



Urteilsverzerrungen in der Personalauswahl – Schneiden Bewerberinnen, die mit Akzent sprechen, im Interview schlechter ab und welche Rolle spielt die Erfahrung der Ent- scheidungsträger?

Julia Bald, Uwe Peter Kanning

Hochschule Osnabrück

ZUSAMMENFASSUNG

In einem Online-Experiment mit 472 Personen wird die Bedeutung des Akzents von Bewerbern untersucht. Die Pbn hören ein Telefoninterview, in dem eine Bewerberin entweder hochdeutsch, mit bayerischem oder sächsischem Akzent spricht. Anschließend bewerten sie diese hinsichtlich einer Vielzahl von Eigenschaften. Im Ergebnis zeigt sich ein sehr großer Haupteffekt ($\text{Eta}^2 = .24$) des Akzents. Die sächsisch sprechende Bewerberin wird im Vergleich zu einer hochdeutsch bzw. einer mit bayerischem Akzent sprechenden Bewerberin als weniger leistungsorientiert und sozial kompetent erlebt. Zudem würde sie mit geringerer Wahrscheinlichkeit zu einem nachfolgenden Interview eingeladen oder eingestellt werden. Die bayerisch sprechende Bewerberin ist nur in zwei Punkten im Nachteil gegenüber einer hochdeutsch sprechenden: sie wird als weniger leistungsorientiert wahrgenommen und erhält mit geringerer Wahrscheinlichkeit eine direkte Stellenzusage. Die berufliche Erfahrung mit Personalauswahlprozessen schützt nicht vor derartigen Urteilsverzerrungen. Beurteiler, die selbst mit Akzent sprechen, weisen geringfügigere Verzerrungseffekte auf, allerdings nur bezogen auf den bayerischen Akzent.

Schlüsselbegriffe: Urteilsverzerrung, Einstellungsinterview, Personalauswahl, Akzent

1 Einführung

Die Beschäftigung mit Urteilsverzerrungen hat eine jahrzehntelange Tradition in der Psychologie. Zu Beginn der Auseinandersetzung stand die Erforschung von visuellen Wahrnehmungstäuschungen und Gestaltgesetzen vor mehr als 100 Jahren (Müsseler, 2008; Stadler & Crabus, 1986). Die Erkenntnis, dass Menschen Informationen selektiv aufnehmen und vor dem Hintergrund der eigenen Biographie, eigener Überzeugungen oder der aktuellen Stimmungslage erinnern, gehört zu den Grundfesten der Psychologie. Doch nicht nur bei der Wahrnehmung und dem Erinnern, auch beim Prozess der kognitiven Verarbeitung konnten zahlreiche Phänomene einer systematischen Verzerrung belegt werden. Man denke in diesem Zusammenhang etwa an den Einsatz von Heuristiken (Baron, 2014; Kahneman, Slovic & Tversky, 1982), Confirmation bias (Nickerson, 1998), Pygmalion-Effekt (Rosenthal & Jacobson, 1971; Rosenthal, 2002) oder Attributionsfehlern (Mezulis, Abramson, Hyde & Hankin, 2004; Ross, 1977). Die Urteilsfehler beziehen sich dabei sowohl auf Objekte, andere Individuen und soziale Gruppen, als auch auf die eigene Person (Back & Nestler, 2016; Karelaiia & Hogarth, 2008; Kuncel, Klieger, Connelly & Ones, 2013). Beispielsweise werden Mitglieder der eigenen Gruppe (ingroup) systematisch aufgewertet und gleichzeitig Mitglieder einer Vergleichsgruppe (outgroup) abgewertet (Tajfel, 1978; Tajfel & Turner, 1982). Geht es um die eigene Person,

nutzen wir die vorhandenen Interpretationsspielräume aus, um eine positive Bewertung vornehmen zu können. Hierzu vergleicht man sich beispielsweise mit Menschen, die weniger leistungsstark sind (downward comparison; Wills, 1981), unterschätzt die Verbreitung sozial erwünschter Handlungen (false uniqueness; Suls & Wan, 1987) und überschätzt die Verbreitung sozial unerwünschter Handlungen (false consensus; Ross, Green & House, 1977). Dies hängt davon ab, ob die Probanden selbst sozial erwünscht agieren (z. B. Blut spenden) oder entgegen der sozialen Erwünschtheit handeln (z. B. Geschwindigkeitsübertretung im Straßenverkehr).

Im *beruflichen Kontext* kann Urteilsverzerrungen eine große Bedeutung zukommen, etwa wenn die Bedürfnisse von Kunden falsch eingeschätzt werden oder Vorgesetzte bestimmte Mitarbeiter aufgrund von Stereotypen abwerten. Besonders offensichtlich werden die Probleme im Anwendungsfeld der Diagnostik (Barrick, Dustin, Giluk, Stewart, Shaffer & Swider, 2012; Kanning, 2018; Kuncel, Klieger, Connelly & Ones, 2013). Hier belegen mehrere Studien systematische Urteilsverzerrungen bei der Einschätzung von Bewerbern im Prozess der Personalauswahl: physisch attraktive Menschen werden bereits bei der Sichtung von Bewerbungsunterlagen positiv verzerrt wahrgenommen und beispielsweise hinsichtlich ihrer Intelligenz und Sozialkompetenz überschätzt (z. B. Schuler & Berger, 1979; Watkins & Johnston, 2001). Bewerber, die

einen Adelstitel tragen, werden z. T. positiver erlebt (Herrmann & Kanning, 2017). Entgegengesetzt verhält es sich bei übergewichtigen Bewerbern (z. B. Giel et al., 2012) und Menschen mit Migrationshintergrund (z. B. Kaas & Manger, 2010). Bewerber die groß und breitschulterig sind, werden eher als führungsstark erlebt, als solche mit femininem Körperbau (Sczesny & Stahlberg, 2002). Vorinformationen über Bewerber wirken bei den Beurteilenden im Sinne einer erwartungskonformen Urteilsverzerrung (Wenderdel & Kanning, 2008). Darüber hinaus werden Bewerber, die bestimmte Erfahrungen aufweisen – z. B. Mannschaftsport oder Führungserfahrung – positiver bewertet, obwohl sich aus diesen Merkmalen nicht valide auf bestimmte Personeneigenschaften schließen lässt (Kanning, 2016; Kanning & Fricke, 2013; Kanning & Kappelhoff, 2012). Bezogen auf Führungspositionen sind männliche Bewerber im Vorteil, weil das Stereotyp einer Führungskraft mit der Zuschreibung vermeintlich männlicher Eigenschaften verbunden ist (Koenig, Eagy, Mitchell & Ristikari, 2011).

Unsere Studie beschäftigt sich mit der Frage, inwieweit der Akzent eines Bewerbers zu einer systematischen Urteilsverzerrung auf Seiten der Auswählenden/Entscheidungsträger führt.

Akzente und ihre Wirkung

Menschen, die ein und dieselbe Sprache sprechen, unterscheiden sich mitunter deutlich hinsichtlich Dialekt bzw. Akzent. Ein *Dialekt* ist durch vier Parameter gekennzeichnet (Mai & Hoffmann, 2010; Kortmann, 1999): Die Aussprache der Wörter (Phonologie), die Bildung neuer Wörter (Morphologie), einen bestimmten Satzbau (Syntax) sowie die Verwendung von Wörtern für bestimmte Begriffe (Pragmatik). Der Begriff des *Akzents* bezieht sich dabei lediglich auf den ersten Parameter, also die Aussprache der Wörter. Die vom Großteil der Bevölkerung in einem gemeinsamen Sprachraum gesprochene Variante wird als Standard bezeichnet (Cargile, 2000). Sie manifestiert sich in der Schriftsprache, ist die in Bildungseinrichtungen und Medien am weitesten verbreitete Variante (Fuertes, Gottesdiener, Martin, Gilbert & Giles, 2012; Kortmann, 1999). Im Deutschen ist hierfür der Begriff „hochdeutsch“ geläufig (Hansen, 2013). Auch wenn innerhalb eines Sprachraums viele Abweichungen vom Standard existieren, bedeutet dies nicht, dass alle Akzente auch in gleicher Weise Akzeptanz finden. Eine Umfrage des Instituts für Demoskopie Allensbach (2008) verdeutlicht dies für den deutschen Sprachraum: 54 % der Befragten bewerteten in einer repräsentativen Umfrage einen sächsischen Akzent negativ, während dies für einen bayerischen Akzent nur bei 21 % der Befragten der Fall war. Mehr noch, ein bayerischer Akzent scheint in gewisser Weise zu polarisieren, denn 35 % der Befragten gaben an, bayerisch besonders gern zu hören. Zu ähnlichen Ergebnissen kommt eine repräsentative Umfrage aus dem Jahr 2012 (Plewina & Rothe, 2012).

Vor diesem Hintergrund überrascht es nicht, wenn der Akzent eines Menschen Einfluss darauf nimmt, wie er von anderen wahrgenommen und bewertet wird (Giles & Billings, 2004; Mai & Hintermeier, 2011). Die meisten Studien beziehen sich dabei auf den amerikanischen Sprach-

raum und vergleichen Menschen, die mit verschiedenen ausländischen Akzenten sprechen, mit solchen, die „Standard-Englisch“ sprechen. Sie zeigen, dass Bewerber, die mit Akzent sprechen, als weniger kompetent, attraktiv und intelligent eingeschätzt werden (Carlson und McHenry, 2006; Giles & Powesland, 1975; Gluszek & Dovidio, 2010). Zudem wirk(t)en sie weniger zielstrebig (Giles & Billings, 2004), weniger selbstbewusst und weniger fleißig (Birch & McPhail, 1997). Fuertes et al. (2012) fassen die Befunde aus 20 Primärstudien in einer Metaanalyse zusammen und fanden durchweg beachtliche Effektstärken. Demnach wird Menschen, die akzentfrei sprechen, ein höherer sozialer Status zugeschrieben ($d = .99$). Zudem erscheinen sie vertrauenswürdiger ($d = .52$) und dynamischer ($d = .86$).

Bislang liegt nur eine publizierte Studie vor, die sich auf mögliche Effekte deutschsprachiger Akzente in der Personalauswahl bezieht. Rakic, Steffens und Mummendey (2011) verglichen hochdeutsch sprechende Bewerber, mit bayerisch, berlinerisch oder sächsisch sprechenden Bewerbern. In allen drei untersuchten Bereichen – wahrgenommene Kompetenz, Einstellungspotential und sozio-intellektueller Status – schnitten hochdeutsch sprechende Bewerber signifikant besser ab.

An diesem Punkt setzt unsere Studie an. In einem simulierten Auswahlverfahren vergleichen wir zwei deutschsprachige Akzente (bayerisch und sächsisch) mit einer hochdeutschen Ausdrucksweise und zwar im Hinblick auf die den Bewerbern zugeschriebenen Eigenschaften sowie die wahrgenommene Eignung für die ausgeschriebene Stelle. Vor dem Hintergrund der vorliegenden Befunde überprüfen wir dabei die folgende Hypothese:

Hypothese 1: Bewerber, die akzentfrei sprechen, werden signifikant positiver bewertet als solche, die mit Akzent sprechen, und zwar sowohl im Hinblick auf stellenrelevante Eigenschaften als auch im Hinblick auf das Einstellungspotential.

Darüber hinaus werden erstmals zwei Fragestellungen explorativ untersucht. Zum einen gehen wir der Frage nach, ob die Erfahrung der Beurteiler mit Personalauswahlverfahren einen Einfluss nimmt – es könnte sein, dass erfahrene Personalentsprechende Urteilsfehler kennen und reflektierter ans Werk gehen als Laienbeurteiler. Zum anderen wird untersucht, ob der eigene Akzent der Rezipienten einen Einfluss auf die Bewertung der Bewerber nimmt. Möglicherweise lässt der eigene Akzent die Beurteiler toleranter werden, da sie selbst auch nicht Hochdeutsch sprechen.

Fragestellung 1: Unterliegen Beurteiler, die Personalauswahlverfahren aufweisen, in geringerem Maße einer Urteilsverzerrung, die darin besteht, dass hochdeutsch sprechende Bewerber positiver bewertet werden als solche, die mit Akzent sprechen?

Fragestellung 2: Unterliegen Beurteiler, die selbst mit Akzent sprechen, in geringerem Maße einer entsprechenden Urteilsverzerrung, als Beurteiler, die selbst akzentfrei sprechen?

2 Methode

Materialien und Messinstrument: Grundlage der Studie bildete zum einen ein telefonisches Kurzinterview zur Bewerbervorauswahl, zum anderen ein Fragebogen, mit dessen Hilfe die Untersuchungsteilnehmer den Bewerber beurteilen. Für das *Kurzinterview* wurde ein Skript erstellt, in dem sowohl der Wortlaut des Interviewers als auch der Wortlaut des Bewerbers festgelegt waren. Die Personalverantwortliche erfragte im Laufe des Gesprächs unter anderem den Bildungshintergrund, bisher gesammelte Berufserfahrung sowie die Stärken und Schwächen der Bewerberin. Von diesem Skript wurden anschließend drei Interviewvarianten erstellt. Als Interviewerin fungierte in allen Fällen ein und dieselbe, hochdeutsch sprechende Person. In der Rolle des Bewerbers agierten drei Frauen, die den Text entweder hochdeutsch, mit bayerischem oder mit sächsischem Akzent sprachen. Im Rahmen einer Vorstudie mit 30 Personen (Studierende und Mitarbeiter einer deutschen Universität, Muttersprachler) wurde überprüft, ob die Akzente als solche zu erkennen waren. Jeweils fünf Frauen und Männer hörten das Interview in einer der drei Varianten und mussten abschließend angeben, ob und mit welchem Akzent die Bewerberin sprach. Dabei mussten die Probanden zunächst beantworten, ob die Kandidaten in dem Interview dialektfrei gesprochen haben oder nicht. Falls die Teilnehmer die erste Frage verneinten, wurden sie gebeten, aus einer Vielzahl unterschiedlicher deutscher Sprachvarietäten (Allgäuisch, Fränkisch, Hamburgisch, Pfälzisch, Schwäbisch, Bayerisch, Berlinerisch, Hessisch, Kölsch, Ostfriesisch, Sächsisch) diejenige auszuwählen, die die Kandidatin ihrer Meinung nach sprach. Darauf folgend wurden ebenfalls das Geschlecht und die Muttersprache der Studienteilnehmer ermittelt. In allen drei Varianten ergaben sich sehr hohe Trefferquoten (hochdeutsch: 80%, sächsisch: 90 %, bayerisch: 100%). Der *Fragebogen* war in vier Abschnitte gegliedert. In Abschnitt 1 ging es um die Bewertung der Bewerberin nach dem Kurzinterview. Hierzu mussten 35 Eigenschaften auf einer fünfstufigen Skala (1 = „stimme nicht zu“ bis 5 = „stimme zu“) eingeschätzt werden. Diese Eigenschaften ließen sich später auf der Basis der nachfolgend beschriebenen Stichprobe zu zwei Faktoren zusammenfassen (Hauptkomponentenanalyse, Varimaxrotation; Faktorenladung > .05): „Leistungsorientierung“ (entschlossen, ehrgeizig, zielstrebig, selbstbewusst, souverän, redigewandt, energisch, selbstständig, professionell, intelligent, belastbar, analytisch, führungsstark, fachkompetent, sicher, geistig flexibel, konkurrierend, berufserfahren; Cronbachs Alpha = .96) und „Sozialkompetenz“ (kollegial, Verständnis für Kollegen, hilfsbereit, sozial kompetent, beliebt, freundlich, sympathisch, teamfähig, zuhörend, vertrauenswürdig, persönlich, offen, aufrichtig, gewinnend, distanziert, ungeduldig; Cronbachs Alpha = .95). In Abschnitt 2 mussten die Probanden einschätzen, wie mit der Bewerberin nach dem Kurzinterview zu verfahren sei: Absage, Einladung zum persönlichen Vorstellungsgespräch, Direktzusage (fünfstufige Skala, s.o.). Abschnitt 3 diente dem Manipulationscheck: Die Probanden wurden gefragt, ob die Bewerberin mit Akzent sprach („nein“ vs. „ja“). Abschnitt 4 bezog sich auf die Demographie der untersuchten Stichprobe: Alter in Jahren, Geschlecht, höchster erreichter Bildungsabschluss, beruflich bedingte Beteiligung an Personalauswahlverfahren, Deutsch als Muttersprache, Le-

bensjahre in Deutschland (falls man nicht Muttersprachler war), eigener Akzent, Bundesland, in dem man selbst aufgewachsen ist, und schließlich das Bundesland, in dem man derzeit lebt. Den Abschluss bildete die Frage, ob der Fragebogen gewissenhaft bearbeitet wurde und die Daten zu wissenschaftlichen Zwecken verarbeitet werden dürfen.

Datenerhebung: Die Studie erfolgte in Form eines Online-Experiments. Hierzu wurde den geworbenen Probanden ein Link zugeschickt, über den sie sich direkt einloggen konnten. Per Zufall wurden Sie dann einer von drei Untersuchungsbedingungen zugelost: hochdeutsch vs. bayerisch vs. sächsisch sprechende Bewerberin. Nach einer kurzen Instruktion hörten die Probanden zunächst das Kurzinterview und mussten anschließend den Onlinefragebogen bearbeiten. Der Link zur Studie war nur einmal zu verwenden. Alle Probanden nahmen freiwillig an der Studie teil. Es wurde keine Entschädigung gezahlt. Die Anwerbung der Probanden erfolgte über soziale Netzwerke, insbesondere über das berufsbezogene Netzwerk Xing und Facebook. Da es in unserer Studie u. a. wichtig war, Probanden mit unterschiedlich ausgeprägter Erfahrung auf dem Gebiet der Personalauswahl zu rekrutieren, spielte das berufsbezogene Netzwerk Xing eine besondere Rolle. Hier wurden gezielt Teilnehmer von Gruppen, die sich auf Personalthemen bezogen, angesprochen und zur Teilnahme eingeladen.

Stichprobe: Nachdem vier Probanden ausgeschlossen wurden, da sie ihre Daten nicht zur weitergehenden Analyse freigegeben haben (letzte Frage im Fragebogen), umfasste die Stichprobe 472 Personen (52.3 % weiblich, 47.7 % männlich), die sich gleichmäßig auf die drei Untersuchungsbedingungen verteilten (hochdeutsch: 157, bayerisch: 163, sächsisch: 152). Das Alter variierte zwischen 18 und 75 Jahren ($M=36.27$ $SD=11.49$). Die Stichprobe bestand überwiegend aus Personen mit hohen Bildungsabschlüssen (2.5 % Hauptschulabschluss, 9.7 % Mittlere Reife, 25.2 % (Fach-)Abitur, 62.5 % Hochschulabschluss). 53.8 % waren im Rahmen ihrer beruflichen Tätigkeit mit der Auswahl von Mitarbeitern betraut. Bei 96.6 % handelte es sich um deutsche Muttersprachler. Die verbleibenden Probanden lebten zum Zeitpunkt der Untersuchung vier bis 51 Jahre in Deutschland ($M=21.69$ $SD=14.96$).

3 Ergebnisse

In einem ersten Schritt erfolgte ein *Manipulationscheck*. Hierzu wurde eine univariante Varianzanalyse berechnet. Als unabhängige Variable diente dabei die Sprache der Bewerberin (dreifach gestuft: hochdeutsch, bayerisch, sächsisch), als abhängige Variable die Einschätzung der Probanden, ob die Bewerberin akzentfrei sprach (0 = akzentfrei; 1 = mit Akzent). Es ergab sich ein signifikanter Effekt, dem zufolge die hochdeutsch sprechende Bewerberin signifikant akzentfreier eingeschätzt wurde als die bayerisch bzw. sächsisch sprechende Bewerberin ($M_{\text{hochdeutsch}}=.45$, $SD=.50$; $M_{\text{bayerisch}}=.99$, $SD=.08$; $M_{\text{sächsisch}}=.81$, $SD=.08$; $F_{2/469}=180.81$, $p<.001$). Die bayerisch vs. sächsisch sprechenden Bewerberinnen unterschieden sich nicht voneinander.

Zur Überprüfung der Hypothese sowie der beiden Fragestellungen wurde in einem zweiten Schritt eine multifakto-

rielle, multivariate Kovarianzanalyse durchgeführt. Als unabhängige Variablen dienten die Sprache der Bewerberin (dreifach gestuft: hochdeutsch, bayerisch, sächsisch), die berufliche Erfahrung der Probanden in der Personalauswahl (zweifach gestuft: nein vs. ja) sowie die Frage, ob die Probanden selbst einen Akzent sprechen (zweifach gestuft: nein vs. ja). Als Kovariate dienten drei Variablen: Das Bundesland, in dem die Probanden ihre Kindheit verbracht haben, das Bundesland, in dem sie zum Zeitpunkt der Untersuchung lebten, sowie die Frage, ob Deutsch ihre Muttersprache war. Als abhängige Variablen wurden berücksichtigt: die wahrgenommene Leistungsorientierung der Bewerberin, ihre wahrgenommene Sozialkompetenz, die Entscheidung, ihr sofort eine Absage zu erteilen, die Entscheidung, sie zu einem persönlichen Vorstellungsgespräch einzuladen sowie die Entscheidung, sie direkt nach dem Telefoninterview einzustellen (fünfstufige Skala s.o.).

Bei keiner der *Kovariaten* ließ sich ein signifikanter multivariater Effekt verzeichnen (Bundesland in der Kindheit: $F_{5/453}=.76$, $p>.05$; derzeitiges Bundesland: $F_{5/453}=1.793$, $p>.05$; Deutsch als Muttersprache: $F_{5/453}=2.05$, $p>.05$).

Alle drei unabhängigen Variablen erzielten signifikante *multivariate Haupteffekte* (Akzent der Bewerberin: $F_{10/908}=29.34$, $p<.001$; Erfahrung der Probanden mit der Personalauswahl: $F_{5/453}=6.72$, $p<.001$; Akzentfreiheit der Probanden: $F_{5/453}=2.83$, $p<.05$). Die Effektstärke des Akzents der Bewerberin erwies sich dabei als sehr groß ($Eta^2=.24$). Bei den beiden anderen Variablen lagen mittelgroße Effekte vor ($Eta^2=.07$ bzw. $Eta^2=.03$; Cohen, 1988). Darüber hinaus ergaben sich auf multivariater Ebene zwei mittelgroße Interaktionseffekte: Akzent der Bewerberin x Personalauswahlerefahrung der Pbn ($F_{10/908}=2.45$, $p<.01$, $Eta^2=.03$) und Akzent der Bewerberin x Akzent der Pbn ($F_{10/908}=2.39$, $p<.01$, $Eta^2=.03$).

Bezogen auf den *Einfluss des Akzents der Bewerberin* konnten auf univariater Ebene durchweg signifikante *Haupteffekte* mit großer Effektstärke identifiziert werden (Leistungsorientierung: $F_{2/456}=179.14$, $p<.001$, $Eta^2=.44$; Sozialkompetenz: $F_{2/456}=67.73$, $p<.001$, $Eta^2=.23$; Absage: $F_{2/456}=91.12$, $p<.001$, $Eta^2=.29$; persönliches Vorstellungsgespräch: $F_{2/456}=62.25$, $p<.001$, $Eta^2=.21$; Einstellung: $F_{2/456}=34.03$, $p<.001$, $Eta^2=.13$; Tab. 1). Demzufolge erzielte die sächsisch sprechende Bewerberin in allen fünf abhängigen Variablen signifikant schlechtere Ergebnisse als die hochdeutsch bzw. bayerisch sprechende Bewerberin. Sofern sich Unterschiede zwischen hochdeutsch und bayerisch zeigten – dies war bei der wahrgenommenen Leistungsorientierung sowie bei der direkten Zusage der Fall – ergaben sich für die hochdeutsch sprechende Bewerberin positivere Einschätzungen. Alles in allem bestätigen die Ergebnisse mithin Hypothese 1.

Die *Personalauswahlerefahrung* der Pbn ging in vier von fünf Fällen mit einem signifikanten Haupteffekt einher (Tab. 2). Demnach erwiesen sich auswahlerefahrere Pbn als strenger im Hinblick auf die Einschätzung der Leistungsorientierung ($F_{1/457}=6.60$, $p<.05$, $Eta^2=.01$), der Sozialkompetenz ($F_{1/457}=15.06$, $p<.001$, $Eta^2=.03$), die sofortige Absage an die Bewerberin ($F_{1/457}=6.45$, $p<.05$, $Eta^2=.01$) sowie die Zusage einer Stelle ($F_{2/456}=32.14$, $p<.001$, $Eta^2=.07$).

Die Frage, ob die *Pbn selbst einen Akzent sprachen* – dies war bei 39.2 % der Pbn der Fall – ergab zwei signifikante Haupteffekte (Tab. 3). Akzentfreie Pbn erwiesen sich als signifikant weniger streng, wenn es sich um die Einschätzung der Sozialkompetenz ($F_{1/457}=7.14$, $p<.01$, $Eta^2=.02$) und die sofortige Stellenzusage ($F_{1/457}=13.14$, $p<.001$, $Eta^2=.03$) handelte.

Tabelle 1: Haupteffekte des Dialekts und Interaktionseffekte mit der Personalauswahlerefahrung

	hochdeutsch		bayerisch		sächsisch	
	keine Personalauswahlerefahrung	Personalauswahlerefahrung	keine Personalauswahlerefahrung	Personalauswahlerefahrung	keine Personalauswahlerefahrung	Personalauswahlerefahrung
Leistungsorientierung	3.83 ^a (.68)		3.59 ^b (.47)		2.50 ^c (.77)	
	4.04 ^a (.60)	3.65 ^b (.70)	3.77 ^c (.60)	3.45 ^d (.66)	2.43 ^e (.88)	2.55 ^e (.65)
Sozialkompetenz	3.50 ^a (.82)		3.54 ^a (.77)		2.74 ^b (.70)	
	3.80 ^a (.78)	3.25 ^b (.78)	3.71 ^{ac} (.75)	3.40 ^{bd} (.76)	2.75 ^e (.78)	2.73 ^e (.63)
sofortige Absage	2.27 ^a (1.43)		2.03 ^a (1.17)		3.61 ^b (1.34)	
	1.74 (1.04)	2.23 (1.43)	1.81 (1.12)	2.21 (1.19)	3.61 (1.39)	3.62 (1.31)
Einladung zum Vorstellungsgespräch	4.18 ^a (1.07)		4.06 ^a (1.09)		2.86 ^b (1.45)	
	4.34 (.89)	4.04 (1.19)	4.20 (1.05)	3.94 (1.12)	2.82 (1.49)	2.89 (1.42)
sofortige Zusage	2.24 ^a (1.51)		1.98 ^b (1.15)		1.30 ^c (.76)	
	2.86 ^a (1.64)	1.70 ^b (1.15)	2.24 ^c (1.21)	1.75 ^{bd} (1.06)	1.39 ^e (.84)	1.21 ^e (.68)

Anmerkungen: Ergebnisse einer multifaktoriellen, multivariaten Varianzanalyse, Mittelwerte, Standardabweichung in Klammern; fünfstufige Skala, zeilenweise unterschieden sich die Mittelwerte signifikant ($p < .05$), wenn sie unterschiedliche Indizes aufweisen.

Tabelle 2: Haupteffekte der Personalauswahlerfahrung

	keine Personalauswahlerfahrung	
	keine Personalauswahlerfahrung	Personalauswahlerfahrung
Leistungsorientierung	3.42 ^a (.99)	3.23 ^b (.82)
Sozialkompetenz	3.43 ^a (.90)	3.14 ^b (.78)
sofortige Absage	2.37 ^a (1.46)	2.68 ^b (1.45)
Einladung zum Vorstellungsgespräch	3.80 (1.35)	3.64 (1.34)
sofortige Zusage	2.17 ^a (1.40)	1.56 ^b (1.02)

Anmerkungen: Ergebnisse einer multifaktoriellen, multivariaten Varianzanalyse, Mittelwerte, Standardabweichung in Klammern; fünfstufige Skala, zeilenweise unterschieden sich die Mittelwerte signifikant ($p < .05$), wenn sie unterschiedliche Indizes aufweisen.

Tabelle 3: Haupteffekte eines Dialekts der Probanden und Interaktionseffekte mit dem Dialekt der Bewerberin

	Pbn ohne Dialekt			Pbn mit Dialekt		
	hochdeutsch	bayerisch	sächsisch	hochdeutsch	bayerisch	sächsisch
Leistungsorientierung		3.43 (.90)			3.41 (1.11)	
	3.77 ^a (.63)	3.43 ^b (.65)	2.56 ^c (.77)	3.91 ^{ad} (.74)	3.89 ^{ab} (.53)	2.39 ^c (.75)
Sozialkompetenz		3.19 ^a (.80)			3.39 ^b (.91)	
	3.36 ^a (.78)	3.35 ^{ab} (.78)	2.82 ^c (.72)	3.67 ^d (.86)	3.88 ^{de} (.63)	2.62 ^c (.67)
sofortige Absage		2.59 (1.44)			2.45 (1.51)	
	2.10 ^{ag} (1.33)	2.29 ^{ab} (1.30)	3.42 ^c (1.34)	1.92 ^{dg} (1.23)	1.58 ^{de} (.72)	3.90 ^f (1.30)
Einladung zum Vorstellungsgespräch		3.69 (1.35)			3.74 (1.34)	
	4.13 ^{ag} (1.10)	3.89 ^{ab} (1.22)	3.03 ^c (1.48)	4.24 ^{dg} (1.02)	4.36 ^{de} (.74)	2.58 ^e (1.37)
sofortige Zusage		1.69 ^a (1.14)			2.09 ^b (1.37)	
	2.02 ^a (1.45)	1.71 ^{ab} (.98)	1.33 ^c (.80)	2.55 ^d (1.54)	2.44 ^{de} (1.29)	1.25 ^e (.70)

Anmerkungen: Ergebnisse einer multifaktoriellen, multivariaten Varianzanalyse, Mittelwerte, Standardabweichung in Klammern; fünfstufige Skala, zeilenweise unterschieden sich die Mittelwerte signifikant ($p < .05$), wenn sie unterschiedliche Indizes aufweisen.

Zudem zeigten sich zahlreiche *Interaktionseffekte*. So interagiert der *Akzent der Bewerberin mit der Personalauswahlerfahrung der Pbn* und zwar im Hinblick auf die wahrgenommene Leistungsorientierung ($F_{2/456}=6.65$, $p < .01$, $Eta^2=.03$), die Sozialkompetenz ($F_{2/456}=5.26$, $p < .01$, $Eta^2=.02$) sowie die Stellenzusage ($F_{2/456}=7.98$, $p < .001$, $Eta^2=.03$). Tabelle 1 stellt die Einzelbefunde dar.

Bezogen auf die Leistungsorientierung zeigte sich, dass das Fehlen eines Akzents zu dem besten Ergebnis führte, gefolgt von bayerisch und sächsisch. Handelte es sich um Pbn mit Personalauswahlerfahrung, so fielen die Bewertungen strenger aus, sofern es sich um eine hochdeutsch oder bayerisch sprechende Bewerberin handelte. Bei der sächsisch sprechenden Bewerberin ergab sich kein solcher Effekt. Sie wurde von Personen mit oder ohne Personalauswahlerfahrung gleichermaßen kritisch gesehen.

Ein sehr ähnliches Muster ließ sich bei der wahrgenommenen Sozialkompetenz sowie der Stellenzusage finden. Zusätzlich ergab sich bei der Einschätzung der Sozialkompetenz der Effekt, dass sowohl Pbn mit Personalauswahlerfahrung als auch solche ohne keine unterschiedliche Bewertung der hochdeutsch oder bayerisch sprechenden Bewerberin vornahmen. Im Falle der Stellenzusage sahen nur die personalauswahlerfahrenen Pbn keine Unterschiede zwischen Hochdeutsch und Bayerisch.

Die Einschätzung der Bewerberinnen wurde zudem durch einen *Interaktionseffekt zwischen dem Akzent der Bewerberin und dem Vorhandensein eines Akzents auf Seiten der Pbn* beeinflusst und zwar bezogen auf alle fünf abhängigen Variablen (Tab. 3). Erneut zeigte sich eine signifikant kritischere Bewertung der sächsisch sprechenden Bewerberin im Vergleich zu den beiden anderen. Dabei spielte die Frage, ob die Pbn selbst einen Akzent sprechen, nur in einem Fall eine Rolle: Sofern die Pbn selbst einen Akzent aufwiesen, erteilten sie der sächsisch sprechenden Bewerberin signifikant eher eine Absage. Sie erwiesen sich mithin als kritischer. Die hochdeutsch sprechende Bewerberin wurde von Pbn mit Akzent meist positiver gesehen und zwar bezogen auf die Leistungsorientierung, die Sozialkompetenz sowie eine Stellenzusage. Bei der bayerisch sprechenden Bewerberin zeigte sich dieser Effekt bei allen abhängigen Variablen.

4 Diskussion

Hypothese 1 bezog sich auf die Bewertung von Bewerberinnen mit Akzent im Vergleich zu solchen, die hochdeutsch sprechen. Im Gesamtergebnis ergibt sich ein eindeutiger Befund. Eine Bewerberin, die im Telefoninterview mit einem sächsischen Akzent spricht, wird in vielfältiger Weise negativer bewertet als Bewerberinnen, die hochdeutsch oder mit bayerischem Akzent sprechen. Sie erscheint weniger leistungsorientiert, weniger sozial kompetent, erhält eher eine Absage, wird mit geringerer Wahrscheinlichkeit zu einem nachfolgenden Vorstellungsgespräch eingeladen und erhält mit geringerer Wahrscheinlichkeit eine Zusage, obwohl sie im Telefoninterview

exakt dieselben Antworten gibt, wie die beiden anderen Bewerberinnen. Der Effekt ist als sehr groß zu bezeichnen (Cohen, 1988). Er klärt mehr als 24 % der Varianz auf. Sofern zwischen hochdeutsch und bayerischem Akzent Unterschiede zu beobachten waren, erzielte die hochdeutsch sprechende Bewerberin positivere Bewertungen. Hierin spiegelt sich offenbar die Tatsache, dass ein sächsischer Akzent im Durchschnitt negativer bewertet wird als das Hochdeutsche, während ein bayerischer Akzent ambivalente Reaktionen hervorruft (Institut für Demoskopie Allensbach, 2008; Plewina & Rothe, 2012).

Weder die Personalauswählerfahrung der Pbn noch deren eigener Akzent nimmt Einfluss auf die negative Bewertung des sächsischen Akzents. In einem einzigen Fall lässt sich hier ein Interaktionseffekt belegen und der fällt eher zum Nachteil der sächsisch sprechenden Bewerberin aus: Pbn, die selbst einen Akzent sprechen, würden sie mit geringerer Wahrscheinlichkeit einstellen als solche, die ohne Akzent sprechen. Die Befunde sprechen im Falle der sächsisch sprechenden Bewerberin mithin für sehr deutliche Urteilsverzerrungen, die auch durch die Personalauswählerfahrung der Pbn nicht kompensiert werden.

Im Falle des bayerischen Akzents sieht die Sache anders aus. Zwar lässt sich auch hier eine Tendenz zur Abwertung der Bewerberin belegen. Der Effekt ist jedoch deutlich kleiner und tritt auch nur im Hinblick auf die wahrgenommene Leistungsorientierung sowie die Stellenzusage auf. Auch hier vermag die Personalauswählerfahrung die Urteilsverzerrung nicht zu kompensieren. Die Effekte treten spiegelbildlich bei erfahrenen und unerfahrenen Pbn auf, wobei die Personalauswählerfahrenen insgesamt bei allen Bewerberinnen kritischer urteilen. Die Ergebnisse bestätigen insgesamt die Hypothese 1.

Fragestellung 1 bezog sich auf die Rolle der Personalauswählerfahrung. Die Personalauswählerfahrung führt in unserer Studie insgesamt zu einer kritischeren Bewertung der Bewerberinnen. Hierin mag sich die Tatsache spiegeln, dass die Probanden mit Erfahrung gewohnt sind, dass von ihrer Beurteilung der Bewerber viel abhängt. Im Alltag müssen sie die für eine Stelle am besten geeigneten Kandidaten im Bewerberpool identifizieren und verhindern, dass ungeeignete Bewerber eingestellt werden. Da erscheint es nur folgerichtig, wenn sie Bewerber besonders kritisch begutachten. Gleichwohl zeigen die Daten aber auch, dass ihre Berufserfahrung sie nicht vor der hier untersuchten Urteilsverzerrung schützt. Auch sie werten Bewerber, die mit Akzent sprechen, ab.

Die Ursachen für das Ausbleiben eines positiven Effektes der Erfahrung sind bislang unklar. Möglicherweise liegt es daran, dass die meisten Menschen, die im Berufsalltag mit Fragen der Personalauswahl betraut sind, keine diagnostische Ausbildung haben, die sie zu einer besonders kritischen Haltung gegenüber der eigenen Urteilsbildung animiert (Kanning, 2015). Ein weiterer Grund mag in einem mangelnden Feedback liegen. Entsprechende Urteilsverzerrungen können zwar zu einer schlechteren Personalauswahlentscheidung führen, sie werden als solche in der Praxis aber kaum erkannt, weil hierzu gewissermaßen die Kontrollgruppe fehlt. Niemand kann feststellen, dass ein

zu Unrecht abgewiesener Bewerber mehr Leistung gebracht hätte als der tatsächlich eingestellte Kandidat.

Zukünftige Studien sollten in diesem Zusammenhang danach fragen, wie häufig die Probanden an Personalauswahlverfahren beteiligt sind und über welche Aus- bzw. Weiterbildung sie verfügen. Dies würde zu einem tiefergehenden Verständnis der vorliegenden Befunde beitragen.

Fragestellung 2 bezieht sich auf den eigenen Dialekt der Probanden. Hier zeigt sich, dass ein eigener Dialekt eher zur Milde gegenüber Bewerbern, die mit Akzent sprechen, führt. Allerdings zeigt sich dieser Effekt nur bei zwei der fünf abhängigen Variablen (Einschätzung der Sozialkompetenz und Stellenzusage). Ursache für die geringfügig mildere Betrachtung mag ein Ähnlichkeits-Attraktivitätseffekt (Byrne, 1971) und/oder ein Mere-Exposure-Effekt (Bornstein, 1989; Zanjonc, 1968) sein: Da man selbst mit Akzent spricht, sind Menschen, die mit Akzent sprechen, sympathischer und/oder man erlebt sie als alltägliches Phänomen, das allein schon aufgrund der Gewöhnung als angenehm erlebt wird.

Zukünftige Studien müssen zeigen, ob und in welchem Ausmaß beide Erklärungen zutreffen. Hierzu müssten explizit bayerisch oder sächsisch sprechende Beurteiler untersucht werden bzw. Beurteiler herangezogen werden, die im Alltag von bayerisch oder sächsisch sprechenden Menschen umgeben sind. In Anbetracht der zunehmenden Internationalisierung des deutschen Arbeitsmarktes sollten zukünftige Studien auch die Wirkung ausländischer Akzente untersuchen.

Insgesamt betrachtet sind die Ergebnisse unserer Studie durch verschiedene Faktoren nur eingeschränkt generalisierbar:

Untersucht wurden ausschließlich weibliche Bewerberinnen. Die bisherige Forschung lässt zwar nicht erwarten, dass Geschlechterunterschiede existieren (Fuertes et al., 2012), nachfolgende Studien sollten dies aber explizit untersuchen.

Es ist nicht zweifelsfrei sichergestellt, dass sich neben der Äußerung des Akzents die drei Bewerberinnen auch noch in weiteren paraverbalen Merkmalen voneinander unterscheiden bzw. sprechende Unterschiede von den Probanden wahrgenommen wurden. Da es sich um drei verschiedene Menschen handelte, könnte es sein, dass beispielsweise die Klangfarbe der Stimme einen Einfluss genommen hat. In zukünftigen Studien sollte daher mit einer Person gearbeitet werden, die alle Akzente simuliert. Alternativ könnten in jeder Bedingung mehrere Bewerber zum Einsatz kommen, über die hinweg ein Mittelwert berechnet wird.

Aus der Vielzahl der deutschsprachigen Akzente wurden nur zwei untersucht. Hier öffnet sich ein weites Feld für die zukünftige Forschung, zumal auch innerhalb eines Bundeslandes wie etwa Bayern verschiedene regionale Unterformen des Bayerischen anzutreffen sind.

Es ist nicht auszuschließen, dass sich Effekte des Akzents in unterschiedlichen Branchen (z. B. Gaststättengewerbe

vs. Anlageberatung) unterschiedlich auswirken. Hierzu können wir bislang keine Angaben machen.

Die vorliegende Studie bezieht sich ausschließlich auf den Akzent und nicht auf alle vier Aspekte des Dialekts. Die weitere Forschung könnte sich der Frage widmen, inwieweit den vier Aspekten (Phonologie, Morphologie, Syntax und Pragmatik) eine differentielle Bedeutung zukommt.

Einstweilen unterstreicht die vorliegende Studie, dass auch im deutschen Sprachraum mit einer Diskriminierung von Bewerbern aufgrund ihres Akzents zu rechnen ist. Dies gilt insbesondere für Menschen mit sächsischem Akzent. Ein solchermaßen unbewusster Urteilsfehler ist weder im Interesse der Bewerber, noch im Interesse der Arbeitgeber. Da die Bewerber nichts dagegen unternehmen können, sind die Arbeitgeber gefordert, ihr Personal entsprechend zu sensibilisieren.

Die Tatsache, dass das Telefoninterview in aller Regel nur einen einzelnen Baustein in einem mehrstufigen Auswahlprozess darstellt, mindert die Bedeutsamkeit der Befunde keineswegs. Zwar ist es möglich, dass in einem sich anschließenden Face-to-Face-Interview Einflüsse des Akzents durch andere Informationen kompensiert werden könnten, dies gilt allerdings nur für die Bewerber, die nach einem Telefoninterview zu einem Face-to-Face-Interview eingeladen werden. Diejenigen jedoch, die aufgrund von Urteilsverzerrungen im Telefoninterview negativ bewertet werden und daraufhin aus dem weiteren Auswahlprozess ausscheiden, erhalten keine weitere Chance, sich gegen das Stereotyp zu behaupten. Bezogen auf diese Personengruppe kann der Urteilsfehler also nicht durch den Einsatz nachfolgender diagnostischer Methoden kompensiert werden.

5 Literatur

- Back, M. D. & Nestler, S. (2016). Accuracy of Judging Personality. In J. A. Hall, M., Schmid Mast, & T. V., West (Eds.), *The social psychology of perceiving others accurately* (pp. 98-124). Cambridge University Press.
- Baron, J. (2014). Heuristics and biases. In E. Zamir & D. Teichman (Eds.), *The Oxford handbook of behavioral economics and the law* (pp. 3-27). New York: Oxford University Press.
- Barrick, M. R., Dustin, S. L., Giluk, T. L., Stewart, G. L., Shaffer, J. A., & Swider, B. W. (2012). Candidate characteristics driving initial impressions during rapport building: Implications for employment interview validity. *Journal of Occupational and Organizational Psychology, 85*, 330-352.
- Birch, D. & McPhail, J. (1997). The impact of accented speech in international television advertisements. *Global Business Languages, 2*, 91-105.
- Bornstein, R. F. (1989). Exposure and Affect: Overview and Meta-Analysis of Research, 1968-1987. *Psychological Bulletin, 106*, 265-289.
- Byrne, D. (1971). *The Attraction Paradigm*. New York: Academic Press.
- Cargile, A. C. (2000). Evaluations of Employment Suitability: Does Accent Always Matter? *Journal of Employment Counseling, 37*, 165-177.
- Carlson, H. K. & McHenry, M. A. (2006). Effect of accent and dialect on employability. *Journal of Employment Counseling, 43* (2), 70-83.
- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences* (2nd ed.). Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Fuertes, J. N., Gottdiener, W. H., Martin, H., Gilbert, T. C. & Giles, H. (2012). A metaanalysis of the effects of speakers' accents on interpersonal evaluations. *European Journal of Social Psychology, 42*, 120-133.
- Giel, K. E., Zipfel, S., Alizadeh, M., Schäfferle, N., Zahn, C., Wessel, D., Hesse, F. W., Thiel, S. & Thiel, A. Stigmatization of obese individuals by human resource professionals: An experimental study. *BMC Public Health, 2012*, 1-9.
- Giles, H. & Billings, A. C. (2004). Assessing Language Attitudes: Speaker Evaluation Studies. In A. Davies & C. Elder (Hrsg.), *The Handbook of Applied Linguistics* (S. 187-209). Oxford: Blackwell Publishing.
- Giles, H. & Powesland, P. F. (1975). *Speech Style and Social Evaluation*. London: Academic Press.
- Gluszek, A., & Dovidio, J. F. (2010). The way they speak: A social psychological perspective on the stigma of nonnative accents in communication. *Personality and Social Psychology Review, 14* (2), 214-237.
- Hansen, K. (2013). Interactions of accent and appearance in social categorization, impression formation, and economic decisions. Unveröffentlichte Diplomarbeit, Friedrich-Schiller-Universität Jena, Deutschland.
- Herrmann, A. & Kanning, U. P. (2017). Über den Einfluss von Adelsprädikaten bei der Sichtung von Lebensläufen. *Journal of Business and Media Psychology, 8*, 1-9.
- Institut für Demoskopie Allensbach (2008). Auch außerhalb von Bayern wird bayerisch gehört. Die beliebtesten und unbeliebtesten Dialekte. *Allensbacher Berichte, 4*, 1-6. Verfügbar unter: http://www.ifd-allensbach.de/uploads/tx_reportsndocs/prd_0804.pdf
- Kaas, L. & Manger (2010). *Ethnik discrimination in Germany's labour market: A field Experiment*. Unveröffentlichter Forschungsbericht Nr. 4741, Forschungsinstitut zur Zukunft der Arbeit, Bonn.
- Kahneman, D., Slovic, P. & Tversky, A. (1982). *Judgment under uncertainty: heuristics and biases*. New York: Cambridge University Press.
- Kanning, U. P. (2015). *Personalauswahl zwischen Anspruch und Wirklichkeit – Eine wirtschaftspsychologische Analyse*. Heidelberg: Springer.
- Kanning, U. P. (2016). Über die Sichtung von Bewerbungsunterlagen in der Praxis der Personalauswahl. *Zeitschrift für Arbeits- und Organisationspsychologie, 60*, 18-32.

- Kanning, U. P. (2018). *Standards der Personaldiagnostik* (2. Aufl.). Göttingen: Hogrefe.
- Kanning, U. P. & Fricke, P. (2013). Führungserfahrung – Wie nützlich ist sie wirklich? *Personalführung, 1*, 48-53.
- Kanning, U. P. & Kappelhoff, J. (2012). Sichtung von Bewerbungsunterlagen – Sind sportliche Aktivitäten ein Indikator für die soziale Kompetenz der Bewerber? *Wirtschaftspsychologie, 14*, 72-81.
- Karelaia, N. & Hogarth, R. M. (2008). Determinants of linear judgment: a meta-analysis of lens model studies. *Psychological Bulletin, 134*, 404-426.
- Koenig, A. M., Eagy, A. H., Mitchell, A. A. & Ristikari, T. (2011). Are Leader Stereotypes Masculine? A Meta-Analysis of Three Research Paradigms. *Psychological Bulletin, 137*, 616-642.
- Kortmann, B. (1999). *Linguistik: Essentials*. Berlin: Cornelsen.
- Kuncel, N. R., Klieger, D. M., Connelly, B. S., & Ones, D. S. (2013). Mechanical versus clinical data combination in selection and admissions decisions: a meta-analysis. *Journal of Applied Psychology, 98*, 1060-1072.
- Mai, R. & Hintermeier, J. (2011). Regionaler Dialekt in kommerziellen Interaktionen: Vorteil oder Nachteil für Mitarbeiter mit direktem Kundenkontakt? *Der Markt International Journal of Marketing, 50*, 219-232.
- Mai, R. & Hoffmann, S. (2010). Die Wirkung von Akzent und Dialekt in der internen und externen Kommunikation: Stand der betriebswirtschaftlich orientierten Forschung und Forschungsdirektiven. *Journal für Betriebswirtschaft, 60* (4), 241-268.
- Mezulis, A. H., Abramson, L. Y., Hyde, J. S. & Hankin, B.L. (2004). Is there a universal positivity bias in attributions? A meta-analytic review of individual, developmental, and cultural differences in the self-serving attributional bias. *Psychological Bulletin, 130*, 711-747.
- Müsseler, J. (2008). *Allgemeine Psychologie*. Heidelberg: Springer.
- Nickerson, R. S. (1998). Confirmation bias: A ubiquitous phenomenon in many guises. *Review of General Psychology, 2*, 175-220.
- Plewina, A. & Rothe, A. (2012). Sprache – Einstellungen – Regionalität. In Eichinger, L. M., Plewina, A., Schoel C. & Stahlberg D. (Hrsg.), *Sprache und Einstellungen. Spracheinstellungen aus sprachwissenschaftlicher und sozialpsychologischer Perspektive* (S. 9-118). Tübingen: Narr.
- Rakic, T., Steffens, M. C. & Mummendey, A. (2011). When it matters how you pronounce it: The influence of regional accents on job interview outcome. *British Journal of Psychology, 102*, 838-883.
- Rosenthal, R. (2002). The Pygmalion effect and its mediating mechanisms. In J. Aronson (Ed.), *Improving academic achievement: Impact of psychological factors on education* (pp. 25-36). San Diego, CA, US: Academic Press.
- Rosenthal, R. & Jacobson, L. (1971). *Pygmalion im Unterricht*. Weinheim: Betz.
- Ross, L. D. (1977). The intuitive psychologist and his shortcomings: Distortions in the attribution process. In Berkowitz, L. (Ed.), *Advances in Experimental Social Psychology, Vol. 10*. New York: Academic Press.
- Ross, L., Green, D. & House, P. (1977). The "false consensus effect": An egocentric bias in social perception and attribution processes. *Journal of Experimental Social Psychology, 13*, 279-301.
- Schuler, H. & Berger, W. (1979). Physische Attraktivität als Determinante von Beurteilung und Einstellungsempfehlung. *Psychologie und Praxis, 23*, 59-70.
- Sczesny, S. & Stahlberg, D. (2002). Geschlechtsstereotype Wahrnehmung von Führungskräften. *Wirtschaftspsychologie, 9*, 35-40.
- Stadtler, M. & Crabus, H. (Hrsg.). (1986). *Wolfgang Metzger Gestalt-Psychologie*. Frankfurt a. M.: Kramer.
- Suls, J. & Wan, C. K. (1987). In search of the false-uniqueness phenomenon: Fear and estimates of social consensus. *Journal of Personality and Social Psychology, 52*, 2211-217.
- Tajfel, H. (Ed.). (1978). *Differentiation between social groups*. London: Academic Press.
- Tajfel, H. & Turner, J. C. (1986). The social identity theory of intergroup behavior. In Worchel, S. & Austin, W. G. (Eds.), *Psychology of intergroup relations* (2 nd. Ed.) (pp. 7-24). Chicago: Nelson-Hall.
- Watkins, L. M. & Johnston, L. (2000). Screening job applicants: The Impact of physical attractiveness and applicants quality. *International Journal of Selection and Assessment, 8*, 76-84.
- Wenderdel, M. & Kanning, U. P. (2008). Wer mehr weiß beurteilt anders. *Personalwirtschaft, 8*, 52-54.
- Wills, T. A. (1981). Downward comparison principles in social psychology. *Psychological Bulletin, 90*, 245-271.
- Zajonc, R. (1968) Attitudinal Effects of Mere Exposure. *Journal of Personality and Social Psychology, 1968*, 9, 1-27.

Korrespondenzadresse:

Prof. Dr. Uwe P. Kanning
 Hochschule Osnabrück
 Caprivistrasse 30a
 49076 Osnabrueck
 DEUTSCHLAND
 u.kanning@hs-osnabrueck.de