



universität
wien

Diplomarbeit

Titel der Arbeit

Einfluss von Nachfragen auf das Verfälschen im Einstellungsinterview

Verfasserin

Annemarie Hübner

Angestrebter akademischer Grad

Magistra der Naturwissenschaften (Mag. rer. nat.)

Wien, im April 2010

Studienkennzahl: 298

Studienrichtung: Psychologie

Betreuer: PD Dr. Carmen Hagemeister

DANKSAGUNG

Zunächst möchte ich mich bei PD Dr. Hagemeister dafür bedanken, dass sie sich trotz der Umstände, die ihr die Betreuung meiner Diplomarbeit von Deutschland aus zweifelsohne bereiten würde, bereit erklärt hat, diese zu übernehmen. Auch für die vielen Mails und stundenlangen Telefonate und das geduldige Beantworten meiner vielen Fragen spreche ich ihr meinen Dank aus.

Für ihre ständige und bedingungslose Unterstützung während meines bisherigen Werdegangs und ihre Bereitschaft, meine Entscheidungen zu akzeptieren und immer hinter mir zu stehen, danke ich meiner Familie und insbesondere meinen Eltern. Hálás Köszönet Nektek!

Nicht zuletzt bedanke ich mich bei meinem Freund und meinen Freundinnen und Freunden dafür, dass sie meine Launen während der Erstellung der Diplomarbeit ertragen und ihr Bestes gegeben haben, mich aufzumuntern und zu motivieren.

Wien, April 2010

Annemarie Hübner

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	7
Tabellenverzeichnis	9
ZUSAMMENFASSUNG	11
1 THEORIE	13
1.1 Das Einstellungsinterview.....	13
1.2 Struktur im Einstellungsinterview	15
1.2.1 Standardisierung der Fragen.....	15
1.2.2 Verwendung besserer Fragen	17
1.2.3 Nachfragen.....	20
1.3 Impression Management.....	22
1.3.1 Faking/Verfälschen	26
2 METHODE	30
2.1 Instrumente der Datenerhebung	30
2.1.1 Stellenanzeige der fiktiven Traineeestelle	30
2.1.2 Interviewleitfaden.....	30
2.1.3 Fragebogen zum Verfälschen im Interview	33
2.1.4 Abschlussfragebogen	34
2.2 Stichprobe	35
2.2.1 Rekrutierung	36
2.2.2 Stichprobenbeschreibung	36
2.3 Ablauf der Datenerhebung	38
2.4 Datenauswertung	39
3 ERGEBNISSE	41
3.1 Analyse der Daten.....	41
3.1.1 Differenzierung der Items	42
3.1.2 Analyse der Antwortmöglichkeit <i>Keine Gelegenheit</i>	45
3.2 Fragestellung 1 – Art und Ausmaß von Faking in Einstellungs-interviews mit verhaltensbezogenen Fragen	47

3.3	Fragestellung 2 – Einfluss von Nachfragen auf Faking in Einstellungsinterviews mit verhaltensbezogenen Fragen	48
4	DISKUSSION.....	51
4.1	Analyse der Daten	51
4.2	Fragestellung 1 – Art und Ausmaß von Faking in Einstellungs-interviews mit verhaltensbezogenen Fragen	53
4.3	Fragestellung 2 – Einfluss von Nachfragen auf Faking in Einstellungsinterviews mit verhaltensbezogenen Fragen	57
	LITERATUR.....	61
	ANHANG.....	65

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Item mit Nachfragen aus dem Interviewleitfaden.....	32
Abbildung 2: Verteilung der Geschlechter über die Studienrichtungen.....	37
Abbildung 3: Verteilung des Alters über die Geschlechter	37
Abbildung 4: Aufteilung der Geschlechter über die zwei Bedingungen	38
Abbildung 5: Wahlhäufigkeit der einzelnen Antwortmöglichkeiten in Prozent	41

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Übersicht über die Strukturebenen in der Studie von Huffcutt und Arthur (1994).....	16
Tabelle 2: Übersicht über die Skalen und Subskalen inklusive Itembeispielen des Fragebogens zum Verfälschen im Interview (Venz, 2009)	33
Tabelle 3: Durchschnittliche Auswahlhäufigkeit (M) der einzelnen Antwortmöglichkeiten pro Person inklusive Standardabweichungen (SD) und Minimal- (min) und Maximal-Häufigkeit (max).	42
Tabelle 4: Überblick über die Korrelationen der Skalen Slight Image Creation (SIC), Extensive Image Creation (EIC), Image Protection (IP) und Ingratiation (ING).	47
Tabelle 5: Überblick über die Mittelwerte (Mw), Mediane (Md), Standardabweichungen (SD), Minimal- (min) und Maximalausprägungen (max) der Skalen des Fragebogens zum Verfälschen im Interview Ü	48
Tabelle 6: Mittelwerte (M) und Standardabweichungen (SD) der Skalen des Fragebogens zum Verfälschen im Interview in Abhängigkeit von der Untersuchungsbedingung sowie Signifikanz der Gruppenunterschiede (N=60)	50

Zusammenfassung

Diese Arbeit sollte (a) Arten und Ausmaß von Faking in strukturierten Einstellungsinterviews mit verhaltensbezogenen Fragen untersuchen, und (b) den Einfluss von Nachfragen auf verfälschende Verhaltensweisen erfassen. Dafür wurden mit 60 Studenten der Natur- und Geisteswissenschaften fiktive Einstellungsinterviews mit zwei verschiedenen Bedingungen geführt – mit Nachfragen vs. ohne Nachfragen. Danach wurde ihnen ein Fragebogen (*Interview Faking Behavior Scale*, Levashina & Campion, 2007; deutsche Übersetzung durch Venz, 2009) zur Bearbeitung gegeben, der verfälschendes Verhalten auf vier Skalen erfassen sollte. Die Auswertung der Daten ergab bezüglich der ersten Fragestellung, dass 95% der Teilnehmer zumindest einmal im Laufe des Interviews eine Antwort verfälscht hatten, dabei wurden vor allem positive Eigenschaften herausgestrichen (*Slight Image Creation*) und das Bild, das sie von sich vermitteln wollten, verteidigt (*Image Protection*). Direkt gelogen (*Extensive Image Creation*) und eingeschmeichelt (*Ingratiation*) wurde seltener. Die Ergebnisse zur zweiten Fragestellung waren zwar nicht signifikant, sie zeigten jedoch die Tendenz, dass Nachfragen einen hemmenden Effekt auf das Verfälschen hatten, da in der Versuchsbedingung mit Vorgabe von Nachfragen weniger verfälscht wurde als in derjenigen ohne Nachfragen.

Schlagwörter: Einstellungsinterview, Impression Management, Selbstdarstellung, Verfälschen, Nachfragen

Anmerkung: Zum Zwecke der flüssigeren Lesbarkeit wurde während der gesamten Arbeit auf das Binnen-I verzichtet und der generische Maskulin verwendet. Die Leserinnen mögen verzeihen.

1 Theorie

1.1 Das Einstellungsinterview

Personalentscheidungen gehören zu den wichtigsten Aufgabengebieten des Personalwesens in Organisationen. Deshalb wird stets versucht, für eine zu besetzende Position aus der Gruppe der Bewerber diejenige Person zu wählen, die am besten für die Stelle geeignet ist. Es gibt laut Schuler (2002) hierfür eine große Auswahl an Methoden, wie beispielsweise die Analyse der Bewerbungsunterlagen, das Interview, das Assessment Center, den Persönlichkeitstest oder die Arbeitsprobe. Dabei gilt nach der Analyse der Bewerbungsunterlagen – deren Anwendungshäufigkeit sich in großen deutschen Unternehmen auf 98% beläuft – das Einstellungsinterview als das am meisten verwendete Instrument. Es findet in rund 70% der Personalentscheidungen Anwendung (Schuler, Frier & Kauffmann, 1993).

Schuler (2006) versteht unter einem Einstellungsinterview eine „Gesprächssituation zwischen zwei oder mehreren Personen, [...] die Gelegenheit zum Austausch bewerbungsrelevanter person-, arbeits- und organisationsbezogener Information bietet und damit als Grundlage für Auswahlentscheidungen seitens der Organisation und der Organisationswahl seitens der Bewerber dient“ (S. 209). Die Vorteile dieses Auswahlinstruments sind vielfältig: Es bietet beiden Parteien die Möglichkeit zum unmittelbaren persönlichen Austausch, zum besseren Kennenlernen und zum Vereinbaren wichtiger Punkte, wie dem weiteren Auswahlprozess und den Bedingungen für eine eventuelle Zusammenarbeit (Schuler 2006). Für die Organisation liegen die Vorteile laut Eilles-Matthiessen (2002) in der Möglichkeit, wichtige Informationen, wie die bisherige Entwicklung oder diverse für die Stelle wichtige Kompetenzen, wie kommunikative oder soziale Fähigkeiten, in einem verhältnismäßig kostengünstigen Setting erfassen zu können. Unter Bewerbern gilt das Interview als beliebtestes Verfahren zur Personalauswahl, nicht nur weil es ihnen ein Gefühl erhöhter Situationskontrolle verschafft (Schuler, 2006), sondern auch weil sie die Gelegenheit bekommen, sich selbst in möglichst gutem Licht darzustellen (Westhoff et al., 2004).

Dem Einstellungsinterview werden heute psychometrische Qualitäten zugeschrieben, die vergleichbar sind mit jenen anderer Verfahren zur Personalauswahl, wie Assessment Center, kognitive Fähigkeitstests oder biographische Fragebögen (Schuler, 2002). Die Entwicklung des Interviews bishin zu einem qualitativ hochwertigen Instrument der Personalauswahl hat jedoch eine lange Geschichte. Sie begann 1915 mit Walter Scott (zitiert nach Eder & Harris, 1999, S. 7), der als erster Studien zum Thema durchführte. In einer ersten Untersuchung sollten sechs Personalmanager nach Einstellungsinterviews die 36 Bewerber nach potenziellem zukünftigem Erfolg rangreihen. Die Übereinstimmung zwischen ihnen war nur in wenigen Fällen gegeben, in 77% der Fälle waren sie sich sogar darüber uneinig, ob der Kandidat in der Liste eher in die obere oder untere Hälfte platziert werden sollte. Auch erste Validierungsstudien in den nächsten Jahren ergaben Übereinstimmungen, die nur wenig höher als das Zufallsniveau lagen (Schuler, 2002). Die Erforschung des Interviews im Kontext der Personalauswahl wurde stetig fortgesetzt, und in den achtziger Jahren wurde das Thema „Validität des Einstellungsinterviews“ zunehmend wieder wichtiger. In diesem Zusammenhang ist die Metaanalyse von Hunter und Hunter (1984) erwähnenswert, die eine korrigierte Validität von $r = .14$ für Interviews errechneten, was maßgeblich dazu beitrug, dass stärker versucht wurde, das Verfahren zu verbessern. Die Erkenntnisse der Forschung zum Einstellungsinterview aus den achtziger Jahren werden von Schuler (2002) zusammengefasst. Als wichtigste Maßnahmen zur methodischen Verbesserung des Einstellungsinterviews nennt er dabei unter anderem Anforderungsbezug und Strukturierung des Interviews. So beschreiben McDaniel et al. (1994) in ihrer Metaanalyse bereits Validitätswerte von $r = .44$ für strukturierte Interviews im Vergleich zu $r = .33$ für unstrukturierte. Marchese und Muchinsky (1993), die eine Korrelation von $r = .45$ zwischen Strukturierung und Validität von Einstellungsinterviews errechneten, schlossen aus ihrer Analyse, dass einzig die Struktur einen Einfluss auf die Validität des Interviews ausübe und andere Faktoren, wie beispielsweise die Länge des Interviews oder die Zahl der Interviewer, keine Effekte hätten. Im Folgenden soll dieser Faktor, die Strukturierung des Einstellungsinterviews, genauer beleuchtet werden.

1.2 Struktur im Einstellungsinterview

Schuler (2006) betont, dass es keine homogene Definition von Strukturierung gäbe, dass jeder Autor den Begriff für sich konstruiere. Für die einen bedeutet Struktur nur, dass die Interviewfragen jeder Person gleich gestellt werden und in der gleichen Aneinanderreihung, andere definieren Struktur komplexer. Für die vorliegende Untersuchung werden die Komponenten der Strukturierung von Campion, Palmer und Campion (1997) herangezogen. In ihrem Review, in dem sie zahlreiche Untersuchungen zum Thema Strukturierungsmaßnahmen bearbeiteten, identifizierten sie 15 Komponenten, die die Struktur eines Interviews erhöhen können. Sie teilten die Komponenten in zwei Typen ein: Jene die den *Inhalt* des Interviews beeinflussen oder die Natur der Information die erfasst wird und jene die den *Evaluationsprozess* beeinflussen oder das Urteil über die Information, die erfasst wird. Die Autoren vertraten die Ansicht, dass zwar schon die Anwendung einiger weniger Strukturkomponenten ausreiche, um die Güte des Interviews zu steigern, dass aber versucht werden sollte, so viele wie möglich einzusetzen. Im Folgenden sollen drei Komponenten, die für diese Untersuchung von Relevanz sind, erläutert werden. Einen kompletten Überblick geben Campion et al. (1997)

1.2.1 Standardisierung der Fragen

Allgemein beschrieben wird die Standardisierung der Fragen in Eignungsinterviews von Westhoff et al. (2004) folgendermaßen: „Ein unstrukturiertes Gespräch wird ohne Vorgaben zu Durchführung und Auswertung geführt. Bei einem teilstrukturierten Interview liegen alle zu stellenden Fragen explizit vor. Bei einer völligen Strukturierung wird zusätzlich die Reihenfolge der Fragen festgelegt.“ (S.88) Er geht demnach von drei Ebenen der Strukturierung der Fragen in einem Interview aus. Campion et al. (1997) gehen einen Schritt weiter und sprechen von vier Ebenen: Ihre niedrigste Strukturierungsebene (Level 1) entspricht dem unstrukturierten Gespräch von Westhoff et al. (2004), da für die Fragestellung keinerlei Vorgaben gemacht werden. Die nächsthöhere Strukturierungsebene (Level 2) gibt die Themen vor, die bearbeitet werden sollen, allerdings noch keine expliziten Fragen. Sie findet keine Entsprechung bei der Einteilung von Westhoff et al. (2004). Die dritte Strukturierungsebene (Level 3)

gibt die zu stellenden Fragen vor, allerdings ist Flexibilität in der Fragestellung erlaubt. Diese Ebene entspricht dem teilstrukturierten Gespräch bei Westhoff et al. (2004). Die höchste Strukturierungsebene (Level 4) nach Campion et al. (1997) ist dem vollstrukturierten Gespräch von Westhoff et al. (2004) gleichzusetzen. Hier werden die gleichen Fragen in der gleichen Reihenfolge vorgegeben.

Auch Huffcutt und Arthur (1994) verwendeten in ihrer Metaanalyse zum Einfluss der Interviewstruktur auf die Validität des Interviews die gleichen vier Ebenen der Fragen-Standardisierung. Sie fanden außerdem, dass die 114 von ihnen bearbeiteten Studien auch bezüglich der Standardisierung der Antwortbewertung aufgeteilt werden konnten. Hier ergaben sich drei Ebenen: Die niedrigste Strukturierungsebene (Level 1) gibt eine allgemeine Bewertung des Gesprächs vor, die nächsthöhere Ebene (Level 2) sieht eine Bewertung des Gesprächs anhand festgelegter Kriterien vor und in der höchsten Strukturierungsebene (Level 3) wird die Bewertung jeder Frage anhand vorher festgelegter möglicher Antworten bewertet. Durch Kombination der beiden Strukturierungskomponenten – der Standardisierung der Fragen und der Standardisierung der Antwortbewertung – entstanden vier Ebenen der Strukturierung eines Interviews. Eine Übersicht über die Ebenen gibt Tabelle 1.

Tabelle 1: Übersicht über die Strukturebenen in der Studie von Huffcutt und Arthur (1994)

		Standardisierung der Fragen			
	Level	1	2	3	4
Standardisierung der Antwortbewertung	1	Ebene 1	Ebene 2	Ebene 2	Ebene 3
	2	Ebene 2	Ebene 2	Ebene 3	Ebene 3
	3	Ebene 2	Ebene 3	Ebene 3	Ebene 4

Anmerkung: Die dick umrandeten Felder zeigen die vier verschiedenen Ebenen an, die durch Kombination der 2 Strukturierungskomponenten gebildet werden.

Die Ergebnisse der Metaanalyse von Huffcutt und Arthur (1994) zeigten, dass die Validitätswerte mit zunehmender Strukturierung des Interviews stetig stiegen (Ebene 1: $r = .20$; Ebene 2: $r = .35$; Ebene 3: $r = .56$; Ebene 4: $r = .57$), wobei

allerdings auffiel, dass sie sich ab einem gewissen Strukturierungsgrad nicht mehr nennenswert steigerten. Sie erreichten also annähernd gleich hohe Werte für das teilstrukturierte wie das vollstrukturierte Gespräch. Die Autoren zogen daraus den Schluss, dass die Strukturierung Einfluss auf die Validität nimmt und dass verstärkte Strukturierung des Interviews zu erhöhter Validität führt, dass es aber auch einen Deckeneffekt der Strukturierung gibt.

Im Interview der vorliegenden Untersuchung wurde in beiden Versuchsbedingungen eine Mischung aus vollstrukturiertem und teilstrukturiertem Gespräch gebraucht: Zwar waren sowohl die Fragen als auch ihre Reihenfolge vorgegeben, es bestand jedoch eine gewisse Flexibilität. War beispielsweise eine Frage oder Nachfrage im Kontext einer vorherigen Frage bereits beantwortet worden, wurde sie nicht mehr gestellt. Auch wurden Nachfragen, die aufgrund der Antwort des Interviewten überflüssig erschienen, weggelassen.

1.2.2 Verwendung besserer Fragen

Campion et al. (1997) sind der Ansicht, dass es unterschiedliche Fragetypen gibt, sowohl was die Art betrifft, auf die eine Frage gestellt werden kann (Bsp.: Fragen nach Verhalten in hypothetischen Situationen versus Fragen nach Beschreibung vergangenen Verhaltens) als auch was den Inhalt der Frage betrifft (Bsp.: Fragen nach Wissen oder Hintergrund der Person).

Dabei sei es schwierig, die verschiedenen Fragenarten ihrer Strukturiertheit nach einzuordnen. Jedoch seien bestimmte Fragetypen strukturierter, weil sie häufiger gemeinsam mit anderen Strukturkomponenten verwendet werden. Auch gelten Fragetypen, die fokussiert und spezifisch sind, als strukturierter.

Zu den weniger strukturierten Fragen in Interviews gehören laut Campion et al. (1997) Fragen zu Meinungen und Einstellungen, Selbstbewertungen und Selbstbeschreibungen und zu Zielen und Ambitionen, da sie dem Bewerber erlauben, sich allzu positiv zu präsentieren und Schwächen zu verheimlichen. Zu den Elementen, die zwar in strukturierte Interviews einbezogen werden, jedoch wenig erforscht sind, gehören beispielsweise Fragen zur Bereitschaft der Bewerber, spezielle Arbeitsbedingungen, wie Schichtarbeit oder viele Dienstreisen einzugehen (Campion et al., 1988). Zu den gut erforschten und ziemlich gut

strukturierten Fragetypen gehören schließlich laut Campion et al. (1997) Fragen zu vergangenem Verhalten, situative Fragen, Hintergrundfragen (z. B. Fragen zu Arbeitserfahrung und Ausbildung) und Fragen zu jobbezogenem Wissen. Auf vergangenheitsbezogene und situative Fragen soll im Folgenden genauer eingegangen werden.

Die ersten, die sich mit dem Konzept der Fragen zu vergangenem Verhalten beschäftigten, waren Janz (1982) und später Motowidlo et al. (1992). Beide betonen den Vorteil des verhaltensbezogenen Zugangs gegenüber unstrukturierten Interviews. In einem verhaltensbezogenen Interview wird nach konkretem Verhalten in vergangenen Situationen gefragt. Schuler (2002) erläutert hierzu: „Es liegt ihnen [den Fragen] die Annahme zugrunde, dass die vergangenen Vorgänge Aufschluss über tätigkeitsrelevante Fähigkeiten, Prägungen oder Verhaltensweisen geben. Eingeschränkt auf die Kategorie des Verhaltens, lautet das einfache Prinzip der biographiebezogenen Diagnostik: Vergangenes Verhalten ist der beste Prädiktor künftigen Verhaltens.“ (S. 172).

Im Gegensatz zu den verhaltensbezogenen betreffen situative Fragen hypothetisches Verhalten in zukünftigen Situationen. Dieser Fragetypus geht auf Latham, Saari, Pursell & Campion (1980) zurück, die der Ansicht waren, dass die Absichten und Ziele eines Menschen sein tatsächliches Verhalten voraussagen können. Weitere Unterschiede zu verhaltensbezogenen Fragen sind, dass der Interviewte die jeweilige Situation noch nicht zwingend erlebt haben muss (Westhoff et al, 2004) und dass mit dieser Methode maximales Verhalten erfasst werden soll, im Gegensatz zum typischen Verhalten, das mit verhaltensbezogenen Fragen erfasst wird (Schuler, 2002).

Gemeinsam ist den beiden Fragetypen, dass sie auf eine Anforderungsanalyse aufbauen, und zwar auf die *Methode der kritischen Ereignisse*, die auf Flanagan (1954) zurück geht, der sie ursprünglich als Verfahren zur Beurteilung von Leistung vorgestellt hatte. Kritische Ereignisse werden von Westhoff et al. (2004) folgendermaßen charakterisiert: „Ein kritisches Ereignis ist ein im Arbeitsalltag typisches und wichtiges Ereignis, in dessen Bewältigung sich gute und weniger gute Stelleninhaber unterscheiden. Bei der Sammlung kritischer Ereignisse werden Stelleninhaber, Vorgesetzte oder auch Kunden befragt.“ (S. 90) Es werden für das Einstellungsinterview demnach typische problematische Ereignisse aus dem Arbeitsalltag der Organisation gesammelt und daraus Fragen erstellt.

In verhaltensbezogenen Interviews werden die kritischen Ereignisse zu fünf bis zehn Leistungsdimensionen zusammengefasst und dem Interviewten mehrere Fragen zu jeder gestellt. Aus den protokollierten Antworten wird auf die Passung des Bewerbers mit der Arbeitsstelle geschlossen (Schuler, 2006). Demgegenüber werden die Antworten zu den hypothetischen Ereignissen, die im situativen Interview vorgegeben werden, anhand einer hoch strukturierten verhaltensverankerten Einstufungsskala ausgewertet, die die Antworten in exzellent, akzeptabel und inakzeptabel einteilt (Maurer, Sue-Chan & Latham, 1999).

Es gibt seit langem Studien, die den Einfluss situativer und verhaltensbezogener Fragen auf die Validität von Interviews untersuchen (z.B. Janz, 1982; Latham et al., 1980; Motowidlo et al., 1992) und alle kamen zu dem Ergebnis, dass diese Fragetypen die Validität von Interviews deutlich erhöhen. So kam Janz (1982) beispielsweise zu dem Ergebnis, dass Einstellungsinterviews, die mit verhaltensbezogenen Fragen geführt wurden, eine Validität von $r = .54$ ($p < .001$) aufwiesen, im Vergleich zu einer Validität von $r = .07$ ($p > .05$) unter Verwendung von unstrukturierten Fragen.

Eine Reihe von Autoren stellte außerdem die beiden Interviewformen gegenüber und versuchte herauszufinden, welche der beiden besser ist (z.B. Levashina & Campion, 2007; Motowidlo, 1999; Pulakos & Schmitt, 1995). Die Ergebnisse sind unterschiedlich. Während Campion, Campion und Hudson (1994) Ergebnisse erzielten, die darauf hindeuten, dass verhaltensbezogene Fragen den situativen etwas überlegen sind, und Pulakos und Schmitt (1995) diese Ergebnisse untermauern, berichten Latham und Skarlicki (1995; zitiert nach Campion et al., 1997) in ihrer Studie mit College-Studenten, dass nur situative Fragen valide seien. Es muss also auch nach den Rahmenbedingungen entschieden werden, welche der Interviewformen für eine bestimmte Situation angebracht ist. Sehen beispielsweise die Anforderungen der angebotenen Stelle bereits vorhandene Arbeitserfahrungen vor, kann es von Vorteil sein, verhaltensbezogene Fragen zu stellen, da Bewerber bei der Beantwortung der Fragen auf ihren Erfahrungsschatz zurückgreifen können. Auch kann Verfälschen von Antworten durch diese Art von Fragen vorgebeugt werden, da es sich um überprüfbarere Fakten handelt als bei Antworten auf situative Fragen (vgl. Campion et al., 1997, Levashina & Campion, 2007)). Da an der vorliegenden Untersuchung Personen mit Arbeitserfahrung

teilnehmen sollten und aufgrund der wahrscheinlich höheren Validität der verhaltensbezogenen Fragen, wie an anderer Stelle noch einmal an einem anderen Vergleich aufgezeigt wird, wurden für das hier angewandte Interview diese Art der Fragen verwendet.

1.2.3 Nachfragen

Was die inhaltliche Strukturkomponente Nachfragen betrifft, vertreten Campion et al. (1997, S. 665f) die Ansicht, dass Nachfragen und Elaborieren der Fragen so gut wie möglich unterdrückt werden sollten. Sie unterscheiden hier vier Ebenen: Bei der ersten, niedrigsten Ebene werden keine Vorgaben bezüglich Nachfragen gemacht, es obliegt dem Interviewer einzuschätzen, ob und welche Nachfragen wann und wie angebracht sind. Diese Ebene der Strukturierung dieser Komponente wird laut Campion et al. (1997) am häufigsten angewandt. Die zweite Ebene erlaubt dem Interviewer eine unlimitierte Anzahl an Nachfragen, sodass negative Antworten elaboriert oder sachdienliche Informationen einbezogen werden können. Die dritte Ebene sieht vor, begrenzte oder vorgeplante Nachfragen zuzulassen, beispielsweise kann eine gewisse Anzahl an Nachfragen erlaubt werden. Diese Art der Strukturierung wurde in der vorliegenden Arbeit für die Versuchsbedingung mit Nachfragen verwendet. Es wurde hierbei nicht nur die Anzahl der Nachfragen, sondern auch ihre Formulierung und die Reihenfolge der Vorgabe festgelegt. Bei der vierten, restriktivsten Ebene schließlich soll jegliches Nachfragen und Elaborieren verboten werden. Dieses Niveau kommt nicht selten gemeinsam mit vollständig standardisierten Fragen vor und wurde zum Zwecke dieser Untersuchung in der Versuchsbedingung ohne Nachfragen für 19 der 23 Fragen angewandt.

Was den Einfluss von Nachfragen auf die Validität des Interviews betrifft, sind sich die verschiedenen Autoren nicht einig. Für Huffcutt und Arthur (1994) schien eine mögliche Erklärung für den Deckeneffekt der Strukturierung in ihrer Untersuchung (siehe Abschnitt 1.2.1), dass in der am stärksten strukturierten Ebene keinerlei Nachfragen oder Elaborieren erlaubt war, in der nächsten jedoch schon. Sie waren der Ansicht, ein möglicher Grund könnte sein, dass ein erfahrener Interviewer durch vorsichtige, detaillierte Nachfragen bessere Ergebnisse beim Interview erzielen könnte, als durch exakt vorgegebene Fragen. Die Autoren sahen

Nachfragen als eine Möglichkeit an, Antworten genauer zu erläutern und Informationen zu bekommen. Sie meinten, es könnte sich negativ auf die Validität auswirken, sie ganz zu unterdrücken. Dem halten Campion et al. (1997, S. 666) entgegen, dass Nachfragen eine Kontamination der Ergebnisse hervorrufen könnten, wenn irrelevante Informationen mit einbezogen werden oder die Bewerber in eine bestimmte Richtung gelenkt werden. Sie gehen jedoch davon aus, dass Nachfragen, die Verwirrung aufklären sollen, wahrscheinlich keine negativen Effekte haben werden. Den Autoren nach sollen nur diejenigen Fragen vermieden werden, die die Antworten der Bewerber in eine bestimmte Richtung beeinflussen oder für das Interview irrelevant sind. Dipboye (1994, zitiert nach Campion et al., 1997, S.666) wendet ein, dass viele Interviewer dennoch unbegrenztes Nachfragen und Elaborieren von Antworten bevorzugen würden, weil sie so selbst bestimmen könnten, welche Informationen wichtig seien und auch Bewerber würden sich bei Interviews mit Nachfragen wohler fühlen, da diese die Flüssigkeit der Konversation positiv beeinflussen und ihnen darüber hinaus erlauben, sich in ein positives Licht zu rücken. Auch Venz (2009, S. 58f) beschreibt positive Rückmeldungen der Untersuchungsteilnehmer zum Thema Nachfragen. Alle 30 ihrer Versuchsteilnehmer antworteten, dass es so eher möglich sei, mehr Informationen zu gewinnen, 70 % meinten weiters, sich besser darstellen zu können, wenn nachgefragt werde, Außerdem gaben 87% an, dass man zum Nachdenken angeregt werde. Allerdings wurde bei 87% der Teilnehmer auch Unsicherheit und Angst in Erwartung von Nachfragen ausgelöst. Darüber hinaus waren auch 80% der Versuchsteilnehmer der Meinung, es würde mehr Möglichkeit dazu bestehen, Antworten zu verfälschen und 53% bekräftigten, dass sie bereits angefangene Unwahrheiten durch das Nachfragen fortgeführt hätten. Auf genau diesen Aspekt des Einstellungsinterviews, nämlich Impression Management und Verfälschen im Einstellungsinterview, soll im nächsten Abschnitt eingegangen werden.

1.3 Impression Management

Impression Management, auf Deutsch Selbstdarstellung, wird von Gilmore, Stevens, Harrell-Cook und Ferris (1999) definiert als „[...] conscious or unconscious attempts to influence images during interaction [...]“ (S. 322), das heißt man versucht, in einer Interaktion beim Gegenüber einen bestimmten Eindruck zu hinterlassen, ob nun bewusst oder unbewusst. Die Autoren grenzen dabei Impression Management von *Self-presentations* ab, die eine Person von sich selbst hat und die sie als „[...] attempts to influence self-relevant images“ (S. 322) beschreiben.

Jones und Pittman (1982) nehmen außerdem an, dass Selbstdarstellung dann verstärkt auftritt, wenn man sich von einer externen Position aus bewertet fühlt. Das macht das Einstellunginterview zu einer Situation, die Tendenzen zur Selbstdarstellung hervorruft.

Marcus (2003a) unterscheidet verschiedene einer Person zur Verfügung stehende Ressourcen, um eine Situation, in der ein möglichst positiver Eindruck gemacht werden soll, zu bewältigen: Die *rezeptive Selbstdarstellungskompetenz* als Fähigkeit, die Anforderungen einer Situation treffend zu erkennen, die *Selbstdarstellungsperformanz* als Fähigkeit, in zutreffender Weise auf die Anforderungen reagieren zu können und die *Selbstdarstellungsmotivation* als Bereitschaft, sich den Anforderungen anzupassen.

Selbstdarstellungstendenzen können sich laut Schneider (1981, zitiert nach Stevens & Kristof, 1995) verbal, nonverbal (im Ausdrucksverhalten – Lächeln, Nicken, Augenkontakt), als Veränderung der äußeren Erscheinung oder als integrierte Verhaltensmuster manifestieren, wobei das verbale und nonverbale Verhalten in der Einflusssteuerung am meisten Gewicht haben (Ellis, West, Ryan & DeShon, 2002). In die vorliegende Arbeit findet nur der Aspekt der verbalen Selbstdarstellung Eingang.

Es gibt unterschiedliche Arten von Impression Management. Allgemein wird unterschieden zwischen kurzfristigen Taktiken und langfristigen Strategien (Wiswede, 2004) und darüber hinaus zwischen assertiven und defensiven Verhaltensweisen (z.B. Ellis et al., 2002; Stevens & Kristof, 1995). Assertivität ist darauf ausgerichtet, sich durchzusetzen, sich aktiv als eine Person darzustellen, die

über die von der Organisation gewünschten Überzeugungen, Werte und Einstellungen verfügt. Sie umfasst die beiden Komponenten *Self-promotion* und *Ingratiation*. Unter *Self-promotion* versteht man Eigenwerbung. Man versucht sich als eine Person zu präsentieren, die über die von der Organisation gewünschten Qualitäten verfügt. Dazu gehört, seine Kompetenz in Wissen, Erfahrungen und Fähigkeiten zu betonen (*specific self-promoting utterances*), den positiven Ausgang von Ereignissen auf eigene Leistungen zurückzuführen, selbst wenn man in Wahrheit wenig mit dem Erfolg zu tun hatte (*entitlements*), seine Rolle in Geschehnissen überzubewerten (*enhancements*) oder zu beschreiben, wie man Hindernisse erfolgreich überwunden hat (*overcoming obstacles*). *Ingratiation*, Einschmeicheln, wird angewandt, wenn man Sympathie seitens des Interviewers erzeugen will, indem man entweder Werte, Meinungen und Einstellungen an jene des Gegenübers anzupassen versucht (*opinion conformity*), oder ihm schmeichelt und ihn lobt, um ihn aufzuwerten (*other enhancement*). Defensive Verhaltensweisen hingegen werden angewandt, wenn man sich verteidigen und schützen will. Zu ihnen gehören Ausflüchte (*excuses*), bei welchen die Verantwortung für ein negatives Ergebnis oder Verhalten abgelehnt wird, Rechtfertigungen (*justifications*), bei denen zwar die Verantwortung für negative Vorkommnisse übernommen wird, allerdings deren Schwere heruntergespielt wird, und Entschuldigungen (*apologies*), bei denen Verantwortung und Schwere negativer Ereignisse anerkannt und das eigene Vorgehen bereut wird (z.B. Ellis et al., 2002; Lievens & Peeters, 2008; Stevens & Kristof, 1995).

Seit Goffman (1955) vor über 50 Jahren erstmals die Theorie entwickelte, dass Personen in sozialen Interaktionen bewusst die Eindrücke, die sie von sich vermitteln wollen, manipulieren, um etwas zu erreichen, entwickelte sich eine rege Forschung zu Impression Management, Einfluss-Taktiken und ähnlichen Themen, die bis heute nicht abgebrochen ist (Higgins, Judge & Ferris, 2003). Stevens und Kristof (1995) etwa wollten aufklären, welche Impression Management Taktiken in Interviews angewandt werden und welchen Einfluss diese auf den Ausgang des Interviews haben. Ihre Untersuchung mittels Bewerber- und Interviewerbefragung nach Einstellungsinterviews ergab, dass vor allem assertive Techniken genutzt worden waren, und dabei viel öfter *Self-Promotion* als *Ingratiation*. Wenn *Ingratiation* vorkam, wurde der Fokus eher darauf gelegt, die Passung des Bewerbers mit der Organisation und der Arbeit zu betonen, als dem Interviewer zu

schmeicheln. Defensive Verhaltensweisen wurden verschwindend gering genutzt. Die Autoren konnten darüber hinaus einen positiven Zusammenhang zwischen Selbstdarstellung während des Interviews und positivem Ausgang des Interviews nachweisen. Wie ein Follow-up mit den Bewerbern einige Zeit nach den Interviews ergab, schienen vor allem Self-Promotion und Betonung der Passung mit dem Unternehmen Faktoren zu sein, die ein Job-Angebot nach sich zogen. Schließlich deuten ihre Ergebnisse auch darauf hin, dass verhaltensbezogene Fragen anderen Fragetypen insofern vorzuziehen sind was Selbstdarstellung betrifft, als dass Personen, die diesen Fragen ausgesetzt waren, signifikant weniger Impression Management Taktiken anwendeten (Stevens & Kristof, 1995). An diesem Punkt setzten Ellis et al. (2002) mit ihrer Studie an und untersuchten unter anderem die Frage, inwieweit sich die Verwendung unterschiedlicher Fragetypen im Interview, nämlich situative versus verhaltensbezogene Fragen, auf Impression Management auswirken. Auch ihre Ergebnisse besagen, dass die meisten Bewerber Impression Management Techniken während des Interviews benutzten - 95% wendeten sie mindestens einmal an - wobei sie eher assertive Techniken verwendeten, um ihr Image zu verbessern, als defensive, um sich zu verteidigen. Außerdem wurde, um kompetent zu erscheinen, Self-Promotion gegenüber Ingratiation bevorzugt. Was den Einfluss von unterschiedlichen Fragetypen betrifft, lösten verhaltensbezogene Fragen mehr Self-Promotion und situative Fragen mehr Ingratiation aus. Die Autoren schlossen aus ihren Ergebnissen, dass der Einsatz verschiedener Impression Management Taktiken von den Reizen abhängt, die die jeweiligen Fragen transportieren. Das bedeutet, dass jede Taktik in dem Kontext vermehrt verwendet wird, in dem sie von größerem Nutzen sein kann. Personalisten sollten sich deshalb überlegen, welche Art von Fragen sie für Einstellungsgespräche verwenden wollen. Wie auch schon im vorangegangenen Kapitel erläutert wurde, kann es von Vorteil sein, bei Bewerbern mit Arbeitserfahrung verhaltensbezogene Fragen zu verwenden, weil dadurch die Gefahr des Einschmeichelns reduziert wird. Dafür muss man in Kauf nehmen, dass vermutlich mehr Eigenwerbung betrieben wird (Ellis et al., 2002).

Impression Management Techniken müssen laut Schuler (2002) nicht unbedingt als negative, wenig erwünschte Verhaltensweisen aufgefasst werden, auch wenn die bisherigen Ausführungen eher in diese Richtung deuten mögen. Vielmehr können sie als Teil der sozialen Anpassung des Menschen angesehen

werden. Er betont weiter, dass eine Person, die nicht versuche, positiv auf einen potenziellen Arbeitgeber zu wirken, sondern uneingeschränkt ehrlich antworte, keinen guten Eindruck hinterlassen und die Stelle vermutlich nicht bekommen würde. Marcus (2003b) ist sogar der Ansicht, dass die Bekämpfung von Selbstdarstellung im Bewerbungskontext nicht zielführend ist und nennt sie „überflüssig, schädlich und aus Bewerbersicht unfair“ (S. 129). Er führt als Argument an, dass es zwar in Bewerbungssituationen tatsächlich Selbstdarstellungstendenzen gebe, dass aber bereits viele Studien und Metaanalysen durchgeführt wurden, die belegten, dass Validitätsskalen keine Verbesserung der Validität eignungsdiagnostischer Verfahren hervorrufen. Dem hält Kanning (2003) gegenüber, dass es zwar richtig sei, dass Selbstdarstellungstendenzen keine validitätsmindernde Wirkung gezeigt hätten, dass aber der Grund dafür durchaus sein könne, dass die oft eingesetzten persönlichkeitsbezogenen Kontrollskalen der Grund dafür sein könnten, da das Ausmaß der Antwortverzerrung durch sie nicht klar gemessen würde. Außerdem würden Selbstdarstellungstendenzen sehr wohl ein Problem darstellen, da nicht jeder Bewerber in gleichem Ausmaß unwahre Angaben mache und somit die Personen bevorzugt werden, die eine starke Tendenz zur Selbstdarstellung aufweisen. Er nennt die Entscheidung eines Unternehmens, Bewerber abzulehnen, die hohe Ausprägung an Selbstdarstellung aufweisen, eine „legitime Wertentscheidung“ (S. 194) und empfiehlt, Lügenskalen einzusetzen, um diese Tendenzen adäquat aufdecken zu können. Marcus (2003b) hingegen schreibt, man dürfe von Bewerbern nicht erwarten, dass sie sich in einer so wichtigen Situation wie einer Bewerbung nicht so gut wie möglich präsentieren. Auch Schuler (2002) betont, es sei sogar erwünscht sich im bestmöglichen Licht zu präsentieren (z.B. Herausstreichen der eigenen Stärken und Herunterspielen der Schwächen), solange man nicht ein Bild von sich zeichne, das man in der späteren Arbeit nicht erfüllen könne. Das würde ja voraussetzen, im Bewusstsein zu einem Einstellungsgespräch zu gehen, nicht die geeignete Person für die angebotene Stelle zu sein. Beabsichtigtes Verfälschen sei vor allem dann zu erwarten, wenn die Wahrscheinlichkeit gering sei, dass falsche Angaben überprüft werden und die Bewerber dem Bild, das sie von sich gezeichnet haben, später nicht entsprechen müssen (Schuler, 2002).

Zum Thema Impression Management in Einstellungsinterviews kann zusammenfassend gesagt werden, dass Personen im Normalfall ihre Selbstdarstellung auf vorhandenen, wahren Eigenschaften und Fähigkeiten aufbauen, die ausgeschmückt dem Gegenüber präsentiert werden, dass es allerdings Fälle gibt, in denen Impression Management angewandt wird, das auf erfundenen Informationen und Geschichten aufbaut und ein Bild der Person kreiert, das nicht der Wahrheit entspricht (Leary, 1995, zitiert nach Weiss & Feldman, 2006). Im Folgenden wird diese Art des täuschenden Impression Management, das im Englischen als *Faking* oder *Deception* und im Deutschen als *Verfälschen* oder *Täuschen* zusammengefasst wird, behandelt.

1.3.1 Faking/Verfälschen

Dass Impression Management unbewusst und bewusst erfolgen kann, wurde schon in der Definition weiter oben erwähnt, darüber hinaus bietet sich jedoch auch eine Einteilung in ehrliches und täuschendes Impression Management an (Weiss & Feldman, 2006). Analog dazu wird Faking oder Verfälschen von Levashina und Campion (2007) definiert als „deceptive IM [Impression Management] or the conscious distortions of answers to the interview questions in order to obtain a better score on the interview and/or otherwise create favorable perceptions“ (S. 1639). Bewerber können ihre Antworten auf verschiedene Arten verfälschen, um den Anforderungen der Stelle zu genügen und einen positiven Eindruck zu hinterlassen: Es können der Wahrheit Informationen hinzugefügt werden (Bewerber können beispielsweise ihre arbeitsrelevanten Referenzen übertreiben), wichtige Informationen können weglassen werden (wenn man befürchtet, dass ihre Enthüllung den positiven Eindruck den man machen will gefährdet) oder es können überhaupt Informationen erfunden werden, die nicht der Wahrheit entsprechen (Levashina & Campion, 2007). Täuschendes Impression Management muss von Sozialer Erwünschtheit abgegrenzt werden. Allgemein definiert wird soziale Erwünschtheit nämlich als die Neigung von Menschen, sich in einem sozial günstigen Licht zu präsentieren (Holden & Fekken, 1989), was bedeutet, dass jemand positive Eigenschaften zur Schau stellt und negative verheimlicht, um den sozialen Normen und Gepflogenheiten der jeweiligen Situation zu entsprechen. Levashina und Campion (2006) nennen das „faking

according to an *ideal-self*“ (S. 301) und meinen, in Einstellungsinterviews finde eher das sogenannte *“role faking”* statt, täuschendes Verhalten, das mit einer bestimmten Rolle in Übereinstimmung steht, die man einnehmen will – im Fall des Einstellungsinterviews eben jene des perfekten Kandidaten für den Job.

Auf Basis der zu dem Zeitpunkt vorhandenen Forschung und Literatur zum Thema Impression Management, sozialer Erwünschtheit und Faking im Interview entwickelten Levashina und Campion (2006) ein Modell der Wahrscheinlichkeit für Faking im Einstellungsinterview, das dem Modell von Marcus (2003a, siehe Abschnitt 1.3) sehr ähnlich ist. Sie stellen die Wahrscheinlichkeit für Faking im Interview als eine Funktion aus der *Fähigkeit* der Person zum Faking, ihrer *Bereitschaft* dafür und der *Möglichkeit* zu verfälschen auf: „Faking = $f(\text{Capacity} \times \text{Willingness} \times \text{Opportunity})$ “ (S. 301). Sie konstruieren es als multiplikatives Modell, weil nach ihrer Ansicht nur dann verfälscht werden kann, wenn alle drei Faktoren zumindest zu einem gewissen Maß vorhanden sind. Die Fähigkeit einer Person zum Faking setzt sich aus verbalen, sozialen und kognitiven Fähigkeiten und dem Wissen um die spezifischen Aspekte der zukünftigen beruflichen Rolle zusammen. Je höher die Ausprägung der einzelnen Faktoren, desto höher die Wahrscheinlichkeit des Faking. Die Bereitschaft einer Person zum Faking wird bei Vorhandensein bestimmter Persönlichkeitsmerkmale wie Extraversion, Machiavellismus und Bedürfnis nach Selbstbestätigung erhöht, außerdem wenn die Wahrscheinlichkeit erwischt zu werden gering ist, Wissen um die gemessenen psychologischen Konstrukte vorhanden ist und im Vorfeld schon Bewerbungstrainings absolviert wurden. Vermindert wird sie durch Eigenschaften wie hohe Integrität, Gewissenhaftigkeit, Verträglichkeit und emotionale Stabilität. Mehr Möglichkeit zum Faking in einem Interview ist gegeben, wenn ein Interview unstrukturiert und kurz und die Transparenz der Fragen zu groß ist, situative statt verhaltensbezogene Fragen gestellt werden, Nachfragen verboten werden und eher Fragen zu Persönlichkeit, Interessen und Präferenzen statt zu geistigen Fähigkeiten und Wissen gestellt werden (Levashina & Campion, 2006).

Aufbauend auf diesem Modell führten Levashina und Campion (2007) mehrere Untersuchungen durch, die einige ihrer Behauptungen überprüfen sollte. Sie entwickelten eine Taxonomie des Faking und eine Skala, die Arten und Ausmaß von Faking erfassen können soll, die Interview Faking Behavior Scale (IFB; Levashina & Campion, 2007). Der Fragebogen umfasst 54 Items, die zunächst zu 11

Subskalen und diese dann zu vier Hauptskalen *Slight Image Creation*, *Extensive Image Creation*, *Image Protection* und *Ingratiation* zusammengefasst werden. *Slight Image Creation* umfasst Verhaltensweisen, die dazu beitragen, ein gutes Bild von sich zu vermitteln, indem man vorhandene Fähigkeiten und Eigenschaften besonders herausstreicht oder übertreibt. *Extensive Image Creation* bedeutet, Eigenschaften und Fähigkeiten zu erfinden, um ein Bild von sich zu kreieren, das gut zur Stelle passt. Wenn man *Image Protection* betreibt, verteidigt man sich, indem man wissentlich Informationen weglässt, um ein beschädigtes Image zu retten. *Ingratiation* schließlich bedeutet, sich auf unehrliche Weise einzuschmeicheln und beliebt zu machen. Eine deutsche Übersetzung des Fragebogens von Venz (2009) wurde in der vorliegenden Arbeit verwendet und wird im nächsten Kapitel genau beschrieben. Eine der ersten Untersuchungen mit der neuen Skala durch Levashina und Campion (2007) zeigte, dass in der Bedingung mit situativen Fragen insgesamt signifikant mehr gefälscht wurde, und auch die Skalen *Slight Image Creation* und *Ingratiation* für sich waren signifikant. Das deutet darauf hin, dass verhaltensbezogene Fragen den situativen, auch was das Faking betrifft, überlegen sind.

Die Annahme der Autoren hingegen, dass ohne Nachfragen vermehrtes Faking auftreten würde, war nicht haltbar. Im Gegenteil deuten ihre Ergebnisse darauf hin, dass Nachfragen Faking begünstigen. Ihre Ergebnisse zeigen, dass in der Versuchsbedingung ohne verhaltensbezogene Fragen am wenigsten verfälscht wurde, hingegen in der Bedingung mit situativen Fragen und Nachfragen am meisten. Als mögliche Erklärung bieten die Autoren an, dass Nachfragen als Schlüsselreize dafür wahrgenommen werden könnten, welche Antwort vom Bewerber erwartet wird. In der Studie von Kaltoven (2007) über Erwartungen von Bewerbern im Bewerbungsprozess beispielsweise wurde jedoch Gegenteiliges behauptet, nämlich dass Bewerber konkrete Nachfragen als erschwerend für Faking empfinden würden. Die Widersprüchlichkeit der verschiedenen Aussagen bewog Venz (2009) in ihrer Diplomarbeit unter anderem den Einfluss von Nachfragen im Interview noch einmal genauer zu untersuchen. Dabei führte sie mit 30 Personen ein fiktives Einstellungsinterview, wobei die Bewerber auf zwei Versuchsbedingungen aufgeteilt wurden. Mit 15 Personen führte sie ein Interview ohne Nachfragen, mit der anderen Hälfte eines mit Nachfragen. Venz verwendete in dem Interview verhaltensbezogene Fragen, da sie, wie auch die bisherigen

Ausführungen zur Validität verschiedener Fragetypen (s. Abschnitt 2.2.2) und zur Verfälschbarkeit der Antworten unter Verwendung verschiedener Fragetypen, eine höhere Validität zu haben scheinen. Das Augenmerk ihrer Untersuchung lag unter anderem einerseits auf einer qualitativen Analyse der Antworten der Bewerber auf die direkte Frage, welche Faking-Taktiken sie während des Interviews angewendet hätten, andererseits auf der quantitativen Analyse der Antworten der Bewerber auf die Items der deutschen Übersetzung der IFB-Skala (Venz, 2009), den sie nach dem Interview ausfüllen mussten. Die Ergebnisse stützen diejenigen von Levashina und Campion (2007), im Mittel wurde in der Versuchsbedingung mit Nachfragen mehr verfälscht, als in derjenigen ohne Nachfragen. Allerdings zeigte sich kein signifikanter Effekt, was an der kleinen Stichprobe von 30 Personen gelegen haben könnte.

Hier setzt die vorliegende Arbeit an. Es soll der Einfluss von Nachfragen auf das Faking quantitativ, anhand der deutschen Übersetzung der IFB-Skala, mit einer größeren Stichprobe untersucht werden, um womöglich vorhandene Effekte besser nachweisen zu können. Im Weiteren soll erhoben werden, welche Faking-Taktiken allgemein angewendet werden, und in welchem Ausmaß. Deshalb lauten die Fragestellungen im Rahmen der vorliegenden Studie:

Fragestellung 1: Auf welche Art und in welchem Ausmaß wird in Einstellungsinterviews verfälscht?

Fragestellung 2: Welchen Einfluss haben Nachfragen in verhaltensbezogenen Interviews auf das Faking?

2 Methode

2.1 Instrumente der Datenerhebung

In dieser Arbeit wurden die Erhebungsinstrumente (Stellenanzeige der fiktiven Traineeestelle, Interviewleitfaden, Fragebogen zum Mogeln im Interview und Abschlussfragebogen) von Venz (2009) eingesetzt, um eine Vergleichbarkeit der Daten gewährleisten zu können.

2.1.1 Stellenanzeige der fiktiven Traineeestelle

Bevor die eigentliche Untersuchung stattfand, bekamen die Teilnehmer per Mail die Stellenanzeige einer fiktiven Traineeestelle zugesandt, für die sie sich dann beim simulierten Einstellungsinterview bewerben sollten. Die Jobbeschreibung bezog sich auf ein international tätiges Unternehmen und war fachlich gesehen sehr allgemein gehalten, damit sich Vertreter möglichst vieler verschiedener Studienrichtungen angesprochen fühlen konnten. Als Anforderungen an den Bewerber waren Fähigkeiten und Kompetenzen formuliert, die so oder ähnlich in tatsächlichen Anzeigen für Traineestellen zu finden sind, wie beispielsweise Praxiserfahrung, Eigeninitiative, Kommunikationsfähigkeit und das Beherrschen von Fremdsprachen. Die komplette Stellenanzeige findet sich in Anhang A.

Vor Beginn des Interviews wurden die Teilnehmer noch einmal gefragt, ob sie die Stellenanzeige gelesen hätten und gebeten, sich genau in die Situation einer Bewerbung für ebendiese Stelle hineinzusetzen und ihre Antworten so zu formulieren, wie sie dies auch bei einem realen Bewerbungsgespräch tun würden.

2.1.2 Interviewleitfaden

Der Interviewleitfaden setzte sich aus zwei Teilen zusammen, einer kurzen Einleitung und der Informationserhebung. Er wurde von Venz (2009) erstellt, da es nicht möglich war, die englische Version die Levashina und Campion (2007) in ihrer Untersuchung verwendet hatten, zu beziehen. Demzufolge wurden die Fragen von Venz nach eigenem Ermessen neugestaltet. Basierend auf den

Informationen über den ursprünglichen Leitfaden, die aus dem Artikel ersichtlich waren, und Recherchen über das verhaltensbezogene Interview (vgl. Janz, 1982) und das Entscheidungsorientierte Gespräch (EOG; z.B. Westhoff & Strobel, 2004) wurden Fragen zu typischen Situationen passend zu den Anforderungen aus der Stellenanzeige für die fiktive Traineeestelle, für die sich die Teilnehmer der Untersuchung „bewerben“ sollten, erstellt.

In der Einleitung stellte die Untersuchungsleiterin zunächst sich und ihr Anliegen vor, danach wurden die Probanden über den Ablauf der Untersuchung und den Datenschutz aufgeklärt. Es wurde ihnen außerdem erklärt, dass für die Dauer des Interviews die formelle Anrede „Sie“ gebraucht werden würde, um die Situation möglichst realitätsnah zu gestalten. Ein „Du“ hätte womöglich vergessen lassen, dass es sich bei dem Gespräch um ein Bewerbungsgespräch handelte.

Die darauffolgende Informationserhebung wurde mit einer offiziellen Begrüßung zum Einstellungsgespräch eingeleitet, worauf vier allgemeine Fragen zum Einstieg folgten, die den Werdegang, die Wahl des Studiums, die Zufriedenheit mit den Studienergebnissen und bisherige Arbeits- und Praktikumserfahrungen betrafen. Dann wurden 19 verhaltensbezogene Fragen zu den folgenden Themenbereichen – Anforderungen an die Kandidaten aus der Stellenanzeige – gestellt:

- Praxiserfahrung/Aufgaben
 - Bsp.: Denken Sie einmal an Ihre letzte Arbeits-/ Praktikumsstelle zurück! Mit welchen Aufgaben waren Sie dort betraut?
- Engagement, (Eigen-)Initiative und Lernbereitschaft
 - Bsp.: Haben Sie schon einmal von sich aus eine Aufgabe übernommen oder angestoßen? Wenn ja: Beschreiben Sie mir bitte kurz, worum es sich handelte.
- Teamfähigkeit, Kommunikation, Kontakt
 - Bsp.: Was glauben Sie, sind Ihre Stärken im Umgang mit anderen?
- Interkulturelle Kompetenz und Fremdsprachen
 - Bsp.: Welche Fremdsprachen beherrschen Sie?

- Unternehmerisches Denken und Handeln / Planungskompetenz
 - Bsp.: Schildern Sie mir doch bitte einmal eine Situation aus Ihrem Studium oder Praktikum, in der Sie eine Aufgabe erledigen mussten, die umfangreicher war und länger gedauert hat.

Die ersten 15 Fragen waren so gestaltet, dass darauf je nach Versuchsbedingung – mit oder ohne Nachfragen – entweder weitere Nachfragen folgten oder nicht. Diese weiterführenden Fragen bezogen sich auf genauere Erklärung von Situationen, das Verhalten der Bewerber in Situationen, auf Vorgehensweisen bei der Lösung und auf das Ergebnis von Aufgaben. Sie fragten außerdem, je nach Art der Grundfrage, auch nach den Gründen für bestimmtes Verhalten, oder der Beschreibung, was für einen Gewinn sie aus bestimmten Erfahrungen ziehen konnten. Die letzten vier Fragen wurden in beiden Bedingungen mit Nachfragen gestellt. Diese Vorgehensweise diente in der Arbeit von Venz (2009) dazu, in der Bedingung ohne Nachfragen den Unterschied der Fragen mit und ohne Nachfragen erfassen zu können, und wurde in dieser Studie nicht verändert, um die Vergleichbarkeit der beiden Arbeiten nicht zu gefährden. Ein Beispiel für eine Frage mit Nachfragen findet sich in Abbildung 1. Der komplette Interviewleitfaden beider Versuchsbedingungen findet sich in Anhang B.

Interkulturelle Kompetenz und Fremdsprachen

Welche Erfahrungen haben Sie mit anderen Ländern und Kulturen oder mit Menschen aus anderen Ländern und Kulturen?

- Bitte beschreiben Sie mir doch einmal eine dieser Erfahrungen / diese Erfahrung.
- Was glauben Sie, wie Sie von diesen Erfahrungen für einen möglichen Auslandseinsatz profitieren können?
- Was glauben Sie, wie Sie von diesen Erfahrungen allgemein für Ihr Berufsleben profitieren können?

Abbildung 1: Item mit Nachfragen aus dem Interviewleitfaden

2.1.3 Fragebogen zum Verfälschen im Interview

Direkt nach dem Interview wurde allen Probanden ein Fragebogen vorgelegt, der erheben sollte, inwieweit während des Interviews verfälschte Antworten gegeben worden waren. Der Fragebogen ist eine deutsche Version (Venz, 2009) der IFB-Skala (Interview Faking Behavior Scale), die Levashina und Campion in ihrer Studie 2007 entwickelt hatten, und die das Verfälschen in Interviews messen soll. Er besteht aus 54 Items, die das verfälschende Verhalten auf vier Haupt- und 11 Subskalen erheben sollen. Einen Überblick über die Haupt- und Subskalen des Fragebogens inklusive je einem Itembeispiel gibt Tabelle 2.

Tabelle 2: Übersicht über die Skalen und Subskalen inklusive Itembeispielen des Fragebogens zum Verfälschen im Interview (Venz, 2009)

SLIGHT IMAGE CREATION	
Subskala	Itembeispiel
EMBELLISHING (6 Items) Antworten unangemessen übertreiben oder verschönern.	Ich habe meine Ziele für die Zukunft übertrieben.
TAILORING (6 Items) Antworten modifizieren oder angleichen um zu dem Job zu passen.	Im Verlauf des Interviews habe ich meine Antworten so verzerrt, wie es der Interviewer hören wollte.
FIT ENHANCING (5 Items) Sich der Organisation bezüglich Einstellungen und Werten anpassen.	Ich habe meine Überzeugungen, Werte und Einstellungen so dargestellt, dass sie besser zu der Stelle passen, als sie es tatsächlich tun.
EXTENSIVE IMAGE CREATION	
CONSTRUCTING (7 Items) Geschichten ausdenken, indem man Arbeitserfahrungen kombiniert oder arrangiert.	Ich habe Geschichten erzählt, die sowohl meine tatsächlichen als auch ausgedachte Arbeitserfahrungen enthielten.
INVENTING (8 Items) Bessere Antworten erfinden.	Ich habe behauptet, dass ich Fertigkeiten habe, die ich in Wirklichkeit nicht habe.
BORROWING (4 Items) Antworten auf Erfahrungen oder Leistungen anderer aufbauen.	Meine Antworten haben auf Beispielen der beruflichen Leistungen anderer Personen basiert.

Fortsetzung Tabelle 2

IMAGE PROTECTION	
OMITTING (6 Items) Bestimmte Dinge verschweigen um die Antwort zu verbessern.	Ich habe versucht, nicht über Fähigkeiten oder Erfahrungen zu sprechen, die mir fehlen.
MASKING (7 Items) Hintergrundinformationen verschleiern oder verheimlichen, um bessere Antworten zu gestalten.	Auch auf direkte Nachfrage habe ich einige Probleme nicht erwähnt, die ich bei vorherigen Stellen hatte.
DISTANCING (3 Items) Antworten verbessern, indem man sich von negativen Erfahrungen oder Vorkommnissen distanziert.	Ich habe mich deutlich von vergangenen Arbeitserfahrungen distanziert, die ein schlechtes Licht auf mich geworfen hätten.
INGRATIATION	
OPINION CONFORMING (8 Items) Konformität mit den Meinungen, Werten oder Einstellungen des Interviewers oder der Organisation ausdrücke.	Ich habe versucht, dem Interviewer bezüglich seiner Überzeugungen, Werte und Eistellungen ähnlich zu erscheinen.
INTERVIEWER/ORGANISATION ENHANCING (4 Items) Unehrliches Loben des Interviewers oder der Organisation.	Ich habe über die Witze des Interviewers gelacht, auch wenn sie nicht lustig waren.

Die Teilnehmer konnten auf einer fünfstufigen Ratingskala angeben, inwieweit sie das beschriebene Verhalten während des Interviews ausgeführt hatten (1: überhaupt nicht; 2: selten; 3: manchmal; 4: häufig; 5: sehr häufig). Zusätzlich gab es noch die sechste Antwortmöglichkeit *Keine Gelegenheit* weil angenommen werden musste, dass aufgrund der Fiktivität des Interviews einige Verhaltensweisen gar nicht vorkommen konnten. Der Fragebogen, wie er den Teilnehmern vorgelegt wurde, findet sich in Anhang C. Eine Version des Fragebogens mit nach Haupt- und Subskalen geordneten Fragen inklusive Itemkürzeln ist in Anhang E nachzulesen.

2.1.4 Abschlussfragebogen

Zum Schluss der Erhebung wurde den Probanden ein Fragebogen vorgelegt, der zusätzliche Informationen erhob, die eine differenziertere Beschreibung der Stichprobe ermöglichen sollten. Erhoben wurden soziodemografische Daten, wie

Geschlecht, Alter, Studienrichtung, aber auch Erfahrungen der Probanden in Auswahl-situationen, sowohl als Bewerber als auch als Auswählende, und in Bewerbungstrainings. Hierfür wurde nach Art und Häufigkeit gefragt (einmal, zwei- bis viermal, fünfmal). Auf einer fünfstufigen Ratingskala konnten die Probanden schließlich noch angeben, ob und wie viel sie sich mit Ratgeberliteratur zum Thema Bewerbung beschäftigten und mit Freunden darüber sprachen, wie man sich bei einer Bewerbung am besten verhalte. Der vollständige Abschlussfragebogen findet sich in Anhang D.

2.2 Stichprobe

Um die Stichprobengröße für die vorliegende Arbeit festzulegen, wurde anhand der Effektgröße ($f = 0.197$) aus der Diplomarbeit von Venz (2009) die Stichprobengröße errechnet, die sie gebraucht hätte, um in ihrer Studie einen signifikanten Unterschied zu erreichen. Die resultierte Stichprobengröße von 204 Personen hätte den Rahmen dieser Diplomarbeit allerdings gesprengt, deshalb wurde beschlossen, die Untersuchung auf mehrere Arbeiten aufzuteilen und für jede eine Stichprobengröße von 60 Personen festzulegen.

Da sich die Fragen im Interview mit Verhalten in vergangenen Arbeitssituationen beschäftigten, war es wichtig, Untersuchungsteilnehmer zu finden, die schon Praktika gemacht hatten oder über anderweitige Arbeitserfahrungen verfügten. Um also mit dem Interview die benötigten Informationen erheben zu können, wurde beschlossen, als Stichprobe Studenten in einem fortgeschrittenen Stadium des Studiums zu wählen. So könnte weitgehend angenommen werden, dass sie die Voraussetzungen erfüllten. Sieben Versuchsteilnehmer waren zwar erst im dritten Semester ihres Studiums, allerdings verfügten sie alle schon über Arbeits- und Praktikumserfahrungen, sie konnten daher in die Erhebung einbezogen werden.

Da vermieden werden sollte, dass sich die Teilnehmer der Untersuchung im Zuge ihres Studiums schon mit dem Thema der Personalauswahl auseinandergesetzt hatten, wurden Studenten der Psychologie und der Wirtschaftswissenschaften von der Studie ausgeschlossen.

2.2.1 Rekrutierung

Die Studenten wurden an der Universität Wien und der Universität für Bodenkultur in Wien rekrutiert. Um die benötigte Anzahl an Personen zu erreichen, wurden in Fakultäten Aushänge platziert und in Internet-Foren Beiträge geschaltet. Außerdem wurden die Studenten, mit Einverständnis der jeweiligen Professoren, in Vorlesungen höheren Semesters direkt von der Untersuchungsleiterin um ihre Teilnahme an der Studie gebeten. Sie wurden über die Untersuchung aufgeklärt und es wurde eine Liste mit einer großen Auswahl an Terminen durchgegeben, in die sie sich eintragen konnten. Daraufhin meldeten sich genügend Personen, um die Studie in angemessener Zeit durchführen zu können.

2.2.2 Stichprobenbeschreibung

Von den 65 Personen, die an der Untersuchung teilnahmen, mussten zwei ausgeschlossen werden, weil sie noch über keinerlei Arbeitserfahrung verfügten. Ferner konnten drei Fragebögen nicht bewertet werden, da sie unvollständig ausgefüllt wurden. Somit bezieht sich die Untersuchung nur mehr auf eine Stichprobengröße von 60 Personen, davon 31 weibliche und 29 männliche Personen aus unterschiedlichen Studienrichtungen. Der Großteil kam aus dem naturwissenschaftlichen Bereich, der Rest aus den Geisteswissenschaften. In der Abbildung 2 ist die Verteilung der Personen über die Studiengänge dargestellt, nach Geschlecht aufgeteilt.

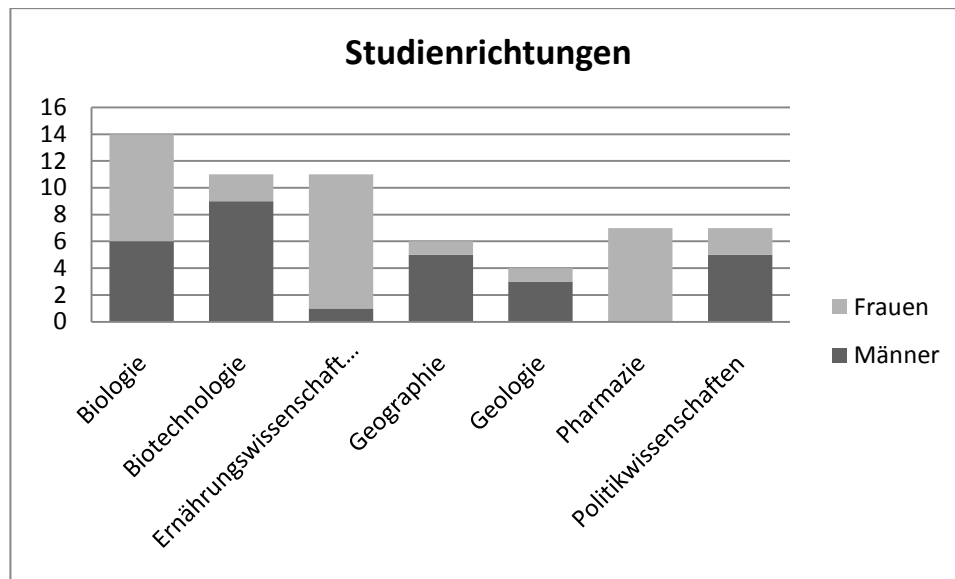


Abbildung 2: Verteilung der Geschlechter über die Studienrichtungen

Das Durchschnittsalter der Probanden beläuft sich auf 23.8 Jahre (Standardabweichung: 3.2), wobei die Spannweite von 19 bis 32 Jahren reicht (siehe Abbildung 3).

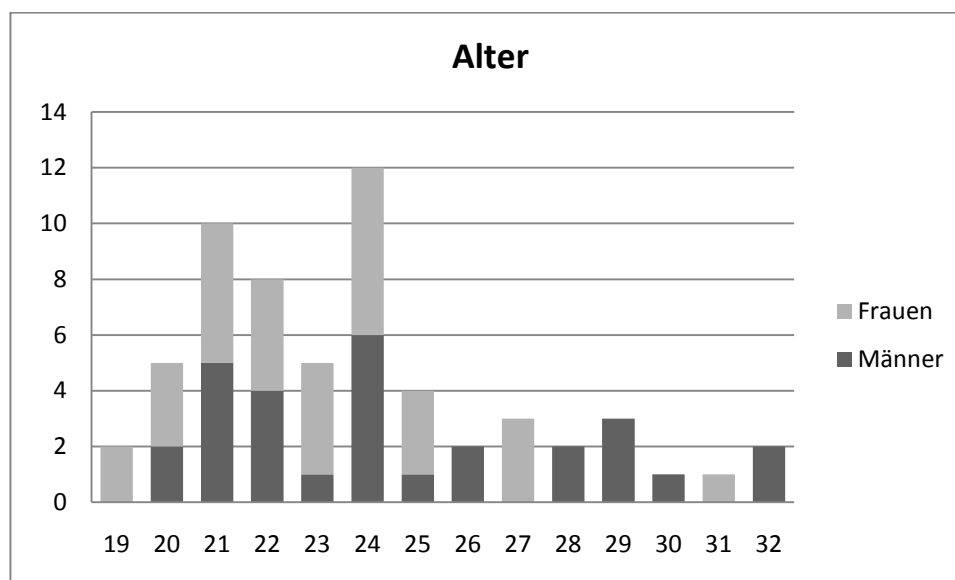


Abbildung 3: Verteilung des Alters über die zwei Geschlechter

Die Aufteilung der Teilnehmer auf die zwei Versuchsbedingungen erfolgte nach dem Zufallsprinzip. Für jeden neuen Teilnehmer wurde, um ihn einer Bedingung zuordnen zu können, aus einem Gesamtpool von 60 Kärtchen – 30 für jede Versuchsbedingung – eines gezogen. Auf diese Weise erfolgte die Randomisierung

gleichmäßig und es entstanden zwei gleich große Gruppen, wie in Abbildung 4 verdeutlicht wird.

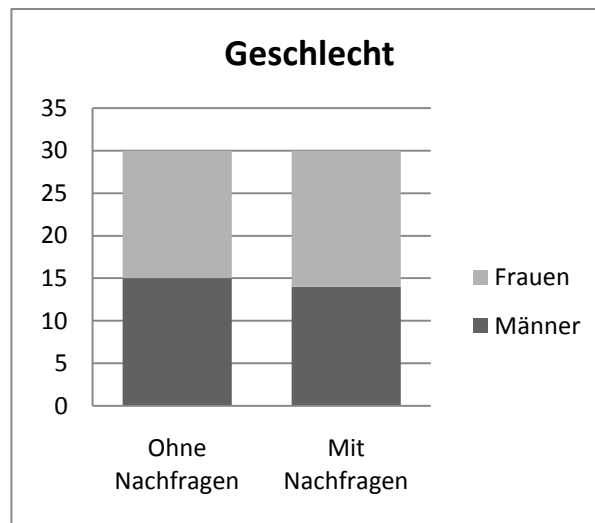


Abbildung 4: Aufteilung der Geschlechter über die zwei Bedingungen

Von den Untersuchungsteilnehmern hatten fünf ihr Studium schon beendet. Bis auf 8 Probanden hatten alle schon Erfahrungen als Bewerber gemacht. (einmal: 7; zwei- bis viermal: 23; fünfmal und öfter: 13). Zudem hatten 9 Personen schon Bewerbungssituationen als Auswählende erlebt (einmal: 1; zwei- bis viermal: 6; fünfmal und öfter: 2). Vor der Studie hatten 14 Probanden schon irgendeine Art von Bewerbungstraining absolviert (einmal: 11; zwei- bis viermal: 3).

2.3 Ablauf der Datenerhebung

Die Erhebung der Daten erfolgte über einen Zeitraum von zwei Monaten, von 10.10.09 bis 10.12.09. Die Teilnehmer meldeten sich für eine Terminvereinbarung per Mail, wenn sie über die Aushänge oder Internetforen von der Untersuchung erfahren hatten, oder wurden von der Untersuchungsleiterin per Mail kontaktiert, falls sie sich während der Vorlesungen in die Terminliste eingetragen hatten. In der Mail wurden ihnen weitere Informationen, wie Dauer und Ort des Gesprächs, vermittelt und die Stellenanzeige für die fiktive Traineeestelle zum Lesen geschickt. Einen Tag vor dem Interview erhielt jeder Teilnehmer ein Erinnerungsmail. Die Interviews fanden an der Fakultät für Psychologie statt, in den Testräumen des

Instituts für Diagnostik. Pro Interview wurde ein Zeitraum von 90 Minuten veranschlagt.

Zu Beginn des Interviews wurde jeder Teilnehmer in derselben Art begrüßt, sie wurden noch einmal daran erinnert, dass sie sich gut in die Rolle des Bewerbers hineinversetzen und ihre Antworten so geben sollten, wie sie es in einem realen Gespräch auch tun würden. Darüber hinaus wurden sie gefragt, ob sie eine Videoaufzeichnung des Gesprächs wünschten, um zu sehen, wie sie sich bei einem solchen Gespräch präsentierten. Von den 60 Teilnehmern wünschten 41 ein solches Video.

In der Einleitung des Interviews wurden sie auf den Datenschutz hingewiesen, auf die freiwillige Teilnahme und es wurde erklärt, dass für die Dauer des Gesprächs das förmliche „Sie“ verwendet werden würde.

Die Dauer des eigentlichen Interviews variierte zwischen 15 und 60 Minuten, je nach Bedingung und Ausführlichkeit der Beantwortung der Fragen. Im Anschluss daran wurde den Teilnehmern der Fragebogen zum Verfälschen und der Abschlussfragebogen zur Erhebung demografischer Daten und Erfahrung mit Bewerbungssituationen vorgelegt. Insgesamt dauerte die Datenerhebung zwischen 30 und 90 Minuten.

Zum Abschluss konnten noch allfällige Fragen gestellt werden, und den Teilnehmern wurde ein kurzes Feedback über das Interview gegeben. Falls das Gespräch auf Video aufgezeichnet wurde, wurde es den Teilnehmern übergeben.

2.4 Datenauswertung

Um die Vergleichbarkeit der gegenwärtigen Untersuchung zu den Ergebnissen von Levashina und Campion (2007) und in weiterer Folge denen von Venz (2009) gewährleisten zu können, wurde die Auswertung in Anlehnung an diese beiden Studien mit parametrischen Verfahren durchgeführt.

In einem ersten Schritt wurden die gesammelten Daten analysiert. Dabei wurde begutachtet, ob die 54 Items über die Stichprobe hinweg normalverteilt waren und eine ausreichende Varianz aufwiesen. Anschließend wurde die Auswahlhäufigkeit der einzelnen Antwortmöglichkeiten ermittelt. Da die Ergebnisse von Venz (2009) Anlass zu der Annahme gaben, dass sich Unterschiede

zwischen den Bedingungen bezüglich der Wahlhäufigkeit der Antwortmöglichkeit *Keine Gelegenheit* zeigen, wurde separat ermittelt, wie oft pro Item diese Kategorie insgesamt angekreuzt wurde und wie oft jeder Teilnehmer diese Kategorie gewählt hatte. Anschließend wurde verglichen, ob es zwischen den zwei Versuchsbedingungen Unterschiede in der Häufigkeit der Wahl dieser Antwortmöglichkeit gab.

Zuletzt wurden die 54 Items zu den vier Skalen *Slight Image Creation*, *Extensive Image Creation*, *Image Protection* und *Ingratiation* und einem Gesamtwert des Faking zusammengefasst. Dabei wurde die Antwortmöglichkeit *Keine Gelegenheit* nicht einberechnet. Die Frage, ob es im Verfälschungsverhalten der Teilnehmer Unterschiede gibt, wenn man Nachfragen stellt oder nicht, wurde mittels multivariater Analysen zu beantworten versucht, damit man auch das Kovariieren der einzelnen Skalen untersuchen konnte.

3 Ergebnisse

3.1 Analyse der Daten

Für die Analyse der Daten wurden mithilfe des SPSS 17 zunächst deskriptive Statistiken inklusive Häufigkeitstabellen aller Antwortmöglichkeiten und dann aller Items erstellt, um einen ersten Überblick zu bekommen. Dabei wurden Mittelwerte, Standardabweichungen, Minimal- und Maximalwerte berechnet und Histogramme erstellt.

Bei der Betrachtung der Häufigkeitstabellen der Antwortmöglichkeiten fiel auf, dass fast die Hälfte aller Antworten die Kategorie *Überhaupt nicht* einnimmt, rund ein Viertel die Antwortmöglichkeit *Keine Gelegenheit*, gefolgt von *Selten*, *Manchmal*, *Häufig* und an letzter Stelle *Sehr häufig*. Die genaue prozentuelle Aufteilung der Antwortmöglichkeiten findet sich in Abbildung 5.

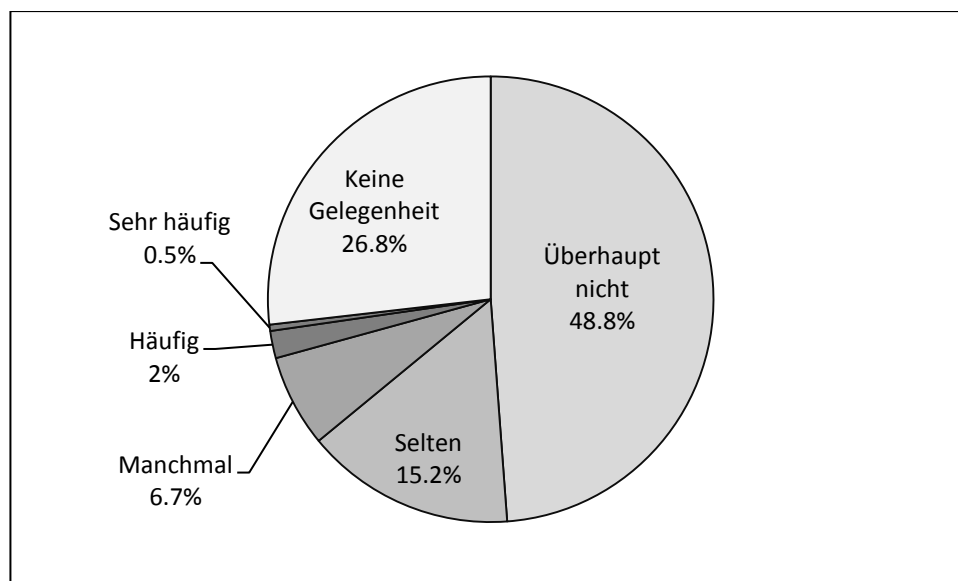


Abbildung 5: Wahlhäufigkeit der einzelnen Antwortmöglichkeiten angegeben in Prozent

Wenn man die durchschnittliche Wahlhäufigkeit der Antwortkategorien über die 60 Untersuchungsteilnehmer betrachtet, sieht man auch, dass bei den 54 Items die Antwort *Überhaupt nicht* durchschnittlich 26.4-mal pro Person vorkam, gefolgt von der Antwort *Selten* mit einer durchschnittlichen Wahlhäufigkeit von 8.2, *Manchmal* mit 3.6, *Häufig* mit 1.1 und *Sehr häufig* mit einer durchschnittlichen Wahlhäufigkeit von 0.3. Die durchschnittliche Wahlhäufigkeit der Kategorie *Keine*

Gelegenheit schließlich beträgt 14.5. Die Mittelwerte, Standardabweichungen und Minimal- und Maximalhäufigkeiten sind in Tabelle 3 nachzulesen.

Tabelle 3: Durchschnittliche Auswahlhäufigkeit (M) der einzelnen Antwortmöglichkeiten pro Person inklusive Standardabweichungen (SD) und Minimal- (min) und Maximal-Häufigkeit (max).

Antwortmöglichkeit	M	SD	min	max
Überhaupt nicht	26.4	9.4	10	52
Selten	8.2	5.3	0	18
Manchmal	3.6	3.5	0	17
Häufig	1.1	1.7	0	9
Sehr häufig	0.3	0.7	0	5
Keine Gelegenheit	14.5	7.7	0	34

Anmerkung: Die Werte beziehen sich auf die 54 Items des Fragebogens zum Verfälschen im Interview.

3.1.1 Differenzierung der Items

Wie aufgrund der Häufigkeitsverteilung der Antwortmöglichkeiten schon annehmbar war, zeigte eine Auswertung jedes Items mit dem Kolmogorov-Smirnov Tests zur Ermittlung der Normalverteilung, dass von den 54 Items nur fünf normalverteilt waren. Alle fünf sind Items der Skalen Slight Image Creation oder Image Protection. Die normalverteilten Items inklusive der zugehörigen Skalen lauten:

- Im Verlauf des Interviews habe ich meine Antworten an die Kommentare und Reaktionen des Interviewers angepasst. (Tailoring)
- Ich habe meine Antworten auf die Informationen zugeschnitten, die ich im Verlauf des Interviews über die Stelle erhalten hatte. (Tailoring)
- Ich habe versucht, nicht über Fähigkeiten oder Erfahrungen zu sprechen, die mir fehlen. (Omitting)
- Auch auf direkte Nachfrage habe ich versucht, meine stellenrelevanten Schwächen nicht preiszugeben. (Omitting)
- Ich habe versucht, meine Verbindung zu negativen Ereignissen während meiner Arbeit zu verschleiern. (Distancing)

Die restlichen Items waren laut Häufigkeitstabelle und Histogramm stark links-schief. Im Folgenden werden die Items mit den extremsten Ausprägungen, aufgeteilt auf die vier Hauptskalen, genauer beleuchtet. Einen genauen Überblick über die Mittelwerte, Standardabweichungen, Minimal- und Maximal-Ausprägungen jedes Items gibt Anhang F.

Die Mittelwerte der 14 Items der Skala *Slight Image Creation* befinden sich zwischen $M=1.19$ und $M=2.16$, die Standardabweichungen zwischen $SD=0.39$ und $SD=1.14$. Die Items mit dem niedrigsten Mittelwert weisen zugleich auch die niedrigste Standardabweichung auf. Diese Items lauten:

- Ich habe meine Ziele für die Zukunft übertrieben (Mittelwert 1.25; Standardabweichung: 0.52; Embellishing).
- Ich habe meine Qualifikationen so verzerrt dargestellt, dass sie den Anforderungen der Stelle entsprochen haben (Mittelwert: 1.19; Standardabweichung: 0.39; Tailoring).
- Ich habe die Passung meiner Werte und Ziele mit den Werten und Zielen der Organisation übertrieben (Mittelwert: 1.34; Standardabweichung: 0.72; Fit Enhancing).

Die 17 Items der Skala *Extensive Image Creation* verfügen über die niedrigsten Mittelwerte und Standardabweichungen der vier Skalen. Die Mittelwerte befinden sich zwischen $M=1.05$ und $M=1.66$, die Standardabweichungen zwischen $SD=0.22$ und $SD=1.18$. Die Items mit den niedrigsten Mittelwerten weisen auch die geringsten Standardabweichungen auf und lauten:

- Bei den meisten Fragen habe ich mit erfundenen Geschichten geantwortet (Mittelwert: 1.09; Standardabweichung: 0.34; Constructing).
- Ich habe ausgedachte Geschichten erzählt, die ich mir bereits vor dem Gespräch überlegt hatte, um meine Qualifikationen im besten Licht darzustellen (Mittelwert: 1.11; Standardabweichung: 0.36; Constructing).
- Ich habe Arbeitssituationen oder Leistungen erfunden, die es nicht gab (Mittelwert: 1.14; Standardabweichung: 0.35; Inventing).
- Meine Antworten haben auf Beispielen der beruflichen Leistungen anderer Personen basiert (Mittelwert: 1.05; Standardabweichung: 0.22; Borrowing).

Die 11 Items der Skala *Image Protection* schwanken bezogen auf die Mittelwerte zwischen $M=1.20$ und $M=2.75$ und bezogen auf die Standardabweichung zwischen $SD=0.54$ und $SD=1.18$. Dies macht sie zu der Skala mit den höchsten Mittelwerten sowie der zweithöchsten Standardabweichung. Das Item mit dem niedrigsten Mittelwert lautet:

- Auch auf direkte Nachfrage, habe ich nicht den wahren Grund gesagt, warum ich meinen vorhergehenden Job nicht mehr habe (Mittelwert: 1.2; Standardabweichung: 0.63; Omitting).

Die Items der Skala *Ingratiation* verfügen über die zweitniedrigsten Mittelwerte, allerdings über die höchsten Standardabweichungen. Auch das Item mit dem insgesamt kleinsten Mittelwert und der niedrigsten Standardabweichung findet sich in dieser Kategorie und lautet:

- Ich habe über die Witze des Interviewers gelacht, auch wenn sie nicht lustig waren (Mittelwert: 1; Standardabweichung: 0; Interviewer/Organisation Enhancing).

Die Mittelwerte der restlichen Items dieser Skala schwanken zwischen $M=1.24$ und $M=1.57$ und die Standardabweichungen zwischen $M=0.54$ und $M=0.92$. Auch hier verfügen die Items mit dem geringsten Mittelwert auch über die niedrigste Standardabweichung. Sie lauten wie folgt:

- Ich habe versucht, zu verdeutlichen, dass ich die Sichtweisen und Ideen des Interviewers teile, auch wenn dem nicht so war (Mittelwert: 1.27; Standardabweichung: 0.64; Opinion Conforming).
- Ich habe versucht, die Sichtweise des Interviewers herauszufinden, um diese dann als eigene Meinung in meinen Antworten einzubringen (Mittelwert: 1.29; Standardabweichung: 0.54; Opinion Conforming).
- Ich habe dem Interviewer geschmeichelt, um den Eindruck zu erwecken, dass ich eine hohe Meinung von ihm habe (Mittelwert: 1.24; Standardabweichung: 0.66; Interviewer/Organisation Enhancing).

3.1.2 Analyse der Antwortmöglichkeit *Keine Gelegenheit*

Bei der Analyse der Häufigkeit der Antwortmöglichkeit *Keine Gelegenheit* zeigte sich, dass diese Kategorie 869-mal gewählt wurde, das entspricht 26.8% der Antworten insgesamt. Teilnehmer der Versuchsbedingung ohne Nachfragen kreuzten die Antwortmöglichkeit *Keine Gelegenheit* außerdem im Durchschnitt öfter an (Mittelwert: 15.63; Standardabweichung: 8.03) als jene der Bedingung mit Nachfragen (Mittelwert: 13.33; Standardabweichung: 7.19). Der Unterschied ist nicht signifikant ($p = .247$).

Prozentuell gesehen wurde bei den Items der Skala Ingratiation am öftesten die Antwortmöglichkeit *Keine Gelegenheit* gewählt (49.2%), gefolgt von Image Protection mit 30.9%, Slight Image Creation mit 26.1% und schließlich Extensive Image Creation mit 9%. Im Anschluss werden die Items der einzelnen Skalen genauer beleuchtet. Im Anhang F findet sich eine Übersicht über die Auswahlhäufigkeit der Antwortmöglichkeit *Keine Gelegenheit* für jedes Item.

Bezüglich der 14 Items der Skala Slight Image Creation lässt sich feststellen, dass bei sechs Items mehr als 20 der 60 Personen die Antwort gaben, für dieses Verhalten keine Gelegenheit gehabt zu haben. Diese Items lauten wie folgt:

- Ich habe gesagt, ich würde mich schnell in die Stelle einarbeiten, obwohl ich wusste, dass es wahrscheinlich länger dauern würde. (Embellishing)
- Ich habe meine Ziele für die Zukunft übertrieben. (Embellishing)
- Ich habe versucht, etwas über die Unternehmenskultur zu erfahren und habe diese Infos dann genutzt, um meine Antworten zu fälschen. (Tailoring)
- Ich habe meine Antworten auf die Informationen zugeschnitten, die ich im Verlauf des Interviews über die Stelle erhalten hatte. (Tailoring)
- Ich habe die Passung meiner Werte und Ziele mit den Werten und Zielen der Organisation übertrieben. (Fit Enhancing)
- Ich habe versucht, Informationen über die Organisation zu nutzen, um mit meinen Antworten den Eindruck zu erwecken, ich würde besser zur Organisation passen, als ich es tatsächlich tue. (Fit Enhancing)

Von den 17 Items der Skala Extensive Image Creation wurde bei nur einer Frage die Antwortmöglichkeit 0 öfter als zwanzigmal gewählt, dafür gleich von 40 Teilnehmern:

- Ich habe behauptet, alle der Anforderungen der Stelle erfüllen zu können (z.B. am Wochenende oder nachts zu arbeiten), obwohl es eher nicht der Wahrheit entsprach. (Inventing)

Im Zusammenhang mit der Skala Image Protection fanden sich für drei von 11 Items mehr als 20 Personen die die Antwortmöglichkeit 0 wählten:

- Auch auf direkte Nachfrage, habe ich nicht den wahren Grund gesagt, warum ich meinen vorhergehenden Job nicht mehr habe. (Omitting)
- Auch auf direkte Nachfrage habe ich einige Probleme nicht erwähnt, die ich bei vorherigen Stellen hatte. (Masking)
- Ich habe meine wahren Karriereziele nicht erkennen lassen. (Masking)

Bei der Skala Ingratiation schließlich entschieden sich bei 9 von 12 Items über 20 Personen, keine Gelegenheit gesehen zu haben, das beschriebene Verhalten auszuführen:

- Ich habe versucht, dem Interviewer bezüglich seiner Überzeugungen, Werte und Einstellungen ähnlich zu erscheinen. (Opinion Conforming)
- Ich habe meine Ansicht nicht geäußert, wenn diese der Ansicht des Interviewers widersprach. (Opinion Conforming)
- Ich habe versucht, zu verdeutlichen, dass ich die Sichtweisen und Ideen des Interviewers teile, auch wenn dem nicht so war. (Opinion Conforming)
- Ich habe versucht, die gleichen Meinungen und Einstellungen zum Ausdruck zu bringen, wie der Interviewer. (Opinion Conforming)
- Ich habe versucht, meine Antworten an die Werte und Überzeugungen des Interviewers anzupassen. (Opinion Conforming)
- Ich habe versucht, dem Interviewer äußerlich zuzustimmen, auch wenn ich eigentlich anderer Überzeugung war. (Opinion Conforming)
- Ich habe über die Witze des Interviewers gelacht, auch wenn sie nicht lustig waren. (Interviewer/Organisation Enhancing)
- Ich habe die Organisation für etwas gelobt, das mir bedeutungslos erscheint. (Interviewer/Organisation Enhancing)

- Ich habe meine positiven Kommentare über die Organisation übertrieben.
(Interviewer/Organisation Enhancing)

3.2 Fragestellung 1 – Art und Ausmaß von Faking in Einstellungsinterviews mit verhaltensbezogenen Fragen

Um die Frage zu beantworten, ob in Einstellungsinterviews generell verfälscht wird, wurden aus den 54 Einzelitems die Mittelwerte, Standardabweichungen und Minimal- und Maximalausprägungen für die vier Hauptskalen Slight Image Creation, Extensive Image Creation, Image Protection und Ingratiation und einer Gesamtskala für das gesamte Ausmaß des Faking berechnet.

Was das Auftreten von Faking betrifft, konnte festgestellt werden, dass 95% der Teilnehmer (57 von 60 Personen) zumindest einmal angaben, verfälscht zu haben. Auch die Skalen Image Protection und Slight Image Creation verfügen mit 95% und 91.7% über ähnlich hohe Werte. Die Lügenskala Extensive Image Creation hingegen weist mit 76.7% einen weit niedrigeren Faking-Anteil auf und Ingratiation wurde überhaupt nur von 53.3% der Bewerber mindestens einmal angewendet.

Aufgrund der unterschiedlichen Häufigkeiten des Faking wurde eine Korrelation gerechnet, um zu sehen, wie groß die Beziehung zwischen den verschiedenen Fakingtechniken ist. Einen Überblick über die Ergebnisse gibt Tabelle 4.

Tabelle 4: Überblick über die Korrelationen der Skalen Slight Image Creation (SIC), Extensive Image Creation (EIC), Image Protection (IP) und Ingratiation (ING).

Skalen	SIC	EIC	IP
SIC			
EIC	.72		
IP	.66	.56	
ING	.55	.53	.43

Wenn man die Zusammenhänge der Skalen betrachtet, fällt auf, dass vor allem höhere Werte auf der Lügenskala einher gehen mit erhöhten Werten der Skala Slight Image Creation ($r = .717$, $p < 0.01$), aber auch mit denen der Skala Image

Protection ($r = .564$, $p < 0.01$). Auch der Zusammenhang zwischen Slight Image Creation und Image Protection ist hochsignifikant ($r = .663$, $p < 0.01$). Über den niedrigsten Zusammenhang verfügen Image Protection und Ingratiation ($r = .43$, $p < 0.05$).

Wenn man nun das Ausmaß des Faking betrachtet, zeigt sich, dass der Gesamtwert auf einer fünfstufigen Skala (1: überhaupt nicht; 2: selten; 3: manchmal; 4: häufig; 5: sehr häufig) ein Mittel von 1.54 (Standardabweichung: 0.38) erreicht, im Durchschnitt antworteten die Teilnehmer also, das gefragte Verhalten überhaupt nicht oder nur selten angewendet zu haben. Den höchsten Wert der vier Faking-Skalen erreicht mit einem Mittelwert von $M=1.86$ die Skala Image Protection, gefolgt von Slight Image Creation ($M=1.64$). An dritter Stelle liegt Ingratiation mit einem viel niedrigeren Mittelwert von 1.34, dicht gefolgt von Extensive Image Creation mit einem Mittelwert von $M=1.26$. Einen Überblick über die Werte gibt Tabelle 5.

Tabelle 5: Überblick über die Mittelwerte (Mw), Mediane (Md), Standardabweichungen (SD), Minimal- (min) und Maximalausprägungen (max) der Skalen des Fragebogens zum Verfälschen im Interview

Faking	Mw	Md	SD	min	max
Gesamt	1.54	1.52	0.38	1	2.42
Slight Image Creation	1.64	1.58	0.47	1	3.43
Extensive Image Creation	1.26	1.19	0.29	1	2.25
Image Protection	1.86	1.84	0.55	1	3.00
Ingratiation	1.34	1.25	0.57	0	3.00

Anmerkung: Die Daten beziehen sich auf eine Stichprobe von $n = 60$ Personen.

3.3 Fragestellung 2 – Einfluss von Nachfragen auf Faking in Einstellungsinterviews mit verhaltensbezogenen Fragen

Der Frage, ob vermehrte Nachfragen verfälschendes Verhalten in eine Richtung beeinflussen, wurde mithilfe multivariater Analysemethoden (MANOVA) auf den Grund gegangen. Eine vorher durchgeführte Regressionsanalyse pro Gruppe ergab, dass weder Geschlecht noch Alter oder Erfahrung mit Bewerbungssituationen

signifikante Prädiktoren von Faking waren, demnach wurden sie nicht als Kontrollvariablen in die MANOVA einbezogen.

Vor der Durchführung der MANOVA wurden die Voraussetzungen überprüft. In einem ersten Schritt wurde geklärt, ob von Homogenität der Fehlervarianzen ausgegangen werden konnte. Der Levene Test war für alle vier Skalen und die Gesamtskala nicht signifikant (Slight Image Creation: $p = 0.859$; Extensive Image Creation: $p = 0.635$; Image Protection: $p = 0.980$; Ingratiation: $p = 0.241$; Gesamtskala: $p = 0.455$), somit konnte von der Gleichheit der Fehlervarianzen ausgegangen werden. In Abschnitt 4.1.1 wurde gezeigt, dass die Normalverteilung der einzelnen Items nicht gegeben war. Bei einer Überprüfung der Normalverteilung der vier Hauptskalen und der Gesamtskala mittels des Kolmogorov-Smirnov Test ergab sich, dass sowohl die Gesamtskala als auch die Skalen Slight Image Creation und Image Protection normalverteilt sind, die der Skalen Extensive Image Creation und Ingratiation jedoch nicht. Aufgrund der relativ großen Stichprobe konnte die Tatsache, dass zwei der fünf Skalen nicht normalverteilt war vernachlässigt und trotzdem eine MANOVA gerechnet werden. Tabelle 6 gibt einen Überblick über die Ergebnisse. Die genauen Daten zur Berechnung der MANOVA findet sich in Anhang G.

Bei dem Vergleich der Ergebnisse zeigt sich, dass es Unterschiede im Faking-Verhalten der Teilnehmer bezogen auf die Versuchsbedingung gibt, allerdings fällt keiner der Mittelwertunterschiede signifikant aus. Darüber hinaus weisen fast alle Ergebnisse dahingehend, dass unter der Bedingung mit Nachfragen mehr verfälschende Verhaltensweisen angewandt wurden. Einzig die Skala Image Protection zeigt die Tendenz, dass Nachfragen vermehrtes Faking begünstigen. Den bei weitem größten Mittelwertunterschied aller Skalen weist Ingratiation aus, dies ist das einzige Ergebnis, das einer Signifikanz nahe kommt.

Tabelle 6: Mittelwerte (M) und Standardabweichungen (SD) der Skalen des Fragebogens zum Verfälschen im Interview in Abhängigkeit von der Untersuchungsbedingung sowie Signifikanz der Gruppenunterschiede (N=60)

Faking	Bedingung	n	M	SD	Signifikanz
Gesamt	ohne	30	1.55	0.39	.776
	mit	30	1.53	0.36	
Slight Image Creation	ohne	30	1.65	0.46	.847
	mit	30	1.63	0.49	
Extensive Image Creation	ohne	30	1.29	0.31	.588
	mit	30	1.24	0.28	
Image Protection	ohne	30	1.80	0.55	.420
	mit	30	1.91	0.56	
Ingratiation	ohne	30	1.50	0.59	.064
	mit	30	1.21	0.53	

Anmerkungen. Werte beziehen sich auf eine Skala von 1 (überhaupt nicht) bis 5 (sehr häufig). Bedingung = Untersuchungsbedingung, ohne = ohne Nachfragen, mit = mit Nachfragen.

4 Diskussion

4.1 Analyse der Daten

Um die Daten bestmöglich analysieren zu können, wurden sowohl die einzelnen Items bezüglich ihrer Normalverteilung und Varianz beleuchtet als auch die relative Antworthäufigkeit jeder der fünf Antwortmöglichkeiten *Überhaupt nicht* bis *Sehr häufig* ermittelt. Zusätzlich wurde die Auswahlhäufigkeit der Antwortkategorie *Keine Gelegenheit* begutachtet, da aus der Untersuchung von Venz (2009) auf Unterschiede diesbezüglich zwischen den beiden Bedingungen geschlossen werden konnte.

Die Auswertung der Items mit dem Kolmogorov-Smirnov-Test ergab, dass nur fünf der 54 Items eine eindeutige Normalverteilung aufweisen. Es kann außerdem für alle Items gesagt werden, dass sie stark linksschief sind. Das bedeutet, dass der überwiegende Teil der Untersuchungsteilnehmer sich selbst dahingehend einschätzt, wenige bis gar keine der im Fragebogen genannten Verhaltensweisen gezeigt zu haben. Das zeigt sich auch, wenn man die relative Auswahlhäufigkeit der Antwortmöglichkeiten betrachtet. Die Antwortkategorie *Überhaupt nicht* wird bei weitem am öftesten gewählt, gefolgt von *Keine Gelegenheit*, *Selten* und *Manchmal*. Die Antwortmöglichkeiten *Häufig* und *Sehr häufig* schließlich wurden kaum mehr gewählt. Bei Zusammenfassung der Items zu den 4 Skalen stellte sich allerdings heraus, dass für zwei der Skalen, nämlich Slight Image Creation und Image Protection, eine Normalverteilung angenommen werden kann. Extensive Image Creation und Ingratiation hingegen werden auch durch Aufsummierung der Items nicht normalverteilt.

Bei der Betrachtung der einzelnen Items zeigt sich, dass vor allem die Items der Skala Extensive Image Creation sehr geringe Mittelwerte aufweisen und kaum Varianz. Einzig die zwei Fragen, die nicht direktes Lügen betreffen (wahre Gegebenheiten gekoppelt mit erfundenen Details), haben Mittelwerte, die über $M=1.5$ hinaus gehen, also in die Richtung zeigen, dass die Teilnehmer diese Art des Faking zumindest einmal während des Interviews angewendet hatten. Die Items hingegen, die nach Verhaltensweisen fragen, die das Erfinden von Geschichten über Arbeitserfahrungen, Situationen, Leistungen oder Ergebnisse betreffen,

wurden verneint. Diese Daten gehen mit den Angaben Schulers (2002) konform, der betont, dass man sich in einem Einstellungsinterview selten ganz anders darstellt, als man tatsächlich ist. Er ist der Ansicht, dass tatsächliches Lügen seltener ist als das Herausstreichen und das Übertreiben positiver Eigenschaften. Dies zeigen die Items, die Verhaltensweisen des Slight Image Creation erheben, also die positive und etwas übertriebene Selbstdarstellung einer Person. Sie weisen höhere Mittelwerte und Standardabweichungen auf, als die Items der Lügenskala. Die Items mit den insgesamt höchsten Mittelwerten und Standardabweichungen sind diejenigen, die Verhaltensweisen des Image Protection, der Verteidigung des Eindrucks den ein Bewerber auf den Interviewer macht, betreffen. Bei der Skala Ingratiation verfügen alle Items über einen sehr geringen Mittelwert, es zeigt sich darüber hinaus, dass vor allem die Items, die Meinungskonformität und Einschmeicheln beim Interviewer erfassten, sehr niedrig ausgeprägt sind.

Was die Wahlhäufigkeit der Antwortmöglichkeit *Keine Gelegenheit* betrifft, kann gesagt werden, dass die Ergebnisse von Venz (2009), wonach in der Versuchsbedingung ohne Nachfragen häufiger diese Antwort gewählt wurde als in der Bedingung mit Nachfragen, bestätigt wurden. Der wahrscheinliche Grund, wie schon von Venz (2009) angenommen, könnte sein, dass die Kandidaten bei Vorgabe von Nachfragen mehr Gelegenheit haben, passende Antworten zu überlegen und somit auch zum Verfälschen ihrer Antworten. Bei einem Vergleich der Items bezüglich der Wahlhäufigkeit dieser Antwortkategorie zeigte sich, dass sie vor allem bei Verhaltensweisen des Ingratiation gewählt wurde, gefolgt von Image Protection, Slight Image Creation und Extensive Image Creation. Die Items betrafen vor allem die Passung des Bewerbers mit der Organisation, Einschmeicheln beim Interviewer, Ziele des Bewerbers und Probleme an früheren Arbeitsplätzen. Wenn man dies mit den Themeninhalten des Interviews vergleicht, sieht man, dass das genau die Bereiche sind, die im Interview nicht angesprochen wurden.

Levashina und Campion (2007) konzipierten diese Skala, um den Auswahlprozess von Bewerbungen in Zukunft besser gestalten zu können. Es stellt sich jedoch die Frage, ob die gesamte Skala für jede Art des Einstellungsinterview verwendet werden sollte, ob es nicht besser wäre zu differenzieren, welche der Skalen in einem bestimmten Interview Sinn machen und welche nicht. Einzelne

Items weisen kaum Mittelwert und Standardabweichung auf oder haben eine überdurchschnittliche Wahlhäufigkeit der Antwortmöglichkeit *Keine Gelegenheit*: Das Item „Ich habe über die Witze des Interviewers gelacht, obwohl sie nicht lustig waren.“ beispielsweise ist in einem strukturierten Interview, in dem für den Interviewer alle Fragen und die Reihenfolge ihrer Vorgabe vorgegeben sind, gar nicht anders zu beantworten als mit der Antwort, keine Gelegenheit dazu gehabt zu haben. Fast alle Items der Skala Ingratiation sind in einem fiktiven Interview, in dem man im Vorhinein nichts über die Organisation weiß für die man sich bewirbt und in dem dieses Thema auch nicht angesprochen wird, wenig aussagekräftig, da der Bewerber erst gar keine Gelegenheit zum Einschmeicheln bekommt. Es sollten demnach weitere Untersuchungen mit dem Ziel, die Skala noch weiter zu verfeinern und an Interviews anzupassen, oder aber die Interviewfragen an die Skala anzupassen, angedacht werden.

4.2 Fragestellung 1 – Art und Ausmaß von Faking in Einstellungsinterviews mit verhaltensbezogenen Fragen

Die erste Fragestellung betraf ganz allgemein das Faking in Einstellungsinterviews. Dabei sollten die verschiedenen Arten des Faking und ihr Ausmaß erfasst werden. Der Mittelwert der Skala, die das Gesamtausmaß des Faking erfasste, lag mit 1.54 zwar etwas unter den Werten beider Studien, auf denen diese Untersuchung basiert, Venz (2009) und auch Levashina und Campion (2007) fanden etwas höhere Mittelwerte von $M=1.61$ respektive $M=1.62$. Die Ergebnisse zeigen jedoch, dass 95% der Untersuchungsteilnehmer im Fragebogen angaben, mindestens einmal verfälscht zu haben. Dieses Ergebnis steht im Einklang sowohl mit den Ergebnissen von Venz (2009), deren Teilnehmer zu 93% angaben, mindestens einmal verfälscht zu haben, als auch mit denen von Levashina und Campion (2007), die einen ähnlich hohen Prozentsatz (93.4%) für simulierte Einstellungsinterviews berichteten. Auch andere Untersuchungen zum Thema Impression Management und Faking konnten von ähnlichen Ergebnissen berichten (z. B. Ellis et al., 2002; Stevens & Kristof, 2005; Weiss & Feldman, 2006). Wenn man jedoch die Prozentanteile der einzelnen Fakingsskalen betrachtet fällt auf, dass es Unterschiede zu den Untersuchungen von Levashina und Campion (2007) gibt,

vor allem, wenn man ihre Studie mit realen Einstellungsinterviews als Vergleichsmaßstab nimmt: In der vorliegenden Untersuchung liegen die Skalen Slight und Extensive Image Creation mit 91.7% und 76.7% zwar noch jeweils nur um ein paar Prozentpunkte unter den Ergebnissen von Levashina und Campion (95.3% und 80%, 2007), allerdings gibt es große Unterschiede, was Image Protection und Ingratiation gibt, nämlich dahingehen, dass die Verhaltensweisen des Image Protection in der vorliegenden Studie mit 95% fast 10% höher liegt als in der Vorgängerstudie, Ingratiation hingegen mit 58.3% sogar um 37% darunter. Eine Erklärung dafür könnte sein, dass in realen Interviews, in denen der Verlust als groß eingeschätzt wird, wenn man eine gewünschte Stelle nicht bekommt, größer ist, offensivere Techniken eingesetzt werden, als in simulierten Interviews, wo man weiß, dass man nichts verlieren kann. Hier könnten eher defensive Techniken überwiegen, das heißt, dass zwar kein Drang da ist, sich zu beweisen, und einzuschmeicheln, man aber trotzdem nicht schlecht da stehen will, und sich verteidigt, wenn man sich angegriffen fühlt. Vergleichsstudien zwischen realen und fiktiven Interviews wären vielleicht angebracht, um Licht in diese Diskrepanz zu bringen.

Wenn man nun das Ausmaß von Faking in der vorliegenden Arbeit betrachtet, zeigt sich, dass am häufigsten diejenigen Verhaltensweisen berichtet wurden, die Image Protection betreffen, gefolgt von Slight Image Creation. Auch diese Ergebnisse decken sich mit denen von Venz (2009), allerdings nicht mit denjenigen von Levashina und Campion (2007), die für Image Protection und Slight Image Creation vergleichbar hohe Werte fanden. Stevens und Kristof (1995) fanden in ihrem Vergleich von verschiedenen Impression Management Techniken sogar, dass assertive Techniken (Image Creation) viel häufiger angewandt würden als defensive (Image Protection), deren Anteil in realen Einstellungsinterviews verschwindend gering war. Auch Ellis et al. (2002) fanden in ihrer Untersuchung vergleichbare Ergebnisse. Somit macht die Annahme von Venz (2009) Sinn, dass hier Unterschiede in den Kulturen die grundlegende Ursache sein könnten und US-amerikanische Bewerber sich in Einstellungsinterviews einfach assertiver verhalten würden als europäische (bzw. deutschsprachige).

Im Vergleich zu Slight Image Creation und Image Protection wurden die Verhaltensweisen der Skala Ingratiation viel seltener berichtet. Diese Ergebnisse decken sich mit denen von Venz (2009) und Levashina et al. (2007) in ihrer

Untersuchung mit fiktiven Einstellungsinterviews. Auch Stevens und Kristof (1995) fanden ähnliche Ergebnisse, wonach Self-Promotion viel häufiger berichtet wurde als Ingratiation. Analog zu ihren Ergebnissen, die zeigten, dass darüber hinaus eher der Organisation als dem Interviewer selbst geschmeichelt wurde, weisen auch die Ergebnisse der vorliegenden Arbeit einen höheren Mittelwert für die Items auf, die der Organisation schmeichelnde Verhaltensweisen erheben. Ellis et al. (2002) fanden ferner in ihren Ergebnissen zu den Unterschieden zwischen den verschiedenen Fragetypen, dass Ingratiation bei situativen Fragen viel häufiger vorkam (69.7% der Teilnehmer) als bei verhaltensbezogenen Fragen (50.4%), Self-Promotion hingegen bei verhaltensbezogenen Fragen öfter angewandt wurde (85.7%) als bei situativen (60.5%). Auch Levashina et al. (2007) berichten als Ergebnis ihrer Untersuchung mit fiktiven Einstellungsinterviews, dass Ingratiation signifikant häufiger bei situativen Fragen vorkam, jedoch auch Slight Image Creation. Die Unterschiede von Extensive Image Creation und Image Protection zwischen hinsichtlich der zwei Fragetypen hingegen waren nicht signifikant. Die Autoren erklären nicht, was die Ursache für ihre Ergebnisse sein könnte. Ellis et al. (2002) erklären ihre Ergebnisse damit, dass es bei Self-Promotion, also Eigenwerbung, eher darum geht, seine Stärken durch vergangene Erfolge zu betonen, wohingegen bei Ingratiation, also Einschmeicheln, die Werte und Ansichten des Interviewpartners oder der Organisation im Vordergrund stehen, wobei dafür in einem situativen Interview, das ja auf zukünftige Ereignisse ausgerichtet ist, viel mehr Spielraum ist. Das wäre eine mögliche Erklärung für die Ergebnisse der vorliegenden Studie, die verhaltensbezogene Fragen als Grundlage für das Interview verwendete.

Eine andere Erklärung wäre die Tatsache, dass die Stellenanzeige für die fiktive Traineeestelle sehr allgemein gehalten worden war, um möglichst viele Fachgebiete ansprechen zu können. Dementsprechend wurden als Anforderungen nur Fähigkeiten und Eigenschaften (z. B. Beherrschen von Fremdsprachen, Kommunikations- und Teamfähigkeit) angeführt, die für viele Berufsrichtungen gelten können. Die Bewerber hatten also wenige Informationen, sowohl über die Erwartungen, die an sie gestellt werden würden, als auch über die Organisation für die sie sich bewerben sollten. Somit gab es wenig Möglichkeit, die Verhaltensweisen *Opinion Conforming* (Meinungsübereinstimmung mit dem Interviewer) und *Interviewer and/or Organisation Enhancing* (Einschmeicheln

beim Interviewer und/oder der Organisation) und *Fit Enhancing* (Passung mit dem Unternehmen betonen) anzuwenden. Hinzu kam noch die freundliche Neutralität der Interviewerin während der Interviews die auch keine Anreize gab, Interviewer Enhancing zu zeigen. Der fiktive Charakter des Interviews hat somit wahrscheinlich einen Einfluss auf das Antwortverhalten der Teilnehmer. In einem realen Setting könnte der Bewerber sich vor dem Interview gut über die Organisation kundig machen, um Bescheid zu wissen, was für Eigenschaften, Fähigkeiten und Werte im Gespräch angesprochen und erwartet werden und könnte das Wissen für seine Zwecke einsetzen. Wahrscheinlich um dieses Problem zu umgehen, ließen Levashina und Campion (2007) in ihrer Untersuchung mit fiktiven Interviews die beiden Skalen Fit Enhancing und Interviewer and/or Organisation Enhancing von vornherein weg.

Die Skala Extensive Image Creation schließlich weist von allen vier Skalen die niedrigsten Werte auf. Diese Werte wurden auch von Venz (2009) und Levashina und Campion (2007) gefunden. Eine mögliche Erklärung läge hier wiederum in der Fiktivität der Interviewsituation. Auf informelle Nachfrage nach dem Interview bezüglich ihrer Antworten berichteten einige der Teilnehmer der vorliegenden Untersuchung, sie würden in einem echten Interview an einigen Stellen anders antworten und manche Geschichten nicht so ehrlich erzählen. Sie meinten sie hätten „ja keinerlei Konsequenzen zu befürchten“ gehabt. Somit kann man folgern, dass selbst bei konsequenter und gründlicher Vorbereitung der Teilnehmer auf die simulierte Situation, nicht alle Eventualitäten ausgeschlossen werden können, und bezüglich des Lügens in Einstellungsinterviews weitere Forschung in realen Settings nötig wäre. Die Bewerber erklärten darüber hinaus, sie könnten einige der Fragen nicht beantworten, obwohl sie eine ähnliche Verhaltensweise sehr wohl ausgeführt hätten. So wurde beispielsweise angemerkt, dass die Frage nach vorher ausgedachten Geschichten nicht positiv beantwortet werden könne, da man sich die Geschichten eher spontan ausgedacht hätte. Somit könnte ein weiterer Grund dafür, dass der Mittelwert der Skala so gering ausfiel sein, dass einfach nicht alle Verhaltensweisen erfasst werden. Aufgrund der Theorie dass Personen eher dazu neigen, nahe an der Wahrheit zu bleiben, als ein Bild von sich zu zeichnen, das gar nicht den Tatsachen entspricht (Schuler, 2002), könnten die Ergebnisse jedoch auch einfach darauf hindeuten, dass Bewerber bei der Beantwortung von Fragen bevorzugen, nahe an der Wahrheit zu bleiben, als komplett neue Informationen

über sich zu erfinden. Ein anderer Grund hierfür könnte auch der kognitive Aufwand des Lügens sein. Es ist kognitiv weitaus einfacher, tatsächliche Gegebenheiten aus dem Gedächtnis abzurufen, als neue Geschichten spontan zu erfinden (*Kognitionstheorie des Lügens*, Köhnken, 1985, 1982; Zuckerman et al., 1981, zitiert nach Köhnken, 1990), weil die Belastung des Informationsverarbeitungssystems so viel geringer bleibt. Für das Lügen sind viel mehr kognitive Operationen notwendig als für wahre Berichte aus dem Gedächtnis (Köhnken, 1990).

4.3 Fragestellung 2 – Einfluss von Nachfragen auf Faking in Einstellungsinterviews mit verhaltensbezogenen Fragen

Neben dem Ausmaß und den Arten des Faking allgemein war in dieser Studie speziell die Frage von Interesse, welchen Effekt Nachfragen auf das Faking in Einstellungsinterviews mit verhaltensbezogenen Fragen haben. Levashina und Campion (2007) gingen in ihrer Studie aufgrund ihres Modelles der Faking-Wahrscheinlichkeit (Levashina & Campion, 2006), auf den Aspekt des Nachfragens ein und postulierten, dass mehr verfälschende Verhaltensweisen während Einstellungsinterviews ohne Nachfragen gezeigt würden als in Interviews mit Nachfragen. Ihre Ergebnisse jedoch zeigten ein gegenteiliges Ergebnis, wonach die Teilnehmer signifikant mehr verfälschten, wenn sie Nachfragen ausgesetzt waren. Auch Venz (2009), die ihre Studie auf diesen Ergebnissen aufgebaut hatte, konnte diese Ergebnisse größtenteils stützen, mit Ausnahme der Skala Ingratiation wiesen alle Mittelwertunterschiede in dieselbe Richtung wie bei Levashina und Campion (2007), wobei ihre Ergebnisse wahrscheinlich aufgrund der geringen Stichprobengröße (30 Personen) nicht signifikant ausfielen. Vor allem wegen dieser Konsistenz gestalteten sich die Ergebnisse dieser Untersuchung bezüglich Nachfragen als überraschend, da sie sich nicht wiederholten. Zunächst einmal fielen die Mittelwertunterschiede trotz der gegenüber der Studie von Venz (2009) vergrößerten Stichprobengröße von 60 Teilnehmern nicht signifikant aus. Im Gegensatz zu den Vorgängerstudien wiesen die vorliegenden Ergebnisse darüber hinaus größtenteils in die Richtung, dass verfälschende Verhaltensweisen durch Nachfragen nicht begünstigt, sondern vermindert werden. Mit Ausnahme von

Image Protection kann aus den Ergebnissen aller anderen Skalen, auch der Gesamtskala, abgelesen werden, dass vermehrt verfälschendes Verhalten gezeigt wird, wenn Nachfragen verboten werden. Somit stützen die Resultate die ursprüngliche Hypothese von Levashina und Campion (2007), die eben dies postulierten, mit der Erklärung dass das Nichtvorhandensein von Nachfragen Faking erleichtern könnte. Bewerber könnten nämlich, wenn sie merken, dass im Interview durchwegs keine Nachfragen gestellt werden, denken, dass ihre verfälschten Antworten sowieso nicht entdeckt werden könnten. Potenzielles Nachfragen könnte somit dem „Eindruck schinden“ von Bewerbern Grenzen setzen (Levashina & Campion, 2006).

Auch die Annahme von Levashina und Campion (2006), dass längere Interviews weniger Möglichkeit zum Faking geben, könnte eine Erklärungsmöglichkeit dafür bieten, dass in der vorliegenden Arbeit Nachfragen zu vermindertem Faking führten. Laut den Autoren könnte es sein, dass es anstrengender ist, für einen längeren Zeitraum ein vorgespieltes Bild von sich aufrecht zu erhalten, demnach würden Bewerber eher bei der Wahrheit bleiben beziehungsweise würden sie schneller beim Lügen ertappt. Da sich die Dauer des Interviews durch die Nachfragen um durchschnittlich 15 Minuten verlängerte, ergäbe diese Theorie Sinn. Dem widersprechen allerdings die Ergebnisse von Venz (2009) und Levashina und Campion (2007). Es könnte natürlich sein, dass die Unterschiede zwischen den Studien an der Art der Stichproben liegen: Zu einem großen Teil waren die Teilnehmer dieser Untersuchung Studenten der Naturwissenschaften, zu einem geringen Teil Geisteswissenschaftler. An der Untersuchung von Venz (2009) nahmen Studenten vieler verschiedener Studiengänge teil. Da in der vorliegenden Arbeit auch insgesamt gesehen weniger verfälscht wurde als in den Studien von Venz (2009) und Levashina und Campion (2007), könnte gefolgert werden, dass Natur- und Geisteswissenschaftler insgesamt weniger zum Faking neigen, als Studenten anderer Studienrichtungen.

Auch sollte man einen möglichen Kulturunterschied zwischen Deutschland und Österreich nicht vernachlässigen: Da es, wie schon dargelegt, nicht nur einen Unterschied bezüglich des Effekts von Nachfragen zwischen den Studien gibt, sondern auch das Ausmaß des Faking insgesamt geringer ausfällt als bei Venz (2009), ist es gut möglich, dass es tatsächlich Unterschiede in der Tendenz zum Faking zwischen österreichischen und deutschen Studenten gibt. Da es noch keine

Vergleichsstudien zwischen Österreich und Deutschland in Bezug auf Einstellungsinterviews gibt, sollten welche angedacht werden, um hier Klarheit zu schaffen.

Für die nicht-signifikanten Ergebnisse in dieser Arbeit könnte die kleine Stichprobengröße von 60 Personen ausschlaggebend sein. Die ursprünglich notwenige Stichprobe von 204 Personen sollte daher unbedingt realisiert werden, um Licht in diese widersprüchlichen Ergebnisse zu bringen und herauszufinden, ob in Österreich tatsächlich anders auf Nachfragen reagiert wird, als in Deutschland und den USA.

Was nicht aus den Augen verloren werden darf ist die Tatsache, dass es sich bei dem Interview um eine simulierte Bewerbungssituation mit freiwilliger Teilnahme handelte, zu der sich nur Personen meldeten, die ihre Erfahrungen mit Einstellungsinterviews verbessern wollten. Demnach konzentrierten sie sich auf die Fragen und beachteten womöglich weniger, ob sie wirklich so antworteten, wie sie dies auch in einer realen Situation machen würden. Das zeigte sich schon in den niedrigen Faking-Gesamtwerten und könnte durchaus auch Auswirkungen gehabt haben auf die Fakingwahrscheinlichkeit in den zwei Bedingungen. Aufgrund der bisher relativ wenigen Ergebnisse zum Einfluss von Nachfragen auf das Verfälschen im realen Einstellungsinterview wären, wie weiter oben schon erwähnt, vermehrt Studien an realen Bewerbungssituationen wünschenswert.

Zusammenfassend kann über die Ergebnisse dieser Studie gesagt werden, dass die Annahme, dass in Einstellungsinterviews mit verhaltensbezogenen Fragen verfälscht wird, auch für österreichische Studenten bestätigt werden kann. Dabei überwiegen Verhaltensweisen, die das Bild, das man beim Gegenüber hinterlassen will, verteidigen und solche, die für die Stelle relevante positive Eigenschaften herausstreichen und übertreiben. Einschmeicheln hingegen, ob nun beim Interviewer oder bei der Organisation, und direktes Lügen werden, wahrscheinlich weil es sich um simulierte Interviews handelt, weit seltener gezeigt. Bezüglich des Einflusses von Nachfragen auf das Faking kann gesagt werden, dass in der vorliegenden Arbeit geringe Unterschiede zwischen den Versuchsbedingungen festzustellen waren. Frühere Ergebnisse, wonach vermehrtes Nachfragen auch vermehrtes Faking hervorruft, konnten nicht wiederholt werden. Im Gegenteil wurde in der vorliegenden Untersuchung in der Bedingung ohne Nachfragen

geringfügig mehr verfälscht, was die Theorie, dass das Zulassen von Nachfragen Faking verhindert (Levashina & Campion, 2006), begünstigt.

Literatur

- Campion, M. A., Campion, J. E. & Hudson, J. P. Jr. (1994). Structured interviewing: A note on incremental validity and alternative question types. *Journal of Applied Psychology*, 79, 998-1002.
- Campion, M. A., Palmer, D. K. & Campion, J. E. (1997). A review of structure in the selection interview. *Personnel Psychology*, 50, 655-702.
- Campion, M. A., Pursell, E. D., Brown, B.K. (1988). Structured interviewing: Raising the psychometric properties of the employment interview. *Personnel Psychology*, 41, 25-42.
- Ellis, A. P. J., West, B. J., Ryan, A. M. & DeShon, R. P. (2002). The use of impression management tactics in structured interviews: A function of question type? *Journal of Applied Psychology*, 87, 1200-1208.
- Flanagan, J. C. (1954). The critical incident technique. *Psychological Bulletin*, 51, 327-358.
- Gilmore, D. C., Stevens, C. K., Harrell-Cook, G. & Ferris, G. R. (1999). Impression management tactics. In R.W. Eder & M.M. Harris (Eds.), *The employment interview handbook* (pp. 321-336). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Goffman, E. (1955). On face work: an analysis of ritual elements in social interactions. *Psychiatry*, 22, 225 – 237.
- Higgins, C. A., Judge, T. A. & Ferris, G. R. (2003). Influence tactics and work outcomes: a meta analysis. *Journal of Organizational Behavior*, 24, 89-106.
- Huffcut, A. & Arthur, W. (1994). Hunter and Hunter (1984) revisited: Interview validity for entry-level jobs. *Journal of Applied Psychology*, 79, 184-190.
- Hunter, J. E. & Hunter, R. F. (1984). Validity and utility of alternative predictors of job performance. *Psychological Bulletin*, 96, 72-98.
- Holden, R. R. & Fekken, G. C. (1989). Three common social desirability scales: Friends, acquaintances, or strangers? *Journal of Research in Personality*, 23, 180-191.
- Janz, T. (1982). Initial comparisons of patterned behaviour description interviews versus unstructured interviews. *Journal of Applied Psychology*, 67, 577-580.

- Jones, E. E. & Pittman, T.S. (1982). Toward a general theory of strategic self-presentation. In J. Suls (Ed.), *Psychological perspectives on the self* (Vol. 1, pp. 231-262). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Kaltofen, C. (2007). *Erwartungen von Akademikern im Bewerbungsprozess*. Unveröffentlichte Diplomarbeit, Technische Universität Dresden.
- Kanning, U. P. (2003). Sieben Anmerkungen zum Problem der Selbstdarstellung in der Personalauswahl. *Zeitschrift für Personalpsychologie*, 2, 193-197.
- Köhnken, G. (1990). *Glaubwürdigkeit. Untersuchungen zu einem psychologischen Konstrukt*. (Fortschritte der psychologischen Forschung, Bd. 5). München: Psychologie Verlags Union
- Latham, G. P., Saari, L. M., Pursell, E. D. & Campion, M. A. (1980). The situational interview. *Journal of Applied Psychology*, 65, 569-573.
- Levashina, J. & Campion, M.A. (2006). A model of faking likelihood in the employment interview. *International Journal of Selection and Assessment*, 14, 299-316.
- Levashina, J. & Campion, M. A. (2007). Measuring faking in the employment interview: development and validation of an interview faking behavior scale. *Journal of Applied Psychology*, 92, 1638-1656.
- Lievens, P. & Peeters, H. (2008). Interviewer's sensitivity to impression management tactics in structured interviews. *European Journal of Psychological Assessment*, 24, 174-180.
- Marchese, M. C. & Muchinsky, P.M. (1993). The validity of the employment interview: A meta-analysis. *International Journal of Selection and Assessment*, 1, 18-26.
- Marcus, B. (2003a). Persönlichkeitstests in der Personalauswahl: Sind "sozial erwünschte" Antworten wirklich nicht wünschenswert? *Zeitschrift für Psychologie*, 211, 138-148.
- Marcus, B. (2003b). Das Wunder sozialer Erwünschtheit in der Personalauswahl. *Zeitschrift für Personalpsychologie*, 2, 129-132.
- Maurer, S. D., Sue-Chan, C. & Latham, G. P. (1999). The situational interview. In R. W. Eder & M. M. Harris (Eds.), *The employment interview handbook* (pp. 179-190). Thousand Oaks, CA: Sage.

- McDaniel, M. A., Whetzel, D. L., Schmidt, F. L. & Maurer, S. D. (1994). The validity of employment interviews: A comprehensive review and meta-analysis. *Journal of Applied Psychology*, 79, 599-616.
- Motowidlo, S.J. (1999). Asking about past behavior versus hypothetical behavior. In R.W. Eder & M.M. Harris (Eds.), *The employment interview handbook* (pp. 179-190). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Motowidlo, S. J., Carter, G. W., Dunnette, M. D., Tippins, M., Werner, S., Burnett, J. R. & Vaughan, M. J. (1992). Studies of the structured behavioral interview. *Journal of Applied Psychology*, 77, 571-587.
- Pulakos, E. D. & Schmitt, N. (1995). Experience-based and situational interview questions: Studies of validity. *Journal of Applied Psychology*, 77, 571-587.
- Schuler, H. (2002). *Das Einstellungsinterview*. Göttingen: Hogrefe.
- Schuler, H., Frier, D. & Kauffmann, M. (1993). *Personalauswahl im europäischen Vergleich*. Göttingen: Hogrefe.
- Schuler, H. & Marcus, B. (2006). Biographieorientierte Verfahren der Personalwahl. In H. Schuler (Hrsg.), *Lehrbuch der Personalpsychologie* (S. 189-226). Göttingen: Hogrefe.
- Stevens, C. K. & Kristof, A. L. (1995). Making the right impression: a field study of applicant impression management during job interviews. *Journal of Applied Psychology*, 80, 587-606.
- Venz, L. (2009). *Der Effekt von Nachfragen bei verhaltensbezogenen Fragen im Einstellungsinterview*. Unveröffentlichte Diplomarbeit, Technische Universität Dresden.
- Weiss, B. & Feldman, R. S. (2006). Looking good and lying to do it: Deception as an Impression Management Strategy in Job Interviews. *Journal of Applied Social Psychology*, 36, 1070-1086.
- Wiswede, G. (2004). *Sozialpsychologie-Lexikon*. München: Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH.
- Westhoff, K. & Strobel A. (2004). Eignungsinterview. In K. Westhoff, L. J. Hellfritsch, L. F. Hornke, K. D. Kubinger, F. Lang, H. Moosbrugger, A. Püschel & G. Reimann (Hrsg.), *Grundwissen für die berufsbezogene Eignungsbeurteilung nach DIN 33430* (2. Auflage, S. 93-110). Lengerich: Pabst.

Anhang

- Anhang A:** Stellenanzeige für fiktive Traineeestelle
- Anhang B:** Interviewleitfaden mit Nachfragen
- Anhang C:** Fragebogen zum Verfälschen im Einstellungsinterview
- Anhang D:** Abschlussfragebogen
- Anhang E:** Items des Fragebogens zum Verfälschen im Einstellungsinterview
nach Haupt- und Subskalen geordnet
- Anhang F:** Daten der Itemdifferenzierung und Auswahlhäufigkeit der
Antwortmöglichkeit *Keine Gelegenheit*
- Anhang G:** Ergebnisse der multivariaten Analysen zum Einfluss des Nachfragens
im Einstellungsinterview
- Anhang H:** Abstract
- Anhang I:** Curriculum Vitae

Anhang A: Stellenanzeige für die fiktive Traineeestelle

Trainee-Stelle im Nachwuchsprogramm GoFuture

Für den AllinOne-Konzern suchen wir Sie als Trainee für unser Nachwuchsprogramm GoFuture. Im Verlauf des 18 Monate dauernden Programms legen Sie den Grundstein für eine erfolgreiche Karriere. Im Rahmen einer persönlichen Laufbahnplanung und in Abhängigkeit von Ihrem Studienschwerpunkt erwarten Sie vielfältige Aufgaben in unterschiedlichen Fachbereichen unseres Unternehmens. Wir bieten Ihnen außerdem die Mitwirkung in Projekten sowie den Einsatz an einem unserer ausländischen Standorte. Begleitende Trainings- und Entwicklungsmaßnahmen runden Ihr GoFuture Programm ab.

Ihr Profil

- Guter Abschluss an einer Hochschule
- Generalisten aller Fachrichtungen mit Hintergrundwissen und Eigeninitiative
- Praxiserfahrung (z.B. durch Praktika) in verschiedenen Branchen und Aufgabenfeldern
- Unternehmerisches Denken und Handeln
- Teamfähigkeit sowie ausgeprägtes Kontakt- und Kommunikationsvermögen
- Verantwortungsbewusstsein
- Initiative, Engagement und Lernbereitschaft
- Interkulturelle Kompetenz (z.B. erworben bei Auslandsaufenthalten)
- Englisch und Deutsch fließend, weitere Fremdsprachen erwünscht
- Außeruniversitäres Engagement

Über uns

Mit Leistung und Engagement setzen wir uns nicht nur für unsere Kunden sondern auch für unsere Mitarbeiter ein, denn sie machen uns zu dem, was wir sind: eines der weltweit führenden international tätigen Unternehmen unserer Branche. Auf das Vertrauen, das uns Millionen von Kunden entgegenbringen, sind wir besonders stolz! Dabei sind insbesondere das Engagement, das Können und die Servicebereitschaft unserer Mitarbeiter unsere größten Stärken.

Entdecken auch Sie die Chancen, die Ihnen AllinOne bietet!

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung!

Anhang B: Interviewleitfaden mit Nachfragen

Interviewleitfaden

1. Einleitung

Hallo.....,

Ich freue mich, dass du die Zeit gefunden hast, hierher zu kommen. Bevor wir beginnen, möchte ich mich und mein Anliegen zunächst kurz vorstellen.

Mein Name ist Annemarie Hübner und ich studiere Psychologie an der Uni Wien. Momentan schreibe ich meine Diplomarbeit am Institut für Diagnostik zum Thema Einstellungsinterview. Zu diesem Zweck werde ich jetzt mit dir ein Interview führen.

Ich führe mit dir ein fiktives Bewerbungsgespräch, welches sich auf die Stellenanzeige bezieht, die du schon per Email von mir bekommen hast. Ich beachte bei der Bearbeitung deiner Daten natürlich streng die Richtlinien des Datenschutzes.

Wenn du sehen möchtest, wie du dich im Interview verhältst, kann ich es gerne auf Video aufnehmen. Ich würde es dir gleich im Anschluss an unser Gespräch geben und dann löschen, du brauchst dir keine Sorgen zu machen, dass es außer dir noch jemand zu sehen bekommt.

Das waren alle wesentlichen Informationen vorneweg. Ich werde nun zum fiktiven Bewerbungsgespräch übergehen. Damit das Gespräch so realistisch wie möglich wird, würde ich gerne für die Zeit des Interviews zum Sie übergehen. Bist du damit einverstanden oder hast du noch Fragen?

2 Fiktives Bewerbungsgespräch

(Anmerkung: Die *kursiv* geschriebenen Fragen sind nur in der Bedingung mit Nachfragen gestellt worden)

Einleitung:

Liebe Frau / Herr Schön dass Sie sich für eine Traineeestelle in unserem Nachwuchsprogramm GoFuture interessieren. Ich freue mich, Sie heute persönlich kennen zu lernen!

2.1 Allgemeine Fragen zum Einstieg:

- Erzählen Sie mir zum Einstieg doch bitte kurz etwas über Ihren Werdegang!
- Warum haben Sie sich für den Studiengang xy entschieden?
- Wie zufrieden sind Sie mit Ihren bisherigen Studienergebnissen?
- Über welche Arbeits- und Praktikumserfahrungen verfügen Sie?

2.2 Verhaltensbezogene Fragen:

2.2.1 Praxiserfahrung / Aufgaben

Denken Sie einmal an Ihre letzte Arbeits- / Praktikumsstelle zurück!

- Mit welchen Aufgaben waren Sie dort betraut?
 - *Was würden Sie sagen, inwieweit konnten Sie Ihr im Studium erworbenes Wissen dort einbringen?*
 - *Und in inwieweit haben Sie sich Neues angeeignet?*
 - *Wie sind Sie dafür vorgegangen?*
- Schildern Sie mir doch bitte eine Aufgabe, die Sie erfolgreich bewältigen konnten / die Ihnen leicht fiel.
 - *Was war die Aufgabe?*
 - *Wie sind Sie vorgegangen?*
 - *Was war das Ergebnis?*
 - *Was glauben Sie, hat zum Erfolg beigetragen?*

- Welche Aufgabe hat Sie am stärksten gefordert?
 - *Was hat Sie an dieser Aufgabe gefordert? / Worin bestand die Herausforderung für Sie?*
 - *Wie haben Sie die Aufgabe gelöst?*
 - *Was war das Ergebnis?*

2.2.2 Engagement, (Eigen-)Initiative und Lernbereitschaft

Haben Sie schon einmal von sich aus eine Aufgabe übernommen oder angestoßen?

- Wenn ja:
 - Beschreiben Sie mir bitte kurz, worum es sich dabei handelte?
 - *Was hat dazu geführt, dass Sie diese Aufgabe übernommen / angestoßen haben?*
 - *Wie sind Sie an diese Aufgabe herangegangen?*
 - *Was war das Ergebnis?*
- Wenn nein: Weiter mit nächster Frage

Was hat während Ihres Studiums in Ihrer Freizeit eine größere Rolle gespielt (bzw. spielt noch)?

- *Wie bzw. wo waren (bzw. sind) Sie aktiv?*
- *Beschreiben Sie mir bitte, was Sie dort genau gemacht haben.*
- *Was glauben Sie, wie Sie von dieser Tätigkeit im Berufsleben profitieren können?*

Im Berufsleben muss man sich auch in neue Aufgabengebiete einarbeiten. Bitte schildern Sie mir eine Situation, in der Sie sich in kurzer Zeit neues Wissen aneignen mussten.

- *Wie sind Sie vorgegangen?*
- *Wie viel Zeit haben Sie dafür benötigt?*
- *Was war das Ergebnis?*

2.2.3 Teamfähigkeit, Kommunikation, Kontakt

Ich würde nun gerne etwas darüber erfahren, wie Sie mit anderen zusammenarbeiten.

- Was glauben Sie, sind ihre Stärken im Umgang mit anderen?
 - *Können Sie mir eine Situation aus Ihrem Praktikum beschreiben, in der Sie diese Stärken (oder eine dieser Stärken) einsetzen konnten?*
- Können Sie mir bitte eine Situation aus Ihrer letzten Arbeits- bzw. Praktikumsstelle beschreiben, in der Sie mit anderen zusammengearbeitet haben?
 - *Was war die Situation?*
 - *Wie hat sich die Zusammenarbeit gestaltet?*
 - *Wie konnten Sie sich einbringen?*
 - *Was war das Ergebnis dieser Arbeit?*
- Und wie sah das in Ihrem Studium aus: Können Sie mir eine Situation beschreiben, in der Sie während Ihres Studiums mit anderen zusammengearbeitet haben?
 - *Wie hat sich die Zusammenarbeit gestaltet?*
 - *Wie konnten Sie sich einbringen?*
 - *Was war das Ergebnis dieser Arbeit?*
- Wenn man mit anderen zusammenarbeitet, kann es auch einmal zu Problemen, z.B. Meinungsverschiedenheiten, kommen. Schildern Sie mir doch bitte einmal eine solche Situation, in der es Probleme in der Zusammenarbeit mit anderen gab.
 - *Wie wurden diese Probleme gelöst?*
 - *Welche Rolle haben Sie dabei gespielt?*
 - *Was war das Ergebnis?*

- Wenn man mit anderen zusammenarbeitet, ist es manchmal notwendig, andere von seinen eigenen Ideen zu überzeugen. Schildern Sie mir bitte einmal eine Situation, in der Sie andere von Ihren Ideen überzeugen wollten.
 - *Wie sind Sie vorgegangen?*
 - *Wie ist es ausgefallen?*
 - *Welche Konsequenzen hatte das für Ihre weitere Zusammenarbeit?*
- Bitte schildern Sie mir eine Situation, in der Sie anderen Personen einen Sachverhalt erklärt haben.
 - *Wie sind Sie vorgegangen?*
 - *Was war das Ergebnis?*

2.2.4 Interkulturelle Kompetenz und Fremdsprachen

Wie Sie wissen, besteht während des Traineeprogramms auch die Möglichkeit eines Auslandseinsatzes.

- Deshalb möchte ich zunächst wissen, welche Fremdsprachen Sie beherrschen.
 - *Wenn nur Englisch:*
 - *Was hat dazu geführt, dass Sie keine weitere Fremdsprache beherrschen?*
- Wo haben Sie Ihre Fremdsprachenkenntnisse erworben?
- Welche Erfahrungen haben Sie mit anderen Ländern und Kulturen oder mit Menschen aus anderen Ländern und Kulturen?
 - *Bitte beschreiben Sie mir doch einmal eine dieser Erfahrungen / diese Erfahrung.*
 - *Was glauben Sie, wie Sie von diesen Erfahrungen für einen möglichen Auslandseinsatz profitieren können?*
 - *Was glauben Sie, wie Sie von diesen Erfahrungen allgemein für Ihr Berufsleben profitieren können?*

2.2.5 Unternehmerisches Denken und Handeln / Planungskompetenz

Nun würde ich gerne noch auf ein anderes Thema kommen: Jeder hat ja so seine eigene Art, Dinge zu erledigen.

- Schildern Sie mir doch bitte einmal eine Situation aus Ihrem Studium oder Praktikum, in der Sie eine Aufgabe erledigen mussten, die umfangreicher war und länger gedauert hat (z.B. Anfertigen einer Hausarbeit).
 - Wie sind Sie vorgegangen, um die Aufgabe zu erledigen?
 - Was war das Ergebnis?

Je nachdem, wo man ein Praktikum macht (oder arbeitet) hat man verschiedene Spielräume und kann Aufgaben unterschiedlich eigenständig erledigen. Beschreiben Sie mir bitte eine Aufgabe, die Sie im Praktikum ziemlich eigenständig erledigen konnten.

- Wie sind Sie an diese Aufgabe herangegangen?
- Was war das Ergebnis?

Jeder Job hat sowohl sehr arbeitsreiche als auch eher ruhige Phasen. Ich würde zum Abschluss gerne noch etwas darüber erfahren, wie Sie mit arbeitsreichen Zeiten und Zeitmangel umgehen.

- Zu manchen Zeiten im Studium muss man für mehrere Veranstaltungen gleichzeitig etwas machen, so dass die Zeit knapp wird.
 - Können Sie mir einmal eine solche Situation aus Ihrer Erfahrung schildern?
 - Wie sind Sie damit umgegangen? / Wie sind Sie vorgegangen?
 - Wie haben Sie festgelegt, welche Aufgaben Sie zuerst erledigen?
 - Was war das Ergebnis?

Vor allem unter Zeitdruck können auch einmal Fehler unterlaufen. Können Sie mir bitte eine Situation oder Aufgabe schildern, in der Sie einen Fehler gemacht haben?

- Um welchen Fehler handelte es sich?
- Wie sind Sie auf den Fehler aufmerksam geworden?
- Wie sind Sie damit umgegangen?
- Was haben Sie daraus gelernt?

Anhang C: Fragebogen zum Verfälschen im Einstellungsinterview

Um Ihre Angaben mit den weiteren Daten in Verbindung bringen zu können, möchten wir Sie bitten, folgenden Code auszufüllen:

1) Erster Buchstabe des Vornamens Ihrer Mutter (z.B. Tanja = T)

2) Zweite Ziffer Ihres Geburtsdatums (z.B. 12.03.1983 = 2)

3) Zweiter Buchstabe Ihres Vornamens (z.B. Eva = V)

4) Letzter Buchstabe Ihres Nachnamens (z.B. Müller = R)

Denken Sie nun bitte an das eben geführte Einstellungsgespräch. Welche der unten aufgeführten Strategien oder Verhaltensweisen haben Sie im Verlauf des Gespräches angewandt?

Bitte schätzen Sie jeweils ein, wie häufig bzw. stark Sie das Verhalten angewandt haben. Bitte kreuzen Sie dafür die für Sie zutreffende Ziffer an.

Überhaupt nicht	Selten	Manchmal	Häufig	Sehr häufig
1	2	3	4	5

Sollte es im Gespräch keine Gelegenheit gegeben haben, die genannte Verhaltensweise anzuwenden, kreuzen Sie bitte 0 = Dazu gab es keine Gelegenheit an.

Ihre Antworten werden vertraulich behandelt und bleiben anonym.

Bitte antworten Sie ehrlich!

Wie häufig haben Sie die folgenden Verhaltensweisen während des Bewerbungsgesprächs angewandt?

Überhaupt nicht	Selten	Manchmal	Häufig	Sehr häufig	Keine Gelegenheit
1	2	3	4	5	0

1	Ich habe gesagt, ich würde mich schnell in die Stelle einarbeiten, obwohl ich wusste, dass es wahrscheinlich länger dauern würde.	1 2 3 4 5 0
2	Ich habe meine Ziele für die Zukunft übertrieben.	1 2 3 4 5 0
3	Im Verlauf des Interviews habe ich meine Antworten so verzerrt, wie es der Interviewer hören wollte.	1 2 3 4 5 0
4	Ich habe versucht, nicht über Fähigkeiten oder Erfahrungen zu sprechen, die mir fehlen.	1 2 3 4 5 0
5	Ich habe den Einfluss meiner Leistung in meinen vergangenen Jobs übertrieben.	1 2 3 4 5 0
6	Im Verlauf des Interviews habe ich meine Antworten an die Kommentare und Reaktionen des Interviewers angepasst.	1 2 3 4 5 0
7	Ich habe mir Geschichten ausgedacht, um fehlende Erfahrungen oder Lücken in meinen Lebenslauf zu erklären.	1 2 3 4 5 0
8	Ich habe behauptet, dass ich Fertigkeiten habe, die ich in Wirklichkeit nicht habe.	1 2 3 4 5 0
9	Ich habe über die Witze des Interviewers gelacht, auch wenn sie nicht lustig waren.	1 2 3 4 5 0
10	Ich habe die Erfahrungen anderer Personen genutzt, um mir gute Antworten auszudenken, wenn ich keine eigenen passenden Erfahrungen vorweisen konnte.	1 2 3 4 5 0
11	Ich habe versucht, etwas über die Unternehmenskultur zu erfahren und habe diese Informationen dann genutzt, um meine Antworten zu fälschen.	1 2 3 4 5 0
12	Ich habe meine Überzeugungen, Werte und Einstellungen so dargestellt, dass sie besser zur Stelle passen, als sie es tatsächlich tun.	1 2 3 4 5 0

13	Auch auf direkte Nachfrage habe ich versucht, meine stellenrelevanten Schwächen nicht preiszugeben.	1 2 3 4 5 0
14	Ich habe versucht, dem Interviewer bezüglich seiner Überzeugungen, Werte und Einstellungen ähnlich zu erscheinen.	1 2 3 4 5 0
15	Ich habe mein Können und meine Qualifikationen so dargestellt, dass sie den Anforderungen der Organisation besser entsprachen, als sie es in Wirklichkeit tun.	1 2 3 4 5 0
16	Ich habe meine Ansicht nicht geäußert, wenn diese der Ansicht des Interviewers widersprach.	1 2 3 4 5 0
17	Auch auf direkte Nachfrage habe ich einige Probleme nicht erwähnt, die ich bei vorherigen Stellen hatte.	1 2 3 4 5 0
18	Ich habe mich deutlich von vergangenen Arbeitserfahrungen distanziert, die ein schlechtes Licht auf mich geworfen hätten.	1 2 3 4 5 0
19	Ich habe versucht, zu verdeutlichen, dass ich die Sichtweisen und Ideen des Interviewers teile, auch wenn dem nicht so war.	1 2 3 4 5 0
20	Ich habe meine Antworten auf die Informationen zugeschnitten, die ich im Verlauf des Interviews über die Stelle erhalten hatte.	1 2 3 4 5 0
21	Ich habe Geschichten erzählt, die sowohl meine tatsächlichen als auch ausgedachte Arbeitserfahrungen enthielten.	1 2 3 4 5 0
22	Ich habe die Organisation für etwas gelobt, das mir bedeutungslos erscheint.	1 2 3 4 5 0
23	Bei den meisten Fragen habe ich mit erfundenen Geschichten geantwortet.	1 2 3 4 5 0
24	Ich habe versucht, die Sichtweise des Interviewers herauszufinden, um diese dann als eigene Meinung in meinen Antworten einzubringen.	1 2 3 4 5 0
25	Erfragte Informationen habe ich nicht preisgegeben, wenn ich dachte, sie könnten meine Chance schmälern, dass ich die Stelle bekomme.	1 2 3 4 5 0
26	Ich habe behauptet, alle der Anforderungen der Stelle erfüllen zu können (z.B. am Wochenende oder nachts zu arbeiten), obwohl es eher nicht der Wahrheit entsprach.	1 2 3 4 5 0

27	Ich habe Ereignisse bewusst falsch dargestellt.	1	2	3	4	5	0
28	Ich habe versucht, die gleichen Meinungen und Einstellungen zum Ausdruck zu bringen, wie der Interviewer.	1	2	3	4	5	0
29	Ich habe Arbeitssituationen oder Leistungen erfunden, die es nicht gab.	1	2	3	4	5	0
30	Ich habe versucht, Begeisterung oder Interesse für alles zu zeigen, wovon ich den Eindruck hatte, dass der Interviewer es mag, auch wenn ich es in Wirklichkeit selber nicht mochte.	1	2	3	4	5	0
31	Meine Antworten haben auf Beispielen der beruflichen Leistungen anderer Personen basiert.	1	2	3	4	5	0
32	Ich habe dem Interviewer geschmeichelt, um den Eindruck zu erwecken, dass ich eine hohe Meinung von ihm habe.	1	2	3	4	5	0
33	Ich habe die Passung meiner Werte und Ziele mit den Werten und Zielen der Organisation übertrieben.	1	2	3	4	5	0
34	Ich habe mir Beispiele ausgedacht, die zeigen sollten, wie gut ich zur Organisation passe.	1	2	3	4	5	0
35	Ich habe versucht, nicht über Arbeitsaufgaben zu sprechen, von denen ich wusste, dass ich sie nicht bewältigen kann.	1	2	3	4	5	0
36	Ich habe meine Verantwortung bei meiner früheren Arbeit übertrieben.	1	2	3	4	5	0
37	Auch auf direkte Nachfrage, habe ich nicht den wahren Grund gesagt, warum ich meinen vorhergehenden Job nicht mehr habe.	1	2	3	4	5	0
38	Ich habe meine wahren Karriereziele nicht erkennen lassen.	1	2	3	4	5	0
39	Ich habe ausgedachte Geschichten erzählt, die ich mir bereits vor dem Gespräch überlegt hatte, um meine Qualifikationen im besten Licht darzustellen.	1	2	3	4	5	0
40	Ich habe versucht, meine Antworten an die Werte und Überzeugungen des Interviewers anzupassen.	1	2	3	4	5	0
41	Ich habe nicht über meine „Leichen im Keller“ gesprochen.	1	2	3	4	5	0
42	Ich habe versucht, meine Verbindung zu negativen Ereignissen während meiner Arbeit zu verschleiern.	1	2	3	4	5	0
43	Ich habe meine tatsächlichen Arbeitserfahrungen in meine Antworten kombiniert, verändert und verzerrt.	1	2	3	4	5	0

44	Ich habe versucht, den Interviewer davon zu überzeugen, dass nicht ich, sondern andere Faktoren für negative Ergebnisse verantwortlich waren, auch wenn ich eigentlich dafür verantwortlich war.	1 2 3 4 5 0
45	Ich habe wohl überlegte, nachvollziehbare Geschichten über meine Arbeitserfahrung erfunden.	1 2 3 4 5 0
46	Ich habe versucht, dem Interviewer äußerlich zuzustimmen, auch wenn ich eigentlich anderer Überzeugung war.	1 2 3 4 5 0
47	Ich habe messbare Arbeitsergebnisse erfunden.	1 2 3 4 5 0
48	Ich habe die Wahrheit verzerrt, um eine gute Antwort geben zu können.	1 2 3 4 5 0
49	Ich habe meine Arbeitserfahrung so dargestellt, dass sie zur Sicht des Interviewers über die Stelle gepasst hat.	1 2 3 4 5 0
50	Wenn ich keine gute Antwort parat hatte, habe ich die Arbeitserfahrung einer anderen Person so dargestellt, als sei es meine eigene.	1 2 3 4 5 0
51	Ich habe versucht, Informationen über die Organisation zu nutzen, um mit meinen Antworten den Eindruck zu erwecken, ich würde besser zur Organisation passen, als ich es tatsächlich tue.	1 2 3 4 5 0
52	Ich habe „Notlügen“ erzählt. / Ich habe im Gespräch geschwindelt.	1 2 3 4 5 0
53	Ich habe meine positiven Kommentare über die Organisation übertrieben.	1 2 3 4 5 0
54	Ich habe meine Qualifikationen so verzerrt dargestellt, dass sie den Anforderungen der Stelle entsprochen haben.	1 2 3 4 5 0

Anhang D: Abschlussfragebogen

Ich möchte Dich bitten, mir zum Abschluss noch einige Fragen zu Deiner Person zu beantworten. Diese Daten helfen mir bei der Auswertung unseres Gesprächs.

Um Deine Angaben mit den weiteren Daten in Verbindung bringen zu können, möchte ich Dich bitten, folgenden Code auszufüllen:

1) Erster Buchstabe des Vornamens Ihrer Mutter (z.B. Tanja = T)

2) Zweite Ziffer Ihres Geburtsdatums (z.B. 12.03.1983 = 2)

3) Zweiter Buchstabe Ihres Vornamens (z.B. Eva = V)

4) Letzter Buchstabe Ihres Nachnamens (z.B. Müller = R)

1. Wie alt bist du? Jahre

2. Geschlecht ☐ weiblich ☐ männlich

3. Studiengang

4. Hast Du Dein Studium bereits beendet? ☐ ja ☐ nein

Wenn „ja“:

Wie viele Semester hast du studiert? Semester

Mit welcher Abschlussnote hast du dein Studium beendet? Note

5. Findest Du die fiktive Traineeestelle attraktiv?

☐ ja ☐ nein

6. Könntest Du Dir vorstellen, Dich auf eine solche Traineeestelle zu bewerben?

☐ ja ☐ nein

7. Hast du Erfahrungen mit Auswahl-situationen als Bewerber?

☐ ja ☐ nein

Wenn „ja“:

Welche Situationen waren das?

- ☐ Bewerbungsgespräch(e) für Ausbildungsplatz vor Studium
- ☐ Bewerbungsgespräch(e) für Arbeitstätigkeit vor Studium
- ☐ Bewerbungsgespräch(e) für Praktika
- ☐ Bewerbungsgespräch(e) für Nebenjobs
- ☐ Bewerbungsgespräch(e) für ehrenamtliche Tätigkeiten
- ☐ Bewerbungsgespräch(e) für Job nach Studium
- ☐ Sonstige.....

Wie häufig hast du Auswahl-situationen als Bewerber erlebt?

- ☐ einmal
- ☐ zwei- bis viermal
- ☐ fünfmal und öfter

8. Hast du Erfahrungen mit Auswahl-situationen als Auswählender?

☐ ja ☐ nein

Wenn „ja“:

Welche Situationen waren das?

.....

.....

Wie häufig hast Du Auswahl-situationen als Auswählender erlebt?

- ☐ einmal
- ☐ zwei- bis viermal
- ☐ fünfmal und öfter

9. Hast du an Bewerbungstrainings teilgenommen?

- ☐ ja ☐ nein

Wenn „ja“:

Welche waren das?

.....

.....

.....

Wann war das Training?

.....

Wie häufig hast du an Bewerbungstrainings teilgenommen?

- ☐ einmal
- ☐ zwei- bis viermal
- ☐ fünfmal und öfter

10. Beschäftigst du dich mit Ratgeberliteratur zum Thema Bewerbung?

- ☐ nie ☐ selten ☐ gelegentlich ☐ oft ☐ sehr oft

11. Sprichst du mit Freunden, Bekannten etc. darüber, was bei einer Bewerbung günstig ist?

- ☐ nie ☐ selten ☐ gelegentlich ☐ oft ☐ sehr oft

Anhang E: Fragen des Fragebogens zum Verfälschen im Einstellungsinterview nach Haupt- und Subskalen geordnet

Tabelle E-1: Überblick über die Items samt zugehörigen Itemkürzeln, Itemnummern und Haupt- und Subskalen

Item-Kürzel	Item-Nummer	Item	Haupt- und Subskala
ICEMB1	1	Ich habe gesagt, ich würde mich schnell in die Stelle einarbeiten, obwohl ich wusste, dass es wahrscheinlich länger dauern würde.	Slight Image Creation Embellishing
ICEMB2	2	Ich habe meine Ziele für die Zukunft übertrieben.	Slight Image Creation Embellishing
ICEMB3	5	Ich habe den Einfluss meiner Leistung in meinen vergangenen Jobs übertrieben.	Slight Image Creation Embellishing
ICEMB4	36	Ich habe meine Verantwortung bei meiner früheren Arbeit übertrieben.	Slight Image Creation Embellishing
ICTAI1	3	Im Verlauf des Interviews habe ich meine Antworten so verzerrt, wie es der Interviewer hören wollte.	Slight Image Creation Tailoring
ICTAI2	6	Im Verlauf des Interviews habe ich meine Antworten an die Kommentare und Reaktionen des Interviewers angepasst.	Slight Image Creation Tailoring
ICTAI3	11	Ich habe versucht, etwas über die Unternehmenskultur zu erfahren und habe diese Informationen dann genutzt, um meine Antworten zu fälschen.	Slight Image Creation Tailoring
ICTAI4	20	Ich habe meine Antworten auf die Informationen zugeschnitten, die ich im Verlauf des Interviews über die Stelle erhalten hatte.	Slight Image Creation Tailoring
ICTAI5	49	Ich habe meine Arbeitserfahrung so dargestellt, dass sie zur Sicht des Interviewers über die Stelle gepasst hat.	Slight Image Creation Tailoring
ICTAI6	54	Ich habe meine Qualifikationen so verzerrt dargestellt, dass sie den Anforderungen der Stelle entsprochen haben.	Slight Image Creation Tailoring

Fortsetzung Tabelle E-1

ICFIT1	12	Ich habe meine Überzeugungen, Werte und Einstellungen so dargestellt, dass sie besser zur Stelle passen, als sie es tatsächlich tun.	Slight Image Creation Fit Enhancing
ICFIT2	15	Ich habe mein Können und meine Qualifikationen so dargestellt, dass sie den Anforderungen der Organisation besser entsprachen, als sie es in Wirklichkeit tun.	Slight Image Creation Fit Enhancing
ICFIT3	33	Ich habe die Passung meiner Werte und Ziele mit den Werten und Zielen der Organisation übertrieben.	Slight Image Creation Fit Enhancing
ICFIT4	51	Ich habe versucht, Informationen über die Organisation zu nutzen, um mit meinen Antworten den Eindruck zu erwecken, ich würde besser zur Organisation passen, als ich es tatsächlich tue.	Slight Image Creation Fit Enhancing
ICCON1	7	Ich habe mir Geschichten ausgedacht, um fehlende Erfahrungen oder Lücken in meinen Lebenslauf zu erklären.	Extensive Image Creation Constructing
ICCON2	21	Ich habe Geschichten erzählt, die sowohl meine tatsächlichen als auch ausgedachte Arbeitserfahrungen enthielten.	Extensive Image Creation Constructing
ICCON3	23	Bei den meisten Fragen habe ich mit erfundenen Geschichten geantwortet.	Extensive Image Creation Constructing
ICCON4	34	Ich habe mir Beispiele ausgedacht, die zeigen sollten, wie gut ich zur Organisation passe.	Extensive Image Creation Constructing
ICCON5	39	Ich habe ausgedachte Geschichten erzählt, die ich mir bereits vor dem Gespräch überlegt hatte, um meine Qualifikationen im besten Licht darzustellen.	Extensive Image Creation Constructing
ICCON6	43	Ich habe meine tatsächlichen Arbeitserfahrungen in meine Antworten kombiniert, verändert und verzerrt.	Extensive Image Creation Constructing
ICCON7	45	Ich habe wohl überlegte, nachvollziehbare Geschichten über meine Arbeitserfahrung erfunden.	Extensive Image Creation Constructing

Fortsetzung Tabelle E-1

ICINV1	8	Ich habe behauptet, dass ich Fertigkeiten habe, die ich in Wirklichkeit nicht habe.	Extensive Image Creation Inventing
ICINV2	26	Ich habe behauptet, alle der Anforderungen der Stelle erfüllen zu können (z.B. am Wochenende oder nachts zu arbeiten), obwohl es eher nicht der Wahrheit entsprach.	Extensive Image Creation Inventing
ICINV3	27	Ich habe Ereignisse bewusst falsch dargestellt	Extensive Image Creation Inventing
ICINV4	29	Ich habe Arbeitssituationen oder Leistungen erfunden, die es nicht gab.	Extensive Image Creation Inventing
ICINV5	47	Ich habe messbare Arbeitsergebnisse erfunden.	Extensive Image Creation Inventing
ICINV6	48	Ich habe die Wahrheit verzerrt, um eine gute Antwort geben zu können.	Extensive Image Creation Inventing
ICINV7	52	Ich habe „Notlügen“ erzählt. / Ich habe im Gespräch geschwindelt.	Extensive Image Creation Inventing
ICBOR1	10	Ich habe die Erfahrungen anderer Personen genutzt, um mir gute Antworten auszudenken, wenn ich keine eigenen passenden Erfahrungen vorweisen konnte.	Extensive Image Creation Borrowing
ICBOR2	31	Meine Antworten haben auf Beispielen der beruflichen Leistungen anderer Personen basiert.	Extensive Image Creation Borrowing
ICBOR3	50	Wenn ich keine gute Antwort parat hatte, habe ich die Arbeitserfahrung einer anderen Person so dargestellt, als sei es meine eigene.	Extensive Image Creation Borrowing
IPOMI1	4	Ich habe versucht, nicht über Fähigkeiten oder Erfahrungen zu sprechen, die mir fehlen.	Image Protection Omitting

Fortsetzung Tabelle E-1

IPOMI2	13	Auch auf direkte Nachfrage habe ich versucht, meine stellenrelevanten Schwächen nicht preiszugeben.	Image Protection Omitting
IPOMI3	35	Ich habe versucht, nicht über Arbeitsaufgaben zu sprechen, von denen ich wusste, dass ich sie nicht bewältigen kann.	Image Protection Omitting
IPOMI4	37	Auch auf direkte Nachfrage, habe ich nicht den wahren Grund gesagt, warum ich meinen vorhergehenden Job nicht mehr habe.	Image Protection Omitting
IPMAS1	17	Auch auf direkte Nachfrage habe ich einige Probleme nicht erwähnt, die ich bei vorherigen Stellen hatte.	Image Protection Masking
IPMAS2	25	Erfragte Informationen habe ich nicht preisgegeben, wenn ich dachte, sie könnten meine Chance schmälern, dass ich die Stelle bekomme.	Image Protection Masking
IPMAS3	38	Ich habe meine wahren Karriereziele nicht erkennen lassen.	Image Protection Masking
IPMAS4	41	Ich habe meine Leichen im Keller verschwiegen.	Image Protection Masking
IPDIS1	18	Ich habe mich deutlich von vergangenen Arbeitserfahrungen distanziert, die ein schlechtes Licht auf mich geworfen hätten.	Image Protection Distancing
IPDIS2	42	Ich habe versucht, meine Verbindung zu negativen Ereignissen während meiner Arbeit zu verschleiern.	Image Protection Distancing
IPDIS3	44	Ich habe versucht, den Interviewer davon zu überzeugen, dass nicht ich, sondern andere Faktoren für negative Ergebnisse verantwortlich waren, auch wenn ich eigentlich dafür verantwortlich war.	Image Protection Distancing
INCON1	14	Ich habe versucht, dem Interviewer bezüglich seiner Überzeugungen, Werte und Einstellungen ähnlich zu erscheinen.	Ingratiation Opinion Conforming
INCON2	16	Ich habe meine Ansicht nicht geäußert, wenn diese der Ansicht des Interviewers widersprach.	Ingratiation Opinion Conforming

Fortsetzung Tabelle E-1

INCON3	19	Ich habe versucht, zu verdeutlichen, dass ich die Sichtweisen und Ideen des Interviewers teile, auch wenn dem nicht so war.	Ingratiation Opinion Conforming
INCON4	24	Ich habe versucht, die Sichtweise des Interviewers herauszufinden, um diese dann als eigene Meinung in meinen Antworten einzubringen.	Ingratiation Opinion Conforming
INCON5	28	Ich habe versucht, die gleichen Meinungen und Einstellungen zum Ausdruck zu bringen, wie der Interviewer.	Ingratiation Opinion Conforming
INCON6	30	Ich habe versucht, Begeisterung oder Interesse für alles zu zeigen, wovon ich den Eindruck hatte, dass der Interviewer es mag, auch wenn ich es in Wirklichkeit selber nicht mochte.	Ingratiation Opinion Conforming
INCON7	40	Ich habe versucht, meine Antworten an die Werte und Überzeugungen des Interviewers anzupassen.	Ingratiation Opinion Conforming
INCON8	46	Ich habe versucht, dem Interviewer äußerlich zuzustimmen, auch wenn ich eigentlich anderer Überzeugung war.	Ingratiation Opinion Conforming
INENH1	9	Ich habe über die Witze des Interviewers gelacht, auch wenn sie nicht lustig waren.	Ingratiation Int. or Org. Enhancing
INENH2	22	Ich habe die Organisation für etwas gelobt, das mir bedeutungslos erscheint.	Ingratiation Int. or Org. Enhancing
INENH3	32	Ich habe dem Interviewer geschmeichelt, um den Eindruck zu erwecken, dass ich eine hohe Meinung von ihm habe.	Ingratiation Int. or Org. Enhancing
INENH4	53	Ich habe meine positiven Kommentare über die Organisation übertrieben.	Ingratiation Int. or Org. Enhancing

Anmerkung: Die ersten zwei Buchstaben der Itemkürzel geben die drei großen Gruppen von Faking wieder (IC=Image Creation, IP=Image Protection, IN=Ingratiation), die restlichen Buchstaben die 11 Subskalen des Faking (EMB=Embellishing, TAI=Tailoring, FIT=Fit Enhancing, CON=Constructing, INV=Inventing, BOR=Borrowing, OMI=Omitting, MAS=Masking, DIS=Distancing, CON=Opinion Conforming, ENH=Interviewer/Organisation Enhancing) und die Nummer gibt an, das wievielte Item der jeweiligen Subskala es ist. Die Itemnummer entspricht der Reihenfolge der Vorgabe der Fragen im Fragebogen, den die Teilnehmer zum Ausfüllen bekamen.

Anhang F: Daten der Itemdifferenzierung und Auswahlhäufigkeit der Antwortmöglichkeit *Keine Gelegenheit*

Tabelle F-1:

Überblick über Mittelwerte (M), Standardabweichungen (SD), Minimal- (Min) und Maximalwerte (Max) und Normalverteilung (NV) der Items der vier Hauptskalen und die absolute Auswahlhäufigkeit der Antwortkategorie *Keine Gelegenheit* pro Item.

Slight Image Creation	M	SD	Min	Max	NV	0
ICEMB1	1.97	0.92	1	4		22
ICEMB2	1.25	0.52	1	3		32
ICEMB3	1.51	0.74	1	4		3
ICEMB4	1.49	0.79	1	4		5
ICTAI1	2.02	0.92	1	4		1
ICTAI2	2.16	1.02	1	4	✓	4
ICTAI3	1.45	0.87	1	5		31
ICTAI4	1.92	1.14	1	5	✓	23
ICTAI5	1.63	0.83	1	4		14
ICTAI6	1.19	0.39	1	2		12
ICFIT1	1.57	0.79	1	4		11
ICFIT2	1.67	0.93	1	4		6
ICFIT3	1.34	0.72	1	4		31
ICFIT4	1.50	0.66	1	3		24
Extensive Image Creation	M	SD	Min	Max	NV	0
ICCON1	1.17	0.50	1	3		2
ICCON2	1.66	1.18	1	5		1
ICCON3	1.09	0.34	1	3		2
ICCON4	1.38	0.78	1	5		10
ICCON5	1.11	0.36	1	3		3
ICCON6	1.40	0.78	1	4		3
ICCON7	1.19	0.77	1	5		3
ICINV1	1.18	0.39	1	2		4
ICINV2	1.45	0.76	1	3		40
ICINV3	1.22	0.46	1	3		1
ICINV4	1.14	0.35	1	2		1
ICINV5	1.18	0.56	1	4		10
ICINV6	1.59	0.79	1	4		1
ICINV7	1.41	0.65	1	3		1
ICBOR1	1.29	0.65	1	4		4
ICBOR2	1.05	0.22	1	2		1
ICBOR3	1.15	0.41	1	3		5

Fortsetzung Tabelle F-1

Image Protection	M	SD	Min	Max	NV	0
IPOMI1	2.75	1.16	1	5	✓	5
IPOMI2	1.98	0.75	1	4	✓	14
IPOMI3	1.89	0.90	1	4		16
IPOMI4	1.20	0.63	1	3		50
IPMAS1	1.70	0.94	1	4		23
IPMAS2	1.98	0.92	1	4		10
IPMAS3	1.68	1.18	1	5		35
IPMAS4	1.67	0.97	1	5		14
IPDIS1	1.51	0.70	1	4		9
IPDIS2	1.86	0.88	1	4	✓	10
IPDIS3	1.40	0.54	1	3		18
						204
Ingratiation	M	SD	Min	Max	NV	0
INCON1	1.57	0.82	1	4		30
INCON2	1.55	0.80	1	3		38
INCON3	1.27	0.64	1	3		30
INCON4	1.29	0.54	1	3		11
INCON5	1.50	0.92	1	5		22
INCON6	1.37	0.66	1	4		19
INCON7	1.41	0.68	1	3		21
INCON8	1.38	0.74	1	4		26
INENH1	1.00	0.00	1	1		48
INENH2	1.36	0.64	1	3		46
INENH3	1.24	0.66	1	4		19
INENH4	1.44	0.73	1	3		44

Anmerkung: Die ersten zwei Buchstaben der Itemkürzel geben die drei großen Gruppen von Faking wieder (IC=Image Creation, IP=Image Protection, IN=Ingratiation), die restlichen Buchstaben die 11 Subskalen des Faking (EMB=Embellishing, TAI=Tailoring, FIT=Fit Enhancing, CON=Constructing, INV=Inventing, BOR=Borrowing, OMI=Omitting, MAS=Masking, DIS=Distancing, CON=Opinion Conforming, ENH=Interviewer/Organisation Enhancing) und die Nummer gibt an, das wievielte Item der jeweiligen Subskala es ist. Die Werte M, SD, Min und Max beziehen sich auf eine Ratingskala mit fünf Abstufungen (1: Überhaupt nicht; 2: Selten; 3: Manchmal; 4: Häufig; 5: Sehr häufig). Normalverteilte Items sind mit einem ✓ gekennzeichnet. 0 = Antwortmöglichkeit Keine Gelegenheit

Anhang G: Ergebnisse der multivariaten Analysen zum Einfluss des Nachfragens im Einstellungsinterview

Tabelle G-1

Deskriptive Statistiken zum Fragebogen zum Verfälschen im Einstellungsinterview, aufgeteilt auf die Versuchsbedingungen (ohne vs. mit Nachfragen) und gesamt gesehen.

	Bed.	n	M	SD	SE	95%Konfidenz- Intervall von M		Min	Max
						Unter- Grenze	Ober- Grenze		
Gesamt- wert	ohne	30	1.55	0.39	0.07	1.41	1.70	1.00	2.42
	mit	30	1.53	0.36	0.07	1.39	1.66	1.06	2.39
	Gesamt	60	1.54	0.37	0.48	1.44	1.64	1.00	2.42
Slight Image Creation	ohne	30	1.65	0.46	0.08	1.48	1.82	1.00	2.71
	mit	30	1.62	0.49	0.09	1.44	1.81	1.00	3.43
	Gesamt	60	1.64	0.47	0.06	1.52	1.76	1.00	3.43
Extensive Image Creation	ohne	30	1.28	0.31	0.06	1.17	1.40	1.00	2.25
	mit	30	1.24	0.28	0.05	1.14	1.35	1.00	2.13
	Gesamt	60	1.26	0.29	0.04	1.19	1.34	1.00	2.25
Image Protection	ohne	30	1.79	0.55	0.10	1.59	2.00	1.00	2.67
	mit	30	1.91	0.56	0.10	1.71	2.12	1.00	3.00
	Gesamt	60	1.86	0.55	0.07	1.71	2.00	1.00	3.00
Ingratiation	ohne	30	1.47	0.59	0.11	1.26	1.70	1.00	3.00
	mit	30	1.21	0.53	0.10	1.01	1.40	0.00	3.00
	Gesamt	60	1.34	0.57	0.07	1.19	1.49	0.00	3.00

Anmerkung: Werte der Skalen beziehen sich auf eine Skala von 1 (Überhaupt nicht) bis 5 (Sehr häufig). Bed. = Versuchsbedingung, ohne = ohne Nachfragen, mit = mit Nachfragen

Tabelle G-2

Levene's Test auf Homogenität der Varianzen der Versuchsgruppen ohne vs. mit Nachfragen basiert auf dem Mittelwert.

	Levene- Statistik	<i>df1</i>	<i>df2</i>	Signifikanz
Gesamt	0.565	1	58	.455
Slight Image Creation	0.032	1	58	.859
Extensive Image Creation	0.228	1	58	.635
Image Protection	0.001	1	58	.980
Ingratiation	1.403	1	58	.241

Tabelle G-3

Test Statistik der multivariaten Varianzanalyse (MANOVA) zum Einfluss von Nachfragen auf das Verfälschen.

	Wert	F	Hypothese df	Fehler df	Signifikanz
Pillai-Spur	0.092	241.523	5	54	.374
Wilks-Lambda	0.908	241.523	5	54	.374
Hotelling-Spur	0.101	241.523	5	54	.374
Wurzel nach Roy	0.101	241.523	5	54	.374

Tabelle G-4

Ergebnisse der einfachen Varianzanalyse zur Überprüfung des Einflusses von Nachfragen auf das Verfälschen.

		SS	df	MS	F	Sig.
Gesamt	Zwischen den Gruppen	0.011	1	0.011	0.082	.776
	Innerhalb der Gruppen	8.121	58	0.140		
	Gesamt	8.132	59			
Slight Image Creation	Zwischen den Gruppen	0.009	1	0.009	0.038	.847
	Innerhalb der Gruppen	13.129	58	0.226		
	Gesamt	13.138	59			
Extensive Image Creation	Zwischen den Gruppen	0.025	1	0.025	0.297	.588
	Innerhalb der Gruppen	4.963	58	0.086		
	Gesamt	4.989	59			
Image Protection	Zwischen den Gruppen	0.201	1	0.201	0.660	.420
	Innerhalb der Gruppen	17.658	58	0.304		
	Gesamt	17.859	59			
Ingratiation	Zwischen den Gruppen	1.122	1	1.122	3.579	.064
	Innerhalb der Gruppen	18.180	58	0.313		
	Gesamt	19.302	59			

Anhang H: Abstract

The purpose of this investigation was twofold: it explored (a) the types of faking and their extent during structured employment interviews with behaviour-oriented questions and (b) the influence follow-up questions have on faking. Therefore 60 mock employment interviews with two conditions – follow-up questions vs. no follow-up questions – were conducted with students of natural sciences and humanities. They also completed the *Interview Faking Behavior scale* (IFB, Levashina & Campion, 2007; German translation by Venz, 2009) with the scales *Slight Image Creation*, *Extensive Image Creation*, *Image Protection* and *Ingratiation*. It was found that 95% of the job candidates faked during the mock employment interviews. More persons engaged in faking behaviours that try to make an image of a candidate that fits the offered job and those that defend the image candidate want to convey of themselves. Lying openly and endearing oneself to the interviewer is shown more scarcely. Although the differences in means of the two conditions were not significant, there was a tendency that follow-up questions inhibit faking behaviours since in the condition with follow-up questions there were less Slight and Extensive Image Creation and Ingratiation to be found than in the other condition.

Keywords: Selection Interview, Impression Management, Faking, Follow-up Questions

Anhang I: Curriculum Vitae

Name: Annemarie Hübner
Geburtsdatum: 04.01.1984, Linz
Wohnort: Wien
Telefon: 0699 11 04 38 58
E-Mail: annemarie.huebner@gmail.com

Werdegang:

Juni 2002 Matura am Bischöflichen Gymnasium Petrinum, Linz
WS 2002 – SS 2003 Studium der Architektur, TU Wien
WS 2003 Beginn des Studiums der Psychologie, Uni Wien
WS 2005 Abschluss des 1. Studienabschnittes
SS 2008 Erasmussemester in Bologna, Italien
Seit April 2009 Diplomarbeit im Bereich Psychologische Diagnostik
Thema: „Einfluss von Nachfragen auf das Verfälschen im
Einstellungsinterview“
Juni 2010 Diplomprüfung mit den Schwerpunkten Psychologische
Diagnostik und Wirtschaftspsychologie

Berufserfahrung (Auswahl):

Juli 2005 Ferialpraktikum im Therapeutischen Reitzentrum des
Kinderdorf St. Isidor
August 2006 Ferialpraktikum im AKS (Arbeitskreis für Vorsorge und
Sozialmedizin) in Bregenz, Vorarlberg
Mai – Sept. 2007 at&t williams, Europäische Saison der Formel 1
Dez. 2007 – Jan. 2008 Pflichtpraktikum in der LNK Wagner-Jauregg, Linz

Sprachkenntnisse:

Deutsch, Ungarisch Muttersprachen
Englisch, Italienisch fließend in Wort und Schrift
Französisch, Latein Schulkenntnisse
Spanisch Basiskenntnisse

Sonstiges:

Computerkenntnisse Microsoft Office (Word, Excel, Powerpoint, Outlook), SPSS
Berufsinteressen Personalbereich, Führungsentwicklung, Coaching, Trainings,
Prävention und Gesundheitsvorsorge

Eidesstattliche Erklärung

Ich erkläre hiermit an Eides Statt, dass ich die vorliegende Arbeit unter Betreuung von PD Dr. Hagemeister selbstständig und ohne Benutzung anderer als der angegebenen Hilfsmittel angefertigt habe. Die aus fremden Quellen direkt oder indirekt übernommenen Gedanken sind als solche kenntlich gemacht.

Wien, am 01.05.2010

Annemarie Hübner