

Hochschule Neu-Ulm
Fakultät Wirtschaftswissenschaften
Studiengang Wirtschaftspsychologie
01. August 2023



Background Check: Der Einfluss von Hinweisreizen zur Sexualität im Hintergrund eines asynchronen Videointerviews

Bachelorarbeit an der Hochschule Neu-Ulm

Vorgelegt von:

Herrn Raphael Spengler
Matrikelnummer: 282 159

Betreuung und Erstkorrektur:

Herr Prof. Dr. Johannes Basch
Wirtschaftspsychologie

Zweitkorrektur:

Frau Prof. Dr. Michaela Eißbach
Wirtschaftspsychologie

Abstract

Digitale Bewerbungsformate sind auf dem Vormarsch – so auch das asynchrone Videointerview, bei dem sich der Bewerber bei der Beantwortung von Fragen filmt, meist in seinem heimischen Umfeld. Durch einen noch nie dagewesenen Einblick in die Privatsphäre des Bewerbers ermöglicht dieses Format auch neue Anlässe für Diskriminierung im Bewerbungsprozess. Die vorliegende Arbeit untersucht den Einfluss von Hinweisreizen zur Sexualität des Bewerbers auf die Bewertung des asynchronen Videointerviews. Zusätzlich werden auch die möglichen Einflussfaktoren der persönlichen Einstellung gegenüber Homosexualität des Bewerbers, sowie eine mögliche Moderation durch die Big Five Persönlichkeitsmerkmale überprüft. Dafür wurde eine quantitative Umfrage durchgeführt, bei der sich Teilnehmer Videos ansahen, die entweder einen neutralen Hintergrund aufwiesen oder Hinweisreize zur Sexualität des Bewerbers beinhalteten. Anschließend wurden diese bewertet und weitere Fragen beantwortet. Die Ergebnisse der vorliegenden Forschung zeigen keinen signifikanten Unterschied in der Bewertung zwischen Heterosexuellen und Homosexuellen sowie keine Einflussnahme durch die vorher genannten Faktoren. Das bedeutet folglich: Homosexuelle Menschen müssen grundsätzlich keine Diskriminierung im asynchronen Videointerview befürchten, auch wenn Hinweisreize auf ihre Sexualität im Hintergrund sichtbar sind.

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	1
2. Theoretischer Hintergrund	2
2.1 Theorien zur Diskriminierung	3
2.2 Die Big Five der Persönlichkeit	6
3. Methoden.....	7
3.1 Stichprobe.....	7
3.2 Ablauf der Studie.....	8
3.3 Entwicklung der Materialien und PreTest.....	9
3.4 Untersuchungsplan, Design, Manipulation	10
3.5 Erhobene Variablen	10
4. Ergebnisse	12
4.1 Deskriptive Statistik.....	12
4.2 Korrelationen	13
4.3 Hypothesentestung	14
5. Diskussion	16
5.1 Diskussion der Hypothesen	17
5.2 Einschränkungen	19
5.4 Zukünftiger Forschungsbedarf	20
5.3 Handlungsempfehlungen.....	21
5.4 Fazit	21
6. Literaturverzeichnis	I
7. Anhang.....	V

Die hier verwendeten Personenbezeichnungen beziehen sich – sofern nicht anders kenntlich gemacht - auf alle Geschlechter. Das generische Maskulinum wird lediglich aufgrund der besseren Lesbarkeit verwendet.

1. Einleitung

Aufregung. Nervosität. Vorfreude. So, oder so ähnlich, fühlen sich viele Menschen, die gleich ein Interview für den möglichen neuen Job haben. Das Bewerbungsgespräch ist der wichtigste und am häufigsten eingesetzte Schritt des Bewerbungsprozesses, denn hier werden verschiedene Kompetenzen des Bewerbers überprüft und mit den Vorstellungen des Unternehmens abgeglichen (Huffcutt & Culbertson, 2011). Schon seit längerer Zeit digitalisieren Unternehmen die Bewerbungsprozesse. Seit dem Beginn der COVID-19 Pandemie im März 2020 erlebten digitale Interviews einen regelrechten Boost, um den gesetzlichen Richtlinien der sozialen Distanz zu entsprechen (Gibson et al., 2021). Durch hohe Bewerberzahlen muss oft eine Vorauswahl getroffen werden, bei welcher das asynchrone Videointerview (im Folgenden mit „AVI“ abgekürzt) vermehrt angewandt wird. Hierfür erhält der Bewerber Fragen, die er im Videoformat beantwortet und an das Unternehmen sendet (Lukacik et al., 2022). In diesem Interviewformat kann es jedoch zu Diskriminierung kommen, welche durch visuelle Hinweisreize ausgelöst werden kann (Bar et al., 2006; DeGroot & Motowidlo, 1999).

Eine der betroffenen Gruppen ist die LSB-Community (lesbisch, schwul, bisexuell), jedoch sind die bisherigen Forschungsergebnisse mannigfaltig. Forschungsergebnisse aus den USA, Griechenland und Österreich fanden heraus, dass Mitglieder der LSB-Community seltener zu persönlichen Gesprächen eingeladen werden als heterosexuelle Bewerber (Drydakis, 2009; Horvat & Ryan, 2003; Weichselbaumer, 2003), während Studien aus den USA, Kanada und Belgien nur kaum signifikante Unterschiede feststellen konnten (Bailey et al., 2013; Roulin et al., 2022; Van Hove & Lievens, 2003). Für Deutschland sind bisher keine Ergebnisse bekannt. Jedoch legt eine Umfrage zur Diskriminierung am Arbeitsplatz nahe, dass auch im AVI Diskriminierung aufgrund der sexuellen Neigungen auftreten könnte, da hier gaben etwa 30% der Befragten an diskriminiert worden zu sein (Pawlik, 2021).

Ziel der vorliegenden Arbeit ist es zu überprüfen, ob und wie stark eine Diskriminierung von Angehörigen der LSB-Community im Rahmen des asynchronen Videointerviews in Deutschland stattfindet. Zudem werden in dieser Arbeit mögliche Zusammenhänge zwischen Merkmalen des Bewerbers und

potenzieller Diskriminierung untersucht. Zu diesen Merkmalen gehören die Persönlichkeitsmerkmale Offenheit, Verträglichkeit und Gewissenhaftigkeit aus den Big Five sowie die persönliche Einstellung des Bewerbers gegenüber Homosexualität. Die Erkenntnisse dieser Forschungsarbeit sollen sowohl den Unternehmen als auch den Bewerbern helfen, Diskriminierung vorzubeugen.

2. Theoretischer Hintergrund

Asynchrone Videointerviews sind eine von vielen Varianten der technologie-mediierten Interviews. Das Schlüsselmerkmal der AVIs ist, dass die Videos zeit- und ortsunabhängig gedreht, sowie zeit- und ortsunabhängig, also „on demand“, bewertet werden können, was diesem Recruiting-Tool den Namen asynchron verleiht, da nicht in Echtzeit interagiert wird. AVIs sind gänzlich online. Der Bewerber erhält Zugangsdaten zu einer Plattform, auf der er Fragen des Unternehmens erhält, diese im Videoformat beantwortet und absendet. Diese Videos werden meist von zuhause aus gedreht, weshalb ein Einblick in die Privatsphäre des Bewerbers möglich ist (Lukacik et al., 2022). Typischerweise werden AVIs auf Single-Sign-On Plattformen durchgeführt. Aus Sicht der Unternehmen sind Hauptgründe für die Nutzung von AVIs Effizienz und Einsparung von Kosten durch einen geringeren Zeitaufwand der Personalabteilung (Brenner et al., 2016). Außerdem profitiert das AVI von einer hohen Validität und einer hoher Reliabilität durch die starke Standardisierung und Struktur (Lukacik et al., 2022). Was die Kommunikation angeht, kann ein Bewerber nur Informationen senden und keine empfangen, was den typischen Interviewcharakter verringert (Torres & Mejia, 2017).

Der Umstand, dass das AVI im privaten Umfeld der Wohnung gedreht wird, gewährt dem Bewerter einen Blick in die private Umgebung des Bewerbers. Dadurch können Eigenschaften beobachtet werden, die nicht in den Bewerbungsunterlagen einsehbar sind, wie zum Beispiel die Sexualität des Bewerbers.

Diese Beobachtung kann Stigmata aktivieren, welche in sichtbare und unsichtbare Stigmata unterschieden werden. Bei Homosexualität handelt es sich um ein unsichtbares Stigma, da dieses ohne Hinweisreize nicht erkennbar ist (Summers et al., 2018). Unsichtbare Stigmata können auch bewusst versteckt

werden, um negative Konsequenzen wie Diskriminierung zu vermeiden (Clair et al., 2005). Allerdings kann ein Stigma in unterschiedlichem Ausmaß durch sichtbare Merkmale offen gezeigt werden, was eine wichtige Rolle im Prozess der Stigmatisierung spielt, wie von Crocker et al. (1998) gezeigt wurde. Im Falle der Sexualität kann diese im AVI beispielsweise durch Poster oder Bilder mit dem Partner im Hintergrund sichtbar werden (Lukacik et al., 2022).

2.1 Theorien zur Diskriminierung

Bei Diskriminierung im Arbeitskontext wird zwischen formeller und interpersoneller Diskriminierung unterschieden. Formelle Diskriminierung bezeichnet Formen der Diskriminierung, die sich durch schlechtere Behandlung im Einstellungsprozess oder bei Beförderungen zeigt. Interpersonelle Diskriminierung beinhaltet die zwischenmenschlichen Beziehungen und Handlungen, da hierbei eher Verbales und Nonverbales im Vordergrund steht (Hebl et al., 2002). Formelle Diskriminierung ist in Deutschland durch Artikel 3 des Grundgesetzes, sowie das Allgemeine Gleichbehandlungsgesetz verboten.

Social Identity Theory

Eine Theorie warum Menschen aus anderen sozialen Gruppen anders behandelt werden bietet die *Social Identity Theory* von Tajfel und Turner (1979). Sie geht davon aus, dass sich Menschen zwischen zwei Identitäten bewegen. Der persönlichen Identität, welche aus den persönlichen Wünschen und Zielen besteht, und der sozialen Identität, welche das Wissen zu einer bestimmten sozialen Gruppe hinzuzugehören beinhaltet. Eine soziale Gruppe besteht aus Individuen, welche eine gemeinsame soziale Identifikation verspüren. (Burke & Stets, 2000; Fischer et al., 2018; Tajfel, 1972). Die soziale Identität bringt zwei Prozesse mit sich: die soziale Kategorisierung und den sozialen Vergleich. Die Kategorisierung bezieht sich auf wahrgenommene Gemeinsamkeiten und Unterschiede der Eigen- und Fremdgruppe in Bezug auf beispielsweise Glauben, Normen, Werte und Sprache, die von der jeweiligen Gruppe als relevant wahrgenommen wird (Burke & Stets, 2000; Hogg & Abrams, 1988). Beim sozialen Vergleich werden diese Aspekte selektiv angewandt und verglichen (Burke & Stets, 2000). Das kann dazu führen, dass sich ein Individuum von einer

anderen Gruppe abgrenzt, um ein positiveres Selbstbild zu erlangen (Tajfel, 1972). Möglicherweise könnte die Wahrnehmung dieser Unterschiede im AVI die Bewertung beeinflussen, da der Blick in die Privatsphäre eine Kategorisierung vereinfacht.

Dual Process Modell

Deros und Kollegen (2015) beschäftigten sich im Rahmen der AVIs mit der Wahrnehmung in Bezug auf das *Dual Process Modell*. Das Modell sagt aus, dass menschliches Verhalten, Urteile und Entscheidungen von zwei Prozessen ausgehen, welche Type 1 und Type 2 genannt werden. Type 1 läuft schnell und intuitiv ab, und ist zudem anfällig für Heuristiken, welche zu Vorurteilen führen können. Heuristiken sind Denkmuster, die von bestimmten Situationen ausgelöst werden um eine schnelle Lösung zu finden (Zimmer, o.J.). Type 1 benötigt kaum Ressourcen des Arbeitsgedächtnisses und funktioniert automatisch (Deros et al., 2015; Evans, 2008). Type 2 hingegen ist langsam, komplex und benötigt mehr Ressourcen. Die Hauptaufgabe des Prozesses ist das Lösen komplexer Aufgaben, sowie von Type 1 generierte Impulse zu überdenken (Deros et al., 2015). Sowohl die Wahrnehmung der Fremdgruppe als auch der Ablauf von Type 1 können also Stereotype und Diskriminierung fördern. AVIs sind Mittel, die möglicherweise von der Type 1 Verarbeitung beeinflusst werden, da hier erste Eindrücke, aufgrund der Kürze der Videos, wichtig sind. Interviewer fällen hier möglicherweise die Entscheidung einen Kandidaten aufgrund dieses mit Type 1 verarbeiteten ersten Eindrucks zu verwerfen (Torres & Mejia, 2017). Im Kontext des AVIs könnten also Hinweisreize zur Sexualität Type 1 Reaktionen aktivieren und damit negative Konsequenzen durch Stereotype für den Bewerber haben.

Stereotype Content Model

Das *Stereotype Content Model* beschreibt Stereotype als die wahrgenommene Wärme und Kompetenz einer Fremdgruppe, sowie dem wahrgenommenen Status und dem wahrgenommenen Wettbewerb der Gruppe. Das Modell bietet ein Framework, das die verschiedenen Kombinationen der Ausprägungen der Dimensionen Wärme und Kompetenz aufzeigt. So werden ältere Menschen beispielsweise als sehr warm, aber inkompetent gesehen, was mit einem niedrigen Status und einem geringen Wettbewerb einhergeht. Das geht

mit dem paternalistischen Vorurteil einher, was zu einer Art Bevormundung führen kann. Hohe Kompetenz und niedrige Wärme führen zu eifersüchtigen Stereotypen, wenn beide Werte niedrig ausgeprägt sind, entstehen Gefühle der Abscheu gegen die Fremdgruppe. Erstrebenswert ist es, beides, Wärme und Kompetenz, stark ausgeprägt zu haben, da man so als Mitglied der Fremdgruppe ein hohes Ansehen genießt und keine Vorurteile der Eigengruppe erfährt – man ist also ein Alliiertes (Fiske et al., 2002). Mit Stereotypen sind oft auch Vorurteile assoziiert. Während Stereotypen generell als allgemeiner Glaube über eine bestimmte Gruppe beschrieben wird, wird unter Vorurteilen die affektive Komponente verstanden, beispielsweise ob diese Gruppe gemocht wird oder nicht, oder ob diese vermieden werden sollte (Lehavot & Lambert, 2007).

In einer kanadischen Studie von 2022 wurde bereits der Einfluss von Hinweisreizen zur Sexualität, Elternschaft und politischen Zugehörigkeit untersucht. Die Ergebnisse zeigten, dass Eltern als wärmer angesehen und besser bewertet wurden. Politisch kongruente Bewerber wurden ebenfalls besser bewertet als inkongruente. Für die Sexualität des Bewerbers wurden keine Effekte nachgewiesen, was jedoch konträr zu vorherigen Studien ist (Roulin et al., 2022). Befunde aus dem schwedischen Arbeitsmarkt legen nahe, dass homosexuelle Männer in eher männlich dominierten Berufen diskriminiert werden und 9% seltener zu Interviews eingeladen werden (Ahmed et al., 2013). Nadler und Kollegen (2014) fanden heraus, dass homosexuelle Bewerber niedrigere Bewertungen im Interview hatten als Heterosexuelle. Auch in Griechenland erhalten Homosexuelle signifikant weniger Interviewanfragen als heterosexuelle Bewerber (Drydakis, 2009). In Belgien und den USA wurden keine signifikanten Unterschiede für Einladungen zum Interview nachgewiesen (Bailey et al., 2013; Van Hove & Lievens, 2003). Da in einigen Kulturräumen Homosexuelle im Bewerbungsprozess benachteiligt werden, ist es möglich, dass das auch auf Deutschland zutrifft.

Hypothese 1: Homosexuelle werden im Vergleich zu Heterosexuellen negativer wahrgenommen, in den Bereichen a. Qualität der Antworten, b. Gesamtbewertung, c. wahrgenommene Wärme und d. wahrgenommene Kompetenz.

Die Wahrnehmung der Homosexualität des Bewerbers im AVI kann die Type 1 Verarbeitung des Dual Process Modells aktivieren, welche anfällig für den Gebrauch von Heuristiken und Stereotypen ist (Amodio & Devine, 2006; Deros et al., 2015). Dementsprechend liegt es nahe, dass ein Interviewer, der stärkere Stereotypen und Vorurteile gegenüber dieser Gruppe hegt, diese schlechter bewerten wird.

Hypothese 2: *Die Einstellung des Interviewers ist ein maßgebender Moderator wie Homosexuelle bewertet werden, da negative Einstellungen eine negativere Bewertung bewirken.*

2.2 Die Big Five der Persönlichkeit

Wie zuvor beschrieben, unterscheiden sich Vorurteile von Stereotypen durch ihre affektive Komponente. Bisherige Forschung konnte herausfinden, dass zwischen dem Hege von Vorurteilen und den Big Five Persönlichkeitsmerkmalen eine Korrelation besteht (Crawford & Brandt, 2019; Flynn, 2005). Das Big Five Modell soll die individuelle Persönlichkeitsstruktur darstellen. Die fünf Faktoren stehen für fünf Persönlichkeitsmerkmale, welche Offenheit, Verträglichkeit, Extraversion, Gewissenhaftigkeit und Neurotizismus sind (Costa & McCrae, 2012). Offenheit zeigt in Individuen eher tolerante Einstellungen gegenüber Unbekanntem und korreliert mit sozialen Einstellungen, auch in Bezug auf Vorurteile (Costa & McCrae, 2012). Gewissenhafte Individuen gelten als effektiv, organisiert und verantwortungsbewusst. Verträglichkeit steht in Verbindung mit Vertrauen, Freundlichkeit und Wertschätzung (McCrae & John, 1992). Bisherige Forschung zum Zusammenhang zwischen den Big Five und Vorurteilen fand heraus, dass die starke Ausprägung des Merkmals Offenheit negativ mit Vorurteilen korreliert. Die Befunde beziehen sich auf rassistische Vorurteile gegenüber Afroamerikanern in den Vereinigten Staaten (Flynn, 2005). Crawford und Brandt (2019) argumentieren, dass es „narrow generalized prejudice“ (enge Vorurteile) und „broad generalized prejudice“ (breite Vorurteile) gibt, wobei sich ersteres auf Vorurteile gegen einzelne, statusniedrigere Minderheiten richtet. Zu dieser Art der Vorurteile gehören auch jene gegenüber Homosexualität. In den engen Vorurteilen konnte ebenfalls ein Effekt für

Offenheit, sowie für Verträglichkeit gefunden werden. Auch Extraversion und Gewissenhaftigkeit korrelieren negativ mit Vorurteilen, während für Neurotizismus kein Wert signifikant ist. Bei den breiten Vorurteilen, welche sich auf eine breiter gefächerte Masse verschiedener Gruppen beziehen, wurde nur für Verträglichkeit ein Effekt gefunden. Offenheit hat eine sehr geringe Korrelation, während sich die anderen Merkmale nicht signifikant von null unterscheiden. Jedoch kann eine stark ausgeprägte Offenheit je nach Zielgruppe der Vorurteile variieren, was nahe liegen lässt, dass Offenheit nur mit bestimmten Vorurteilen korreliert (Crawford & Brandt, 2019). Eine Metaanalyse von Sibley und Duckitt (2008) fand ebenfalls heraus, dass Verträglichkeit und Offenheit mit geringeren Werten bei Vorurteilen korrelieren. Folglich könnten die Persönlichkeitsmerkmale Offenheit und Verträglichkeit positive Effekte auf die Stereotype gegenüber homosexuellen Bewerbern im AVI haben, und damit die Bewertung positiv beeinflussen.

Hypothese 3a: *Die Ausprägung der Persönlichkeitsmerkmale Offenheit und Verträglichkeit des Interviewers sind ein Moderator wie Homosexuelle bewertet werden, da eine höhere Ausprägung eine positivere Bewertung bewirkt.*

Forschungsfrage 3b: *Hat Gewissenhaftigkeit einen Effekt?*

3. Methoden

3.1 Stichprobe

Die Stichprobe einer Studie ist wesentlich für die Gütekriterien der Forschung, weshalb es wichtig ist Validität und Reliabilität zu fördern. Auf Basis einer GPower-Analyse sollen jeweils mindestens 69 Teilnehmer in der Kontrollbedingung und in der abhängigen Bedingung vorhanden sein um einen p -Wert von $p < 0.1$ zu erhalten. Für $p < 0.05$ wird eine Stichprobengröße von 88 Teilnehmern pro Bedingung benötigt. In der Kontrollbedingung nahmen insgesamt 79 Menschen teil, in der abhängigen Bedingung 87. Damit konnte ein p -Wert von $p < 0.1$ erreicht werden, nicht aber $p < 0.05$. Dies ist dem Umstand begrenzter Kapazitäten und Ressourcen geschuldet.

Die Erhebung der Daten lief in Kollaboration zweier weiterer Studien zum Thema AVI, bei denen die Bedingungen die Zugehörigkeit zum Islam und

soziales Engagement waren. Die Kontrollbedingung war für alle drei Studien dieselbe.

Um die Repräsentativität der Studie zu gewährleisten, wurde sich bewusst gegen eine Stichprobe entschieden, die ausschließlich aus Studenten besteht. Es wurde dementsprechend eine Gruppe rekrutiert, die in Alter, Geschlecht, Berufserfahrung und Erfahrung in Einstellungssituationen heterogener ist. Die Heterogenität einer Gruppe kann die Validität verstärken und eine Generalisierbarkeit der Befunde auf die breite Bevölkerung erleichtern.

Die Rekrutierung der Teilnehmer erfolgte über eine Bandbreite an Kanälen. Um eine möglichst große Reichweite zu erlangen, wurden soziale Medien wie Instagram und LinkedIn genutzt. Durch die Nutzung dieser Netzwerke war es möglich, bestimmte Gruppen gezielt anzusprechen. Zudem teilten einige Nutzer unsere Studie, womit eine größere Zielgruppe angesprochen werden konnte. Des Weiteren wurden die Netzwerke SurveyCircle und SurveySwap verwendet, bei denen wir andere Umfragen beantworteten, um Teilnehmer für unsere eigene Umfrage zu gewinnen. Um gezielt Teilnehmer aus der Praxis zu rekrutieren, wurden ehemalige Arbeitgeber kontaktiert, die die Studie in den Personalabteilungen verbreiteten.

3.2 Ablauf der Studie

Die Studie besteht aus einer Onlinebefragung auf der Plattform LimeSurvey. Die Teilnehmer schlüpfen hier in die Rolle des Interviewers. Zunächst lesen sie sich die Stellenausschreibung und die Fragen an den Bewerber durch, und sehen sich dann Video im Stil eines asynchronen Videointerviews an, das diese Fragen beantworten. Die Stelle, die der Bewerber anstrebt, ist die eines Kundenservicevertreters. Die Aufgabe der Teilnehmer ist es, nach dem Ansehen die Antwort im jeweiligen Video zu bewerten. Die Bewertung erfolgt anhand der Kriterien Qualität der Antworten und potenzieller Arbeitsperformanz, sowie den wahrgenommenen Charaktereigenschaften Wärme und Kompetenz. Im Anschluss erhält jeder Teilnehmer Fragen, wie wahrscheinlich es ist, dass der Bewerber der Bedingung (hier: Homosexualität) angehört. Weitere Fragen der Bedingung Homosexualität beinhalteten Fragen zur persönlichen Einstellung gegenüber Homosexuellen. Abschließend

beantworten die Teilnehmer einen kurzen Fragebogen zu den Big Five und ihren demografischen Daten.

Jeder Teilnehmer sieht nur die Videos einer Bedingung (neutral, Homosexualität, religiöse Zugehörigkeit, soziales Engagement) und diese wird zufällig durch das Umfragetool zugewiesen. Die Studie hat das Ziel, durch die Hintergründe in den Videos die Zugehörigkeit zur jeweiligen Gruppe anzudeuten und mögliche (unbewusste) Stereotype der Interviewer aufzuzeigen.

3.3 Entwicklung der Materialien und PreTest

Die vorliegende Studie hat das Ziel die Studie „Bias in the background? The role of background information in asynchronous video interviews“ von Nicolas Roulin und Kollegen aus Kanada zu replizieren und auf den Sprach- und Kulturraum Deutschland anzuwenden. Als Orientierung dienten die Antworten des AVIs aus dieser Studie, indem sie sinngemäß übersetzt wurden.

Auch für die Gestaltung der Hintergründe wurde sich an Roulin angelehnt. In der ersten Version der Videos für die Bedingung Homosexualität wurde eine Regenbogenfahne (Pride-Flagge der Homosexuellen) an der Wand hinter dem Bewerber platziert, sowie ein Bild in einem Regal des Bewerbers, auf dem er einen anderen Mann küsst. In der neutralen Bedingung standen lediglich Bücher im Regal (siehe: Anhang 1).

Um eine größtmögliche Vergleichbarkeit zu schaffen, wurden nur die Videos der neutralen Bedingung gedreht, und die Hinweisreize für die jeweiligen Bedingungen digital in der Nachbearbeitung der Videos eingefügt.

Mit den Videos wurde ein PreTest auf der Plattform Google Forms durchgeführt. Die Teilnehmer sahen sich dafür einen Clip von etwa 30 Sekunden an, und sollten dann in einer Single Choice Frage auswählen, was sie denken zu welcher Bedingung der Bewerber gehört. Danach hatten Teilnehmer die Möglichkeit, mitzuteilen was ihnen am Video aufgefallen ist. Die Bedingungen wurden zufällig zugewiesen. Die Teilnehmer des Pretests waren Studierende der Hochschule Neu-Ulm und wurden auf dem Campus rekrutiert. Von 22 Teilnehmern für die Bedingung Homosexualität haben 63,6% erkannt, dass der Bewerber homosexuell ist. Kritik der Teilnehmer war schlechtes Licht und dass der Bewerber im Video robotisch wirkt, als würde er ablesen.

Mit den Erkenntnissen des PreTests wurden die Videos erneut gedreht und es wurde darauf geachtet, dass das Videomodel freier spricht. Die Hintergründe wurden weiter angepasst, sodass in der neutralen Bedingung mehr neutrale Gegenstände zu sehen sind, wie ein Kalender im Hintergrund. Die Bedingung wurde ebenfalls angepasst, dass zusätzlich zu den Hinweisreizen weitere neutrale Gegenstände, wie Bücher, Stifte und ein Kalender zu sehen sind. Die Hintergründe wurden ebenfalls im Nachhinein digital mit dem Programm DaVinci Resolve eingefügt, um eine größtmögliche Vergleichbarkeit zwischen den Bedingungen zu schaffen. So ist das Video also immer dasselbe und unterscheidet sich nicht in Qualität der Antworten, sowie Gestik, Mimik und Untertöne des Models angehen. Der einzige Unterschied sind die Hintergründe.

3.4 Untersuchungsplan, Design, Manipulation

Bei der Studie handelt es sich um ein zwei-faktorielles (neutral vs. homosexuell) between-subject-Design. Es wird untersucht, ob sich die beiden Bedingungen „Neutral“ und „Homosexualität“ unterscheiden. Zudem wird untersucht welchen Einfluss die persönliche Einstellung des Interviewers gegenüber Homosexualität hat und inwiefern die Persönlichkeitsmerkmale Offenheit, Verträglichkeit und Gewissenhaftigkeit der Big Five die Bewertung beeinflusst.

3.5 Erhobene Variablen

Qualität der Antworten ($\alpha = .70$): Es wurde eine 5-Punkt-Skala mit 1 = „sehr schlecht“ und 5 = „sehr gut“ verwendet, bei der die Teilnehmer die Antwort des Bewerbers bewerten sollten („Bitte geben Sie an, wie Sie die Antwort des Bewerbers bewerten.“) (Roulin et al., 2022).

Interviewperformanz ($\alpha = .92$): Hierfür wurden 5 Items verwendet um die wahrgenommene, potenzielle Arbeitsperformanz des Bewerbers zu bewerten. Ein Beispielitem ist „Ich glaube, dass dieser Bewerber eine hohe Leistung in dem Job, für den er interviewt wurde, erreichen kann.“. Hierfür wurde eine 5-Punkt-Skala mit 1 = „trifft gar nicht zu“ und 5 = „trifft voll zu“ verwendet (Roulin et al., 2022).

Wärme und Kompetenz: Der Interviewer musste für die Frage „Ich empfinde den Bewerber als...“ acht Items zu Wärme ($\alpha = .80$) und Kompetenz ($\alpha = .80$) bewerten. Beispielitems sind „freundlich“, „intelligent“ und „geschickt“. Bewertet wurde mit einer 5-Punkt-Skala bei der 1 = „gar nicht“ und 5 = „sehr gut“ war (Fiske et al., 2002).

Einstellung zu Homosexualität ($\alpha = .85$): Die Einstellung wurde mit acht Items gemessen. Ein Beispielitem ist: „Ich lehne gleichgeschlechtliche Ehen ab“. Diese wurde mit einer 5-Punkt-Skala mit den Werten 1 = „Ich stimme gar nicht zu“ und 5 = „Ich stimme voll zu“ gesichtet (Roulin et al., 2022). Zudem wurde nach der Sexualität des Teilnehmers gefragt, wo er zwischen „homosexuell“, „heterosexuell“, „bisexuell“ und „sonstige“ wählen konnte.

Big Five: Zum Zweck der vorliegenden Forschung werden die Persönlichkeitsmerkmale Offenheit ($\alpha = .59$), Gewissenhaftigkeit ($\alpha = .78$) und Verträglichkeit ($\alpha = .77$) geprüft. Dafür nutzten wir insgesamt 12 Items (z.B. „Die Probleme anderer Personen interessieren mich nicht.“) und prüften diese auf einer 5-Punkt-Skala mit 1 = „Ich stimme gar nicht zu“ und 5 = „Ich stimme voll zu“ (Donnellan et al., 2006; Hartig et al., 2003).

Manipulationscheck: Um die Manipulation zu prüfen, erhielten die Teilnehmer die Frage: „Wie wahrscheinlich schätzen Sie diesen Bewerber als homosexuell ein auf einer Skala von 1 (sehr unwahrscheinlich) bis 5 (sehr wahrscheinlich)?“ Zudem wurde geprüft, ob die Teilnehmer das Videomodel kennen, mit den Antwortmöglichkeiten „Ja“ oder „Nein“.

Aufmerksamkeitschecks: Um die Aufmerksamkeit der Teilnehmer zu prüfen, wurden 2 Aufmerksamkeitschecks genutzt, wie beispielsweise: „Bitte wählen Sie 4 = „Ich stimme eher zu“ aus“.

4. Ergebnisse

Tabelle 1

Mittelwerte, Standardabweichungen und Korrelationen

Variable	<i>M</i>	<i>SD</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1. Alter	26.92	9.20												
2. Geschlecht	-	-	.12											
3. Kennen der Person	-	-	-.21**	-.09										
4. Manipulation	-	-	-.09	.05	.01									
5. Antwortqualität	3.90	0.63	-.59	-.09	.22**	-.07								
6. Gesamtbewertung	4.06	0.77	-.101	-.03	.24**	-.08	.74**							
7. Wärme	3.87	0.66	-.22**	-.07	.20**	-.04	.59**	.70**						
8. Kompetenz	3.81	0.66	-.09	-.10	.19**	-.11	.74**	.75**	.52**					
9. Offenheit	3.85	0.68	-.02	.22**	-.07	-.01	.04	.00	.07	.09				
10. Verträglichkeit	4.37	0.58	.04	-.17**	.19**	.00	.17	.16*	.11	.19**	.25**			
11. Gewissenhaftigkeit	3.51	0.82	.10	-.23**	-.01	.08	-.03	.03	.04	-.02	-.07	.07		
12. Einstellung zu LGB	4.54	0.62	-.33**	-.23*	.22*	-	.01	.15	.06	.20**	-.16	.16	-.04	
13. Joberfahrung	1.42	0.54	.64**	.11	-.29*	-.08	-.19	-.06	-.07	-.06	.08	-.03	-.05	-.12

Anmerkungen. $N = 166$. Geschlecht wurde kodiert als 0 = weiblich, 1 = männlich. Manipulation wurde kodiert als 0 = Neutral, 1 = Sexualität. Joberfahrung wurde kodiert als 0 = keine Erfahrung, 1 = Erfahrung.

* $p < .05$, ** $p < .01$

4.1 Deskriptive Statistik

Die durchgeführte Studie befasst sich mit den Unterschieden bezüglich der Wahrnehmung sowie der Bewertung von Homosexuellen im Vergleich zu Heterosexuellen in asynchronen Videointerviews. Die Stichprobe hat (nach Bereinigung) 166 Teilnehmer, von denen 79 in der Testbedingung und 87 in der Kontrollbedingung sind. Das durchschnittliche Alter der Teilnehmer beträgt 27. Insgesamt haben 112 Frauen und 53 Männer teilgenommen, eine Person gab keine Angabe. Etwa 63% der Teilnehmer hat wenig bis keine Erfahrung, was Recruiting betrifft, sowie 90% bezüglich asynchroner Videointerviews. Um sicherzustellen, dass die Manipulation erkannt wurde, wurde ein Manipulations-Check mit $N = 72$ Teilnehmern durchgeführt. Unwahrscheinlich, dass der Kandidat homosexuell ist, hielten 6,9% der Befragten. Unsicher waren sich

29,1% während 63,8% der Teilnehmer die Sexualität des Bewerbers erkannten. Die Aufmerksamkeit wurde mit Aufmerksamkeitschecks überprüft, bei welchen insgesamt 6 Teilnehmer die falsche Lösung auswählten und damit aus dem Datensatz entfernt wurden.

4.2 Korrelationen

Zunächst fällt auf, dass das Alter mit der Einstellung zur Homosexualität korreliert, wobei ein jüngeres Alter mit einer positiveren Einstellung in Verbindung steht ($r = -.33$, $p = 0.002$). Zudem korreliert ein jüngeres Alter mit stärker ausgeprägter Wärme ($r = -.22$, $p = 0.003$). Eine weitere Auffälligkeit besteht darin, dass alle vier Bewertungskriterien: Qualität der Antworten ($r = .22$, $p = 0.004$), Gesamtbewertung ($r = .24$, $p = 0.003$), wahrgenommene Wärme ($r = .20$, $p = 0.026$) und wahrgenommene Kompetenz ($r = .19$, $p = 0.017$) stark signifikant mit dem Kennen des Kandidaten außerhalb des Studienkontexts korrelieren. Auch die Einstellung gegenüber Homosexuellen korreliert mit dem Kennen des Kandidaten ($r = .22$, $p = 0.016$). Dementsprechend wurde überprüft, wie viele Personen den Kandidaten außerhalb der Studie kennen, was sich auf 19,3% beläuft. Für den weiteren Verlauf wurden diese Teilnehmer jedoch nicht entfernt, da kein signifikanter Unterschied in den Ergebnissen erkennbar ist.

Geschlechtsunterschiede können in den Korrelationen erkannt werden, da Frauen hier eine positivere Einstellung gegenüber Homosexuellen aufweisen als Männer ($r = -.23$, $p = 0.019$), zudem korrelieren die Big Five Persönlichkeitsmerkmale Gewissenhaftigkeit ($r = -.23$, $p = 0.001$) und Verträglichkeit ($r = -.17$, $p = 0.013$) stärker mit Frauen, während Männer bessere Werte bei Offenheit ($r = .22$, $p = 0.003$) haben. Die einzelnen Kriterien der jeweiligen Persönlichkeitsmerkmale korrelieren allesamt auf einem Niveau von $p < 0.05$, einige auch auf dem Niveau $p < 0.01$. Ebenfalls korreliert Offenheit mit Verträglichkeit auf einem Niveau von $p < 0.01$. Gewissenhaftigkeit zeigt keine signifikante Korrelation zu den anderen Merkmalen.

4.3 Hypothesentestung

Die erste Hypothese stellte die Frage, ob ein Unterschied in der Bewertung zwischen homosexuellen und heterosexuellen Bewerbern bei den Kriterien Qualität der Antworten, Gesamtbewertung, wahrgenommene Wärme und Kompetenz besteht. Um das zu überprüfen, wurde ein t-Test für unabhängige Stichproben durchgeführt.

Tabelle 2

t-Test zwischen den Bedingungen

Abhängige Variable	Neutral	Sexualität	<i>p</i>	Cohen's <i>d</i>
	<i>M (SD)</i>	<i>M (SD)</i>		
Qualität der Antworten	3.94 (0.63)	3.85 (0.64)	.188	0.14
Gesamtbewertung	4.12 (0.74)	3.99 (0.80)	.154	0.16
Wärme	3.90 (0.68)	3.84 (0.67)	.302	0.08
Kompetenz	3.88 (0.67)	3.74 (0.64)	.082	0.22

Für die Qualität der Antworten kann kein signifikanter Unterschied festgestellt werden ($t = .89$, $p = 0.188$, $d = .14$). Für die Gesamtbewertung kann ebenfalls kein Unterschied in der Bewertung zwischen den Gruppen festgestellt werden ($t = 1.02$, $p = 0.154$, $d = .16$). Gleichermaßen ist kein Unterschied bei der wahrgenommenen Wärme erkennbar ($t = .52$, $p = 0.302$, $d = .08$). Die wahrgenommene Kompetenz weist auch keine signifikanten Unterschiede auf, wobei hier jedoch der stärkste Effekt herrscht und beinahe eine Signifikanz besteht ($t = 1.40$, $p = 0.082$, $d = .22$). Mit diesen Werten kann die Nullhypothese bestätigt werden: Es besteht kein signifikanter Unterschied bei der Bewertung von Homosexuellen und Heterosexuellen in den erwähnten Bewertungskriterien. Für alle vier Bewertungskriterien des homosexuellen Bewerbers wurden deskriptiv geringfügig schlechterer Bewertungen abgegeben als für einen heterosexuellen Bewerber.

Die zweite Hypothese postulierte, dass es einen Moderationseffekt zwischen der persönlichen Einstellung gegenüber Homosexualität und der

Bewertung gibt. Ein Blick in die Korrelationstabelle verrät jedoch, dass nur zwischen der Einstellung und der Einschätzung der wahrgenommenen Kompetenz eine signifikante Korrelation ($r = .20$, $p = 0.039$) besteht, weshalb sich für die Auswertung eines möglichen Moderationseffekts durch die Einstellung auf die wahrgenommene Kompetenz beschränkt wird. Die Auswertung der Moderation erfolgte durch eine lineare Regression ($F = 3.198$, $p = 0.078$, $r = .20$). Auf einem Niveau von .05 ist das Modell und somit die Moderation folglich nicht signifikant. Auf einem Niveau von .10 würde jedoch eine Signifikanz bestehen. Die Hypothese muss allerdings zugunsten der Nullhypothese verworfen werden, da kein eindeutiger Effekt darauf hindeutet, dass die Einstellung gegenüber Homosexualität die Bewerter insofern beeinflusst, dass sie den Kandidaten schlechter bewerten.

Die Persönlichkeitsmerkmale Offenheit, Verträglichkeit und Gewissenhaftigkeit wurden nach Hypothese 3a und Forschungsfrage 3b ebenfalls auf Moderationseffekte bei der Bewertung untersucht. Auch hier zeigen die Korrelationen kaum signifikante Werte. Offenheit und Gewissenhaftigkeit weisen keine Signifikanzen auf, Verträglichkeit korreliert mit der Gesamtbewertung und der wahrgenommenen Kompetenz des Bewerbers. Als Folge der mangelnden Signifikanzen wird die Auswertung auf die Bewertungskriterien Gesamtbewertung und wahrgenommene Kompetenz beschränkt, und es werden Moderationen mit Verträglichkeit und Offenheit durchgeführt. Aufgrund der mangelhaften Werte bei Gewissenhaftigkeit (Korrelation mit Gesamtbewertung: $r = .03$, $p = 0.372$), kann diese bei der Auswertung nicht weiter berücksichtigt werden. Die Moderation zwischen Verträglichkeit und der Gesamtbewertung ($F = 1.834$, $p = 0.142$, $r = .18$) ist nicht signifikant, jedoch ist ein Haupteffekt der Verträglichkeit auf die Gesamtbewertung vorliegend ($p = 0.042$). Auch die Moderation zwischen Verträglichkeit und der wahrgenommenen Kompetenz ist nicht signifikant ($F = 2.571$, $p = 0.056$, $r = .21$), jedoch ist das Modell beinahe signifikant. Hier stellt sich ein Haupteffekt der Verträglichkeit heraus ($p = 0.117$), welcher allerdings ebenfalls nicht signifikant ist. Dementsprechend liegt es nahe, dass Verträglichkeit keine Moderation herbeiführt, jedoch trotzdem für Bedeutung bei der Bewertung eines AVI ist, da generell höhere Werte der Verträglichkeit zu einer deskriptiv besseren Bewertung führen.

Trotz mangelnder Korrelation beim Persönlichkeitsmerkmal Offenheit wurde ein möglicher Moderationseffekt für die Kriterien Gesamtbewertung und wahrgenommene Kompetenz im Vergleich zwischen den Gruppen des Bewerbers untersucht. Bei der Gesamtbewertung ($F = 0.602$, $p = 0.615$, $r = .00$) konnte kein Moderationseffekt und kein Haupteffekt durch Offenheit nachgewiesen werden. Ebenso liegt keine Moderation sowie Haupteffekte der Offenheit bei der Bewertung der Kompetenz ($F = 1.031$, $p = 0.380$, $r = .09$) vor. Der stärkste Effekt liegt bei der Auswirkung der zugewiesenen Bedingung auf die Bewertung der Kompetenz ($p = 0.181$), dieser ist jedoch auch nicht signifikant. Folglich bestehen keine Moderationseffekte des Persönlichkeitsmerkmals Offenheit für die Gesamtbewertung und die Bewertung der Kompetenz. Da keine signifikanten Haupteffekte vorliegen kann geschlussfolgert werden, dass die Offenheit keinerlei einschlägigen Einfluss auf die Wahrnehmung der Sexualität des Bewerbers im asynchronen Videointerview hat.

Die Ergebnisse der Moderationseffekte der Big Five veranlassen auch hier das Verwerfen der Hypothese zugunsten der Nullhypothese. Die Daten weisen keine signifikanten Einflüsse durch eine Moderation auf. Jedoch zeigen die Daten einen Haupteffekt der Verträglichkeit auf die Bewertung der Gesamtbewertung sowie der Kompetenz, was bedeutet, dass Verträglichkeit dennoch ein zu beachtender Faktor bei der Bewertung von AVIs sein kann.

5. Diskussion

Ziel der vorliegenden wissenschaftlichen Arbeit ist es darzustellen, inwiefern visuelle Hinweisreize, die auf die Sexualität eines Bewerbers im asynchronen Interview hindeuten, die Bewertung beeinflussen. Zudem wird gezeigt, welche Effekte die persönliche Einstellung gegenüber Sexualität und die Persönlichkeitsmerkmale der Big Five bei der Bewertung haben können. Die Ergebnisse dienen der Minimierung von Diskriminierung im Bewerbungsprozess, woraus im Folgenden weitere Handlungsempfehlungen abgeleitet werden.

Zusammenfassend weisen die Ergebnisse kaum Effekte auf. Es besteht kein signifikanter Unterschied in der Bewertung zwischen Bewerbern ohne Hinweisreize im Vergleich zu Bewerbern mit Hinweisen auf ihre sexuelle Orientierung. Zudem besteht nur sehr geringe Evidenz dafür, dass die

persönliche Einstellung gegenüber Homosexualität einen Einfluss auf die Bewertung hat. Die Persönlichkeitsmerkmale des Bewerbers zeigen auch kaum Einfluss auf die Bewertung, mit Ausnahme der Verträglichkeit, die auf Basis der Daten einen Haupteffekt darstellt. Grundsätzlich besteht also in diesem Datensatz, kein Unterschied der Bewertung zwischen einem heterosexuellen und einem homosexuellen Bewerber. Für die Praxis bedeutet dies, dass Homosexuelle in der Situation eines asynchronen Videointerviews nicht benachteiligt werden, was ein durchaus positives Ergebnis darstellt.

5.1 Diskussion der Hypothesen

Die erste Hypothese, dass ein Unterscheid in der Bewertung zwischen Heterosexuellen und Homosexuellen besteht, kann abgelehnt werden, da die Werte nicht signifikant unterschiedlich sind. Diese Ergebnisse sind kongruent mit Teilen der bisherigen Forschung, so kamen Roulin und Kollegen (2022) auf ähnliche Ergebnisse, da auch in der kanadischen Forschung keine schlechtere Bewertung der Kandidaten gefunden wurde. Die Ergebnisse schließen sich auch der belgischen und US-amerikanischen Forschung an, welche ebenfalls keine Unterschiede feststellen konnten (Bailey et al., 2013; Van Hove & Lievens, 2003). Die vorliegenden Befunde sind konträr zu früherer Forschung aus anderen Sprach- und Kulturräumen durch Nadler und Kollegen (2014), Ahmed und Kollegen (2013) sowie Drydakis (2009), welche eine Benachteiligung von Homosexuellen im Bewerbungsprozess fanden. Gründe dafür könnten darin bestehen, dass die frühere Forschung andere Interviewmethoden im Fokus hatte, aber auch dass die Diskriminierungsrate über die letzten Jahre abgenommen hat. So zeigte eine rechtliche Analyse im Jahr 2008 der Europäischen Union, dass einige Mitgliedstaaten kontinuierliche Verbesserungen bezüglich des Schutzes vor Diskriminierung machten. Zudem wurde im Vergleich zwischen 2008 und 2009 eine Verbesserung von vier Prozent (von 51% auf 47%) festgestellt, was die Auffassung betrifft, dass Menschen im Heimatland der Teilnehmer aufgrund von sexueller Orientierung diskriminiert werden. Wenn dieser Trend weiterhin anhält, wäre im aktuellen Jahr 2023 ein noch geringeres Diskriminierungsniveau erreicht (FRA, 2010). Zudem sehen, laut einer aktuellen Studie aus 2023, 68% der Deutschen die gleichgeschlechtliche

Ehe als positiv an. Das lässt darauf schließen, dass Deutschland eher tolerant gegenüber Homosexuellen eingestellt ist (IPSOS, 2023). Im hier vorliegenden Datensatz beläuft sich die Akzeptanz gleichgeschlechtlicher Ehen auf 88,6%.

Des Weiteren konnte kein Moderationseffekt für die Einstellung gegenüber Homosexualität gefunden werden, obwohl der Befund beinahe signifikant ist. Da der Wert knapp insignifikant ist, widersprechen die vorliegenden Befunde dem Dual Process Modell, da dadurch die Type-1-Reaktion ausgelöst werden sollte, welche zu einer minderen Bewertung führt (Derous et al., 2015). Möglicherweise ist das auf die Stichprobe zurückzuführen, da diese nicht die optimale Größe hat und nur wenige Probanden eine negative Einstellung gegenüber Homosexualität haben (Mittelwert = 4.54), was zu einer geringen Streuung des Merkmals führt. Somit haben die Probanden generell wenige Vorurteile, die überhaupt erst aktiviert werden können. Obwohl sie das vorgegebene Niveau nicht erreicht, ist die Irrtumswahrscheinlichkeit dennoch gering. Das lässt darauf schließen, dass ein geringer Effekt bestehen könnte. Es ist ratsam, für diese Moderation weitere Forschung durchzuführen, um eindeutigere Ergebnisse zu erlangen.

Ebenfalls konnten keine signifikanten Moderationseffekte für die Persönlichkeitsmerkmale Verträglichkeit, Offenheit und Gewissenhaftigkeit nachgewiesen werden. Für Verträglichkeit konnte jedoch ein Haupteffekt nachgewiesen werden, was bedeutet, dass verträglichere Personen im AVI generell besser bewerten. Das könnte daran liegen, dass Verträglichkeit die zwischenmenschlichen Beziehungen vereinfacht und somit der Bewerter den Bewerber von Anfang an eher positiv sieht (Costa & McCrae, 2012). Frühere Forschung konnte herausfinden, dass Verträglichkeit positiv mit Interviewbewertung korreliert, dies beschränkt sich jedoch auf die Bewertung innerhalb einer Gruppe (Bernardin & Cooke, 2000). Des Weiteren sagt Verträglichkeit Toleranz voraus, weshalb es unwahrscheinlich ist, dass verträgliche Personen überhaupt Vorurteile hegen und es somit zu keiner negativeren Bewertung kommen kann (Butrus & Witenberg, 2013).

Dass Offenheit keine nachweislichen Effekte hat, steht im Gegensatz zur bisherigen Forschung, da Flynn (2005) einen Effekt nachweisen konnte. Allerdings beschäftigt sich diese Studie mit Vorurteilen gegenüber Afroamerikanern in den USA, weshalb eine Vergleichbarkeit nicht direkt gegeben ist, jedoch nahe liegt, da dennoch Vorurteile behandelt werden. Ebenfalls

widerspricht dieser Befund den Annahmen Crawford und Brandts (2019). Diese fanden heraus, dass Offenheit mit dem Hegen von Vorurteilen gegenüber der Gruppe der engen Vorurteile negativ in Verbindung steht. Zudem stehen die Ergebnisse im Gegensatz zur Metastudie von Sibley und Duckitt (2008), welche ebenfalls signifikante Werte für Offenheit nachweisen konnte. Möglicherweise ist die mangelnde Vergleichbarkeit zwischen den Bedingungen ein Grund dafür, dass hier kein Effekt nachgewiesen werden konnte. Ein weiterer Grund für die mangelnde Signifikanz könnte sein, dass Offenheit je nach Zielgruppe einen anderen Zusammenhang zu Vorurteilen aufweist (Crawford & Brandt, 2019)

Die Befunde für das Merkmal Gewissenhaftigkeit deuten auf keinen Zusammenhang, beziehungsweise Moderationseffekt, hin. Diese Ergebnisse reihen sich mit den bisherigen Ergebnissen ein, da diese auch nur geringe Werte bei diesem Persönlichkeitsmerkmal fanden (Crawford & Brandt, 2019). Da der Zusammenhang zwischen Gewissenhaftigkeit und Vorurteilen bisher nur wenig erforscht ist, wurde die These als Forschungsfrage formuliert, welche verneint werden kann: Gewissenhaftigkeit geht nicht mit Vorurteilen einher und hat im Bewerbungsprozess keinen Einfluss auf die Bewertung. Ein Grund dafür könnte sein, dass sich Gewissenhaftigkeit auf das Erledigen der Aufgaben bezieht und grundsätzlich wenig mit Einstellungen gegenüber Menschen zu tun hat (Costa & McCrae, 2012; Sibley et al., 2010).

5.2 Einschränkungen

Eine Einschränkung der vorliegenden Forschung liegt in der Stichprobe. Einige Probanden kannten die Person aus den Videos, was die Bewertung nachweislich verzerrte. Die Bewertungen zwischen den Gruppen „Kannten die Person“ und „Kannten die Person nicht“ waren vor allem bei der Einstellung zur Homosexualität sowie der Bewertung der wahrgenommenen Wärme und Kompetenz signifikant besser. Die Stichprobengröße der Teilnehmer, die den Kandidaten kannten, lag bei $N = 32$ (19,3%) in beiden Bedingungen kombiniert. Ein weiterer Mangel in der Stichprobe liegt darin, dass generell einige Studenten teilgenommen haben (42,2% der Teilnehmer haben als höchsten Bildungsabschluss die allgemeine Hochschulreife angegeben). Diese haben oft wenig Praxiserfahrung in Recruiting-Tätigkeit, welche für die Bewertung des

Bewerbers maßgeblich gewesen wäre. Grund für die Stichprobe sind die eingeschränkten Mittel seitens der Forschung und der großen Verfügbarkeit sowie Hilfsbereitschaft der studentischen Kollegen. Zudem könnte eine größere Stichprobe zu valideren Daten beitragen.

Die Einstellung gegenüber Homosexualität wurde nur in der Testbedingung abgefragt, nicht in der Kontrollbedingung. Dadurch kann das Konstrukt nur innerhalb der Testvariable betrachtet werden und nicht zwischen den Gruppen verglichen werden. Durch eine Erhebung dieser Daten könnten Moderationseffekte genauer definiert werden.

Zudem wurden in der vorliegenden Forschung aufgrund mangelnder Ressourcen nur die Bewertung homosexueller Männer getestet. Für lesbische Frauen ist das Ergebnis nicht direkt anwendbar. Es liegen jedoch Ergebnisse aus anderer Forschung vor, in welcher keine Unterschiede zwischen Frauen und Männern gefunden wurde (Roulin et al., 2022).

5.4 Zukünftiger Forschungsbedarf

Eine nachfolgende Studie benötigt eine größere Stichprobe, um ein möglichst valides und reliabel Ergebnis zu erhalten. Zudem war das Videomodel einigen Teilnehmern bekannt, was Verzerrungen mit sich brachte. Zukünftige Forschung sollte ein Model verwenden, das der Zielgruppe unbekannt sein sollte. Die Einstellung gegenüber Homosexualität sollte sowohl in der neutralen als auch in der Testbedingung überprüft werden. Dies ist in der vorliegenden Studie nicht der Fall, weshalb eine Vergleichbarkeit zwischen den Gruppen in dieser Form nicht gegeben ist. Durch diesen Mangel liegt auch eine verkleinerte Stichprobengröße vor, welche in zukünftiger Forschung größer sein sollte. Zudem sollte die Stichprobe heterogener im Hinblick auf negative Einstellungen gegenüber Homosexuellen sein. Das Messverfahren „Eye-Tracking“ könnte für die zukünftige Forschung auch hilfreich sein, um herauszufinden, auf was die Bewerter primär ihren Blick wenden. Zudem könnte gemessen werden, ab welchem Ausmaß Hinweisreize als solche erkannt werden und wann das Einfluss auf die Bewertung haben könnte.

5.3 Handlungsempfehlungen

Was bedeutet das nun für die Praxis? Zunächst ist es sehr erfreulich, dass auf Basis der vorliegenden Daten keine Benachteiligung von Homosexuellen zu erkennen ist. Dementsprechend müssen homosexuelle Bewerber ihre Hintergründe in einem asynchronen Videointerview nicht dahingehend anpassen und beispielsweise Bilder mit dem Partner zu verstecken. Jedoch sollte sich jeder Bewerber weiterhin vor Augen halten, dass eine Bewertung immer abhängig vom Bewerter ist. Wenn der Bewerter zufällig starke Tendenzen gegen Homosexualität hat, kann der individuelle Bewerber trotzdem aufgrund seiner im Hintergrund kenntlich gemachten Sexualität diskriminiert werden und für einen möglichen Einstellungsprozess nicht weiter berücksichtigt werden. Das ergibt sich auch aus den vorliegenden Daten, da die deskriptive Bewertung für Homosexuelle eine negativere Tendenz hat als die der neutralen Bedingung.

Gleiches gilt auch für die Gegenpartei in der Personalabteilung: Auch wenn es positiv ist, dass professionell mit sexueller Orientierung der Bewerber umgegangen wird, ist es trotzdem ratsam, sich seiner Verantwortung weiterhin bewusst zu sein. Ein regelmäßiges Training kann hier förderlich sein.

5.4 Fazit

Die Annahme liegt nah, dass neue und digitale Bewerbungsmethoden erst erprobt und standardisiert werden müssen, um Diskriminierung im Bewerbungsprozess zu minimieren. Die vorliegende Studie kommt jedoch auf den Schluss, dass eine Benachteiligung von Homosexuellen im Kontext eines AVIs unwahrscheinlich ist. Es wurden keine signifikanten Unterschiede in der Bewertung zwischen Heterosexuellen und Homosexuellen gefunden was die Qualität der Antworten, Gesamtbewertung des Bewerbers, die wahrgenommene Wärme und Kompetenz angeht. Auch die Einstellung gegenüber Homosexualität hat keinen signifikanten Effekt bei der Bewertung, jedoch ist dieser beinahe signifikant und weitere Forschung ist notwendig. Das Persönlichkeitsmerkmal Verträglichkeit hat einen Effekt auf die Bewertung im asynchronen Interview, Offenheit und Gewissenhaftigkeit zeigen keine signifikanten Befunde. Zusammengefasst bedeutet das, dass homosexuelle Bewerber im AVI grundsätzlich keine Benachteiligung befürchten müssen.

6. Literaturverzeichnis

- Ahmed, A., Andersson, L., & Hammarstedt, a. (2013). Are gay men and lesbians discriminated against in the hiring process? *Southern Economic Journal*, 79(3), 565-585. <https://doi.org/doi:10.4284/0038-4038-2011.317>
- Amodio, D. M., & Devine, P. G. (2006). Stereotyping and evaluation in implicit race bias: Evidence for independent constructs and unique effects on behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*(91), 652-661. <https://doi.org/https://doi.org/10.1037/0022-3514.91.4.652>
- Bailey, J., Wallace, M., & Wright, B. (2013). Are Gay Men and Lesbians Discriminated Against When Applying for Jobs? A Four-City, Internet-Based Field Experiment. *Journal of Homosexuality*, 60(6), 873-894. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/00918369.2013.774860>
- Bar, M., Neta, M., & Linz, H. (2006). Very first impressions. *Emotion*, 6(2), 269-278. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1037/1528-3542.6.2.269>
- Bernardin, H., & Cooke, D. (2000). Conscientiousness and agreeableness as predictors of rating leniency. *Journal of Applied Psychology*, 85(2), 232-234. <https://doi.org/https://doi.org/10.1037/0021-9010.85.2.232>
- Brenner, F., Ortner, T., & Fay, D. (2016). Asynchronous video interviewing as a new technology in personnel selection: The applicant's view. *Frontiers of Psychology*, 7. <https://doi.org/https://doi.org/10.3389/fpsyg.2016.00863>
- Burke, P. J., & Stets, J. E. (2000). Identity Theory and Social Identity Theory. *Social Psychology Quarterly*, 63 No. 3, 225. <https://doi.org/https://doi.org/10.2307/2695870>
- Butrus, N., & Witenberg, R. (2013). Some personality predictors of tolerance to human diversity: The roles of openness, agreeableness, and empathy. *Australian Psychologist*, 48(4), 290-298. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/j.1742-9544.2012.00081.x>
- Clair, J. A., Beatty, J. E., & MacLean, T. L. (2005). Out of sight but not out of mind: Managing invisible social identities in the workspace. *Academy of Management Reviews*(30), 78-95. <https://doi.org/https://doi.org/10.2307/20159096>
- Costa, P., & McCrae, R. (2012). The five-factor model, five factor theory, and interpersonal psychology. *Handbook of Interpersonal Psychology: Theory, Research, Assessment and Therapeutic Interventions*, 91-104. <https://doi.org/10.1002/9781118001868.ch6>
- Crawford, J., & Brandt, M. (2019). Who is prejudiced, and toward whom? The big five traits and generalized prejudice. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 45(10). <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/0146167219832335>
- Crocker, J., Major, B., & Steele, C. (1998). Social stigma. In D. T. Gilbert, S. T. Fiske, & G. Lindzey (Hrsg.), *The handbook of social psychology* (Bd. 4, S. 504-553). New York.
- DeGroot, T., & Motowidlo, S. J. (1999). Why visual and vocal interview cues can affect interviewers' judgements and predict job performance. *Journal of Applied Psychology*, 84, 986-993. <https://doi.org/https://doi.org/10.1037/0021-9010.84.6.986>
- Derous, E., Buijsrogge, A., Roulin, N., & Duyck, W. (2015). Why your stigma isn't hired: A dual-process framework of interview bias. *Human Resource*

- Management Review*, 26(2), 90-111.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.hrmr.2015.09.006>
- Donnellan, M., Oswald, F., Baird, B., & Lucas, R. (2006). The mini-PIP scales: Tiny-yet-effective measures of the big five factors of personality. *Psychological Assessment*, 18(2), 192-203.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1037/1040-3590.18.2.192>
- Drydakis, N. (2009). Sexual orientation discrimination in the labour market. *Labour Economics*(16(4)), 364-372.
<https://doi.org/DOI:10.1016/j.labeco.2008.12.003>
- Evans, J. (2008). Dual-Processing accounts for reasoning, judgement, and social cognition. *Annual Review of Psychology*, 59, 255-278.
<https://doi.org/10.1146/annurev.psych.59.103006.093629>
- Fischer, P., Jander, K., & Krueger, J. (2018). *Sozialpsychologie für Bachelor* (Bd. 2). Springer.
- Fiske, S. T., Cuddy, A., Glick, P., & Xu, J. (2002). A model of stereotype content as often mixed: Separate dimensions of competence and warmth respectively follow from status and competition. *Journal of Personality and Social Psychology*, 82(2), 878-902. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.82.6.878>
- Flynn, F. (2005). Having an open mind: The impact of openness to experience on interracial attitudes and impression formation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 88, 816-826.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1037/0022-3514.88.5.816>
- FRA, A. d. E. U. f. G. (2010). Homophobie, Transphobie und Diskriminierung aufgrund der sexuellen Ausrichtung und der Geschlechtsidentität in den EU-Mitgliedstaaten.
https://fra.europa.eu/sites/default/files/fra_uploads/1659-FRA-homophobie-synthesis-report-2011_DE.pdf
- Gibson, C., Van Iddekinge, C., & Vaughn, D. (2021). Hiring during a pandemic: insights from the front lines of research and practice. *Industrial and Organizational Psychology*, 14(1-2), 105-109.
<https://doi.org/doi:10.1017/iop.2021.8>
- Hartig, J., Jude, N., & Rauch, W. (2003). *Entwicklung und Erprobung eines deutschen Big-Five-Fragebogens auf Basis des International Personality Item Pools (IPIP40)*.
- Hebl, M., Bigazzi Foster, J., & Mannix, L. (2002). Formal and interpersonal discrimination: A field study of bias towards homosexual applicants. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 28(6), 815-825.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1177/0146167202289010>
- Hogg, M., & Abrams, D. (1988). *Social identifications: A social psychology of intergroup relations and group processes*. Routledge.
- Horvat, M., & Ryan, A. M. (2003). Antecedents and potential moderators of the relationship between attitudes and hiring discrimination on the basis of sexual orientation. *Sex Roles*(48(3)), 115-130.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1023/A:1022499121222>
- Huffcutt, A., & Culbertson, S. (2011). Interviews. In S. Zedeck (Hrsg.), *APA handbook of industrial and organizational psychology, Vol. 2. Selecting and developing members of the organization* (S. 185-203). American Psychological Association. <https://doi.org/https://doi.org/10.1037/12170-006>

- IPSOS. (2023). LGBT+ pride 2023. <https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2023-05/Ipsos%20LGBT%2B%20Pride%202023%20Global%20Survey%20Report%20-%20rev.pdf>
- Lehavot, K., & Lambert, A. (2007). Toward a greater understanding of antigay prejudice: On the role of sexual orientation and gender role violation. *Basic and Applied Psychology*, 29(3), 279-292. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/01973530701503390>
- Lukacik, E., Bourdage, J., & Roulin, N. (2022). Into the void: A conceptual model and research agenda for the design and use of asynchronous video interviews. *Human Resource Management Review*, 32(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.hrmr.2020.100789>
- McCrae, R., & John, O. (1992). An introduction to the five-factor model and its applications. *Journal of Personality*, 60(2), 175-215. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/j.1467-6494.1992.tb00970.x>
- Nadler, J., Lowery, M., Grebinoski, J., & Jones, R. (2014). Aversive discrimination in employment interviews: Reducing effects of sexual orientation bias with accountability. *Psychology of Sexual Orientation and Gender Diversity*, 1(4), 480-488. <https://doi.org/https://doi.org/10.1037/sgd0000079>
- Pawlik, V. (2021). *Diskriminierung aufgrund sexueller Orientierung oder Geschlecht(-identität) in unterschiedlichen Lebensbereichen innerhalb der letzten zwei Jahre 2022*. Statista. Abgerufen am 20.03.2023 unter <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1171835/umfrage/umfrage-unter-lgbtqi-menschen-zu-diskriminierung-in-verschiedenen-lebensbereichen/>
- Roulin, N., Bourdage, J., Lukacik, E., & Bakour, H. (2022). Bias in the Background? The Role of Background Information in Asynchronous Video Interviews. *Journal of Organizational Behavior*. <https://doi.org/https://doi.org/10.1002/job.2680>
- Sibley, G., & Duckitt, J. (2008). Personality and prejudice: A meta-analysis and theoretical review. *Personality and Social Psychology Review*, 12(3), 248-279. <https://doi.org/10.1177/1088868308319226>
- Sibley, G., Harding, J., Perry, R., Asbrock, F., & Duckitt, J. (2010). Personality and prejudice: Extension to the HEXACO personality model. *European Journal of Personality*, 24, 515-524. <https://doi.org/https://doi.org/10.1002/per.750>
- Summers, J. K., Howe, M., & McElroy, J. (2018). A typology of stigma within organizations: Access and treatment effects. *Journal of Organizational Behavior*(1-16). <https://doi.org/https://doi.org/10.1002/job.2279>
- Tajfel, H. (1972). Social categorization. In *Introduction à la psychologie sociale* (S. 272-302). Larousse.
- Tajfel, H., & Turner, J. (1979). An integrative theory of intergroup conflict. In W. G. Austin & S. Worchel (Hrsg.), *Psychology of intergroup relations* (S. 33-47). Brooks/Cole.
- Torres, E., & Mejia, C. (2017). Asynchronous video interviews in the hospitality industry: Considerations for virtual employee selection. *International Journal of Hospitality Management*, 61, 4-13. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2016.10.012>
- Van Hove, G., & Lievens, F. (2003). The effects of sexual orientation on hirability ratings: An experimental study. *Journal of Business and*

Psychology(18(1)),

15-30.

<https://doi.org/https://doi.org/10.1023/A:1025078819951>

Weichselbaumer, D. (2003). Sexual orientation discrimination in hiring. *Labour Economics*(10(6)), 629-642.

Zimmer, A. (o.J.). *Definition Heuristik*. Abgerufen am 08.03.2023 unter <https://dorsch.hogrefe.com/stichwort/heuristik>

7. Anhang

Anhangsverzeichnis

Anhang 1: Ausschnitte der verwendeten Videohintergründe..... V

Anhang 2: Transkription der Videos..... VI

Anhang 3: Fragebogen VIII

Anhang 4: Stellenbeschreibung X

Anhang 1: Ausschnitte der verwendeten Videohintergründe

Hintergrund Neutral:



Hintergrund Homosexualität:



Anhang 2: Transkription der Videos

Hatten Sie schon einmal mit einem unvernünftigen Kunden zu tun? Wie sind Sie damit umgegangen, und wie würden Sie heute damit umgehen?

Früher in meiner Supermarktzeit hatte ich schon meinen fairen Anteil an unvernünftigen Kunden. Es gab zum Beispiel Stammkunden, die versucht haben über Preise zu feilen oder die Etiketten vom Obst abgerissen haben und auf andere Produkte geklebt haben, um eben den Preisvorteil zu bekommen. Generell versuche ich immer den Kundenwünschen zu entsprechen, aber es ist auch ein bisschen situationsabhängig, weil wenn mich ein Kunde blöd von der Seite anspricht, auf gut deutsch gesagt kann es auch sein, dass meine Reaktion dann ein bisschen entsprechend ist, was meiner Meinung auch ein bisschen menschlich ist. Ich versuche aber trotzdem immer höflich zu bleiben. *Ähm* Es gab mal einen Fall da war eine Stammkundin bei uns die hat sich beschwert, dass Sie bei uns verdorbenes Fleisch gekauft hat, mit dem Sie ein Gericht gekocht hat. Dann wollte Sie Ihr Geld zurück für alle Zutaten, die in diesem Auflauf drin waren. Ich habe mich natürlich sofort entschuldigt, das Sie bei uns dieses Fleisch gekauft hat und habe ihr gesagt, dass ich ihr das Geld für das Fleisch auf jeden Fall zurückgeben kann. Für die restlichen Zutaten ist das leider nicht möglich. Ihr war das dann leider nicht ganz recht und ich bin dann trotzdem höflich geblieben und habe Ihr Angebot weiterhin abgelehnt. Schlussendlich bin ich dann auch zu meinem Vorgesetzten damit gegangen, damit der sich um diese Situation dann kümmern kann.

Ein Mann betritt den Laden und Sie bemerken, dass er ein kaputtes Klapphandy in der Hand hält. Er sagt Ihnen, dass er genau dasselbe kaufen möchte, aber Sie stellen fest, dass das Unternehmen dieses Modell nicht mehr herstellt. Wie würden Sie versuchen, ihn davon zu überzeugen, auf ein neues, teureres Smartphone zu aktualisieren?

Ich würde diesen Kunden zunächst höflich sagen, dass das Produkt leider nicht verfügbar ist. Ich würde ihm dann aber auch sofort andere Modelle zeigen. Ich würde ihn dafür nach seinen Bedürfnissen fragen, also was braucht der Kunde genau bei einem Handy, das er es kauft, damit ich ihm eben das ideale Smartphone anbieten kann, weil es ja eben auch darum geht, dass der Kunde am Ende zufrieden ist mit seiner Wahl. Ich würde ihm dafür verschiedene Smartphones demonstrieren und auch erklären, wie die funktionieren, wenn er da was nicht versteht. Wenn er mit anderen Smartphones nicht einverstanden ist, würde ich ihm einfach die neue Version von seinem aktuellen Gerät zeigen, sofern wir die auf Vorrat haben. Zum Abschluss würde ich ihm auch anbieten, das Gerät mit ihm zusammen einzurichten, weil sich da manche Menschen auch ein bisschen schwerer tun.

Können Sie mir ein Beispiel nennen, bei dem Sie einen Teamkollegen davon überzeugen mussten, seine Arbeitsweise zu ändern, und wie Sie dabei vorgegangen sind?

Also früher hatte ich einen Kollegen, der war nicht sehr freundlich zu den anderen Kollegen und zu den Kunden. Er hatte auch schlechte Kundenservice Fähigkeiten und wir hatten generell kein so gutes Verhältnis unter den Kollegen mit ihm. Dem ganzen habe ich mich dann versucht anzunehmen, um ihm einfach ein bisschen zu helfen, weil es auch einmal einen Vorfall mit einem sehr verärgerten Kunden gab. Ich bin danach zu ihm und habe ihn sehr sehr höflich und freundlich, aber direkt gesagt, wie er das ganze verbessern kann. Ich habe nicht kritisiert, was er getan hat, sondern ich habe es so formuliert wie er es in Zukunft besser machen kann. Ich habe eben gesagt "Hey, wenn du das so formulierst, dann wird es in Zukunft besser, weil sich dann der

Kundenkontakt verkürzt und weil die Kunden das dann auch besser aufnehmen und dann mit dir auch freundlicher umgehen”.

Stellen Sie sich vor, es ist die letzte Woche im August und der Laden ist voller Studierenden, die auf der Suche nach den neuesten Elektronikartikeln der Saison sind. Ihre Kollegen sind beschäftigt und Sie sind am Telefon mit einem Kunden, der sehr verärgert ist, dass der von ihm bestellte Laptop beschädigt angekommen ist. Der Anruf erfordert Ihre volle Aufmerksamkeit und Kunden beginnen frustriert zu werden verlassen den Laden, weil niemand verfügbar ist, um ihnen zu helfen. Wie würden Sie diese Situation bewältigen?

Grundsätzlich ist natürlich jeder Kunde Priorität, aber wenn eben viel los ist, muss man da irgendjemanden zuerst drannehmen und ich gehe da eben so vor wer zuerst kommt mahlt auch zuerst. Da gab es mal einen Fall, da war ich in dem vollen Laden bei uns und ich war gerade am Telefon, weil eine Kundin Probleme mit einem beschädigten Gerät hatte. Ich bin in der Situation ruhig geblieben und habe mich deshalb vollsten auf die Kundin am Telefon fokussiert, weil Sie eben zuerst da war. Ich habe mich dann eben nach Ihren Kontaktdaten erkundigt, damit ich Ihr mögliche Rabattangebote senden kann und mich natürlich auch um Ersatzteile für den Schaden kümmern kann. Außerdem habe ich sie noch gefragt, ob ich sonst was für Sie tun kann, wenn Sie sowieso schon am Apparat ist. Als ich dann fertig mit ihr war bin ich zurück in den Laden gegangen und habe mich dann natürlich bei den dortigen Kunden für die Wartezeit entschuldigt, aber habe mich dann noch unverzüglich um Ihre Anliegen gekümmert.

Haben Sie in Ihrer früheren Arbeit schon einmal negatives Feedback von einem Kunden erhalten? Was haben Sie mit diesem Feedback gemacht?

"Generell bekomme ich eher selten negatives Feedback, aber es gab einmal den Vorfall mit einer Kundin, die am Telefon war. Und zwar hat die mich angerufen und ich habe Sie dann in die Warteschlange gesetzt, weil es im Laden ein sehr akutes Thema gab und noch sehr sehr viel los war. Dann war das Problem, dass ich Sie eben in der Warteschlange vergessen habe. Das Ganze kam dann raus, weil meine Chefin zu mir gekommen ist, da die Kundin noch einmal angerufen hat. Diese war recht erbost, was ich total nachvollziehen kann. Ich bin daraufhin sofort zum Hörer gegangen und habe mich auch sofort entschuldigt und habe auch gesagt das dies normalerweise nicht meine Art ist. Genau sie war immer noch erbost darüber, aber sie hat dann versucht zu verhandeln, dass Sie aufgrund dieser Warteschlange Rabatte bekommt. Dazu war ich leider nicht befugt, und ich habe Sie dann nach Ihren Kontaktdaten gefragt, um Sie noch mal zu kontaktieren, da ich das erstmal mit meiner Vorgesetzten abklären musste.

Anhang 3: Fragebogen

Fragen zu den 5 Videos:

- Bitte geben Sie an, wie Sie die Antwort des Bewerbers beurteilen.
 - Sehr schlecht
 - Schlecht
 - Neutral
 - Gut
 - Sehr gut

Fragen zur Wahrnehmung des Bewerbers:

- Ich empfinde den Bewerber als... (schwach bis sehr stark, 5 Punkte Skala)
 - Freundlich
 - Vertrauenswürdig
 - Gutmütig
 - Aufrichtig
 - Kompetent
 - Selbstbewusst
 - Intelligent
 - Geschickt
- Bitte geben Sie an, wie sehr folgende Aussagen über den Bewerber zutreffen. (trifft gar nicht zu bis trifft voll zu, 5 Punkte Skala)
 - Insgesamt würde ich diesen Bewerber basierend auf dem Interview positiv bewerten.
 - Der Bewerber besitzt das notwendige Wissen, Fähigkeiten und Fertigkeiten, um die Aufgaben der Position, für die er interviewt wurde, auszuführen.
 - Der Bewerber passt gut zur angestrebten Position.
 - Basierend auf dem Interview würde ich diesen Bewerber zu einem persönlichen Vorstellungsgespräch einladen.
 - Ich glaube, dass dieser Bewerber eine hohe Leistung in dem Job, für den er interviewt wurde, erreichen kann.

Testung der Big Five

- Bitte geben Sie an, wie sehr Sie folgende Aussagen zustimmen. (Stimme gar nicht zu bis Stimme extrem zu)
 - Ich interessiere mich nicht für andere.
 - Ich habe eine lebhaftere Fantasie.

- Ich kann die Gefühle anderer nachvollziehen.
- Ich vergesse Dinge wieder an ihren Platz zurückzulegen.
- Ich erledige unangenehme Verpflichtungen sofort.
- Ich habe kein gutes Vorstellungsvermögen.
- Ich halte meine Sachen sauber und ordentlich.
- Ich habe Verständnis für die Gefühle anderer.
- Ich habe oft Spaß daran, mit Theorien oder abstrakten Dingen zu spielen.
- Die Probleme anderer Personen interessieren mich nicht.
- Ich neige zu Unordnung.
- Ich habe wenig Interesse, über die Natur des Universums oder die Lage der Menschheit nachzudenken.

Fragen zur Einstellung gegenüber Homosexualität

- Bitte geben Sie an, wie sehr Sie folgenden Aussagen zustimmen. (Ich stimme gar nicht zu bis ich stimme voll zu, 5 Punkte Skala.
 - Homosexuelle Paare sollten auf dieselbe Weise Kinder adoptieren dürfen wie Heterosexuelle paare.
 - Ich fühle mich in der Anwesenheit Homosexueller unwohl. *
 - So wie auch bei anderen Spezies ist Homosexualität beim Menschen eine natürliche Art seine Sexualität auszuleben.
 - Homosexuelle Menschen sollten nicht an Schulen unterrichten dürfen. *
 - Ich wäre nicht sehr aufgebracht, wenn ich herausfände, dass mein Sohn homosexuell ist.
 - Homosexualität ist meiner Meinung nach falsch. *
 - Homosexualität ist lediglich eine andere Lebensweise, die nicht verurteilt werden sollte.
 - Ich lehne gleichgeschlechtliche Ehe ab. *

Mit * gekennzeichnete Items wurden negativ kodiert, um mit den positiv kodierten vergleichbar zu sein.

Weitere Fragen zum Thema Sexualität:

- Ich sehe mich selbst als: (Einfachauswahl)
 - Heterosexuell
 - Bisexuell
 - Homosexuell
 - Keines Davon
 - Sonstiges (freies Feld)

- Wurden Sie jemals wegen Ihrer sexuellen Orientierung diskriminiert?
 - o Ja
 - o Nein

Anhang 4: Stellenbeschreibung

Kundendienstvertreter

Wir suchen engagierte, fleißige und unabhängige Mitarbeiter für unsere Einstiegsposition im Kundenservice. Wir fördern unsere Mitarbeiter von innen heraus. Wenn Sie also auf der Suche nach einer Karriere sind, ist dies eine großartige Gelegenheit für Sie. Zu Ihren Aufgaben gehören u. a.:

- Beantwortung von Kundenproblemen und -beschwerden
- Betreuung von Neukunden
- Up-Selling bei bestehenden Kunden
- Zeitnahe Beantwortung von Kundenanfragen
- Nachverfolgung von Kundenanrufen zu Berichtszwecken
- Auswendiglernen von Schulungsskripten und Aufrechterhaltung der Produktkenntnisse des Kunden
- Offenheit für Feedback und Bereitschaft, das eigene Verhalten zu ändern und zu verbessern
- Bereitstellung eines außergewöhnlichen Kundendienstes
- Einhaltung von Compliance-Vorschriften

Benötigte Qualifikationen:

- Bereitschaft zu lernen und neue Herausforderungen anzunehmen
- Ausgezeichnete mündliche und schriftliche Kommunikationsfähigkeiten
- Eine sehr offene/positiv Persönlichkeit ist von Vorteil
- Ausgezeichnete Teamfähigkeit – Teamwork gehört zu unserem Alltag
- Fähigkeit, in stressigen Situationen ruhig zu bleiben