionen betrieblicher Personalarbeit*. 9., vollst. überarb. Aufl. Stuttgart: Schäffer-Poeschel.
- Besgen, Nicolai. 2006. Diskriminierungsschutz im Arbeitsrecht: Das Allgemeine Gleichbehandlungsgesetz (AGG). *Zeitschrift für Beruf und Personal*: 1–12.
- Biddle, Jeff E., und Daniel S. Hamermesh. 1998. Beauty, Productivity, and Discrimination: Lawyers' Looks and Lucre. *Journal of Labor Economics* 16:172–201.
- Bielefeldt, Heiner. 2010. Das Diskriminierungsverbot als Menschenrechtsprinzip. In *Diskriminierung*, Hrsg. Ulrike Hormel und Albert Scherr, 21-34: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Bischoff, S. 2010. *Wer führt in (die) Zukunft: Männer und Frauen in Führungspositionen der Wirtschaft in Deutschland-die 5. Studie* (Vol. 5). W. Bertelsmann Verlag.
- Block, B. 1981. Die Eignungsprofilerstellung von Führungspersonen des mittleren Managements zur Auslese externer Bewerber. *Bochum*: Brockmeyer.
- Blohm, Michael. 2008. *Allgemeine Informationen ALLBUS*.
- BMFSFJ Antidiskriminierungsstelle des Bundes. 2011. *Zwischenbericht des Pilotprojekts „Anonymisierte Bewerbungsverfahren“*. http://www.antidiskriminierungsstelle.de/SharedDocs/Downloads/DE/publikationen/Anonymbewerbung/20110616_Zwischenbericht_anonym.pdf?__blob=publicationFile (Zugegriffen: 11.09.2014).

- Böing, Susanne. 2009. *Grundlagen zur Geschlechts- und Genderproblematik in Unternehmen*. 1. Aufl. Lohmar, Köln: Eul.
- Borkenau, Peter, und Anette Liebler. 1993. Convergence of stranger ratings of personality and intelligence with self-ratings, partner ratings, and measured intelligence. *Journal of Personality and Social Psychology* 65:546.
- Bourdieu, Pierre. 1992. *Die verborgenen Mechanismen der Macht*. (übersetzt von Margareta Steinrücke). Hamburg: VSA-Verlag. (Schriften zu Politik & Kultur 1, Pierre Bourdieu. Hrsg. von Margareta Steinrücke).
- Bozoyan, Christiane, und Tobias Wolbring. 2012. Körpermerkmale und Lohnbildung. In *Wirtschaftssoziologie*, Hrsg. Norman Braun, Marc Keuschnigg und Tobias Wolbring. München: Oldenbourg.
- Brake, Jörg, und Dieter Zimmer. 2002. *Praxis der Personalauswahl. So wählen Sie den idealen Bewerber aus*. 3., überarb. und erw. Aufl. Würzburg: Lexika-Verlag.
- Braun, Christoph, Martin Gründl, Claus Marberger, und Christoph Scherber. 2003. *Beautycheck. Ursachen und Folgen von Attraktivität*. Regensburg: Universität Regensburg.
- Braun, Susanne, Claudia Peus, und Dieter Frey. 2012. Is Beauty Beastly? *Zeitschrift für Psychologie* 220:98–108.
- Bröckermann, Reiner. 2001. *Personalwirtschaft: Lehrbuch für das praxisorientierte Studium. Hauptbd.* Stuttgart: Schäffer-Poeschel.
- Brown, Barbara K., und Michael A. Campion. 1994. Biodata phenomenology: Recruiters' perceptions and use of biographical information in resume screening. *Journal of Applied Psychology* 79:897.
- Brüderl, Josef. 2010. Kausalanalyse mit Paneldaten. In *Handbuch der sozialwissenschaftlichen Datenanalyse*, Hrsg. Christof Wolf und Henning Best, 963-994: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Buller, David J. 2006. *Adapting minds. Evolutionary psychology and the persistent quest for human nature*. Cambridge/ Mass., London: MIT Press.
- Buss, David M., und David P. Schmitt. 1993. Sexual strategies theory: an evolutionary perspective on human mating. *Psychological Review* 100:204–232.

- Caers, Ralf, und Vanessa Castelyns. 2011. LinkedIn and Facebook in Belgium: The Influences and Biases of Social Network Sites in Recruitment and Selection Procedures. *Social Science Computer Review* 29:437–448.
- Calme, Sandie, und Gerrit Horstmeier. 2010. Anonymisierte Bewerbungsverfahren: Argumente, Rechtslage und Perspektiven. *Personalführung*:42–48.
- Campion, Michael A., David K. Palmer, und James E. Campion. 1997. A review of structure in the selection interview. *Personnel Psychology* 50:655–702.
- Cann, Arnie, William D. Siegfried, und Lorena Pearce. 1981. Forced attention to specific applicant qualifications: impact on physical attractiveness and sex of applicant biases. *Personnel Psychology* 34:65–75.
- Carlson, Robert E. 1967. Selection interview decisions: the relative influence of appearance and factual written information on an interviewer's final rating. *Journal of Applied Psychology* 51:461–468.
- Cash, Thomas F., Jo A. Kehr, James Polyson, und Valerie Freeman. 1977. Role of physical attractiveness in peer attribution of psychological disturbance. *Journal of Consulting and Clinical Psychology* 45:987–993.
- Castellow, Wilbur A., Karl L. Wuensch, und Charles H. Moore. 1990. Effects of Physical Attractiveness of the Plaintiff and Defendant in Sexual Harassment Judgments. *Journal of Social Behavior & Personality* 5:547–562.
- Cesare, Steven J. 1996. Subjective judgement and the selection interview: A methodological review. *Public Personnel Management* 25:291.
- Chatterjee, Anjan, Amy Thomas, Sabrina E. Smith, und Geoffrey K. Aguirre. 2009. The neural response to facial attractiveness. *Neuropsychology* 23:135–143.
- Chelnokova, Olga, Bruno Laeng, Marie Eikemo, Jeppe Riegels, Guro Løseth, Hedda Maurud, Frode Willoch, und Siri Leknes. 2014. Rewards of beauty: the opioid system mediates social motivation in humans. *Molecular Psychiatry* 19:746–747.
- Chiu, Randy K., und Richard D. Babcock. 2002. The relative importance of facial attractiveness and gender in Hong Kong selection decisions. *The International Journal of Human Resource Management* 13:141–155.

-
- Clark, Tom S., und Drew A. Linzer. 2012. Should I use fixed or random effects? *Working Paper Series, Department of Political Science, Emory University*.
- Clifford, Margaret M., und Elaine Walster. 1973. The Effect of Physical Attractiveness on Teacher Expectations. *Sociology of Education* 46:248–258.
- Cole, Jonathan. 1999. *Über das Gesicht. Naturgeschichte des Gesichts und unnatürliche Geschichte derer, die es verloren haben*. 1. Aufl. München: Kunstmann.
- CREST. 2011. Evaluation de l'impact du CV anonyme. Synthèse et rapport final. www.wk-rh.fr/actualites/upload/synthese-et-rapport-CV-anonyme.pdf (Zugegriffen: 16. Februar 2014).
- Cunningham, Michael R. 1986. Measuring the physical in physical attractiveness: Quasi-experiments on the sociobiology of female facial beauty. *Journal of Personality and Social Psychology* 50:925–935.
- Cunningham, Michael R., Anita P. Barbee, und Carolyn L. Pike. 1990. What do women want? Facialmetric assessment of multiple motives in the perception of male facial physical attractiveness. *Journal of Personality and Social Psychology* 59:61–72.
- Cunningham, Michael R., Alan R. Roberts, Anita P. Barbee, Perri B. Druen, und Cheng-Huan Wu. 1995. "Their ideas of beauty are, on the whole, the same as ours": Consistency and variability in the cross-cultural perception of female physical attractiveness. *Journal of Personality and Social Psychology* 68:261–279.
- Currie, Thomas E., und Anthony C. Little. 2009. The relative importance of the face and body in judgments of human physical attractiveness. *Evolution and Human Behavior* 30:409–416.
- Cyrus, Kerstin. 2010. Hochattraktiv oder nur nicht unattraktiv: Was zählt bei der Partnerwahl? Vermeidung von Unattraktivität - ein negatives Attraktivitätskonzept? <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:hbz:468-20100301>. (Zugegriffen: 16. Februar 2014).
- Dabbs, James M., und Neil A. Stokes. 1975. Beauty is Power: The Use of Space on the Sidewalk. *Sociometry* 38:551–557.
- Däubler, Wolfgang. 2011. *Arbeitsrecht. Ratgeber für Beruf, Praxis und Studium*. 9., überarb. Aufl. Frankfurt am Main: Bund-Verlag.

-
- Degele, Nina. 2004. *Sich schön machen. Zur Soziologie von Geschlecht und Schönheits-handeln*. 1. Aufl. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Dermer, Marshall, und Darrel L. Thiel. 1975. When beauty may fail. *Journal of Personality and Social Psychology* 31:1168–1176.
- Deutscher Bundestag. 2007. *Praxistauglichkeit des Allgemeinen Gleichbehandlungsgesetzes. Antwort der Bundesregierung*. Drucksache 16/6316.
- Deutscher Bundestag. 2009. *Gesetz zur Regelung des Statusrechts der Beamtinnen und Beamten in den Ländern (Beamtenstatusgesetz - BeamStG)*.
- Devine, Patricia G. 1989. Stereotypes and prejudice: Their automatic and controlled components. *Journal of Personality and Social Psychology* 56:5–18.
- Devine, Patricia G. 2001. Implicit prejudice and stereotyping: How automatic are they? Introduction to the special section. *Journal of Personality and Social Psychology* 81:757–759.
- Di Perrett, K. A. May, und S. Yoshikawa. 1994. Facial shape and judgements of female attractiveness. *Nature* 368:239–242.
- Dickey-Bryant, LeAnne, Gary J. Lautenschlager, Jorge L. Mendoza, und Norman Abrahams. 1986. Facial attractiveness and its relation to occupational success. *Journal of Applied Psychology* 71:16–19.
- Diekmann, Amanda B., und Wind Goodfriend. 2006. Rolling with the changes: A role congruity perspective on gender norms. *Psychology of Women Quarterly* 30:369–383.
- Diekmann, Andreas, Henriette Engelhardt, und Peter Hartmann. 1993. Einkommensungleichheit in der Bundesrepublik Deutschland: Diskriminierung von Frauen und Ausländern. *Mitteilungen aus der Arbeitsmarkt-und Berufsforschung* 26:386–398.
- Dincher, Roland, und Marcel Mosters. 2011. *Personalauswahl und Personalbindung. Einführung und Fallstudie zur Auswahl, Einstellung und Einarbeitung neuer Mitarbeiter*, Bd. 8., 2., überarb. und erw. Aufl. Neuhofen, Pfalz: Forschungsstelle für Betriebsführung und Personalmanagement.
- Dion, Karen, Ellen Berscheid, und Elaine Walster. 1972. What is beautiful is good. *Journal of Personality and Social Psychology* 24:285–290.

- Dion, Karen K., und Ellen Berscheid. 1974. Physical Attractiveness and Peer Perception Among Children. *Sociometry* 37:1–12.
- Dion, Karen K., Anita W.-P. Pak, und Kenneth L. Dion. 1990. Stereotyping Physical Attractiveness. A Sociocultural Perspective. *Journal of Cross-Cultural Psychology* 21:378–398.
- Dipboye, Robert L., Richard D. Arvey, und David E. Terpstra. 1977. Sex and physical attractiveness of raters and applicants as determinants of resumé evaluations. *Journal of Applied Psychology* 62:288–294.
- Dipboye, Robert L., Howard L. Fromkin, und Kent Wiback. 1975. Relative importance of applicant sex, attractiveness, and scholastic standing in evaluation of job applicant resumes. *Journal of Applied Psychology* 60:39–43.
- Ditton, Hartmut. 1998. *Mehrebenenanalyse: Grundlagen und Anwendungen des hierarchisch linearen Modells*. Weinheim, München: Beltz Juventa.
- Dixson, Alan F., Gayle Halliwell, Rebecca East, Praveen Wignarajah, und Matthew J. Anderson. 2003. Masculine somatotype and hirsuteness as determinants of sexual attractiveness to women. *Archives of Sexual Behavior* 32:29–39.
- Doorley, Karina, und Eva Sierminska. 2012. *Myth or fact? The beauty premium across the wage distribution*. Discussion Paper series 6674. Bonn: Forschungsinstitut zur Zukunft der Arbeit.
- Döse, Annegret. 2012. Die anonyme Bewerbung und das Berliner Partizipations- und Integrationsgesetz. Zwei „positive Maßnahmen“ auf dem Prüfstand. *Neue Zeitschrift für Arbeitsrecht* 29:1–6.
- Duden. 2011. Duden. Wörterbuch der sprachlichen Zweifelsfälle. *Der Duden in zwölf Bänden* 9.
- Dunkake, Imke, Thomas Kiechle, Markus Klein, und Ulrich Rosar. 2012. Schöne Schüler, schöne Noten? Eine empirische Untersuchung zum Einfluss der physischen Attraktivität von Schülern auf die Notenvergabe durch das Lehrpersonal. *Zeitschrift für Soziologie* 41:142–161.
- Eagly, Alice H., Richard D. Ashmore, Mona G. Makhijani, und Laura C. Longo. 1991. What is beautiful is good, but...: A meta-analytic review of research on the physical attractiveness stereotype. *Psychological Bulletin* 110:109–128.

- Eckel, Catherine C., und Rick K. Wilson. 2004. *Detecting Trustworthiness: Does Beauty Confound Intuition?* DRAFT 10/7/04: Virginia Tech.
- Eco, Umberto, Hrsg. 2010. *Die Geschichte der Hässlichkeit*. dtv, Bd. 34612. Ungekürzte Ausg. München: Deutscher Taschenbuch-Verlag.
- Eco, Umberto, Hrsg. 2012. *Die Geschichte der Schönheit*. dtv Sachbuch, Bd. 34369. 4. Aufl. der ungek. Ausg. 2006. München: Deutscher Taschenbuch-Verlag.
- Elliot, Andrew J., und Daniela Niesta. 2008. Romantic red: red enhances men's attraction to women. *Journal of Personality and Social Psychology* 95:1150–1164.
- Enquist, Magnus, und Anthony Arak. 1994. Symmetry, beauty and evolution. *Nature* 372:169–172.
- Etcoff, Nancy. 2001. *Nur die Schönsten überleben. Die Ästhetik des Menschen*. Kreuzlingen, München: Hugendubel.
- Feingold, Alan. 1988. Matching for attractiveness in romantic partners and same-sex friends: A meta-analysis and theoretical critique. *Psychological Bulletin* 104:226.
- Feingold, Alan. 1992. Good-Looking People Are Not What We Think. *Psychological Bulletin* 111:304–341.
- Felson, Richard B. 1980. Physical attractiveness, grades and teachers' attributions of ability. *Representative Research in Social Psychology*.
- Fletcher, Jason M. 2009. Beauty vs. brains: Early labor market outcomes of high school graduates. *Economics Letters* 105:321–325.
- Fluck, Winfried, und Welf Werner. 2003. *Wie viel Ungleichheit verträgt die Demokratie? Armut und Reichtum in den USA*, Bd. 17. Frankfurt/Main, New York: Campus Verlag.
- Forgas, Joseph P. 1987. The Role of Physical Attractiveness in the Interpretation of Facial Expression Cues. *Personality and Social Psychology Bulletin* 13:478–489.
- Forsythe, Sandra, Mary F. Drake, und Charles E. Cox. 1985. Influence of applicant's dress on interviewer's selection decisions. *Journal of Applied Psychology* 70:374–378.

- French, Michael T., Philip K. Robins, Jenny F. Homer, und Lauren M. Tapsell. 2009. Effects of physical attractiveness, personality, and grooming on academic performance in high school. *Labour Economics* 16:373–382.
- Friedman, Heidi, und Leslie A. Zebrowitz. 1992. The Contribution of Typical Sex Differences in Facial Maturity to Sex Role Stereotypes. *Personality and Social Psychology Bulletin* 18:430–438.
- Frings, Cornelia. 2010. Soziales Vertrauen. Eine Integration der soziologischen und der ökonomischen Vertrauensatheorie. *Soziales Vertrauen*.
- Fuchs-Heinritz, Werner, Hrsg. 2011. *Lexikon zur Soziologie*. 5., überarb. Aufl. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Gael, Sidney. 1988. *The job analysis handbook for business, industry, and government*, Bd. 1. New York: John Wiley & Sons.
- Gangestad, Steven W., und Randy Thornhill. 1997. The evolutionary psychology of extrapair sex: The role of fluctuating asymmetry. *Evolution and Human Behavior* 18:69–88.
- Gillen, B. 1981. Physical Attractiveness: A Determinant of Two Types of Goodness. *Personality and Social Psychology Bulletin* 7:277–281.
- Gilmore, David C., Terry A. Beehr, und Kevin G. Love. 1986. Effects of applicant sex, applicant physical attractiveness, type of rater and type of job on interview decisions. *Journal of Occupational Psychology* 59:103–109.
- Glick, Peter, Sadie Larsen, Cathryn Johnson und Heather Branstiter. 2005. Evaluations of Sexy Women In Low- and High-Status Jobs. *Psychology of Women Quarterly* 29:389–395.
- Goethe, Johann Wolfgang v. 1995. *Die Wahlverwandtschaften. Ein Roman*, H. 185. Ungekürzter Text. Husum/Nordsee: Hamburger-Lesehefte-Verlag.
- Goldstein, Harvey. 1986. Multilevel mixed linear model analysis using iterative generalized least squares. *Biometrika* 73:43–56.
- Gomolla, Mechtild, und Frank-Olaf Radtke. 2009. Institutionelle Diskriminierung. In *Institutionelle Diskriminierung*, 35-58: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

- Gordon, Michael E., Slade, L. Allen, und Neal Schmitt. 1986. The "Science of the Sophomore" Revisited: From Conjecture to Empiricism. *The Academy of Management Review* 11:191–207.
- Gourmelon, Andreas, Hrsg. 2005. *Personalauswahl im öffentlichen Sektor. Verwaltungsressourcen und Verwaltungsstrukturen*, Bd. 4. 1. Aufl. Baden-Baden: Nomos.
- Graf, Patricia, und Sylvia Schmid. 2011. *Organisationsstrukturen und ihr Einfluss auf die Karriereentwicklung von Wissenschaftlerinnen*. In: Dautzenberg, Kirsti, Doris Fay, und Patricia Graf, Hrsg. *Frauen in den Naturwissenschaften: Ansprüche und Widersprüche*, 59-106. Springer-Verlag
- Gräf, Michael. 2012. *Kein einheitliches Phänomen! - der Einfluss von Informationsvalenz, Urteilsdimension und Kontextfaktoren auf die Qualität und Quantität von Halo-Effekten*. Heidelberg.
- Grammer, Karl. 2005. *Signale der Liebe. Die biologischen Gesetze der Partnerschaft*, Bd. 34180. 1. Aufl. München: Deutscher Taschenbuch Verlag.
- Grammer, Karl, Bernhard Fink, Anders P. Møller, und Randy Thornhill. 2003. Darwinian aesthetics: sexual selection and the biology of beauty. *Biological Reviews* 78:385–407.
- Granato, Nadia, und Frank Kalter. 2001. Die Persistenz ethnischer Ungleichheit auf dem deutschen Arbeitsmarkt. *KZfSS Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie* 53:497–520.
- Greitemeyer, Tobias. 2005. Receptivity to sexual offers as a function of sex, socioeconomic status, physical attractiveness, and intimacy of the offer. *Personal Relationships* 12:373–386.
- Grill, Johannes. 2008. *Die strategische Bedeutung des Human Capital und seine Bewertung. Ein Bezugsrahmen zur Evaluation ambitionierter mittlerer Unternehmen*, Bd. 17. Frankfurt/Main [u.a.]: Lang.
- Gründl, Martin. 2007. Attraktivitätsforschung: Auf der Suche nach der Formel der Schönheit. In *Die Macht der Schönheit*. Forum, Hrsg. Cathrin Gutwald und Raimar Zons, 49-70. München: Wilhelm Fink Verlag.
- Gründl, Martin. 2011. *Determinanten physischer Attraktivität – der Einfluss von Durchschnittlichkeit, Symmetrie und sexuellem Dimorphismus auf die Attraktivität von Gesichtern*. Habilitationsschrift. Regensburg.

- Guggenberger, Bernd. 1995. *Einfach schön. Schönheit als soziale Macht*. Hamburg: Rotbuch.
- Hadjistavropoulos, Thomas, und Myles Genest. 1994. The Underestimation of the Role of Physical Attractiveness in Dating Preferences Ignorance or Taboo // The underestimation of the role of physical attractiveness in dating preferences: Ignorance or taboo? *Canadian Journal of Behavioural Science/Revue canadienne des sciences du comportement* 26:298–318.
- Hakim, Catherine. 2011. *Erotisches Kapital. Das Geheimnis erfolgreicher Menschen*. Frankfurt/Main, New York: Campus Verlag.
- Hamermesh, Daniel S. 2011. *Beauty pays. Why attractive people are more successful*. Princeton/ NJ, Oxford: Princeton University Press.
- Hamermesh, Daniel S., und Jeff E. Biddle. 1994. Beauty and the Labor Market. *The American Economic Review* 84:1174–1194.
- Harper, Barry. 2000. Beauty, Stature and the Labour Market: A British Cohort Study. *Oxford Bulletin of Economics and Statistics* 62:771–800.
- Harter, Susan. 1993. The causes and consequences of low self-esteem in children and adolescents. In *Self-esteem. The puzzle of low self-regard*. The Plenum series in social/clinical psychology, Hrsg. Roy F. Baumeister, 87-116. New York: Plenum Press.
- Harter, Susan. 2006. The development of self-esteem. *Self-esteem issues and answers: A sourcebook of current perspectives*:144–150.
- Hassebrauck, Manfred. 1983. Die Beurteilung der physischen Attraktivität: Konsens unter Urteilern? *Zeitschrift für Sozialpsychologie* 14: 152-161.
- Hassebrauck, Manfred, und Beate Küpper. 2002. *Warum wir aufeinander fliegen. Die Gesetze der Partnerwahl*, rororo-Sachbuch Bd. 61347. Orig.-Ausz. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch-Verlag.
- Hassebrauck, Manfred, und Reiner Niketta, Hrsg. 1993. *Physische Attraktivität*. Göttingen, Seattle: Hogrefe Verlag.
- Hatfield, Elaine. 1986. *Mirror, mirror...: The importance of looks in everyday life*. Albany: SUNY Press.

-
- Heilman, Madeline E. 1983. Sex bias in work settings: The Lack of Fit model. *Research in Organizational Behavior* 5: 269-298.
- Heilman, Madeline E., und Lois R. Saruwatari. 1979. When beauty is beastly: The effects of appearance and sex on evaluations of job applicants for managerial and non-managerial jobs. *Organizational Behavior and Human Performance* 23:360–372.
- Heilman, Madeline E., und Melanie H. Stopeck. 1985a. Attractiveness and corporate success: Different causal attributions for males and females. *Journal of Applied Psychology* 70:379–388.
- Heilman, Madeline E., und Melanie H. Stopeck. 1985b. Being attractive, advantage or disadvantage? Performance-based evaluations and recommended personnel actions as a function of appearance, sex, and job type. *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 35:202–215.
- Henss, Ronald. 1987. Zur Beurteilerübereinstimmung bei der Einschätzung der physischen Attraktivität junger und alter Menschen. *Zeitschrift für Sozialpsychologie* 18: 118-130.
- Henss, Ronald. 1992. "Spieglein, Spieglein an der Wand...". *Geschlecht, Alter und physische Attraktivität*. Weinheim: Psychologie-Verlags-Union.
- Henss, Ronald. 1998. *Gesicht und Persönlichkeitseindruck*, Bd. 7. Göttingen: Hogrefe Verlag.
- Henss, Ronald. 2000. Waist-to-hip ratio and female attractiveness. Evidence from photographic stimuli and methodological considerations. *Personality and Individual Differences* 28:501–513.
- Hergovich, Andreas, Hrsg. 2002. *Psychologie der Schönheit. Physische Attraktivität aus wissenschaftlicher Perspektive*. Wien: Wiener Universitätsverlag.
- Hesse, Jürgen, Hans C. Schrader, Karlheinz Tafel, und Maria Schüller. 2002. *Die optimale Bewerbungsstrategie: Bewerbungsunterlagen, Vorstellungsgespräch, Selbstmarketing*. Frankfurt/Main: LIDO.
- Hey, Thomas, und Editha Beitze. 2009. *Kommentar zum AGG*. Frankfurt/Main: Verlag Recht und Wirtschaft.

- Hildebrandt, Katherine A., und Hiram E. Fitzgerald. 1983. The infant's physical attractiveness: Its effect on bonding and attachment. *Infant Mental Health Journal* 4:3–12.
- Hinz, Thomas. 2005. Mehrebenenanalyse. In *Quantitative Methoden der Organisationsforschung*, Bd. 1, Hrsg. Stefan Kühn, Petra Strodtholz und Andreas Taffertshofer. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften: 361-385.
- Holahan, Carole K., und Cookie W. Stephan. 1981. When beauty isn't talent: The influence of physical attractiveness, attitudes toward women, and competence on impression formation. *Sex Roles* 7:867–876.
- Hönekopp, Johannes. 2006. Once More: Is Beauty in the Eye of the Beholder? Relative Contributions of Private and Shared Taste to Judgments of Facial Attractiveness. *Journal of Experimental Psychology: Human Perception and Performance* 32:199–209.
- Hosoda, Megumi, Eugene F. Stone-Romero, und Gwen Coats. 2003. The Effects of Physical Attractiveness on Job-Related Outcomes: A Meta-Analysis of Experimental Studies. *Personnel Psychology* 56:431–462.
- Hoss, Rebecca A., und Judith H. Langlois. 2003. Infants prefer attractive faces. *The development of face processing in infancy and early childhood: Current perspectives*. New York: Nova Science Publishers:27–38.
- Hossiep, Rüdiger, und Sabine Bräutigam. 2006. Personalauswahl und-entwicklung mit dem Bochumer Inventar zur berufsbezogenen Persönlichkeitsbeschreibung (BIP). In *Persönlichkeitsmodelle und Persönlichkeitstests. 15 Persönlichkeitsmodelle für Personalauswahl, Persönlichkeitsentwicklung, Training und Coaching*. Professional Training, Hrsg. Walter Simon. Offenbach: Gabal Verlag: 136-158.
- Hox, Joop J. 2010. *Multilevel analysis. Techniques and applications*. 2. Aufl. New York: Routledge.
- Hox, Joop J., Ita G. G. Kreft, und Piet L. J. Hermkens. 1991. The Analysis of Factorial Surveys. *Sociological Methods & Research* 19:493–510.
- Hox, Joop J. 2002. *Multilevel analysis: Techniques and applications*: Psychology Press.
- Hradil, Stefan. 2012. Soziale Ungleichheit: Grundbegriffe. <http://www.bpb.de/politik/grundfragen/deutsche-verhaeltnisse-eine-sozialkunde/138437/grundbegriffe> (Zugegriffen: 18. Oktober 2013).

- Hradil, Stefan, und Jürgen Schiener. 2001. *Soziale Ungleichheit in Deutschland*: Springer DE.
- Huffcutt, Allen I., Chad H. Van Iddekinge, und Philip L. Roth. 2011. Understanding applicant behavior in employment interviews: A theoretical model of interviewee performance. *The Role of Personality in Human Resource Management (This issue also contains regular papers)* 21:353–367.
- Hurrelmann, Klaus. 2006. *Einführung in die Sozialisationstheorie*. 9., unveränd. Aufl. Weinheim [u.a.]: Beltz.
- Ilkka, Richard J. 1995. Applicant Appearance and Selection Decision Making: Revitalizing Employment Interview Education. *Business Communication Quarterly* 58:11–18.
- Jackson, Linda A. 1983. The Influence of Sex, Physical Attractiveness, Sex Role, and Occupational Sex-Linkage on Perceptions of Occupational Suitability. *Journal of Applied Social Psychology* 13:31–44.
- Jackson, Linda A., John E. Hunter, und Carole N. Hodge. 1995. Physical Attractiveness and Intellectual Competence: A Meta-Analytic Review. *Social Psychology Quarterly* 58:108–122.
- Jasso, Guillermina. 2006. Factorial survey methods for studying beliefs and judgments. *Sociological Methods & Research* 34:334–423.
- Jawahar, I. M., und Jonny Mattsson. 2005. Sexism and Beautyism Effects in Selection as a Function of Self-Monitoring Level of Decision Maker. *The Journal of Applied Psychology* 90:563–573.
- Jegu, Jeremie, Adeline Gallini, Pauline Soler, Jean-Louis Montastruc, und Maryse Lapeyre-Mestre. 2011. Slow-release oral morphine for opioid maintenance treatment: a systematic review. *British Journal of Clinical Pharmacology* 71:832–843.
- Johnson, Kim, und Mary E. Roach-Higgins. 1987. Dress and Physical Attractiveness of Women in Job Interviews. *Clothing and Textiles Research Journal* 5:1–8.
- Johnson, Stefanie K., Kenneth E. Podratz, Robert L. Dipboye, und Ellie Gibbons. 2010. Physical Attractiveness Biases in Ratings of Employment Suitability: Tracking

- Down the “Beauty is Beastly” Effect. *The Journal of Social Psychology* 150:301–318.
- Jones, Doug, und Kim Hill. 1993. Criteria of facial attractiveness in five populations. *Human Nature* 4:271–296.
- Jordan, Ulrich, Birgit Külpp, und Ines Bruckschen. 2012. Die Entscheidung: So treffen Sie sichere Potenzialaussagen. In *Das erfolgreiche Einstellungs-Interview, Potenziale für morgen sicher erkennen und gewinnen*: 139-168. Wiesbaden: Gabler.
- Judge, Timothy A., Daniel M. Cable, und Chad A. Higgins. 2000. The Employment Interview: A Review of Recent Research and Recommendations for Future Research. *Human Resource Management Review* 10:383–406.
- Judge, Timothy A., Charlice Hurst, und Lauren S. Simon. 2009. Does it pay to be smart, attractive, or confident (or all three)? Relationships among general mental ability, physical attractiveness, core self-evaluations, and income. *Journal of Applied Psychology* 94:742.
- Jung, Hans. 2011. *Personalwirtschaft*. 9., aktualisierte und verb. Aufl. München: Oldenbourg.
- Kaas, Leo, und Christian Manger. 2012. Ethnic Discrimination in Germany's Labour Market: A Field Experiment. *German Economic Review* 13:1–20.
- Kaczorowski, Janusz. 1998. *Physical Attractiveness and Economic Success. Dissertation*: McGill University, Montreal.
- Kahlke, Edith, und Victor Schmidt. 2004. *Handbuch Personalauswahl*. Heidelberg: medhochzwei Verlag.
- Kahneman, Daniel. 2012. *Schnelles Denken, langsames Denken*. München: Siedler.
- Kalter, Frank. 2008. Ethnische Ungleichheit auf dem Arbeitsmarkt. In *Arbeitsmarktsoziologie*, 303-332. Wiesbaden: Springer.
- Kanning, Uwe Peter. 1999. *Die Psychologie der Personenbeurteilung*. Göttingen, Seattle: Hogrefe Verlag.
- Kanning, Uwe Peter, Stefan Hofer, und Birgit Schulze Willbrenning. 2004. *Professionelle Personenbeurteilung. Ein Trainingsmanual*. Göttingen, Bern, Toronto, Seattle: Hogrefe Verlag.

- Kanning, Uwe Peter, und Heinz Holling. 2002. *Handbuch personaldiagnostischer Instrumente*. Göttingen: Hogrefe Verlag.
- Kant, Immanuel. 1764. *Beobachtungen über das Gefühl des Schönen und Erhabenen*. Königsberg: Johann Jacob Kanter.
- Kaplan, Robert M. 1978. Is beauty talent? Sex interaction in the attractiveness halo effect. *Sex Roles* 4:195-204.
- Kay, Rosemarie. 1998. *Diskriminierung von Frauen bei der Personalauswahl*. Heidelberg: Springer.
- Kay, Rosemarie. 2008. Gewinnung und Auswahl von Mitarbeiterinnen. In *Chancengleichheit durch Personalpolitik*, Hrsg. Gertraude Krell, 175-194. Wiesbaden: Gabler.
- Kelley, Karl N., Lori B. Nita, und Brittain P. Bandura. 2002. *Evaluating Employee Transgressions: Influence of Attractiveness and Ethical Ideology*. Paper presented at the 14th Annual Convention of the American Psychological Society, New Orleans, LA.
- Kirsch, Alexander. 1995. *Strategien der Selektion und Sozialisation von Führungsnachwuchs*: Deutscher Universitätsverlag.
- Kleebsaur, Carolina. 2007. *Personalauswahl zwischen Anspruch und Wirklichkeit. Wissenschaftliche Personaldiagnostik vs. erfahrungsbasiert-intuitive Urteilsfindung*. München [u.a.]: Hampp.
- Klein, Marcus, und Ulrich Rosar. 2007. Ist Deutschland reif für eine Kanzlerin? Eine experimentelle Untersuchung aus Anlass der Bundestagswahl 2005. In *Die Bundestagswahl 2005*, Hrsg. Frank Brettschneider, Oskar Niedermayer und Bernhard Weißels, 271-291. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Klein, Markus, und Ulrich Rosar. 2005. Physische Attraktivität und Wahlerfolg. Eine empirische Analyse am Beispiel der Wahlkreiskandidaten bei der Bundestagswahl 2002. *Politische Vierteljahresschrift* 46:263-287.
- Klein, Markus, und Ulrich Rosar. 2006. Das Auge hört mit! Der Einfluss der physischen Attraktivität des Lehrpersonals auf die studentische Evaluation von Lehrveranstaltungen – eine empirische Analyse am Beispiel der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät der Universität zu Köln. *Zeitschrift für Soziologie* 35:305–316.

- Klein, Markus, und Ulrich Rosar. 2013. Pretty Politicians: Die physische Attraktivität von Spitzenkandidaten, ihr Einfluss bei Wahlen und die These der Personalisierung des Wahlverhaltens. In *Koalitionen, Kandidaten, Kommunikation*, Hrsg. Thorsten Faas, Kai Arzheimer, Sigrid Roßteutscher, und Bernhard Weßels, 149-170. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Knoll, Leonhard, und Jörg Dotzel. 1996. Personalauswahl in deutschen Unternehmen. Eine empirische Untersuchung. *Personal* 7:348–353.
- Knouse, Stephen. 1994. Impressions of the resume: The effects of applicant education, experience, and impression management. *Journal of Business and Psychology* 9:33-45.
- Knouse, Stephen., Robert Giacalone, und Hinda Pollard. 1988. Impression management in the resume and its cover letter. *Journal of Business and Psychology* 3:242-249.
- Kowner, Rotem. 1995. The effect of physical attractiveness comparison on choice of partners. *The Journal of Social Psychology* 135:153–165.
- Krantz, Murray. 1987. Physical attractiveness and popularity: A predictive study. *Psychological Reports* 60:723–726.
- Krause, Annabelle, Ulf Rinne, und Klaus F. Zimmermann. 2010. *Anonymisierte Bewerbungsverfahren*. IZA Research Report No. 27: Institut zur Zukunft der Arbeit.
- Krause, Annabelle, Ulf Rinne, und Klaus F. Zimmermann. 2012. Anonymous job applications in Europe. *IZA Journal of European Labor Studies* 1:5.
- Krause, Detlef. 2011. Soziale Ungleichheit. In *Lexikon zur Soziologie*, 5., überarb. Aufl, Hrsg. Werner Fuchs-Heinritz. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Kreckel, Reinhard. 1983. Soziale Ungleichheit und Arbeitsmarktsegmentierung. *Soziale Ungleichheiten. Soziale Welt, Sonderband* 2:137–162.
- Krell, Gertraude. 2008. Diversity Management: Chancengleichheit für alle und auch als Wettbewerbsfaktor. In *Chancengleichheit durch Personalpolitik*, Hrsg. Gertraude Krell, 63-80. Wiesbaden: Gabler.
- Kreuscher, Roland. 2000. Lebenslaufanalyse. *Personalwirtschaft*. 27.10:64–68.
- Kriwy, Peter, und Gross, Christiane (Hg.). Klein aber fein!: quantitative empirische Sozialforschung mit kleinen Fallzahlen. Springer-Verlag, 2009.

-
- Krohne, Heinz W., und Michael Hock. 2007. *Psychologische Diagnostik. Grundlagen und Anwendungsfelder*. 1. Aufl. Stuttgart: Kohlhammer.
- Landau, Terry, und Karl Grammer. 1993. *Von Angesicht zu Angesicht: was Gesichter verraten und was sie verbergen*: Spektrum Akademischer Verlag.
- Landy, David, und Harold Sigall. 1974. Beauty is talent: Task evaluation as a function of the performer's physical attractiveness. *Journal of Personality and Social Psychology* 29:299.
- Langer, Wolfgang. 2009. *Mehrebenenanalyse. Eine Einführung für Forschung und Praxis*. 2. Aufl. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Langlois, Judith H., Lisa Kalakanis, Adam J. Rubenstein, Andrea Larson, Monica Hallam, und Monica Smoot. 2000. Maxims or myths of beauty? A meta-analytic and theoretical review. *Psychological Bulletin* 126:390–423.
- Langlois, Judith H., Jean M. Ritter, Rita J. Casey, und Douglas B. Sawin. 1995. Infant attractiveness predicts maternal behaviors and attitudes. *Developmental Psychology* 31:464–472.
- Langlois, Judith H., Jean M. Ritter, Lori A. Roggman, und Lesley S. Vaughn. 1991. Facial diversity and infant preferences for attractive faces. *Developmental Psychology* 27:79–84.
- Langlois, Judith H., und Lori A. Roggman. 1990. Attractive Faces Are Only Average. *Psychological Science* 1:115–121.
- Langlois, Judith H., Lori A. Roggman, Rita J. Casey, Jean M. Ritter, Loretta A. Rieser-Danner, und Vivian Y. Jenkins. 1987. Infant preferences for attractive faces: Rudiments of a stereotype? *Developmental Psychology* 23:363.
- Langlois, Judith H., Lori A. Roggman, und Loretta A. Rieser-Danner. 1990. Infants' differential social responses to attractive and unattractive faces. *Developmental Psychology* 26:153–159.
- Langlois, Judith H., und Cookie Stephan. 1977. The Effects of Physical Attractiveness and Ethnicity on Children's Behavioral Attributions and Peer Preferences. *Child Development* 48:1694–1698.

- Langlois, Judith H., und Lyn E. Styczynski. 1979. The Effects of Physical Attractiveness on the Behavioral Attributions and Peer Preferences of Acquainted Children. *International Journal of Behavioral Development* 2:325–341.
- Lautmann, Rüdiger. 2002. *Soziologie der Sexualität. Erotischer Körper, intimes Handeln und Sexualkultur*. Weinheim: Juventa.
- Lehrke, Sonja, und Reinhold Laessle. 2003. Adipositas. In *Verhaltensmedizin*. Springer-Lehrbuch, Hrsg. Ulrike Ehlert, 497-529. Berlin, Heidelberg: Springer.
- Lerner, Richard M., Mary Delaney, Laura E. Hess, Jasna Jovanovic, und Alexander von Eye. 1990. Early adolescent physical attractiveness and academic competence. *The Journal of Early Adolescence* 10:4–20.
- Locher, Paul, Rhoda Unger, Paula Sociedade, und Janet Wahl. 1993. At first glance: Accessibility of the physical attractiveness stereotype. *Sex Roles* 28:729-743.
- Lutz, Johannes, Christoph J. Kemper, Constanze Beierlein, Jutta Margraf-Stiksrud, und Beatrice Rammstedt. 2013. Konstruktion und Validierung einer Skala zur relativen Messung von physischer Attraktivität mit einem Item. Das Attraktivitätsrating 1 (AR1). *methoden, daten, analysen* 7:209–232.
- Lyons, Christopher J. 2008. Individual perceptions and the social construction of hate crimes: A factorial survey. *The Social Science Journal* 45:107–131.
- Machwirth, Uwe, Heinz Schuler, und Klaus Moser. 1996. Entscheidungsprozesse bei der Analyse von Bewerbungsunterlagen. *Diagnostica* 42:220–241.
- Maisonneuve, Jean, und Marilou Bruchon-Schweitzer. 1999. *Le Corps et la Beauté*, Paris: Presses Universitaires de France.
- Maner, Jon K., Matthew T. Gailliot, David A. Rouby, und Saul L. Miller. 2007. Can't Take My Eyes Off You: Attentional Adhesion to Mates and Rivals. *Journal of Personality and Social Psychology* 93:389–401.
- Maner, Jon K., Douglas T. Kenrick, David V. Becker, Andrew W. Delton, Brian Hofer, Christopher J. Wilbur, und Steven L. Neuberg. 2003. Sexually selective cognition: beauty captures the mind of the beholder. *Journal of Personality and Social Psychology* 85:1107.

- Manke, Thomas. 2008. *Personalauswahlverfahren unter der Lupe. Vom Assessment-Center bis zum Zeugnis*. Norderstedt: Books on Demand.
- Marcus, David K., und Rowland S. Miller. 2003. Sex Differences in Judgments of Physical Attractiveness: A Social Relations Analysis. *Personality and Social Psychology Bulletin* 29:325–335.
- Marlowe, Cynthia M., Sandra L. Schneider, und Carnot E. Nelson. 1996. Gender and Attractiveness Biases in Hiring Decisions: Are More Experienced Managers Less Biased? *Journal of Applied Psychology* 81:11–21.
- Marwick, Arthur. 1988. *Beauty in history. Society, politics, and personal appearance*. London: Thames and Hudson.
- Mazzella, Ronald, und Alan Feingold. 1994. The Effects of Physical Attractiveness, Race, Socioeconomic Status, and Gender of Defendants and Victims on Judgments of Mock Jurors: A Meta-Analysis. *Journal of Applied Social Psychology* 24:1315–1338.
- McArthur, Leslie Z., und Diane S. Berry. 1987. Cross-Cultural Agreement in Perceptions of Babyfaced Adults. *Journal of Cross-Cultural Psychology* 18:165–192.
- McCabe, Viki. 1988. Facial proportions, perceived age, and caregiving. In *Social and Applied Aspects of Perceiving Faces*, Hrsg. Thomas R. Alley, 89-95. Hillsdale: Erlbaum.
- McCrae, Robert R., und Paul T. Costa. 1989. The structure of interpersonal traits: Wiggins's circumplex and the five-factor model. *Journal of Personality and Social Psychology* 56:586–595.
- Mell, Heiko. 1993. Bewerberansprache und Bewerbungsanalyse. In *Handbuch Personalmarketing*, Hrsg. Hans Strutz, 303-324. Wiesbaden: Gabler.
- Menninghaus, Winfried. 2007. *Das Versprechen der Schönheit*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Meulemann, Heiner. 1996. *Werte und Wertewandel: Zur Identität einer geteilten und wieder vereinten Nation*. Weinheim: Juventa.
- Miller, Arthur G. 1970. Role of physical attractiveness in impression formation. *Psychonomic Science* 19:241–243.

-
- Mobius, Markus M., und Tanya S. Rosenblat. 2006. Why Beauty Matters. *The American Economic Review* 96:222–235.
- Morrison, Philip. 1978. On broken symmetries. In *On aesthetics in science*, Hrsg. Judith Wechsler, 55–70. Cambridge/ Mass.: MIT Press.
- Morrow, Paula C., und James C. McElroy. 1984. The impact of physical attractiveness in evaluative contexts. *Basic and Applied Social Psychology* 5:171–182.
- Mueser, Kim T., Barry W. Grau, Steve Sussman, und Alexander J. Rosen. 1984. You're only as pretty as you feel: Facial expression as a determinant of physical attractiveness. *Journal of Personality and Social Psychology* 46:469–478.
- Mulford, Matthew, John Orbell, Catherine Shatto, und Jean Stockard. 1998. Physical Attractiveness, Opportunity, and Success in Everyday Exchange. *American Journal of Sociology* 103:1565–1592.
- Müller, Jana. 2006. *Personalbeurteilung. Kriterien, Bewertungsfehler, Optimierung*. Saarbrücken: Verlag Dr. Müller.
- Müller-Glöge, Rudi, Ulrich Preis, und Ingrid Schmidt. 2010. *Erfurter Kommentar zum Arbeitsrecht*. München: Beck.
- Nachtwei, Jens, Charlotte von Bernstorff, Sebastian Uedelhoven, und Doreen Liebenow. 2013. Segen oder Fluch - Intuition bei Personalauswahlentscheidungen. *Zeitschrift Personalführung* 11:34-41.
- Naumann, Frank. 2006. *Schöne Menschen haben mehr vom Leben. Die geheime Macht der Attraktivität*, Bd. 16338. Orig.-Ausg. Frankfurt am Main: Fischer-Taschenbuch-Verl.
- Nerdinger, Friedemann W., Gerhard Blickle, und Niclas Schaper. 2008. *Arbeits- und Organisationspsychologie*: Springer.
- Nezlek, John B., Michela Schröder-Abé, und Astrid Schütz. 2006. Mehrebenenanalysen in der psychologischen Forschung. *Psychologische Rundschau* 57:213–223.
- Nicklin, Jessica M., und Sylvia G. Roch. 2008. Biases Influencing Recommendation Letter Contents: Physical Attractiveness and Gender 1. *Journal of Applied Social Psychology* 38:3053–3074.

- Nosek, Brian A. et al. 2009.: National differences in gender-science stereotypes predict national sex differences in science and math achievement, in: Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America, 106/2009: 10593-10597.
- Olfert, Klaus. 2003. *Personalwirtschaft*. 10., völlig überarb. und erw. Aufl. Ludwigshafen/Rhein: Kiehl.
- Olson, Ingrid R., und Christy Marshuetz. 2005. Facial attractiveness is appraised in a glance. *Emotion* 5:498–502.
- Osborn, Don R. 1996. Beauty is as Beauty Does?: Makeup and Posture Effects on Physical Attractiveness Judgments 1. *Journal of Applied Social Psychology* 26:31–51.
- Palm, Kerstin. 2010. Die Natur der Schönheit - Reflektionen zur evolutionstheoretischen Attraktivitätsforschung. In *Gendered Bodies in Motion*, Hrsg. Nina Degele, 43-55. Opladen, Farmington Hills/Mich: Budrich UniPress.
- Patry, Marc W. 2008. Attractive but guilty: Deliberation and the physical attractiveness bias. *Psychological Reports* 102:727–733.
- Patzer, Gordon L. 1985. *The physical attractiveness phenomena*. New York: Plenum Press.
- Patzer, Gordon L. 2006. *The power and paradox of physical attractiveness*. Boca Raton/Fla: Brown Walker Press.
- Patzer, Gordon L. 2007. *Why physically attractive people are more successful. The scientific explanation, social consequences, and ethical problems*. Lewiston/N.Y: Edwin Mellen Press.
- Peters, Marianne, Gillian Rhodes, und Leigh W. Simmons. 2007. Contributions of the face and body to overall attractiveness. *Animal Behaviour* 73:937–942.
- Pfann, Gerard A., Jeff E. Biddle, Daniel S. Hamermesh, und Ciska M. Bosman. 2000. Business success and businesses' beauty capital. *Economics Letters* 67:201–207.
- Pfeifer, Christian. 2012. Physical attractiveness, employment and earnings. *Applied Economics Letters* 19:505–510.
- Phelps, Edmund S. 1972. The statistical theory of racism and sexism. *The American Economic Review* 62:659–661.

- Pippal, Martina, und Bernadette Wegenstein. 2009. *Die Arbeit am eigenen Körper*. [Vorträge in der Österreichischen Akademie der Wissenschaften am 11. Juni 2008], Bd. 145. Wien: Picus Verlag.
- Podratz, Kenneth E., und Robert L. Dipboye. 2002. In Search of the “Beauty is Beastly” Effect. Paper presented at the 17th Annual Conference of the Society for Industrial and Organizational Psychology, Toronto, Canada. (Zugegriffen: 20. August 2013).
- Posch, Waltraud. 1999. *Körper machen Leute. Der Kult um die Schönheit*. Frankfurt/Main, New York: Campus Verlag.
- Quereshi, M. Y., und Janet P. Kay. 1986. Physical attractiveness, age, and sex as determinants of reactions to resumes. *Social Behavior and Personality* 14:103–112.
- Ramsey, Jennifer L., und Judith H. Langlois. 2002. Effects of the “Beauty Is Good” Stereotype on Children's Information Processing. *Journal of Experimental Child Psychology* 81:320–340.
- Rastetter, Daniela. 1996. *Personalmarketing, Bewerberauswahl und Arbeitsplatzsuche*. Stuttgart: Enke.
- Raudenbush, Stephen W., und Anthony S. Bryk. 2002. *Hierarchical linear models. Applications and data analysis methods*, Bd. 1. 2nd ed. Thousand Oaks: SAGE Publications.
- Raza, Susan M., und Bruce N. Carpenter. 1987. A model of hiring decisions in real employment interviews. *Journal of Applied Psychology* 72:596–603.
- Reimann, Gerd, Hrsg. 2009. *Moderne Eignungsbeurteilung mit der DIN 33430*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Reis, Harry T., John Nezlek, und Ladd Wheeler. 1980. Physical attractiveness in social interaction. *Journal of Personality and Social Psychology* 38:604.
- Reis, Harry T., Ladd Wheeler, Nancy Spiegel, Michael H. Kernis, John Nezlek, und Michael Perri. 1982. Physical attractiveness in social interaction: II. Why does appearance affect social experience? *Journal of Personality and Social Psychology* 43:979.
- Reis, Harry T., Ilona M. Wilson, Carla Monestere, Stuart Bernstein, Kelly Clark, Edward Seidl, Michelle Franco, Ezia Gioioso, Lori Freeman, und Kimberly Radoane.

1990. What is smiling is beautiful and good. *European Journal of Social Psychology* 20:259–267.
- Rennenkampff, Anke v. 2004. *Aktivierung und Auswirkungen geschlechtsstereotyper Wahrnehmung von Führungskompetenz im Bewerbungskontext*. Dissertation. Mannheim: Universität Mannheim.
- Renz, Ulrich. 2006. *Schönheit. Eine Wissenschaft für sich*. Berlin: Berlin-Verlag.
- Rhodes, Gillian. 2006. The evolutionary psychology of facial beauty. *Annual Review of Psychology* 57:199–226.
- Rhodes, Gillian, und Leslie A. Zebrowitz, Hrsg. 2002. *Facial attractiveness. Evolutionary, cognitive, and social perspectives*. Advances in visual cognition, Bd. 1. Westport, Conn: Ablex.
- Rohrbach, Katharina, und Ulrich Rosar. 2013. Merkel reloaded: Eine experimentelle Untersuchung zur Relevanz von Geschlecht und physischer Attraktivität aus Anlass der Bundestagswahl 2009. In *Koalitionen, Kandidaten, Kommunikation*. Veröffentlichung des Arbeitskreises "Wahlen und politische Einstellungen" der Deutschen Vereinigung für Politische Wissenschaft (DVPW), Hrsg. Thorsten Faas, Kai Arzheimer, Sigrid Roßteutscher und Bernhard Weßels, 79-103. Wiesbaden: Springer Fachmedien.
- Rosar, Ulrich. 2009a. Fabulous Front-Runners. Eine empirische Untersuchung zur Bedeutung der physischen Attraktivität von Spitzenkandidaten für den Wahlerfolg ihrer Parteien. *Politische Vierteljahresschrift* 50:754-773.
- Rosar, Ulrich. 2009b. *Physische Attraktivität und soziale Ungleichheit. Ein Forschungsprogramm*. Unveröffentlichte kumulative Habilitationsschrift. Universität zu Köln.
- Rosar, Ulrich, Jörg Hagenah, und Markus Klein. 2013. Sind Sportreporter die objektiveren Beobachter? *Sportwissenschaft* 43:206-221.
- Rosar, Ulrich, und Markus Klein. 2009a. Front-Runner's Attractiveness and Electoral Success at the European Elections 2004. An Empirical Analysis. Unveröffentlichte Habilitationsschrift Universität zu Köln 2009, Anhang 8.

- Rosar, Ulrich, und Markus Klein. 2009b. Mein(schöner)Prof.de. Die physische Attraktivität des akademischen Lehrpersonals und ihr Einfluss auf die Ergebnisse studentischer Lehrevaluationen. *KZfSS Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie* 61:621–645.
- Rosar, Ulrich, und Markus Klein. 2010. Mein (nach-wie-vor-schöner) Prof.de. *KZfSS Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie* 62:327-342.
- Rosar, Ulrich, Markus Klein, und Tilo Beckers. 2008. The frog pond beauty contest: Physical attractiveness and electoral success of the constituency candidates at the North Rhine-Westphalia state election of 2005. *European Journal of Political Research* 47:64–79.
- Ross, Michael B., und John Salvia. 1975. Attractiveness as a biasing factor in teacher judgments. *American Journal of Mental Deficiency* 80.1:96-98.
- Rossi, Peter H. 1951. *The Application of Latent Structure Analysis to the Study of Social Stratification*. Ph.D. dissertation. Columbia University.
- Rossi, Peter H. 1979. Vignette analysis: uncovering the normative structure of complex judgements. In *Qualitative and quantitative social research: Papers in honor of Paul F. Lazarsfeld*, Hrsg. Robert K.Merton, James S.Coleman, Peter H. Rossi, 176–186. New York: Free Press.
- Rossi, Peter H., und Steven L. Nock. 1982. *Measuring social judgments: The factorial survey approach*. Beverly Hills, CA: Sage Publications.
- Rost, Detlef H. 1993. Attraktive Schulkinder. In *Physische Attraktivität*, Hrsg. Manfred Hassebrauck und Reiner Niketta, 271-306. Göttingen, Seattle: Hogrefe Verlag.
- Roulin, Nicolas, Adrian Bangerter, und Elise Yerly. 2011. The uniqueness effect in selection interviews. *Journal of Personnel Psychology* 10:43.
- Ruck, Nora. 2013. *Schönheit als Zeugnis. Evolutionspsychologische Schönheitsforschung und Geschlechterungleichheit*: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Ruffle, Bradley J., und Ze'ev Shtudiner. 2013. Are Good-Looking People More Employable? *forthcoming in Management Science*.

- Rustemeyer, Ruth, und Sabine Thrien. 1989. Die Managerin—der Manager: Wie weiblich dürfen sie sein, wie männlich müssen sie sein? *Zeitschrift für Arbeits- und Organisationspsychologie* 33.3:108-116.
- Saad, Gad, und Tripat Gill. 2009. Self-ratings of physical attractiveness in a competitive context: When males are more sensitive to self-perceptions than females. *The Journal of Social Psychology* 149:585–599.
- Schein, Virginia E. 1973.: The relationship between sex role stereotypes and requisite management characteristics, in: *Journal of Applied Psychology*, 57/1973, 95-100.
- Schmidt, Frank L., und John E. Hunter. 1998. The validity and utility of selection methods in personnel psychology: Practical and theoretical implications of 85 years of research findings. *Psychological Bulletin* 124:262–274.
- Schneider, Frank, und Gereon R. Fink, Hrsg. 2013. *Funktionelle MRT in Psychiatrie und Neurologie*. 2., überarb. u. aktualisierte Aufl. Berlin: Springer.
- Schniederjürgen, Axel. 2010. *Universitäten Deutschland*, / [Deutscher Hochschulverband. Red.: Axel Schniederjürgen] ; Bd. 1. 18. Ausg. [auf Titelblatt fälschlich 17. Ausg.]. München: Saur.
- Scholz, John Karl, und Kamil Sicinski. 2011. *Facial Attractiveness and Lifetime Earnings: Evidence from a Cohort Study*.
- Schuler, Heinz 2002. *Das Einstellungsinterview: Ein Arbeits- und Trainingsbuch*: Hogrefe.
- Schuler, Heinz. 2000a. Das Rätsel der Merkmals-Methoden-Effekte: Was ist „Potential“ und wie lässt es sich messen? In *Perspektiven der Potentialbeurteilung*. Schriftenreihe Wirtschaftspsychologie, Hrsg. Lutz v. Rosenstiel und Thomas Lang-von Wins, 53-71. Göttingen: Verlag für Angewandte Psychologie.
- Schuler, Heinz. 2000b. *Psychologische Personalauswahl. Einführung in die Berufseignungsdiagnostik*. 3., unveränd. Aufl. Göttingen [u.a.]: Verl. für Angewandte Psychologie.
- Schuler, Heinz, Hrsg. 2006. *Lehrbuch der Personalpsychologie*. 2., überarbeitete und erw. Aufl. Göttingen: Hogrefe.

- Schuler, Heinz. 2010. Noten als Prädiktoren von Studien- und Berufserfolg. In *Handwörterbuch pädagogische Psychologie*. Programm PVU, Psychologie-Verlags-Union, 4., überarb. und erw. Aufl, Hrsg. Detlef H. Rost, 599-606. Weinheim [u.a.]: Beltz.
- Schuler, Heinz, und Walter Berger. 1979. Physische Attraktivität als Determinante von Beurteilung und Einstellungsempfehlung. *Psychologie und Praxis* 23:59–70.
- Schuler, Heinz, und Bernd Marcus. 2006. Biografieorientierte Verfahren der Personalauswahl. In *Lehrbuch der Personalpsychologie*, 2., überarbeitete und erw. Aufl., Hrsg. Heinz Schuler, 189-226. Göttingen: Hogrefe.
- Schwarz, Norbert, und Eva Kurz. 1989. What's in a picture? The impact of face-ism on trait attribution. *European Journal of Social Psychology* 19:311–316.
- Sczesny, Sabine. 2003. A Closer Look Beneath the Surface: Various Facets of the Think-Manager–Think-Male Stereotype. *Sex Roles* 49:353-363.
- Seibt, Hagen, und Martin Kleinmann. 1991. Personalvorauswahl von Bewerbern: Derzeitiger Stand und Alternativen. In *Eignungsdiagnostik in Forschung und Praxis. Psychologische Information für Auswahl, Beratung und Förderung von Mitarbeitern*. Beiträge zur Organisationspsychologie, Bd. 10, Hrsg. Heinz Schuler und Uwe Funke, 174-177. Stuttgart: Verlag für Angewandte Psychologie.
- Sen, Anindya, Marcel-Cristian Voia, und Frances R. Woolley. 2010. *Hot or not: How appearance affects earnings and productivity in academia*. Carleton economic papers 10-07. Ottawa: Carleton University, Department of Economics.
- Senior, Carl. 2003. Beauty in the Brain of the Beholder. *Neuron* 38:525–528.
- Shahani, Comila, Robert L. Dipboye, und Thomas M. Gehrlein. 1993. Attractiveness Bias in the Interview Exploring the Boundaries of an Effect. *Basic and Applied Social Psychology* 14:317–328.
- Shahani-Denning, Comila, und Purvi Dudhat. *Cross-Cultural Implications of Physical Attractiveness Stereotypes in Personnel Selection*.
- Shahani-Denning, Comila, Purvi Dudhat, Roni Tevet, und Nicole Anderoli. 2010. Effect of Physical Attractiveness on Selection Decisions in India and the United States. *International Journal of Management* 27:37–51.

- Shrout, Patrick E., und Joseph L. Fleiss. 1979. Intraclass correlations: uses in assessing rater reliability. *Psychological Bulletin* 86:420.
- Sigall, Harold, und Nancy Ostrove. 1975. Beautiful but dangerous: Effects of offender attractiveness and nature of the crime on juridic judgment. *Journal of Personality and Social Psychology* 31:410–414.
- Singh, Devendra. 1993. Body shape and women's attractiveness. *Human Nature* 4:297–321.
- Singh, Devendra. 1995. Female judgment of male attractiveness and desirability for relationships: role of waist-to-hip ratio and financial status. *Journal of Personality and Social Psychology* 69:1089.
- Singh, Devendra, Barnaby J. Dixson, Tim S. Jessop, Bethan Morgan, und Allan F. Dixson. 2010. Cross-cultural consensus for waist–hip ratio and women's attractiveness. *Evolution and Human Behavior* 31:176–181.
- Slater, Alan, Elizabeth Brown, Charlotte von der Schulenburg, Marion Badenoch, George Butterworth, Sonia Parsons, und Curtis Samuels. 1998. Newborn infants prefer attractive faces. *Infant Behavior and Development* 21:345–354.
- Smith, Stephen M., William D. McIntosh, und Doris G. Bazzini. 1999. Are the Beautiful Good in Hollywood? An Investigation of the Beauty-and-Goodness Stereotype on Film. *Basic and Applied Social Psychology* 21:69–80.
- Snijders, Tom A.B., und Roel J. Bosker. 2012. *Multilevel analysis. An introduction to basic and advanced multilevel modeling*. 2. Auflage. Los Angeles: Sage.
- Solga, Heike, Hrsg. 2009. *Soziale Ungleichheit. Klassische Texte zur Sozialstrukturanalyse*. Campus-Reader. Frankfurt/Main, New York, NY: Campus-Verlag.
- Sparacino, Jack, und Stephen Hansell. 1979. Physical attractiveness and academic performance: Beauty is not always talent. *Journal of Personality* 47:449–469.
- Spence, Michael. 1973. Job market signaling. *The Quarterly Journal of Economics* 87:355–374.
- Spencer, Barbara A., und Stephen G. Taylor. 1988. Effects of facial attractiveness and gender on causal attributions of managerial performance. *Sex Roles* 19:273–285.

- Statistisches Bundesamt. 2011. *Bildung und Kultur: Personal an Hochschulen. Vorläufiges Ergebnis 2012*. Fachserie 11, Reihe 4.4. Wiesbaden: Destatis.
- Steffensmeier, Darrell J., und Robert M. Terry. 1973. Deviance and Respectability: An Observational Study of Reactions to Shoplifting. *Social Forces* 51:417–426.
- Stephan, Cookie W., und Judith H. Langlois. 1984. Baby beautiful: Adult attributions of infant competence as a function of infant attractiveness. *Child Development*:576–585.
- Stopp, Udo. 2004. *Betriebliche Personalwirtschaft. Zeitgemäße Personalwirtschaft - Notwendigkeit für jedes Unternehmen ; mit 105 Wiederholungsfragen*, Bd. 5. 26. Aufl. Renningen-Malmsheim: Expert-Verl.
- Straus, Susan G., Jeffrey A. Miles, und Laurie L. Levesque. 2001. The effects of videoconference, telephone, and face-to-face media on interviewer and applicant judgments in employment interviews. *Journal of Management* 27:363–381.
- Swami, Viren, und Adrian Furnham, Hrsg. 2007. *The Body Beautiful. Evolutionary and Sociocultural Perspectives*. Basingstoke, New York: Palgrave Macmillan.
- Swami, Viren, Jan Smith, Athena Tsiokris, Chrissa Georgiades, Yolanda Sangareau, Martin J. Tovee, und Adrian Furnham. 2007. Male physical attractiveness in Britain and Greece: a cross-cultural study. *The Journal of Social Psychology* 147:15–26.
- Tajfel, Henri. 1982. *Gruppenkonflikt und Vorurteil. Entstehung und Funktion sozialer Stereotype*. Bern: Huber.
- Tews, Michael J., Kathryn Stafford, und Jinfei Zhu. 2009. Beauty Revisited: The impact of attractiveness, ability, and personality in the assessment of employment suitability. *International Journal of Selection and Assessment* 17:92–100.
- Thorndike, Edward L. 1920. A constant error in psychological ratings. *Journal of Applied Psychology* 4:25–29.
- Thornhill, Randy, und Steven W. Gangestad. 1993. Human facial beauty. *Human Nature* 4:237-269.
- Tovee, Martin J., Douglas S. Maisey, Joanne L. Emery, und Piers L. Cornelissen. 1999. Visual cues to female physical attractiveness. *Proceedings. Biological sciences / The Royal Society* 266:211–218.

- Unger, Rhoda K., Marcia Hilderbrand, und Theresa Madar. 1982. Physical Attractiveness and Assumptions about Social Deviance Some Sex-by-Sex Comparisons. *Personality and Social Psychology Bulletin* 8:293–301.
- Universität zu Köln. 2010. *Personalauswahlleitfaden der Universität zu Köln*.
- Vagt, Gerhard. 2000. Äußere Erscheinung: Physische Attraktivität, Konstitution, Körpergröße. In *Determinanten individueller Unterschiede. Themenbereich C, Theorie und Forschung. Serie VIII, Differentielle Psychologie und Persönlichkeitsforschung*. Enzyklopädie der Psychologie, Bd. 4, Hrsg. Manfred Amelang, 595-649. Göttingen: Hogrefe, Verlag für Psychologie.
- Vagt, Gerhard und Werner Majert. 1979. Wer schön ist, ist auch gut? Überprüfung eines Vorurteils. *Psychologische Beiträge* 21:49–61.
- Vagt, Gerhard, Thomas Engelstädter, Nico Schröder, und Clemens Veltrup. 1985. Einflüsse der Schulzugehörigkeit und des Geschlechts auf die Einstellung zu Aussehensfragen. *Psychologische Beiträge* 27.2:277-282.
- Vaillant, Kristina. 2008. Ist Schönheit messbar? 12. Berliner Kolloquium der Gottlieb Daimler- und Karl Benz- Stiftung:1–6.
- Vigil, Jacob M., David C. Geary, und Jennifer Byrd-Craven. 2005. A life history assessment of early childhood sexual abuse in women. *Developmental Psychology* 41:553.
- Wallander, Lisa. 2009. 25 years of factorial surveys in sociology: A review. *Social Science Research* 38:505–520.
- Watkins, Lucy M., und Lucy Johnston. 2000. Screening Job Applicants: The Impact of Physical Attractiveness and Application Quality. *International Journal of Selection and Assessment* 8:76–84.
- Weinert, Ansfried B. 1998. Organisationspsychologie. Ein Lehrbuch. 4., vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage. Weinheim: Beltz.
- Weißhaupt, Michael. 1997. *Impression-Management in Einstellungsinterviews. Effekte verschiedener Selbstdarstellungstaktiken auf die Wahrnehmung und Beurteilung von Personen*. Tübingen: Eberhard-Karls-Universität.
- Welp, I. M., Schwarzmüller, T., & Spörrle, M. (2012). Please mind the gap! Frauen in der Wissenschaft. *Politische Studien*, 63(442):20-26.

-
- Weuster, Arnulf. 2004. *Personalauswahl. Anforderungsprofil, Bewerbersuche, Vorauswahl und Vorstellungsgespräch*. 1. Aufl. Wiesbaden: Gabler.
- Weuster, Arnulf. 2012. *Personalauswahl I. Internationale Forschungsergebnisse zu Anforderungsprofil, Bewerbersuche, Vorauswahl, Vorstellungsgespräch und Referenzen*. Wiesbaden: Gabler Verlag.
- Wick, Alexander. 2005. *Urteiler in der Personalauswahl. Einflüsse persönlicher Vorstellungen über Eignung und Personalauswahl auf Informationsnutzung, Beurteilung und Entscheidung*. 1. Aufl. München, Mering: Hampp.
- Williamson, Laura G., James E. Campion, Stanley B. Malos, Mark V. Roehling, und Michael A. Campion. 1997. Employment interview on trial: Linking interview structure with litigation outcomes. *Journal of Applied Psychology* 82:900.
- Willis, Janine, und Alexander Todorov. 2006. First Impressions. Making Up Your Mind After a 100-Ms Exposure to a Face. *Psychological Science* 17:592–598.
- Wilson, David W. 1978. Helping Behavior and Physical Attractiveness. *The Journal of Social Psychology* 104:313–314.
- Wilson, Midge, Jennifer Crocker, Clifford E. Brown, Debra Johnson, Richard Liotta, und Janet Konat. 1985. The attractive executive: Effects of sex of business associates on attributions of competence and social skills. *Basic and Applied Social Psychology* 6:13–23.
- Wilson, Midge, und John F. Dovidio. 1985. Effects of Perceived Attractiveness and Feminist Orientation on Helping Behavior. *The Journal of Social Psychology* 125:415–420.
- Wilson, Rick K., und Catharine C. Eckel. 2006. Judging a Book by its Cover: Beauty and Expectations in the Trust Game. *Political Research Quarterly* 59:189–202.
- Windolf, Paul. 1990. Strategien der Personalbeschaffung. In *Personal-Management (Loseblattsammlung, Teil IV: Zentrale Schwerpunkte des Personal-Managements, Beitrag 1.1)*, Hrsg. Jürgen Berthel, Horst Groenewald, Landsberg/Lech.
- Winston, Joel S., John O’Doherty, James M. Kilner, David I. Perrett, und Raymond J. Dolan. 2007. Brain systems for assessing facial attractiveness. *Neuropsychologia* 45:195–206.

-
- Wottawa, Heinrich, und Rüdiger Hossiep. 1987. *Grundlagen psychologischer Diagnostik*. Göttingen, Toronto, Zürich: Verlag für Psychologie, Hogrefe.
- Wuensch, Karl L., Rosina C. Chia, Wilbur A. Castellow, Chong-Jen. Chuang, und Bor-Shiuan Cheng. 1993. Effects of Physical Attractiveness, Sex, and Type of Crime on Mock Juror Decisions: A Replication with Chinese Students. *Journal of Cross-Cultural Psychology* 24:414–427.
- Zebrowitz, Leslie A., und Gillian Rhodes. 2004. Sensitivity to “Bad Genes” and the Anomalous Face Overgeneralization Effect: Cue Validity, Cue Utilization, and Accuracy in Judging Intelligence and Health. *Journal of Nonverbal Behavior* 28:167–185.

Anhang

Vignettendesign

Tabelle A1: Vollständiges Design (2*2*2*2*2=64)

Nr.	Ge- schlecht	Attraktiv- tät	Familienstand	Berufssitua- tion	Leis- tung	Berufserfah- rung	De- sign	Kart e
1	weiblich	attraktiv	ledig	arbeitslos	Note 2	1 Jahr	2	1
2	weiblich	attraktiv	ledig	arbeitslos	Note 2	5 Jahre	6	4
3	weiblich	attraktiv	ledig	arbeitslos	Note 1,3	1 Jahr	7	4
4	weiblich	attraktiv	ledig	arbeitslos	Note 1,3	5 Jahre	1	4
5	weiblich	attraktiv	ledig	erwerbstätig	Note 2	1 Jahr	3	3
6	weiblich	attraktiv	ledig	erwerbstätig	Note 2	5 Jahre	4	2
7	weiblich	attraktiv	ledig	erwerbstätig	Note 1,3	1 Jahr	8	1
8	weiblich	attraktiv	ledig	erwerbstätig	Note 1,3	5 Jahre	5	4
9	weiblich	attraktiv	verheiratet+2Kin- der	arbeitslos	Note 2	1 Jahr	8	2
10	weiblich	attraktiv	verheiratet+2Kin- der	arbeitslos	Note 2	5 Jahre	5	2
11	weiblich	attraktiv	verheiratet+2Kin- der	arbeitslos	Note 1,3	1 Jahr	3	8
12	weiblich	attraktiv	verheiratet+2Kin- der	arbeitslos	Note 1,3	5 Jahre	4	4
13	weiblich	attraktiv	verheiratet+2Kin- der	erwerbstätig	Note 2	1 Jahr	7	2
14	weiblich	attraktiv	verheiratet+2Kin- der	erwerbstätig	Note 2	5 Jahre	1	2
15	weiblich	attraktiv	verheiratet+2Kin- der	erwerbstätig	Note 1,3	1 Jahr	2	5
16	weiblich	attraktiv	verheiratet+2Kin- der	erwerbstätig	Note 1,3	5 Jahre	6	2
17	weiblich	unattraktiv	ledig	arbeitslos	Note 2	1 Jahr	5	3
18	weiblich	unattraktiv	ledig	arbeitslos	Note 2	5 Jahre	8	3
19	weiblich	unattraktiv	ledig	arbeitslos	Note 1,3	1 Jahr	4	8
20	weiblich	unattraktiv	ledig	arbeitslos	Note 1,3	5 Jahre	3	4
21	weiblich	unattraktiv	ledig	erwerbstätig	Note 2	1 Jahr	1	3
22	weiblich	unattraktiv	ledig	erwerbstätig	Note 2	5 Jahre	7	3
23	weiblich	unattraktiv	ledig	erwerbstätig	Note 1,3	1 Jahr	6	3
24	weiblich	unattraktiv	ledig	erwerbstätig	Note 1,3	5 Jahre	2	6
25	weiblich	unattraktiv	verheiratet+2Kin- der	arbeitslos	Note 2	1 Jahr	6	8
26	weiblich	unattraktiv	verheiratet+2Kin- der	arbeitslos	Note 2	5 Jahre	2	7
27	weiblich	unattraktiv	verheiratet+2Kin- der	arbeitslos	Note 1,3	1 Jahr	1	8
28	weiblich	unattraktiv	verheiratet+2Kin- der	arbeitslos	Note 1,3	5 Jahre	7	8
29	weiblich	unattraktiv	verheiratet+2Kin- der	erwerbstätig	Note 2	1 Jahr	4	3
30	weiblich	unattraktiv	verheiratet+2Kin- der	erwerbstätig	Note 2	5 Jahre	3	2
31	weiblich	unattraktiv	verheiratet+2Kin- der	erwerbstätig	Note 1,3	1 Jahr	5	8
32	weiblich	unattraktiv	verheiratet+2Kin- der	erwerbstätig	Note 1,3	5 Jahre	8	4
33	männlich	attraktiv	ledig	arbeitslos	Note 2	1 Jahr	1	1
34	männlich	attraktiv	ledig	arbeitslos	Note 2	5 Jahre	7	1

35	männlich	attraktiv	ledig	arbeitslos	Note 1,3	1 Jahr	6	1
36	männlich	attraktiv	ledig	arbeitslos	Note 1,3	5 Jahre	2	4
37	männlich	attraktiv	ledig	erwerbstätig	Note 2	1 Jahr	5	1
38	männlich	attraktiv	ledig	erwerbstätig	Note 2	5 Jahre	8	5
39	männlich	attraktiv	ledig	erwerbstätig	Note 1,3	1 Jahr	4	5
40	männlich	attraktiv	ledig	erwerbstätig	Note 1,3	5 Jahre	3	6
41	männlich	attraktiv	verheiratet+2Kinder	arbeitslos	Note 2	1 Jahr	4	1
42	männlich	attraktiv	verheiratet+2Kinder	arbeitslos	Note 2	5 Jahre	3	7
43	männlich	attraktiv	verheiratet+2Kinder	arbeitslos	Note 1,3	1 Jahr	5	5
44	männlich	attraktiv	verheiratet+2Kinder	arbeitslos	Note 1,3	5 Jahre	8	6
45	männlich	attraktiv	verheiratet+2Kinder	erwerbstätig	Note 2	1 Jahr	6	5
46	männlich	attraktiv	verheiratet+2Kinder	erwerbstätig	Note 2	5 Jahre	2	2
47	männlich	attraktiv	verheiratet+2Kinder	erwerbstätig	Note 1,3	1 Jahr	1	5
48	männlich	attraktiv	verheiratet+2Kinder	erwerbstätig	Note 1,3	5 Jahre	7	5
49	männlich	unattraktiv	ledig	arbeitslos	Note 2	1 Jahr	3	1
50	männlich	unattraktiv	ledig	arbeitslos	Note 2	5 Jahre	4	7
51	männlich	unattraktiv	ledig	arbeitslos	Note 1,3	1 Jahr	8	7
52	männlich	unattraktiv	ledig	arbeitslos	Note 1,3	5 Jahre	5	6
53	männlich	unattraktiv	ledig	erwerbstätig	Note 2	1 Jahr	2	3
54	männlich	unattraktiv	ledig	erwerbstätig	Note 2	5 Jahre	6	6
55	männlich	unattraktiv	ledig	erwerbstätig	Note 1,3	1 Jahr	7	6
56	männlich	unattraktiv	ledig	erwerbstätig	Note 1,3	5 Jahre	1	6
57	männlich	unattraktiv	verheiratet+2Kinder	arbeitslos	Note 2	1 Jahr	7	7
58	männlich	unattraktiv	verheiratet+2Kinder	arbeitslos	Note 2	5 Jahre	1	7
59	männlich	unattraktiv	verheiratet+2Kinder	arbeitslos	Note 1,3	1 Jahr	2	8
60	männlich	unattraktiv	verheiratet+2Kinder	arbeitslos	Note 1,3	5 Jahre	6	7
61	männlich	unattraktiv	verheiratet+2Kinder	erwerbstätig	Note 2	1 Jahr	8	8
62	männlich	unattraktiv	verheiratet+2Kinder	erwerbstätig	Note 2	5 Jahre	5	7
63	männlich	unattraktiv	verheiratet+2Kinder	erwerbstätig	Note 1,3	1 Jahr	3	5
64	männlich	unattraktiv	verheiratet+2Kinder	erwerbstätig	Note 1,3	5 Jahre	4	6

Codierung:

Geschlecht: weiblich =1, männlich =0,; Attraktivität: attraktiv=1, unattraktiv=0; Familienstand: verheiratet+2Kinder=1, ledig=0; Berufssituation: arbeitslos=1, erwerbstätig=0; Leistung: Note 1,3/summa cum laude=1, Note 2/magna cum laude=0; Berufserfahrung: 5 Jahre=1; 1 Jahr=0

Fraktionierte Designs (8*8=64)**Tabelle A2.1: Vignettendeck 1**

De-sign	Karte	Ge-schlecht	Attraktivität	Familien-stand	Berufssitua-tion	Leistung Abschluss-note	Berufserfah-rung
1	1	männlich	attraktiv	ledig	arbeitslos	Note 2	1 Jahr
1	2	weiblich	attraktiv	verheiratet+2 Kinder	erwerbstätig	Note 2	5 Jahre
1	3	weiblich	unattraktiv	ledig	erwerbstätig	Note 2	1 Jahr
1	4	weiblich	attraktiv	ledig	arbeitslos	Note 1,3	5 Jahre
1	5	männlich	attraktiv	verheiratet+2 Kinder	erwerbstätig	Note 1,3	1 Jahr
1	6	männlich	unattraktiv	ledig	erwerbstätig	Note 1,3	5 Jahre
1	7	männlich	unattraktiv	verheiratet+2 Kinder	arbeitslos	Note 2	5 Jahre
1	8	weiblich	unattraktiv	verheiratet+2 Kinder	arbeitslos	Note 1,3	1 Jahr

Tabelle A2.2: Vignettendeck 2

De-sign	Karte	Ge-schlecht	Attraktivität	Familien-stand	Berufssitua-tion	Leistung Abschluss-note	Berufserfah-rung
2	1	weiblich	attraktiv	ledig	arbeitslos	Note 2	1 Jahr
2	2	männlich	attraktiv	verheiratet+2 Kinder	erwerbstätig	Note 2	5 Jahre
2	3	männlich	unattraktiv	ledig	erwerbstätig	Note 2	1 Jahr
2	4	männlich	attraktiv	ledig	arbeitslos	Note 1,3	5 Jahre
2	5	weiblich	attraktiv	verheiratet+2 Kinder	erwerbstätig	Note 1,3	1 Jahr
2	6	weiblich	unattraktiv	ledig	erwerbstätig	Note 1,3	5 Jahre
2	7	weiblich	unattraktiv	verheiratet+2 Kinder	arbeitslos	Note 2	5 Jahre
2	8	männlich	unattraktiv	verheiratet+2 Kinder	arbeitslos	Note 1,3	1 Jahr

Tabelle A2.3: Vignettendeck 3

De-sign	Karte	Ge-schlecht	Attraktivität	Familien-stand	Berufssitua-tion	Leistung Abschluss-note	Berufserfah-rung
3	1	männlich	unattraktiv	ledig	arbeitslos	Note 2	1 Jahr
3	2	weiblich	unattraktiv	verheiratet+2 Kinder	erwerbstätig	Note 2	5 Jahre
3	3	weiblich	attraktiv	ledig	erwerbstätig	Note 2	1 Jahr
3	4	weiblich	unattraktiv	ledig	arbeitslos	Note 1,3	5 Jahre
3	5	männlich	unattraktiv	verheiratet+2 Kinder	erwerbstätig	Note 1,3	1 Jahr
3	6	männlich	attraktiv	ledig	erwerbstätig	Note 1,3	5 Jahre
3	7	männlich	attraktiv	verheiratet+2 Kinder	arbeitslos	Note 2	5 Jahre
3	8	weiblich	attraktiv	verheiratet+2 Kinder	arbeitslos	Note 1,3	1 Jahr

Tabelle A2.4: Vignettendeck 4

De-sign	Karte	Ge-schlecht	Attraktivität	Familien-stand	Berufssitua-tion	Leistung Abschluss-note	Berufserfah-rung
4	1	männlich	attraktiv	verheiratet+2 Kinder	arbeitslos	Note 2	1 Jahr
4	2	weiblich	attraktiv	ledig	erwerbstätig	Note 2	5 Jahre
4	3	weiblich	unattraktiv	verheiratet+2 Kinder	erwerbstätig	Note 2	1 Jahr
4	4	weiblich	attraktiv	verheiratet+2 Kinder	arbeitslos	Note 1,3	5 Jahre
4	5	männlich	attraktiv	ledig	erwerbstätig	Note 1,3	1 Jahr
4	6	männlich	unattraktiv	verheiratet+2 Kinder	erwerbstätig	Note 1,3	5 Jahre
4	7	männlich	unattraktiv	ledig	arbeitslos	Note 2	5 Jahre
4	8	weiblich	unattraktiv	ledig	arbeitslos	Note 1,3	1 Jahr

Tabelle A2.5: Vignettendeck 5

De-sign	Karte	Ge-schlecht	Attraktivität	Familien-stand	Berufssitua-tion	Leistung Abschluss-note	Berufserfah-rung
5	1	männlich	attraktiv	ledig	erwerbstätig	Note 2	1 Jahr
5	2	weiblich	attraktiv	verheiratet+2 Kinder	arbeitslos	Note 2	5 Jahre
5	3	weiblich	unattraktiv	ledig	arbeitslos	Note 2	1 Jahr
5	4	weiblich	attraktiv	ledig	erwerbstätig	Note 1,3	5 Jahre
5	5	männlich	attraktiv	verheiratet+2 Kinder	arbeitslos	Note 1,3	1 Jahr
5	6	männlich	unattraktiv	ledig	arbeitslos	Note 1,3	5 Jahre
5	7	männlich	unattraktiv	verheiratet+2 Kinder	erwerbstätig	Note 2	5 Jahre
5	8	weiblich	unattraktiv	verheiratet+2 Kinder	erwerbstätig	Note 1,3	1 Jahr

Tabelle A2.6: Vignettendeck 6

De-sign	Karte	Ge-schlecht	Attraktivität	Familien-stand	Berufssitua-tion	Leistung Abschluss-note	Berufserfah-rung
6	1	männlich	attraktiv	ledig	arbeitslos	Note 1,3	1 Jahr
6	2	weiblich	attraktiv	verheiratet+2 Kinder	erwerbstätig	Note 1,3	5 Jahre
6	3	weiblich	unattraktiv	ledig	erwerbstätig	Note 1,3	1 Jahr
6	4	weiblich	attraktiv	ledig	arbeitslos	Note 2	5 Jahre
6	5	männlich	attraktiv	verheiratet+2 Kinder	erwerbstätig	Note 2	1 Jahr
6	6	männlich	unattraktiv	ledig	erwerbstätig	Note 2	5 Jahre
6	7	männlich	unattraktiv	verheiratet+2 Kinder	arbeitslos	Note 1,3	5 Jahre
6	8	weiblich	unattraktiv	verheiratet+2 Kinder	arbeitslos	Note 2	1 Jahr

Tabelle A2.7: Vignettendeck 7

De-sign	Karte	Ge-schlecht	Attraktivität	Familien-stand	Berufssitua-tion	Leistung Abschluss-note	Berufserfah-rung
7	1	männlich	attraktiv	ledig	arbeitslos	Note 2	5 Jahre
7	2	weiblich	attraktiv	verheiratet+2 Kinder	erwerbstätig	Note 2	1 Jahr
7	3	weiblich	unattraktiv	ledig	erwerbstätig	Note 2	5 Jahre
7	4	weiblich	attraktiv	ledig	arbeitslos	Note 1,3	1 Jahr
7	5	männlich	attraktiv	verheiratet+2 Kinder	erwerbstätig	Note 1,3	5 Jahre
7	6	männlich	unattraktiv	ledig	erwerbstätig	Note 1,3	1 Jahr
7	7	männlich	unattraktiv	verheiratet+2 Kinder	arbeitslos	Note 2	1 Jahr
7	8	weiblich	unattraktiv	verheiratet+2 Kinder	arbeitslos	Note 1,3	5 Jahre

Tabelle A2.8: Vignettendeck 8

De-sign	Karte	Ge-schlecht	Attraktivität	Familien-stand	Berufssitua-tion	Leistung Abschluss-note	Berufserfah-rung
8	1	weiblich	attraktiv	ledig	erwerbstätig	Note 1,3	1 Jahr
8	2	weiblich	attraktiv	verheira-tet+2Kinder	arbeitslos	Note 2	1 Jahr
8	3	weiblich	unattraktiv	ledig	arbeitslos	Note 2	5 Jahre
8	4	weiblich	unattraktiv	verheira-tet+2Kinder	erwerbstätig	Note 1,3	5 Jahre
8	5	männlich	attraktiv	ledig	erwerbstätig	Note 2	5 Jahre
8	6	männlich	attraktiv	verheira-tet+2Kinder	arbeitslos	Note 1,3	5 Jahre
8	7	männlich	unattraktiv	ledig	arbeitslos	Note 1,3	1 Jahr
8	8	männlich	unattraktiv	verheira-tet+2Kinder	erwerbstätig	Note 2	1 Jahr

Empirische Analysen: Zusatztabelle

Kapitel 9.3:

Tabelle A3: Schrittweise Einführung der Interaktionen für beauty-is-beastly

	Modell 1	Modell 2	Modell 3	Modell 4	Modell 5	Modell 6
Bewerbermerkmale Vignetten						
attraktiv	.232 *** (.038)	.271 *** (.054)	.271 *** (.054)	.232 *** (.038)	.254 *** (.042)	.287 *** (.076)
Interaktion Attraktiv*Frau		-.077 (.076)				-.031 (.108)
Interaktion Attraktiv*Projektleiter			-.079 (.076)			-.033 (.109)
weiblich	.295 *** (.038)	.333 *** (.054)	.295 *** (.038)	.282 *** (.054)	.317 *** (.042)	.298 *** (.076)
Interaktion Frau*Projektleiter				.026 (.076)		.072 (.109)
Interaktion Attraktiv*Frau*Projektleiter					-.088 (.077)	-.092 (.154)
verheiratet + 2 Kinder	.090 ** (.038)	.090 ** (.038)	.090 ** (.038)	.090 ** (.038)	.090 ** (.038)	.090 ** (.038)
arbeitslos	-.481 *** (.038)	-.481 *** (.038)	-.481 *** (.038)	-.481 *** (.038)	-.481 *** (.038)	-.481 *** (.038)
Leistung: Abschlussnote 1.3/summa cum laude	.549 *** (.038)	.549 *** (.038)	.549 *** (.038)	.549 *** (.038)	.549 *** (.038)	.549 *** (.038)
Berufserfahrung 5 Jahre	.534 *** (.038)	.534 *** (.038)	.534 *** (.038)	.534 *** (.038)	.535 *** (.038)	.535 *** (.038)
Konstante	5.691 ** * (.050)	5.672 *** (.054)	5.691 *** (.050)	5.691 *** (.050)	5.680 *** (.051)	5.671 *** (.054)
N-Vignettenebene	4.608	4.608	4.608	4.608	4.608	4.608
R ²	.140	.140	.140	.140	.140	.141
N-Befragtebene	576	576	576	576	576	576

Standardfehler in Klammern; Signifikanzniveaus: *** p < .01, ** p < .05, * p < .1

Tabelle A4: Mehrebenenanalyse getrennt nach Stellenform für Vignetteninteraktion Attraktivität und Geschlecht

	Modell 1	Modell 2	Modell 3	Modell 4	Modell 5	Modell 6
Bewerbermerkmale Vignetten	Beide Stellenformen		Wiss. Mitarbeiter		Projektleiter	
attraktiv	.232 ***	.271 ***	.271 ***	.290 ***	.192 ***	.257 ** *
	(.038)	(.054)	(.054)	(.077)	(.054)	(.076)
weiblich	.295 ***	.333 ***	.282 ***	.300 ***	.308 ***	.373 ** *
	(.038)	(.054)	(.054)	(.077)	(.054)	(.076)
Interaktion Attraktiv*Frau		-.077		-.036		-.130
		(.076)		(.109)		(.108)
verheiratet+2Kinder	.090 **	.090 **	.075	.075	.106 **	.106 **
	(.038)	(.038)	(.054)	(.054)	(.054)	(.054)
arbeitslos	-.481 ***	-.481 ***	-.471 ***	-.471 ***	-.492 ***	-.492 ** *
	(.038)	(.038)	(.054)	(.054)	(.054)	(.054)
Leistung: Abschlussnote 1.3/summa cum laude	.549 ***	.549 ***	.686 ***	.686 ***	.410 ***	.410 ** *
	(.038)	(.038)	(.054)	(.054)	(.054)	(.054)
Berufserfahrung 5 Jahre	.534 ***	.534 ***	.471 ***	.470 ***	.599 ***	.602 ** *
	(.038)	(.038)	(.054)	(.054)	(.054)	(.054)
Konstante	5.691 ***	5.672 ***	5.476 ***	5.467 ***	5.911 ***	5.877 ** *
	(.050)	(.054)	(.072)	(.076)	(.071)	(.076)
N-Vignettenebene	4.608	4.608	2.328	2.328	2.280	2.280
R ²	.140	.140	.151	.151	.136	.137
N-Befragtenebene	576	576	291	291	285	285

Standardfehler in Klammern; Signifikanzniveau: *** p< .01, ** p< .05, * p< .1

Kapitel 9.4 Leistung

Tabelle A5: Mehrebenenanalyse getrennt nach Stellenform für Interaktionen Leistung

	Modell 1	Modell 2	Modell 3	Modell 4
Bewerbermerkmale	Beide Stellenformen		Wiss. Mitarbeiter	Projektleiter
Vignetten				
attraktiv	.232 *** (.038)	.232 *** (.038)	.271 *** (.054)	.192 *** (.054)
weiblich	.295 *** (.038)	.295 *** (.038)	.282 *** (.054)	.308 *** (.054)
verheiratet+2Kinder	.0907 ** (.038)	.0907 ** (.038)	.0756 (.054)	.106 ** (.054)
arbeitslos	-.481 *** (.038)	-.481 *** (.038)	-.471 *** (.054)	-.492 *** (.054)
Leistung: Abschlussnote 1.3/ summa cum laude	.549 *** (.038)	.521 *** (.051)	.669 *** (.069)	.371 *** (.079)
Interaktion BefragterLeistung*Note1.3		.001 (.002)	.000 (.002)	.002 (.003)
Berufserfahrung 5 Jahre	.534 *** (.038)	.534 *** (.038)	.471 *** (.054)	.599 *** (.054)
Konstante	5.691 *** (.050)	5.691 *** (.050)	5.476 *** (.072)	5.911 *** (.071)
N-Vignettenebene	4.608	4.608	2.328	2.280
R ²	.140	.140	.151	.136
N-Befragtenebene	576	576	291	285

Standardfehler in Klammern; Signifikanzniveaus: *** p< .01, ** p< .05, * p< .1

Tabelle A6: Mehrebenenanalyse für Interaktionen Leistung. um Ausreißer bereinigtes Modell

	Modell 1	Modell 2
Bewerbermerkmale Vignetten		
attraktiv	.237 *** (.038)	.237 *** (.038)
weiblich	.295 *** (.038)	.295 *** (.038)
verheiratet+2Kinder	.090 ** (.038)	.090 ** (.038)
arbeitslos	-.489 *** (.038)	-.489 *** (.038)
Leistung: Abschlussnote 1.3/summa cum laude	.553 *** (.038)	.486 *** (.056)
Interaktion BefragterLeistung*Note1.3		.004 (.002)
Berufserfahrung 5 Jahre	.537 *** (.038)	.537 *** (.038)
Konstante	5.690 *** (.051)	5.690 *** (.051)
N-Vignettenebene	4.552	4.552
R ²	.142	.143
N-Befragtenebene	569	569

Standardfehler in Klammern; Signifikanzniveaus: *** p < .01, ** p < .05, * p < .1

Tabelle A7: Mehrebenenanalyse für Interaktionen Personalerfahrung nach wiss. Mitarbeiterzahl. um Ausreißer bereinigtes Modell

Bewerbermerkmale	Modell 1	Modell 2	Modell 3	Modell 4
Vignetten				
attraktiv	.228 *** (.038)	.089 (.151)	.197 ** (.077)	.205 *** (.043)
weiblich	.293 *** (.038)	.290 *** (.039)	.293 *** (.038)	.293 *** (.038)
verheiratet+2Kinder	.094 ** (.038)	.073 * (.039)	.094 ** (.038)	.094 ** (.038)
arbeitslos	-.483 *** (.038)	-.505 *** (.039)	-.483 *** (.038)	-.483 *** (.038)
Leistung: Abschlussnote 1.3/summa cum laude	.547 *** (.038)	.563 *** (.039)	.547 *** (.038)	.547 *** (.038)
Berufserfahrung 5 Jahre	.538 *** (.038)	.530 *** (.039)	.538 *** (.038)	.538 *** (.038)
Interaktion Befragterberufserfahrung*attraktiv		.028 (.027)		
Interaktion BefragterhatPersonal*attraktiv			.041 (.089)	
Interaktion BefragterWissMaAnzahl*attraktiv				.004 (.004)
Konstante	5.695 *** (.050)	5.714 *** (.052)	5.695 *** (.050)	5.695 *** (.050)
N-Vignettenebene	4.592	4.312	4.592	4.592
R2	.140	.145	.140	.141
N-Befragtenebene	574	539	574	574

Standardfehler in Klammern; Signifikanzniveaus: *** p< .01, ** p< .05, * p< .1

Kapitel 9.5 Attraktivität und Geschlecht

Tabelle A8: Mehrebenenanalyse getrennt nach Stellenform für Interaktionen Attraktivität und Geschlecht

	Modell 1	Modell 2	Modell 3	Modell 4	Modell 5	Modell 6	Modell 7
Bewerbermerkmale Vignetten	Beide Stellenformen	Wiss. Mitarbeiter	Projektleiter	Wiss. Mitarbeiter	Projektleiter	Wiss. Mitarbeiter	Projektleiter
attraktiv	.232*** (.038)	.271*** (.054)	.192*** (.053)	.261*** (.060)	.214*** (.060)	.271*** (.056)	.176*** (.056)
weiblich	.245*** (.042)	.231*** (.060)	.260*** (.060)	.282*** (.054)	.308*** (.054)	.281*** (.056)	.292*** (.056)
Interaktion BefragteFrau*Frau	.255*** (.097)	.274* (.140)	.236* (.134)				
Interaktion BefragteFrau*attraktiv				.0589 (.140)	-.106 (.134)		
Interaktion BefragteFrau*attraktiv*Frau						.009 (.156)	.161 (.149)
verheiratet+2Kinder	.090** (.038)	.075 (.054)	.106** (.053)	.075 (.054)	.106** (.054)	.075 (.054)	.106** (.054)
arbeitslos	-.481*** (.038)	-.471*** (.054)	-.492*** (.053)	-.471*** (.054)	-.492*** (.054)	-.471*** (.054)	-.492*** (.054)
Leistung: Abschlussnote 1.3/summa cum laude	.549*** (.038)	.686*** (.054)	.410*** (.053)	.686*** (.054)	.410*** (.054)	.686*** (.054)	.410*** (.054)
Berufserfahrung 5 Jahre	.534*** (.038)	.471*** (.054)	.599*** (.053)	.471*** (.054)	.599*** (.054)	.471*** (.054)	.596*** (.054)
Konstante	5.691*** (.050)	5.476*** (.072)	5.911*** (.071)	5.476*** (.072)	5.911*** (.071)	5.476*** (.072)	5.921*** (.072)
N-Vignettenebene	4.608	2.328	2.280	2.328	2.280	2.328	2.280
R ²	.142	.152	.137	.151	.136	.151	.137
N-Befragtenebene	576	291	285	291	285	291	285

Standardfehler in Klammern; Signifikanzniveaus: *** p < .01, ** p < .05, * p < .1

Kapitel 9.7 Arbeitslosigkeit

Tabelle A9: Mehrebenenanalyse getrennt nach Stellenform für Interaktionen Arbeitslosigkeit

Bewerbermerkmale Vignetten	Modell 1	Modell 2	Modell 3	Modell 4
	Beide Stellenformen		Wiss. Mitarbeiter	Projektleiter
attraktiv	.232 *** (.038)	.232 *** (.038)	.271 *** (.054)	.192 *** (.053)
weiblich	.295 *** (.038)	.295 *** (.038)	.282 *** (.054)	.308 *** (.053)
verheiratet+2Kinder	.090 ** (.038)	.090 ** (.038)	.075 (.054)	.106 ** (.053)
arbeitslos	-.481 *** (.038)	-.575 *** (.044)	-.572 *** (.063)	-.578 *** (.061)
Interaktion Befragterwararbeitslos*arbeitslos		.362 *** (.0875)	.369 *** (.122)	.353 *** (.126)
Leistung: Abschlussnote 1.3/summa cum laude	.549 *** (.038)	.549 *** (.038)	.686 *** (.054)	.410 *** (.053)
Berufserfahrung 5 Jahre	.534 *** (.038)	.534 *** (.038)	.471 *** (.054)	.599 *** (.053)
Konstante	5.691 *** (.050)	5.691 *** (.050)	5.476 *** (.072)	5.911 *** (.071)
N-Vignettenebene	4.608	4.608	2.328	2.280
R ²	.140	.144	.155	.139
N-Befragtenebene	576	576	291	285

Standardfehler in Klammern; Signifikanzniveaus: *** p< .01, ** p< .05, * p< .1

Tabelle A10: Mehrebenenanalyse getrennt nach Stellenformen für Interaktion Arbeitslosigkeitsdauer

	Modell 1	Modell 2	Modell 3	Modell 4
Bewerbermerkmale Vignetten	Beide Stellenformen		Wiss. Mitarbeiter	Projektleiter
attraktiv	.232 *** (.038)	.232 *** (.038)	.271 *** (.054)	.192 *** (.053)
weiblich	.295 *** (.038)	.295 *** (.038)	.282 *** (.054)	.308 *** (.053)
verheiratet+2Kinder	.090 ** (.038)	.090 ** (.038)	.075 (.054)	.106 ** (.053)
arbeitslos	-.481 *** (.038)	-.540 *** (.040)	-.535 *** (.058)	-.548 *** (.055)
Interaktion BefragterArbeitslosdauer*arbeitslos		.019 *** (.003)	.021 *** (.006)	.018 *** (.004)
Leistung: Abschlussnote 1.3/summa cum laude	.549 *** (.038)	.549 *** (.038)	.686 *** (.054)	.410 *** (.053)
Berufserfahrung 5 Jahre	.534 *** (.038)	.534 *** (.038)	.471 *** (.054)	.599 *** (.053)
Konstante	5.691 *** (.050)	5.691 *** (.050)	5.476 *** (.071)	5.911 *** (.071)
N-Vignettenebene	4.608	4.608	2.328	2.280
R ²	.140	.145	.155	.142
N-Befragtenebene	576	576	291	285

Standardfehler in Klammern; Signifikanzniveaus: *** p< .01, ** p< .05, * p< .1

Zusatztabellen Daten

Tabelle A11: Familienstand der Befragten

Familienstand	Anzahl.	Prozent
Ich bin verheiratet	441	76.6
Ich lebe in einer eingetragenen Lebenspartnerschaft	3	0.5
Ich bin verwitwet	9	1.6
Ich bin verwitwet. habe aber einen festen Lebenspartner	1	0.2
Ich bin geschieden	9	1.6
Ich bin geschieden. habe aber einen festen Lebenspartner	22	3.8
Ich lebe in Trennung	5	0.9
Ich lebe in Trennung. habe aber einen festen Lebenspartner	7	1.2
Ich bin ledig	34	5.9
Ich bin ledig. habe aber einen festen Lebenspartner	45	7.8
Total	576	100

Lebenslauf

Name: Joël Binckli

Studium: 04/2000-07/2007 Magister der Soziologie, Psychologie, Mittlere und Neuere Geschichte, Universität zu Köln

08/2004 - 04/2005 Auslandsstudium an der Università di Bologna. Italien

08/2003 - 10/2003 Auslandsstudium an der Universiteit Utrecht. Niederlande

Auszeichnungen: 12/2007 Endrunde David-Kopf-Preis für die beste praxisrelevante wirtschaftswissenschaftliche Diplom/Masterarbeit des Jahres 2007

Beruflicher Werdegang:

Seit 10/2009 wissenschaftlicher Mitarbeiter und Geschäftsführer des Institutes für Soziologie und Sozialpsychologie (ISS), Universität zu Köln.

Zugleich Geschäftsführer der gemeinsamen Fachbibliothek Soziologie der WISO-Fakultät und der Universitäts- und Stadtbibliothek der Universität zu Köln (seit 01/2014).

Zugleich Leiter des Lehrevaluationszentrums der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät der Universität zu Köln (seit 04/2013).

Zugleich Koordinator des Preises der Fritz Thyssen Stiftung für sozialwissenschaftliche Aufsätze (seit 01/2012).

Zugleich administrativer Programmdirektor des Master-Studiengangs "Sociology and Social Research" (seit 12/2009).

08/2007 – 09/2009 Wissenschaftlicher Mitarbeiter am GESIS - Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften Köln (bis 2007 Zentralarchiv für empirische Sozialforschung an der Universität zu Köln). Projektkoordinator: „Digitalisierung und Dokumentation sozialwissenschaftlicher Umfragedaten“.

Erklärung des Verfassers

„Ich erkläre hiermit, dass ich die vorliegende Arbeit ohne Hilfe Dritter und ohne Benutzung anderer als der angegebenen Hilfsmittel angefertigt habe; die aus fremden Quellen (einschließlich des Internets) direkt oder indirekt übernommenen Gedanken sind als solche kenntlich gemacht. Die Arbeit wurde bisher in gleicher oder ähnlicher Form keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt.“

(Köln, 13.09.2014)

Joël Binckli