Transparenz schadet nie?
Zur Auswirkung von transparenten Anforderungsdimension auf die Kriteriumsvalidität von ACs

Dr. Pia Ingold

Abteilung Arbeits- und Organisationspsychologie

Universität Zürich

Einbettung der Studie

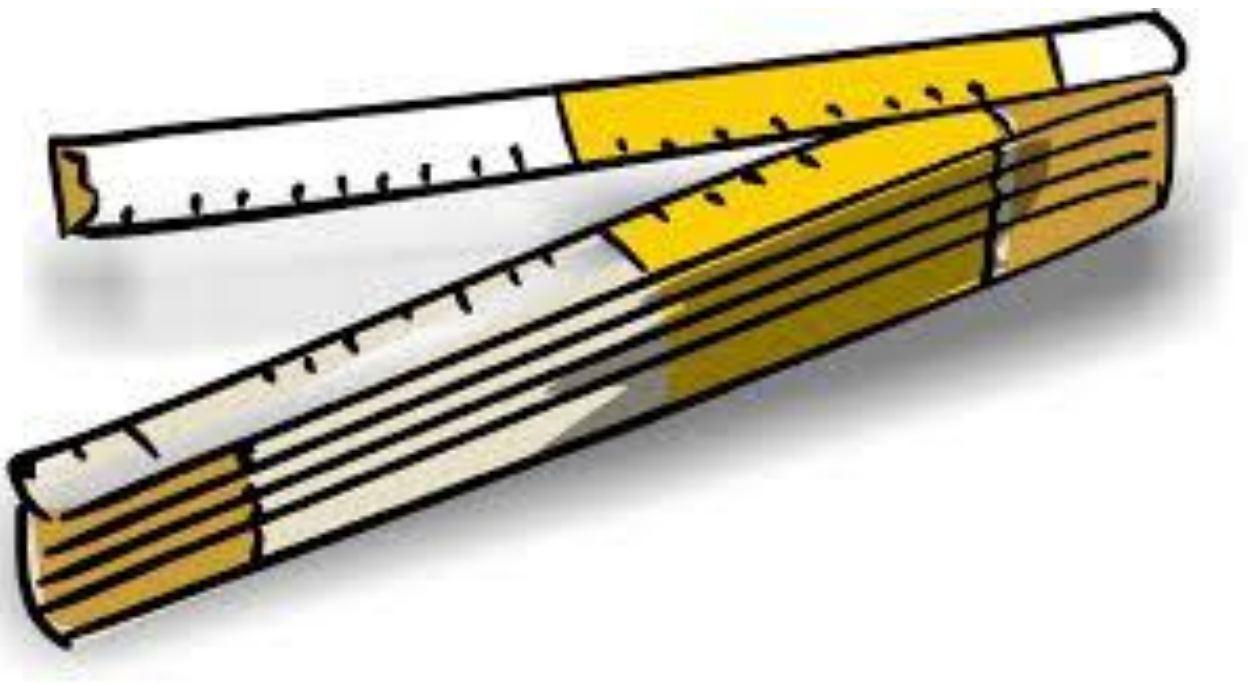
- Projektförderung vom Schweizer Nationalfonds
- Koautoren:

Prof. Dr. Martin Kleinmann — Universität Zürich[UZH]

Prof. Dr. Cornelius König — Universität des Saarlandes

Prof. Dr. Klaus Melchers — ulm university universität uulm

Massstab für ACs



Kriteriumsvalidität

als AC-Anwender: Kriteriumsvalidität des ACs

= Wie gut sagt das AC die berufliche Leistung vorher?

- Verkaufsargument respektive Begründung für Einsatz

Was sagt die Forschung?

1. Kriteriumsvalidität von ACs abnehmend im Zeitverlauf

▪ AT & T Studie	**1966** (Bray & Grant)	**r = .46**
▪ Metaanalysen	**1987** (Thornton et al.,)	ρ = **.37**
	2007 (Hermelin et al.)	ρ = **.28**
	2007 (Hardison & Sackett)	ρ = **.26**

2. Dimensionstransparenz in ACs **zunehmend**

Transparenz	**1997** (Spychalski et al.)	**23%**
	2009 (Thornton & Krause)	**43%**

Was sagt die Forschung?

1. Kriteriumsvalidität von ACs **abnehmend** im Zeitverlauf
   - AT & T Studie **1966** (Bray, & Grant) r = **.46**
   - Metaanalysen **1982** (Thornton et al.) ρ = **.37**
     2007 (Hermelin, Lievens et al.) ρ = **.28**
     2007 (Hardison & Sackett) ρ = **.26**
2. Dimensionstransparenz in ACs **zunehmend**
   - Transparenz **1997** (Spychalski, Quiñones et al.) **23%**
     2009 (Thornton & Krause) **43%**

Kritvalidität

Transparenz

Ausgangspunkt für Studie zu praktisch relevanten Auswirkungen von Dimensionstransparenz

Welche Auswirkungen hat die Dimensionstransparenz auf das AC?

1) Welche Auswirkungen hat die Transparenz auf die **Kriteriumsvalidität**?
2) Welche Auswirkungen hat die Transparenz auf das **Verhalten von AC-Teilnehmern**?
3) Nehmen Kandidaten in transparenten ACs eine **grössere Möglichkeit, ihre Leistung** zu zeigen, wahr ?

→Praktische Implikationen für zukünftige Konstruktion von ACs

Dimensionstransparenz in ACs

ACs unterscheiden sich bezüglich ihrer Dimensionstransparenz (Krause & Gebert, 2003)

intransparent

Keine Informationen zu gemessenen Dimensionen für AC-Kandidaten

transparent

Detaillierte Informationen zu gemessenen Dimensionen für Kandidaten vor jeder Übung

Kontinuum

Vergleich AC - Arbeitssituation

Bei der Arbeit:

Mitarbeiter *wissen* oftmals *nicht*, nach welchen Kriterien ihre Leistung beurteilt wird

Im AC:

a) intransparentes AC: *wissen nicht*, nach welchen Kriterien ihre Leistung beurteilt wird

b) transparentes AC: *wissen*, nach welchen Kriterien ihre Leistung beurteilt wird

Auswirkungen der Transparenz auf die Kriteriumsvalidität

Kontroverse bezüglich der Auswirkung der Transparenz auf die Kriteriumsvalidität:

Transparenz reduziert Unsicherheit, gleicht Chancen an

→positiver Effekt
(Dodd, 1977; Maurer et al., 2008)

vs.

Transparenz verringert Ähnlichkeit AC- und Jobsituation

→negativer Effekt (Klehe et al. 2008; Kleinmann, 1997; Smith-Jentsch, 2007)

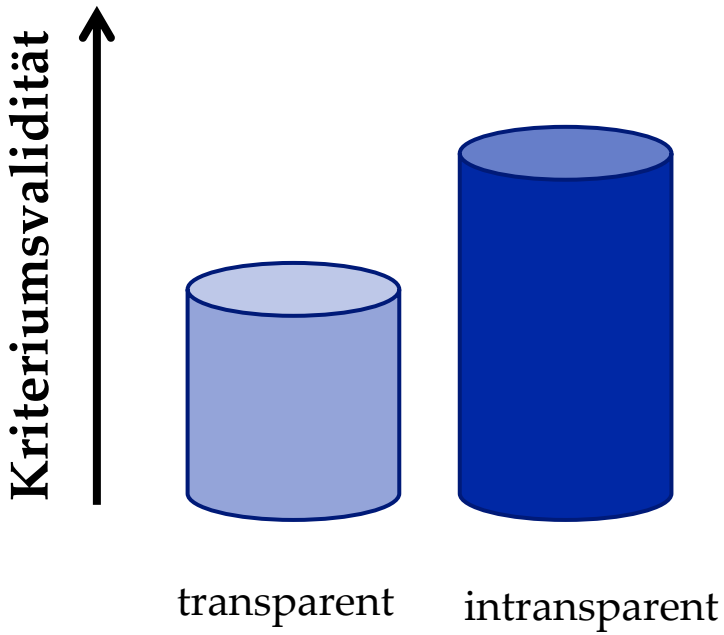
Exkurs: Relevanz von ATIC

ATIC = Fähigkeit, Anforderungsdimensionen zu erkennen (s. Kleinmann et al. 2011 für einen Überblick)

- Personen unterscheiden sich bezüglich ihrer Fähigkeit, Dimensionen im AC zu erkennen (wenn Dimensionen nicht transparent sind).
- Diese Fähigkeit trägt zu einer höheren AC-Leistung bei und trägt ebenfalls zu einer höheren beruflichen Leistung bei.
- Wenn ein Verfahren Dimensionen transparent macht, spielt diese Fähigkeit keine Rolle mehr → Kriteriumsvalidität sinkt

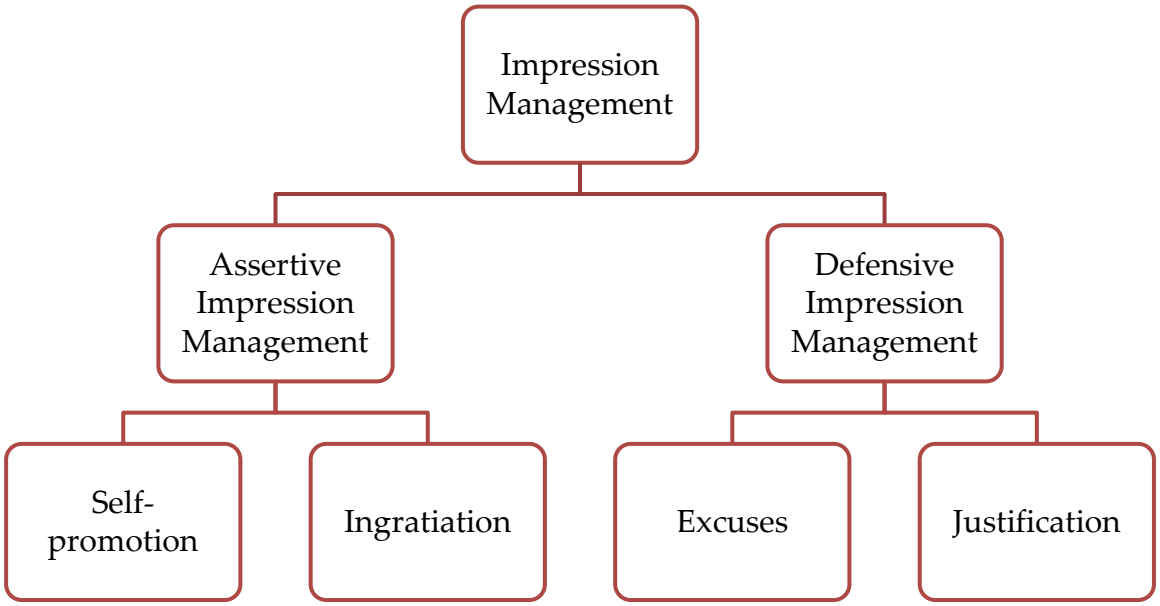
Hypothese 1

Intransparente ACs sind kriteriumsvalider als transparente ACs (mit detaillierten Dimensionsinformationen).



Verhalten von Kandidaten in ACs

Kandidaten in ACs wenden Impression Management an, um besser dazustehen.



→ Positive Auswirkung auf Beurteilung des Kandidaten im AC möglich (Klehe, Kleinmann, Niess, & Grazi 2014; McFarland et al., 2003, 2005)

Verhalten von Kandidaten in ACs

Kandidaten in ACs wenden Impression Management an

→Positive Auswirkung auf AC-Leistung möglich
(Klehe, et al., 2014; McFarland et al., 2003, 2005)

Kontroverse bzgl. **Auswirkung auf Selektionsentscheidung**:

a) *negativ*: Impression Management verzerrt Selektionsentscheidungen (e.g., Anderson, 1991; McFarland, Ryan, & Kriska, 2002)
b) *positiv*: IM in Selektionsverfahren auch im Job von Vorteil
(e.g., Ellis et al., 2002; Kleinmann & Klehe, 2011)

Impression Management

Was verändert sich in Bezug auf das Impression Management, wenn Kandidaten Informationen zu den bewerteten Dimensionen erhalten?

Transparenz und Self-Promotion

Self-Promotion:

Ich bin eine sehr kreative Person, ich liebe es, querzudenken und andere bewundern meine Kreativität.

Transparenz und Self-Promotion

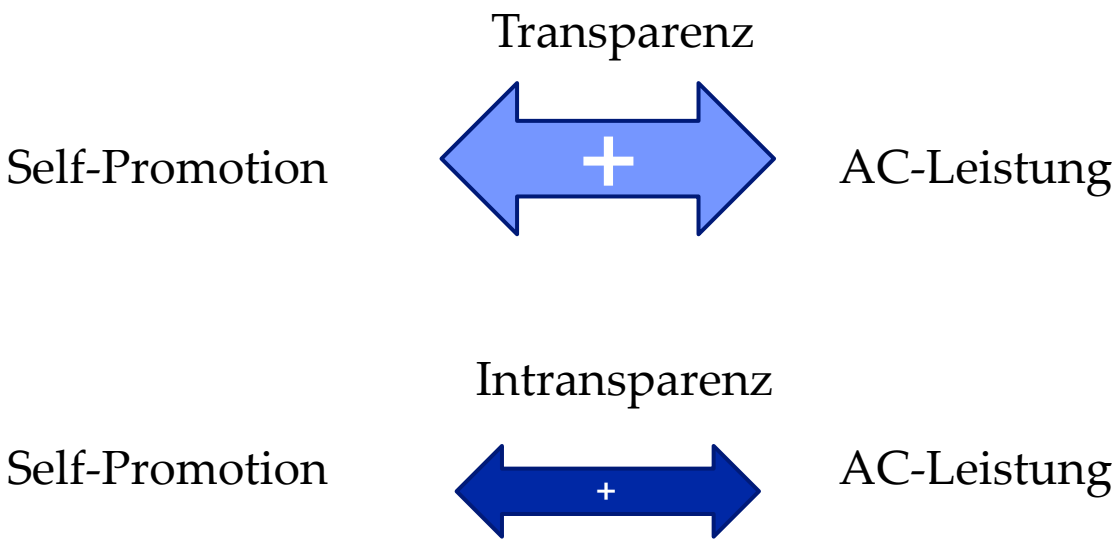
Ich bin sehr durchsetzungsstark, es ist mir ein leichtes, Gruppenentscheidungen zu beeinflussen und meine eigenen Interessen durchzusetzen.

Transparenz ermöglicht es AC-Teilnehmern, ihre Self-Promotion-Äusserungen auf die Dimensionen zuzuschneiden

→ erhöhte Aufmerksamkeit der Assessoren in Bezug auf die Qualitäten der AC-Teilnehmer auf den AC-Dimensionen
→ engerer Zusammenhang von Self-Promotion und AC-Leistung

Hypothese 2

Der Zusammenhang zwischen Self-Promotion und AC-Leistung in der transparenten Bedingung ist höher als in der intransparenten Bedingung.



Auswirkung der Transparenz auf den Zusammenhang zwischen Self-Promotion und beruflicher Leistung

- Transparenz ermöglicht Anpassung von Self-Promotion an AC- Dimensionen
- Bei der Arbeit liegen Beschäftigten keine vergleichbaren Informationen vor, die eine Anpassung der Self-Promotion ermöglichen
  - Atypische Self-Promotion im transparenten AC = Verzerrung, die nicht mit beruflicher Leistung zusammenhängt
- In der intransparenten Bedingung liegen Kandidaten keine Dimensionsinformationen vor → typische Self-Promotion, auch bei der Arbeit ohne Informationen zu Bewertungskriterien
  - Typische Self-Promotion im intransparenten AC = keine Verzerrung, sondern Gemeinsamkeit von AC-Leistung und beruflicher Leistung

Hypothese 3

Self-Promotion in intransparenten ACs wird positiver mit beruflicher Leistung zusammenhängen als Self-Promotion in transparenten ACs.

Transparenz

Self-Promotion ⟷ berufliche Leistung

Intransparenz

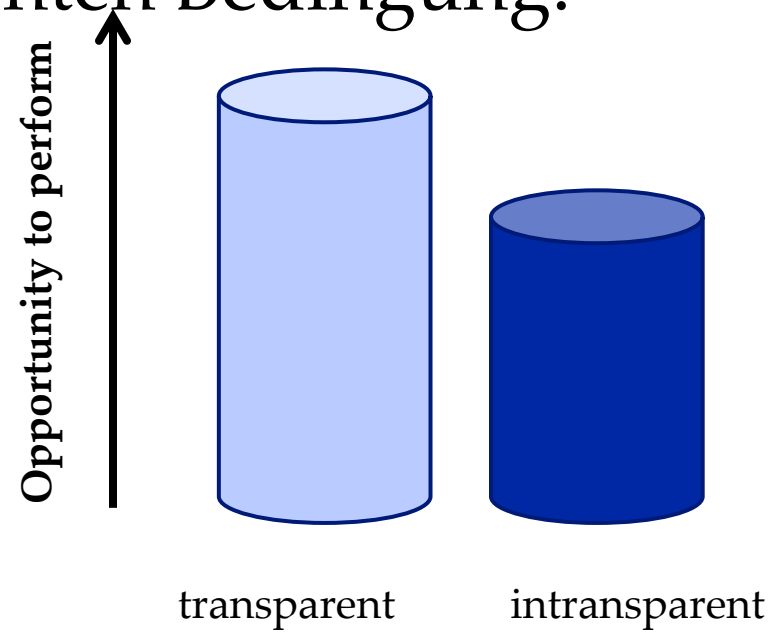
Self-Promotion ⟷ (+) berufliche Leistung

Fairnesswahrnehmung der Bewerber

- beeinflusst Bewerberreaktionen
- zentrale Komponente von Fairnesswahrnehmungen ist die Möglichkeit, Leistung zu zeigen (opportunity to perform, OTP, Schleicher et al., 2006)
- Was hat die Transparenz für eine Auswirkung auf die Wahrnehmung von OTP?
  - Wissen um Dimensionen ermöglicht es Kandidaten, ihre Fähigkeiten und Qualitäten stärker zu demonstrieren

Hypothese 4

Die wahrgenommene Möglichkeit für AC-Teilnehmer, ihre Leistung zu zeigen, ist in der transparenten Bedingung höher als in der intransparenten Bedingung.



Datenerhebung

Setting

Simulierte ACs für Absolventen Schweizer Universitäten und Fachhochschulen, die bereits berufstätig sind

- Eintägiges AC mit diversen Übungen und geschulten Beobachtern
- Ausführliches Feedback am Tagesende für zukünftige Bewerbungen

AC-Teilnehmer

- 197 Teilnehmer; 106 Männer and 91 Frauen, Durchschnittsalter 28.50 Jahre, knapp 3 Jahre berufstätig
- Diverse Branchen, Schwerpunkt Bildung/Forschung
  - 40% research and education sector
  - 9 % in the banking and insurance sector
  - 7% in the industrial sector
  - 6% in the service sector
  - 6% in the media and communication sector
  - 5% in the public sector
  - 4% in health services
  - 4% in the traffic and transport sector
  - 2% in sales and distribution
  - 12% in another (non-specified) sector

Ablauf: Between-Subjects-Design

Zufallszuweisung von Kandidaten zu einem AC in zwei Bedingungen:

entweder zur intransparenten Bedingung

oder zur transparenten Bedingung

AC identisch bis auf Transparenzmanipulation:

keine Informationen zu gemessenen Dimensionen für Kandidaten

Informationen zu gemessenen Dimensionen vor jeder Übung

Ablauf

FragebogenTeilnehmer
- Self-Promotion
- Opportunity to perform

Assessoren beurteilen AC-Leistung

Vorgesetzte beurteilen berufliche Leistung online.

Voranalysen

A. Manipulationscheck: Höhere Werte bei der korrekten Identifizierung von Dimensionen in der transparenten Bedingung im Vergleich zur intransparenten Bedingung.

(M= 6.77, SD= 1.40) (M= 8.95, SD= 1.76)

$t(173.44) = 9.43$, $p < .001$ ✓

B. Stichprobe in **intransparenten** ACs ≈ ? Stichprobe in transparenten ACs

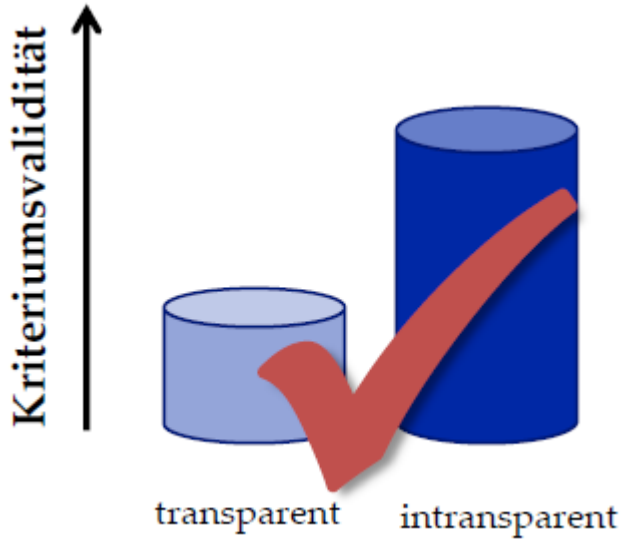
Vergleichbar in Bezug auf Intelligenz, Arbeitserfahrung und berufliche Leistungsbeurteilung vom Vorgesetzen (t-test for independent samples, all $ts < 1.03$) ✓

Hypothese 1

Intransparente ACs sind kriteriumsvalider als transparente ACs (mit detaillierten Dimensionsinformationen).

Transparent Nontransparent

Analytical skills
Organizing & planning
Consideration of others
Persuasion
Presentation skills
Mean validity



✓ $t(8) = 3.84^{**}$, $p < 0.01$

Hypothese 2

Der Zusammenhang zwischen Self-Promotion und AC-Leistung in der transparenten Bedingung ist höher als in der intransparenten Bedingung. ✓

Transparenz

Self-Promotion ⟷ **r = .26** ⟷ AC-Leistung

✓ ($Z = 1.90^*$, $p < 0.05$)

Intransparenz

Self-Promotion ⟷ **r = -.01** ⟷ AC-Leistung

Hypothese 3

Self-Promotion in intransparenten ACs wird positiver mit beruflicher Leistung zusammenhängen als Self-Promotion in transparenten ACs. ✓

Transparenz

Self-Promotion ← $r = -.20$ → berufliche Leistung

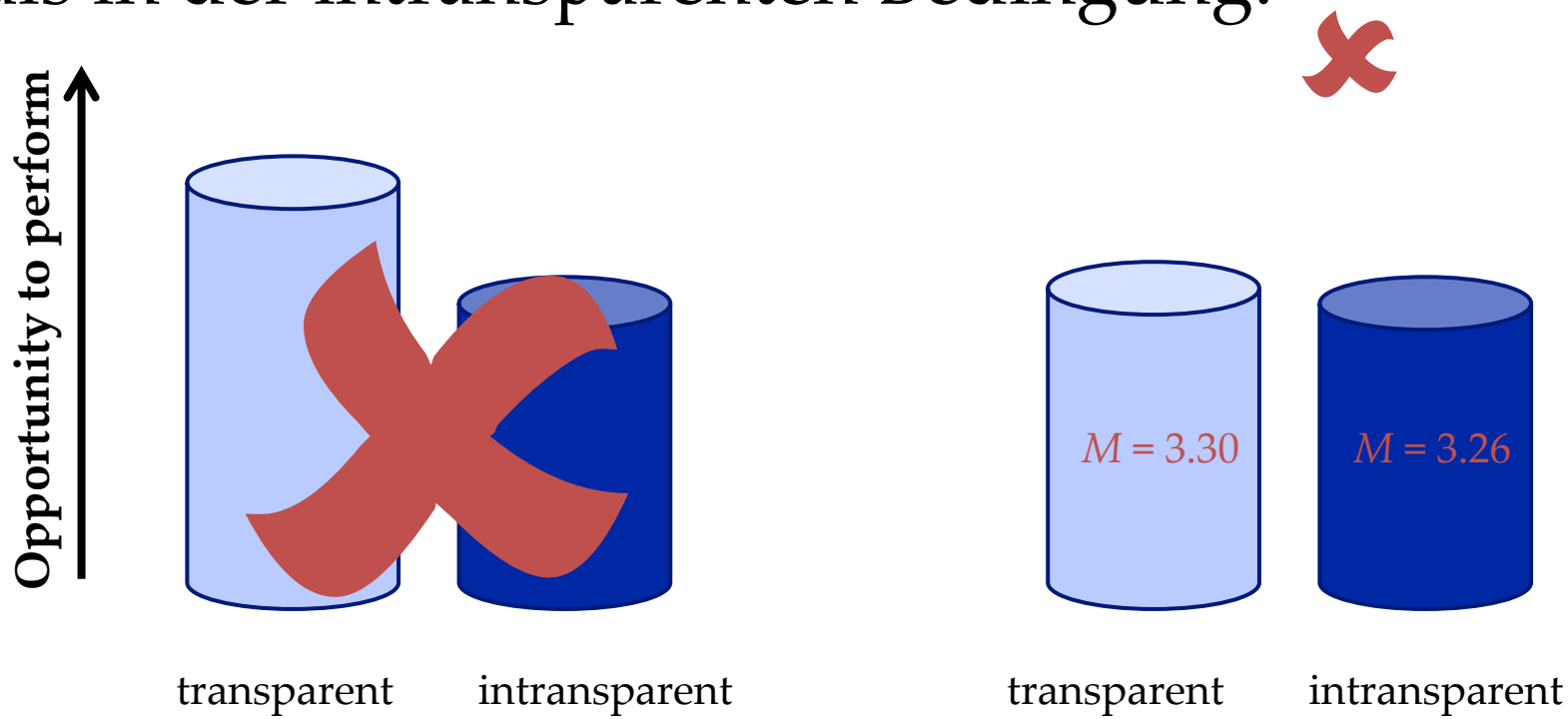
✓ ($Z = 2.46^{**}$, $p < 0.01$)

Intransparenz

Self-Promotion ↔ $r = .17$ ↔ berufliche Leistung

Hypothese 4

Die Möglichkeit für AC-Teilnehmer, ihre Leistung zu zeigen, ist in der transparenten Bedingung höher als in der intransparenten Bedingung.



$t(192) = 1.02$, n.s.

Diskussion

Schlussfolgerung

1) Kriteriumsvalidität höher in intransparenten ACs (ohne Informationen zu Dimensionen für Kandidaten)
2) Self-Promotion von Kandidaten hängt in transparenten ACs stärker mit der AC-Leistung zusammen, aber auch negativ mit beruflicher Leistung → mögliche Erklärung für verringerte Kriteriumsvalidität
3) Möglichkeit, Leistung zu zeigen (OTP) nicht grösser in transparenten ACs → kein Vorteil für Fairnesswahrnehmung

Zukünftige Forschung

- Weitere Primärstudien im Feld mit unterschiedlichen Transparenzgraden und unter Berücksichtigung von ATIC
- Metaanalyse zu Effekten der Transparenz auf die Kriteriumsvalidität

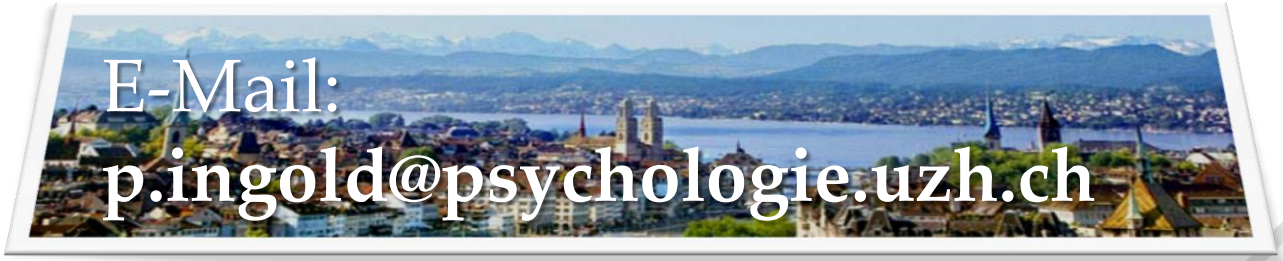
Take Home-Message

- Klare Empfehlung: Personalauswahl-ACs **nicht transparent** gestalten
- Generell Designfaktoren von ACs beachten (kleine Änderungen →grosse Auswirkung)

→kontinuierliche Evaluation notwendig

- Auswirkung von Impression Management auf berufliche Leistung kontextabhängig

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit



E-Mail:
p.ingold@psychologie.uzh.ch