



E-Recruiting aus Bewerbersicht: Der Einfluss von Persönlichkeit und Einstellung auf die Nutzung von Online-Bewerbungsverfahren

Jennifer Pommerien

Hochschule Fresenius Köln

ZUSAMMENFASSUNG

Die erste Kontaktaufnahme zwischen Bewerbern und Unternehmen findet immer häufiger über elektronische Bewerbungsverfahren wie E-Mail und Online-Bewerbungsformulare statt. Unternehmen können dadurch Kosten- und Zeiteinsparungen sowie Qualitätsverbesserungen im gesamten Auswahlprozess erzielen (Weitzel, König, Laumer, Eckhardt & von Stetten, 2009). Wie die Bewerber zu den verschiedenen Verfahren stehen, bleibt dabei allerdings oft unbeachtet. In dieser Studie wird deshalb an einer Stichprobe von $N=183$ Personen untersucht, welche Einflussfaktoren sich auf die Nutzung verschiedener Online-Bewerbungsverfahren auswirken. Dabei sollen sowohl bestimmte Einstellungskomponenten auf Grundlage der „Theorie des geplanten Verhaltens“ von Icek Ajzen (1985) als auch verschiedenen Persönlichkeitsdimensionen erfasst werden. Die Ergebnisse weisen Zusammenhänge zwischen Neurotizismus, Internet Self-Efficacy sowie den Komponenten des Ajzen Modells und der Nutzungsintention von Online-Bewerbungsverfahren auf. Darüber hinaus lassen sich Unterschiede zwischen Nicht-Nutzern und Nutzern von Online-Bewerbungsformularen aufzeigen. Die regressionsanalytischen Befunde zeigen des Weiteren, dass insbesondere die Einstellung der Bewerber hinsichtlich verschiedener Risiken und Chancen von Web-Formularen, die subjektive Norm in Bezug auf die Mitbewerber und die bisherigen Erfahrungen gute Prädiktoren für die Nutzungsabsicht von Online-Bewerbungsformularen sind.

Schlüsselbegriffe: E- Recruiting, Einstellungen, Nutzungsintention

1 Einleitung

Immer mehr Bewerber entscheiden sich für den elektronischen Weg der ersten Kontaktaufnahme zum Unternehmen. Sie bewerben sich per E-Mail, über Online-Bewerbungsformulare oder nutzen zunehmend auch den „passiven“ Bewerbungsweg und lassen sich vom Unternehmen suchen, anstatt selbst aktiv zu werden. Der Trend zur Online-Bewerbung lässt sich deutlich erkennen und löst die traditionelle, schriftliche Form zunehmend ab. 75.9 % der Bewerber bevorzugen dabei den Weg per E-Mail, ein wesentlich geringerer Anteil von 24.1 % ist bereit, sich über die standardisierten Online-Bewerbungsformulare der Unternehmen zu bewerben. Auch bei den Unternehmen zeichnet sich ein deutlicher Kurs in Richtung E-Recruiting ab. Ganz im Gegensatz zu den Bewerbern, steht bei den Präferenzen der Unternehmen allerdings der Bewerbungseingang über das Online-Bewerbungsformular (Web-Formular) an erster Stelle. Denn bei großen, aber auch immer mehr mittelständischen Unternehmen zeigt sich, dass durch den Einsatz von standardisierten E-Recruiting Tools viele Vorteile in Form von Kosten- und Zeiteinsparungen, aber auch Qualitätsverbesserungen erzielt werden können (Weitzel et al., 2009).

In der Literatur wurde zum Thema E-Recruiting bislang hauptsächlich die Sicht der Unternehmen beleuchtet. Im Rahmen dieser Studie soll deshalb insbesondere die Seite

der Bewerber fokussiert werden. Ziel ist es zu ergründen, warum Bewerber unterschiedliche Präferenzen im Hinblick auf die verschiedenen Online-Bewerbungsverfahren haben. Darüber hinaus soll erfasst werden, warum sie speziell dem Weg über das Online-Bewerbungsformular zurückhaltend gegenüberstehen, obwohl gerade dieser Bewerbungsweg bei den Unternehmen immer mehr Anklang findet (Weitzel et al., 2009). Es wird angenommen, dass sowohl bestimmte Persönlichkeitsfaktoren, welche das Erleben und Verhalten der Bewerber maßgeblich beeinflussen (z. B. Asendorpf, 2009), als auch verschiedene Einstellungskomponenten einen Einfluss nehmen.

2 Von der klassischen Personalbeschaffung zum E-Recruiting

Unternehmen stehen momentan bei der Rekrutierung von neuem Personal vor großen Herausforderungen. Der fortschreitende demographische Wandel (Richenhagen, 2007) und ein Mangel an geeigneten Fachkräften (Wottawa, Kirchbach, Montel & Oenning, 2005) führen dazu, dass sich die Kluft zwischen dem Angebot und der Nachfrage an jungen Nachwuchskräften immer weiter vergrößern wird (Konradt & Sarges, 2003). Der Startschuss der Unternehmen im Kampf um die Rekrutierung der potentiell geeignetsten jungen Erwerbsfähigen, der sogenannte „War for Talents“, hat begonnen (Diercks, 2008). Vielen Unternehmen ist mittlerweile bewusst geworden, dass der

traditionelle Weg der Stellenbesetzung zu langsam geworden ist (Steiner, 2009). Geeigneten Bewerbern stehen oft mehrere Stellenangebote zur Verfügung und ihre Entscheidung für ein Unternehmen hängt oft maßgeblich von der Art der Rekrutierung ab; eine schnelle Rekrutierung wird immer wichtiger (Wottawa et al., 2005). Eine effiziente, kostengünstige Suche und Auswahl geeigneten Personals in Zeiten des „War for Talents“ gewinnt zunehmend an Bedeutung. E-Recruiting, die Rekrutierung über das Medium Internet, ist ein erster Schritt in diese Richtung (Sänger, 2004). Bislang hat sich allerdings für den Begriff E-Recruiting noch keine einheitliche Definition durchsetzen können. Im Rahmen dieser Untersuchung werden „sämtliche Maßnahmen und Verhaltensweisen (...), die im Rekrutierungsprozess von Unternehmensseite und im Bewerbungsprozess von Bewerberseite internetgestützt getätigt werden“ (Bosau & Fischer, 2005, S. 298 f.), unter E-Recruiting verstanden.

2.1 Die Sicht der Unternehmen

Was hat sich durch die Einführung von E-Recruiting im Personalbeschaffungsprozess verändert? Der gesamte Ablauf kann in drei verschiedene Phasen unterteilt werden; das Personalmarketing, die Personalvorauswahl und -endauswahl (z. B. Knoll & Preuss, 2003; Konradt & Sarges, 2003). Ein weit verbreiteter klassischer Weg des *Personalmarketings* ist die Schaltung von Stellenanzeigen in Printmedien wie zum Beispiel Zeitungen oder Zeitschriften (Holtbrügge, 2005). Dieser Weg wird immer häufiger durch die Schaltung von Stellenanzeigen über das Medium Internet ersetzt. Diese sind kostengünstiger als Printanzeigen und der Zeitraum der Publikation ist unbegrenzt (Sänger, 2004). Bei der *Personalvorauswahl* wurden bis vor einigen Jahren noch alle eingehenden Bewerbungsmappen manuell von den Personalverantwortlichen nach formalen und fachlichen Kriterien gesichtet (Kolb, Burkart & Zundel, 2010). Über ein computergestütztes Bewerbermanagementsystem können die eingehenden Bewerbungen heutzutage wesentlich einfacher ausgewertet werden (Sänger, 2004). Außerdem können sogenannte Online-Tests oder Online-Assessments, als zusätzliche Verfahren der Personalvorauswahl, zu einer weiteren Verbesserung und Beschleunigung des Prozesses der Bewerberauswahl führen (Konradt & Sarges, 2003). Bei der *Endauswahl* unterscheiden sich die klassische Personalbeschaffung und das E-Recruiting kaum. Assessment-Center die vor Ort im Unternehmen durchgeführt werden sind aufgrund der Wichtigkeit ihrer sozialen Wechselwirkungen in naher Zukunft nicht vollständig über das Internet abzuwickeln (Dick, 2002). Auch sollte eine Anstellung ohne die Durchführung eines persönlichen Vorstellungsgesprächs grundsätzlich nie erfolgen (Hermann & Pifko, 2002). Es bleibt abzuwarten, ob Videokonferenzen das klassische Vorstellungsgespräch in naher Zukunft ersetzen werden (Dick, 2002).

2.2 Die Sicht der Bewerber

Aber nicht nur für die Unternehmen, sondern auch für die Bewerber können elektronischen Bewerbungsverfahren Chancen eröffnen oder Risiken bergen. Aus Bewerbersicht sollen hierbei kurz einige Vor- und Nachteile von Online-Bewerbungsformularen hervorgehoben werden. Ein positiver Aspekt, welcher sich vor allem durch die Bewerbung über ein Web-Formular erzielen lässt, ist die Zeitersparnis. Der Bewerber muss nur jene Informationen bereitstellen die auch tatsächlich für das Unternehmen relevant sind (Wottawa et al., 2005). Durch die standardisierten Vorgaben weiß der Bewerber darüber hinaus was das Unternehmen über ihn wissen möchte (Zimmerhofer, 2009). Dies bringt wiederum den Vorteil mit sich, dass die Auswahlkriterien des Unternehmens transparenter werden (Bruns & Althoff, 2003). Ferner reduzieren sich die Kosten für die Bewerber, da keine Ausgaben mehr für Bewerbungsmappen, Kopien oder den Versand der Unterlagen per Post getätigt werden müssen (Kanning, 2004). Die Beschleunigung des gesamten Rekrutierungsprozesses (Kanning 2004) und die Möglichkeit, sich bei einigen Unternehmen mit nur einer Bewerbung auf mehrere Stellen gleichzeitig zu bewerben, stellen weitere Chancen für Bewerber dar (Petermann, 2003). Allerdings gibt es auch einige Risiken und Nachteile, wodurch die Online-Bewerbung über ein Formular zu einem vielfachen Ärgernis für die Bewerber werden kann (Eger, 2010). Hier sind zum Beispiel Unsicherheiten in Bezug auf den Schutz der eigenen Daten (Moser & Zempel, 2006), die eingeschränkte Möglichkeit der Auswahl in den Pull-Down Menüs (Bruns & Althoff, 2003) und die unpersönliche Situation (Eisele & Kühnlein, 2001) zu nennen. Ein weiterer Nachteil von Web-Formularen ist, dass durch standardisierte Eingabemasken die individuelle Gestaltungsmöglichkeit der Bewerbungsunterlagen eingeschränkt wird (Sänger, 2004). Des Weiteren kann der Umstand, dass es kein einheitliches Online-Bewerbungsformular gibt und die Bewerber sich ständig neu auf das jeweilige System einstellen müssen, zu einem Mehraufwand auf Seiten der Bewerber führen (Sänger, 2004).

2.3 Einflussfaktoren auf die Nutzungsintention

Aus der Studie „Bewerbungspraxis 2010“ von Weitzel, König, Laumer, Eckhardt und von Stetten (2009) kann entnommen werden, dass sich 61.7 % der Bewerber am liebsten per E-Mail bewerben, 23.2 % auf die klassische Bewerbung per Post zurückgreifen, 9.5 % sich über die Web-Formulare bewerben und nur 5.6 % keine Präferenzen bezüglich der Kontaktaufnahme haben. Stehen den Bewerbern nur die beiden elektronischen Formen der Kontaktaufnahme zur Verfügung, so würden sich drei von vier Personen für die E-Mail Bewerbung entscheiden und nur ein Viertel die Formularbewerbung wählen. Es wird deshalb vermutet, dass die Entscheidung der Bewerber zur Wahl eines bestimmten Bewerbungsweges nicht zufällig getroffen wird (Batinic & Appel, 2009). Bestimmte Persönlichkeitseigenschaften aber auch verschiedene Einstellungskomponenten der Bewerber könnten einen

Einfluss auf die Nutzung von Online-Bewerbungsverfahren, insbesondere von Web-Formularen, haben. Bosau und Fischer (2005) konnten in ihrer Studie zur differentiellen Nutzung von E-Recruiting signifikante Zusammenhänge zwischen den Persönlichkeitsfaktoren Risikobereitschaft sowie Leistungsbereitschaft und der erstmaligen Nutzung von elektronischen Rekrutierungsverfahren herausstellen. Darauf aufbauend sollen in dieser Studie nun die Dimensionen Offenheit für Erfahrungen, Neurotizismus, Gewissenhaftigkeit und Extraversion mit Hilfe des NEO-Fünf-Faktoren Inventars (Borkenau & Ostendorf, 1993) näher untersucht werden. Es wird angenommen, dass sich neben den Persönlichkeitsfaktoren auch verschiedene Einstellungskomponenten auf die Entscheidung für oder gegen ein bestimmtes Online-Bewerbungsverfahren auswirken. Von zentraler Bedeutung ist hierbei das zugrunde gelegte Modell der „Theorie des geplanten Verhaltens“ von Ajzen (1985). Diese Theorie geht davon aus, dass das menschliche Verhalten maßgeblich von der vorangehenden Verhaltensintention, also der „bewusste[n] Entscheidung, ein bestimmtes Verhalten auszuführen“ (Bohner, 2002, S. 308), abhängig ist. Die Verhaltensintention wird wiederum durch die drei Faktoren Einstellung gegenüber dem Verhalten, subjektive Norm und der wahrgenommenen Verhaltenskontrolle bestimmt (Ajzen, 2006). Die drei Hauptkomponenten lassen sich aus der Summe von bestimmten Erwartungen und der diesbezüglichen Bewertung bilden (Bohner, 2002). Die Theorie wird deshalb auch als Erwartung-mal-Wert-Theorie bezeichnet (Bohner, 2002). Die Einstellung gegenüber dem Verhalten lässt sich aus der Summe der Bewertung verschiedener verhaltensbezogener Überzeugungen (Behavioral Beliefs) bilden. Die subjektive Norm wird durch das Aufsummieren von verschiedenen normativen Überzeugungen (Normative Beliefs) beeinflusst und die Bewertung der Kontrollüberzeugung (Control Beliefs), also „Erwartungen in Hinblick darauf, ob Ereignisse im Lebensraum beeinflusst werden können oder nicht“ (Salewski, 2005, S. 432), bilden zusammengefasst die wahrgenommene Verhaltenskontrolle. Man kann davon ausgehen, dass je höher diese drei Faktoren ausgeprägt sind, desto größer ist auch die Absicht, das Verhalten auszuführen (Ajzen, 2006). Auch Bosau und Fischer (2005) haben dieses Modell als Grundlage ihrer Studie zur differentiellen Nutzung von E-Recruiting herangezogen. Wie von den Autoren angenommen zeigt sich, dass die Einstellung zu bestimmten Vor- und Nachteilen von Online-Bewerbungsverfahren einen Einfluss auf deren Nutzung hat. Die Wahrnehmung einer Vielzahl von materiellen Vorteilen sowie einer hohen Reichweite des Mediums und ein wahrgenommenes geringes Risiko stehen in einem positiven Zusammenhang mit der zukünftigen Nutzung von E-Recruiting. Neben diesen Aspekten stehen außerdem auch die subjektive Norm hinsichtlich der Bewerber sowie der Unternehmen und die wahrgenommene Verhaltenskontrolle in Verbindung dazu (Bosau & Fischer, 2005). Für Anwendungsbereiche zur Untersuchung absichtlichen Verhaltens weist die Theorie somit eine beträchtliche Vorhersagekraft auf (Bohner, 2002) und wird deshalb auch in dieser Studie zur theoretischen

Fundierung herangezogen. Neben der „Theorie des geplanten Verhaltens“ soll außerdem das Self-Efficacy Konzept von Bandura (1995) mit in die Untersuchung aufgenommen werden. Es handelt sich hierbei um die vermutete Kompetenz in der Lage zu sein ein, in bestimmten Situationen, erforderliches Verhalten auch aufzuzeigen zu können (Salewski & Renner, 2009). Zum Beispiel in Verbindung mit dem Internet (Internet Self-Efficacy). Batinic und Appel (2009) konnten in ihrer Studie feststellen, dass die Bereitschaft sich per E-Mail zu bewerben steigt, je höher die Ausprägung an Internet Self-Efficacy ist. Als letzte Dimension kann angenommen werden, dass auch die bisherige Erfahrung, also der Sachverhalt, ob sich eine Person schon einmal online beworben hat oder nicht, einen Einfluss auf die Nutzungsabsicht ausübt. Auch hier haben Batinic und Appel (2009) in ihrer Studie einen ersten positiven Zusammenhang nachweisen können.

2.4 Ableitung der Hypothesen

Personen mit hohen Werten an Offenheit für Erfahrungen beschreiben sich als wissbegierig, experimentierfreudig und interessiert an neuen Erfahrungen (Borkenau & Ostendorf, 1993). Man könnte vermuten, dass sie deshalb auch ein größeres Interesse an der Bewerbung über ein Web-Formular aufzeigen und es als eine Herausforderung ansehen, die unterschiedlichen Formulare mit ihren vielfältigen technischen Möglichkeiten zu bearbeiten. Als sehr zielstrebig, fleißig, genau, zuverlässig, ehrgeizig und diszipliniert (Borkenau & Ostendorf, 1993) beschreiben sich hingegen Personen mit hohen Werten an Gewissenhaftigkeit. Hier kann ebenso ein positiver Zusammenhang mit der zukünftigen Nutzung des E-Recruiting Verfahrens über ein Online-Bewerbungsformular angenommen werden. Denn einerseits wird durch diesen Bewerbungsweg genau ersichtlich welche Dateneingaben erforderlich sind, andererseits werden die Auswahlkriterien des Unternehmens transparent. Dies könnte gerade gewissenhaften Personen, die viel Wert auf Genauigkeit legen, zu Gute kommen. Die *erste Hypothese* lautet deshalb wie folgt: *a) Je höher der Wert an Offenheit für Erfahrungen und b) je höher der Wert an Gewissenhaftigkeit, desto höher die Bereitschaft künftig Online-Bewerbungsformulare zu nutzen.*

Personen mit hohen Extraversionswerten neigen dazu sich als sehr gesellig, optimistisch, sicher, gesprächig und aktiv zu beschreiben. Sie fühlen sich besonders in Gruppen wohl (Borkenau & Ostendorf, 1993). Der in der Literatur erwähnte Individualitätsverlust, die stark verkürzten Eingabemöglichkeiten, wie auch die unpersönliche Situation (keinen direkten Ansprechpartner zu haben) könnten die Bereitschaft, sich über ein Web-Formular zu bewerben, vermindern. Personen mit hohen Neurotizismuswerten beschreiben sich demgegenüber eher als unsicher, ängstlich, stressanfällig, nervös und sorgenvoll (Borkenau & Ostendorf, 1993). Anzunehmen ist, dass Faktoren wie Gefahren im Hinblick auf den Datenschutz oder die Übernahmen der Vorselektion von einem System, anstatt eines

Personalverantwortlichen, mit einer niedrigen Nutzungsintention von Online-Bewerbungsformularen einhergehen. In der zweiten Hypothese wird somit angenommen: *Hohe Werte in a) Extraversion und b) Neurotizismus gehen mit einer niedrigen Bereitschaft einher, künftig das Bewerbungsverfahren über ein Web-Formular zu wählen.*

Die dritte Hypothese bezieht sich auf die Einstellung der Teilnehmer zur eigenen Fähigkeit mit verschiedenen, auf das Internet bezogene Situationen, umgehen zu können. Es wird davon ausgegangen, dass Personen, die sich allgemein als internetaffin beschreiben und zuversichtlich sind, diesbezügliche Situationen zu meistern, eine generelle Präferenz für den elektronischen Bewerbungsweg aufzeigen, insbesondere für das Web-Formular. Hohe Ausprägungen sollten Schwierigkeiten mit technischen Anforderungen sowie Unsicherheiten bezüglich des Datenschutzes minimieren. Darüber hinaus sollten Personen mit hohen Selbstwirksamkeitswerten die gesamte Bewerbersituation als eine Herausforderung und Möglichkeit der Kompetenzerweiterung ansehen. *Hypothese drei postuliert: Je höher der Wert an Internet Self-Efficacy, desto größer ist auch die Bereitschaft der zukünftigen Nutzung von Online-Bewerbungsformularen.*

Die vierte Hypothese bezieht sich darauf, dass Personen die bereits erste Erfahrungen mit Online-Bewerbungsformularen gemacht haben (Nutzer) eher dazu tendieren diesen Weg noch einmal zu wählen, als Personen die sich noch nie darüber beworben haben (Nicht-Nutzer). Nutzer kennen den generellen Aufbau dieser Systeme und wissen welche Anforderungen an sie gestellt werden. Nicht-Nutzer wissen hingegen nicht was auf sie zukommt und könnten dem Verfahren deshalb eher kritisch gegenüber stehen. Die Annahme lautet deshalb: *Personen die sich schon einmal über ein Web-Formular beworben haben unterscheiden sich von Personen mit weniger Erfahrungen hinsichtlich der Nutzungsintention von Online-Bewerbungsformularen.*

Die fünfte und letzte Hypothese, welche auf der Grundlage der „Theorie des geplanten Verhaltens“ von Ajzen (1985) aufgebaut ist postuliert, dass es verschiedene Einstellungsfaktoren gibt, die sich explizit auf die Nutzungsintention auswirken können. Die Einstellung der Bewerber zu möglichen Chancen und Risiken von Web-Formularen könnte dabei ebenso wie die subjektive Norm, die Erwartung ob dieser Bewerbungsweg aus Sicht der Unternehmen und der anderen Bewerber genutzt werden sollte, einen Einfluss nehmen. Darüber hinaus wird vermutet, dass eine hohe Zuversicht in die eigene Kompetenz mit Online-Bewerbungsformularen umgehen zu können (subjektive Verhaltenskontrolle), einen Einfluss auf die Nutzungsabsicht nimmt: *Je mehr Chancen und je weniger Risiken Online-Bewerbungsformularen zugeschrieben werden, je höher die subjektive Norm (hinsichtlich der Unternehmen und Bewerber) und je höher die subjektive Verhaltenskontrolle, desto eher werden die Bewerber in*

Zukunft auch die Möglichkeit von Online-Bewerbungsformularen nutzen.

Abbildung 1 zeigt das heuristische Modell, welches sich aus den abgeleiteten Hypothesen ergibt. Einige soziodemografische Angaben werden zwar erhoben, allerdings nicht weiter zum Gegenstand der Untersuchung gemacht. Mehrere Studien (vgl. Batinic & Appel, 2009; Bosau & Fischer, 2005) haben gezeigt, dass diese in keinem signifikanten Zusammenhang mit der Nutzung von verschiedenen Online-Bewerbungsverfahren stehen.

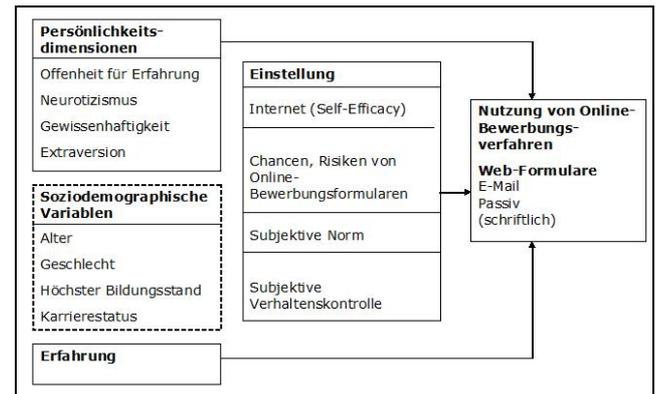


Abb. 1: Heuristisches Modell

3 Methode

Um die im vorherigen Kapitel aufgeführten Forschungsfragen zu überprüfen wurde eine standardisierte Online-Fragebogenstudie durchgeführt.

3.1 Vorgehen

Der Fragebogen ist auf der Grundlage einer umfangreichen Literaturrecherche sowie einiger explorativen Interviews entstanden. Er wurde an einer Stichprobe von mehreren Studenten und Hochschulabsolventen auf Plausibilität sowie Verständlichkeit überprüft. Der vorerprobte Fragebogen konnte in der Zeit vom 16.11.2010 bis 04.12.2010 bei www.unipark.de aufgerufen werden. Der Link zum Fragebogen wurde bei diversen Plattformen wie Facebook und per E-Mail publik gemacht.

3.2 Erhebungsinstrumente

Der standardisierte Fragebogen lässt sich in sechs Teilbereiche gliedern und erfasst (1) die Erfahrung und den bevorzugten Bewerbungsweg der Bewerber, (2) Chancen und Risiken von Web-Formularen, (3) subjektive Erwartungen (im Hinblick auf die Bewerber und Unternehmen), die subjektive Verhaltenskontrolle und die zukünftige Nutzungsabsicht, (4) nachgelagerte eignungsdiagnostische Verfahren, (5) Internet Self-Efficacy, (6) Persönlichkeitsdimensionen und soziodemographische Daten.¹

¹ Eine vollständige Auflistung der Items kann bei der Autorin angefordert werden.

(1) *Erfahrungen* (Beispielitems: „Haben Sie sich in der Vergangenheit bereits einmal per E-Mail/Online-Bewerbungsformular beworben?“, „Wie oft haben Sie sich in der Vergangenheit per E-Mail/Online-Bewerbungsformular beworben?“, „Wie viel Zeit haben Sie durchschnittlich für die Bearbeitung einer Bewerbung per E-Mail/Online-Bewerbungsformular benötigt?“) und *bevorzugter Bewerbungsweg* (Beispielitem: „Für welchen Bewerbungsweg würden Sie sich am ehesten entscheiden?“). Die Frage, ob sich die Bewerber bereits einmal per E-Mail oder Online-Bewerbungsformular beworben haben, konnte auf einer dichotomen Skala (Ja/Nein) beantwortet werden. Die Fragen zur Häufigkeit der Bewerbung und zur Bearbeitungszeit wurden als freie Angaben erfasst. Diejenigen Personen die sich noch nie über eines der beiden Verfahren beworben haben, wurden direkt zu den Fragen weitergeleitet welche den bevorzugten Bewerbungsweg (klassisch, E-Mail, Online-Bewerbungsformular oder passiv) erfassen sollten.

(2) *Chancen und Risiken von Web-Formularen* (Chancen: 9 Items, Cronbachs Alpha = .71, Beispielitem: „Bei der Bewerbung über ein Online-Bewerbungsformular verringern sich meine Bewerbungskosten“; Risiken: 10 Items, Cronbachs Alpha = .79, Beispielitem: „Bei der Bewerbung über ein Online-Bewerbungsformular entsteht eine unpersonliche Bewerbungssituation“).

(3) *Subjektive Erwartungen* (Bewerber: 3 Items, Cronbachs Alpha = .72, Beispielitem: „Viele meiner Freunde bewerben sich über Online-Bewerbungsformulare“; Unternehmen: 2 Items, Interitem-Korrelation = .55, Beispielitem: „Ich glaube, dass in Zukunft immer mehr Unternehmen Online-Bewerbungsformulare einsetzen werden“), *die subjektive Verhaltenskontrolle* (2 Items, Interitem-Korrelation = .65, Beispielitem: „Ich bin mir sicher, dass ich gut mit Online-Bewerbungsformularen zurecht komme“) und *die zukünftige Nutzungsabsicht* (3 Items, Cronbachs Alpha = .88, Beispielitem: „Wenn ich die Wahl hätte, würde ich mich in Zukunft verstärkt über ein Online-Bewerbungsformular bewerben“). Um eine ausreichende Reliabilität zu erhalten, wurde bei der subjektiven Verhaltenskontrolle und der subjektiven Erwartung (hinsichtlich der Unternehmen) jeweils ein Item entfernt. Die Itemkonstruktion von (2) und (3) richtete sich nach den Formulierungen, die aus dem Dokument „Constructing a Theory of Planned Behaviour questionnaire“ (Ajzen, 2006) hervorgehen. Ajzen schlägt vor, die Komponenten anhand von 5 bis 6 Items zu erfassen und eine siebenstufige Skalierung zu verwenden. Diese Vorgehensweise ist aus ökonomischen (Bearbeitungszeit) und methodologischen Gründen (alle Ratingskalen sollen gleich viele Antwortmöglichkeiten aufweisen, um ein einheitliches Format beizubehalten und die spätere Auswertung der Daten zu erleichtern) im Rahmen dieser Studie nicht eingehalten worden. Es wurde deshalb eine fünfstufige Antwortskala („Trifft nicht zu“, „Trifft eher nicht zu“, „Neutral“, „Trifft eher zu“, „Trifft zu“) zur Verfügung gestellt und alle Komponenten (außer der Einstellung zu den Chancen und

Risiken von Web-Formularen) mit jeweils zwei bis drei Items erfasst.

(4) *Nachgelagerte eignungsdiagnostische Verfahren*. Auf einer fünfstufigen Skala („Sehr schlecht“, „Schlecht“, „Neutral“, „Gut“, „Sehr gut“) sollten einige Auswahlverfahren, die der Bewerbung über ein Web-Formular im Rahmen des Bewerbungsprozess nachgelagert sein könnten (z. B. Online-Assessment Center, Testverfahren), allgemein bewertet werden.

(5) *Internet Self-Efficacy* (6 Items, Cronbachs Alpha = .90, Beispielitem: „Ich bin zuversichtlich, die Funktionsweise von Internet-Hardware beschreiben zu können“). Die Internet Self-Efficacy Scale von Eastin und LaRose (2000) erfasst die internetbezogene Selbstwirksamkeitserwartung mit Hilfe von acht Items und weist eine gute interne Konsistenz ($\alpha = .93$) auf. Da diese siebenstufige Skala nur in englischer Form vorhanden ist, wurde eine eigenständige Übersetzung ins Deutsche vorgenommen. Die übersetzte Skala sowie die Originalskala wurden im Anschluss fünf Probanden vorgelegt, um die Formulierung und Verständlichkeit zu überprüfen. Da es bei zwei Items zu vielen Anmerkungen kam und keine einheitliche Übersetzung gefunden werden konnte, wurden diese Items aus der Skala entfernt. Die ursprünglich siebenstufige Skala wurde an die, im Rahmen dieser Studie, einheitlich verwendete fünfstufige Skalierung („Trifft nicht zu“ bis „Trifft zu“) angeglichen.

(6) *Persönlichkeitsdimensionen*. Offenheit für Erfahrungen (Cronbachs Alpha = .68), Gewissenhaftigkeit (Cronbachs Alpha = .73), Neurotizismus (Cronbachs Alpha = .81) und Extraversion (Cronbachs Alpha = .63) wurden anhand des NEO-Five-Factor Inventory von Costa und McCrae (1987), in der von Borkenau und Ostendorf übersetzten, deutschen Version (1993), erfasst. Aus ökonomischen Gründen wurden für jede Dimension nur die drei Items mit den höchsten Faktorladungen ausgewählt. Die Beantwortung dieser Items erfolgte auf einer fünfstufigen Likert-Skala („Starke Ablehnung“, „Ablehnung“, „Neutral“, „Zustimmung“, „Starke Zustimmung“).

3.3 Stichprobe

Es konnten 183 komplett ausgefüllte und beendete Fragebogen (Beendigungsquote 65.6 %) ausgewertet werden. Ein Grund für die eher niedrige Beendigungsquote könnte die Bearbeitungszeit sein, welche im Mittel bei 10.57 Minuten ($SD = 2.1$) lag. Die Stichprobe setzt sich wie folgt zusammen: Es konnten 117 weibliche Personen (64 %) und 66 männliche Personen (36 %) rekrutiert werden. Das Alter der Teilnehmer reichte von 18 bis 53 Jahre und lag im Durchschnitt bei 24 Jahren ($SD = 4.3$). Als höchsten Bildungsabschluss gaben fünf Personen (2,7 %) den Realschulabschluss an, 138 Personen (75.4 %) die allgemeine Hochschulreife und 40 Personen (21.9 %) den Hochschulabschluss. Mit 119 Personen (65 %) bildet die Gruppe der Studenten den größten Anteil an der Stichprobe, gefolgt von 40 Personen (21.9 %) mit einer Festan-

stellung bei einem Unternehmen. Zudem konnten sechs Personen (3.3 %), die eine leitende Anstellung inne haben, sechs Auszubildende (3.3 %), drei Selbstständige bzw. Freiberufler (1.6 %), drei Arbeitssuchende (1.6 %), drei Personen mit der Angabe „Sonstiges“ (1.6 %), zwei Schüler (1.1 %) und eine Hausfrau (0.5 %) rekrutiert werden.

4 Ergebnisse

Deskriptive Statistik. Von $N = 183$ Teilnehmern gaben 119 Personen (65 %) an, sich bereits einmal per E-Mail beworben zu haben. Die Häufigkeit der Bewerbung über diesen Weg lag im Mittel bei 7.22 Bewerbungen ($SD = 7.1$), die durchschnittliche Bearbeitungszeit in Minuten betrug 113.90 ($SD = 187.7$). 110 Personen der insgesamt 183 Teilnehmer haben sich bereits einmal per Online-Bewerbungsformular beworben, wobei die Häufigkeit hier mit 3.55 Bewerbungen ($SD = 5.2$) unter dem Wert für die E-Mail Bewerbung liegt. Auch die Bearbeitung scheint weniger Zeit in Anspruch zu nehmen ($M = 74.51$, $SD = 119.3$). Bei der Frage nach dem bevorzugten Bewerbungsweg geben die meisten Personen (43.7 %) an, dass sie sich am liebsten per E-Mail bei den Unternehmen bewerben, gefolgt von der klassischen, schriftlichen Bewerbung (35 %). Lediglich 19.7 % der Befragten bevorzugen den Weg über ein Online-Bewerbungsformular und auch die passive Bewerbung würden nur 1.6 % der Teilnehmer wählen. Müssten sich die Teilnehmer zwischen einer Bewerbung per E-Mail und einer Bewerbung über ein Web-Formular entscheiden, so würden 63.4 % die E-Mail und lediglich 36.1 % das Online-Bewerbungsformular wählen.

Korrelationsanalyse und Mittelwertvergleich. Hypothese eins, die einen positiven Zusammenhang zwischen den Persönlichkeitsdimensionen Offenheit für Erfahrung sowie Gewissenhaftigkeit und der Nutzungsabsicht von Web-Formularen annimmt, kann nicht bestätigt werden (Offenheit für Erfahrung: ($r(181) = .00$, $p > .05$ ns.), Gewissenhaftigkeit: ($r(181) = -.06$, $p > .05$ ns.). In der zweiten Hypothese wurde angenommen, dass die Dimensionen Extraversion und Neurotizismus mit einer geringen Bereitschaft der künftigen Nutzung von Online-Bewerbungsformularen einhergehen. Für extravertierte Personen sollte vor allem der in der Literatur häufig erwähnte Individualitätsverlust und die unpersönliche Situation ein Hindernis darstellen; für Personen mit hohen Werten an Neurotizismus die ungewohnte Situation, Unsicherheiten bezüglich des Datenschutzes und die systematische Vorauswahl. Die Hypothese kann teilweise bestätigt werden, da sich ein signifikant negativer Zusammenhang zwischen Neurotizismus und der Nutzungsintention ($r(181) = -.14$, $p < .05$) herausstellen lässt. Weitere Zusammenhänge zeigen sich zwischen Neurotizismus und Unsicherheiten bezüglich des Datenschutzes ($r(181) = .23$, $p < .01$) sowie der systembasierten Überprüfung der eingegebenen Daten bei Online-Bewerbungsformularen ($r(181) = .17$, $p < .05$). Der Zusammenhang, der sich schlussendlich auch zwischen Neurotizismus und der Nutzungsintention des passiven Bewerbungsweges ($r(181) = .17$, $p < .05$) auf-

finden lässt, rundet das Ergebnis ab, dass ein hoher Neurotizismuswert mit einer geringen Bereitschaft einhergeht, künftig Online-Bewerbungsformulare zu nutzen. Extraversion und die Nutzungsabsicht stehen hingegen in keinem Zusammenhang miteinander ($r(181) = .10$, ns).

In der dritte Hypothese wird davon ausgegangen, dass Personen, die an ihre eigenen Fähigkeiten im Umgang mit dem Internet glauben, auch die Nutzung von Web-Formularen als unproblematisch ansehen und ein hoher Wert an Internet Self-Efficacy deshalb in einem positiven Zusammenhang mit der Nutzungsintention von Online-Bewerbungsformularen steht. Diese, ebenfalls korrelationsanalytisch überprüfte, Annahme zeigt einen weiteren signifikanten Zusammenhang ($r(181) = .16$, $p < .05$). Hohe Selbstwirksamkeitserwartungen korrelieren darüber hinaus negativ mit der Bewertung der klassischen Bewerbung per Post ($r(181) = -.19$, $p < .05$) sowie positiv mit der eigenen Zuversicht, keine Schwierigkeiten mit einer Bewerbung über ein Web-Formular zu haben ($r(181) = .49$, $p < .01$).

Hypothese vier beschäftigt sich mit den Unterschieden von Nutzern und Nicht-Nutzern von Online-Bewerbungsformularen. Es wird vermutet, dass Nutzer eher dazu tendieren diesen Weg noch einmal zu wählen als Nicht-Nutzer. Die Ergebnisse fallen zu Gunsten der aufgestellten Hypothese aus und bestätigen, dass es Unterschiede in der Nutzungsintention der beiden Personengruppen gibt. Personen die sich schon einmal über ein Online-Bewerbungsformular beworben haben weisen eine höhere Bereitschaft auf sich auch in Zukunft wieder diesem Weg zuzuwenden ($M = 3.08$, $SD = 1.19$), als Personen die diesen Weg bislang noch nicht genutzt haben ($M = 2.50$, $SD = 1.02$). Der Unterschied ist statistisch signifikant ($t(169,6) = 3.51$, $p < .05$), die Varianzen sind ungleich. Es zeigt sich zudem, wie bereits angenommen, dass die „Nicht-Nutzer“ die Risiken teilweise höher bewerten als die „Nutzer“. Beispielsweise ist die Tendenz zur Zustimmung zum Risikofaktor „starke Einschränkung der Dateneingabe“ (Nutzer: $M = 3.52$, $SD = 1.18$, Nicht Nutzer: $M = 3.84$, $SD = .95$; $t(174,52) = -1.98$, $p < .05$) sowie „Entstehung einer unpersönlichen Bewerbungssituation“ (Nutzer: $M = 3.88$, $SD = 1.26$, Nicht-Nutzer: $M = 4.26$, $SD = .96$; $t(176,42) = -2.31$, $p < .05$), die sich bei der Bewertung der Online-Bewerbungsformulare ergibt, bei den „Nicht-Nutzern“ höher als bei den „Nutzern“.

Die fünfte und letzte Hypothese beschäftigt sich mit der von Ajzen aufgestellten „Theorie des geplanten Verhaltens“ und wird im Rahmen dieser Studie auf die Nutzung von Online-Bewerbungsformularen angewendet. Die Annahme hierbei ist, dass die Bereitschaft in Zukunft Online-Bewerbungsformulare zu nutzen, mit den drei Komponenten Einstellung (Chancen und Risiken), subjektive Norm (Unternehmen und Bewerber) und subjektive Verhaltenskontrolle in Verbindung steht. Die Ergebnisse zeigen, dass alle untersuchten Faktoren signifikant mit der Verhaltensintention, also der künftigen Nutzung von Online-Bewerbungsformularen korrelieren. Bei den Chancen lässt

sich ein mittelstarker positiver Zusammenhang erkennen ($r(181) = .50, p < .01$), die Risiken stehen in einem negativen Zusammenhang mit der Nutzungsabsicht ($r(181) = -.58, p < .01$). Auch die subjektiven Erwartungen im Hin-

blick auf Unternehmen ($r(181) = .30, p < .01$) und andere Bewerber ($r(181) = .56, p < .01$) sowie die subjektive Verhaltenskontrolle ($r(181) = .36, p < .01$) weisen einen signifikanten Zusammenhang auf (vgl. Tabelle 1).

Tabelle 1: Korrelationsmatrix über die erhobenen Variablen

	<i>M</i>	<i>SD</i>	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.
1. Nutzungsintention	2.85	1.16	1.00										
2. Neurotizismus	2.18	0.88	-.14	1.00									
3. Extraversion	4.03	0.72	.10	.48**	1.00								
4. Offenheit für Erfahrung	3.15	0.91	.00	-.02	.07	1.00							
5. Gewissenhaftigkeit	4.04	0.61	-.06	-.15*	.17*	-.10	1.00						
6. Risiken	3.50	0.65	-.59**	.12	-.05	-.05	.07	1.00					
7. Chancen	3.40	0.63	.50**	-.06	.12	.04	-.03	-.25**	1.00				
8. Subjektive Norm (Bewerber)	3.10	0.78	-.56**	-.08	.08	.11	.04	-.36**	.14	1.00			
9. Subjektive Norm (Unternehmen)	3.78	0.80	.30**	-.11	.03	.09	.13	-.09	.03	.51**	1.00		
10. Subjektive Verhaltenskontrolle	4.01	0.97	.40**	-.10	.15*	.19*	.02	-.36**	.31**	.31**	.24**	1.00	
11. Selbstwirksamkeit	3.93	0.88	.16**	-.22**	.16*	.17*	.03	-.16*	.01	.26**	.21**	.41**	1.00

Anmerkung. * $p \leq .05$ (zweiseitig), ** $p \leq .01$ (zweiseitig)

Regressionsanalyse. Um über diese Zusammenhänge hinaus, Aussagen zur kausalen Wirkrichtung des Ajzen Modells tätigen zu können, wurde zusätzlich eine Regressionsanalyse durchgeführt. Die Chancen, die Risiken als auch die subjektiven Erwartungen im Hinblick auf die Bewerber erwiesen sich hierbei als Prädiktoren für die Verhaltensintention. Die subjektive Norm in Bezug auf die anderen Bewerber liefert dabei den größten Erklärungsbeitrag ($\beta = .38, t(179) = 7.41, p < .01$). Die beiden Einstellungskomponenten Chancen ($\beta = .36, t(179) = 6.90, p < .01$) und Risiken ($\beta = -.36, t(179) = 7.36, p < .01$) von Online-Bewerbungsformularen haben einen gleichhohen Einfluss auf die abhängige Variable, allerdings in gegentlicher Richtung. Alle drei Komponenten zusammen können dabei einen signifikanten Anteil der Varianz in der Verhaltensintention erklären ($R^2 = .59, F(1, 179) = 89.25, p < .01$). Die subjektive Erwartung hinsichtlich der Unternehmen und die subjektive Verhaltenskontrolle erwiesen sich hierbei als keine relevanten Prädiktoren, um die künftige Absicht, Online-Bewerbungsformulare zu nutzen, vorherzusagen.

Abschließend wurden in einer weiteren Regressionsanalyse alle anderen untersuchten Einflussgrößen (Persönlichkeitsdimensionen, Selbstwirksamkeitserwartung und die Erfahrung) mit in die Analyse einbezogen, um das im Vorfeld aufgestellte heuristische Modell zu überprüfen. Hierbei ließ sich, über die drei bereits regressionsanalytisch entdeckten Prädiktoren hinaus, eine weitere unabhängige Variable herausstellen, welche in der Lage ist, die künftige Nutzungsabsicht von Online-Bewerbungsformularen vorherzusagen. Die Erfahrung, also die Unterscheidung ob sich eine Person bereits über ein Web-Formular beworben hat oder nicht ($\beta = -.11, t(178) = -2.27, p < .05$), kann auch als relevante Einflussgröße angesehen werden. Die anderen unabhängigen Variablen (Persönlichkeitsdimensionen und Selbstwirksamkeitserwartung) können keinen weiteren Beitrag zur Aufklärung der Verhaltensintention leisten. Das heuristische Modell erklärt somit insgesamt 60 % der Varianz der Nutzungsintention von Online-Bewerbungsformularen ($R^2 = .60, F(1, 178) = 69.79, p < .01$) (vgl. Tabelle 2).

Tabelle 2: Schrittweise Regressionsanalyse zur Überprüfung des heuristischen Modells

	Prädiktorvariablen	<i>b</i>	<i>SE b</i>	β	R^2	ΔR^2
Schritt 1	Risiken	-1.05	.11	-.59	.34	.34**
Schritt 2	Risiken	-.79	.10	-.44	.47	.13**
	Subjektive Norm (Bewerber)	.59	.09	.40		
Schritt 3	Risiken	.07	.05	.10	.59	.12**
	Subjektive Norm (Bewerber)	.10	.08	.09		
	Chancen	-.09	.06	-.11		
Schritt 4	Risiken	-.63	.09	-.35	.60	.01*
	Subjektive Norm (Bewerber)	.51	.08	.34		
	Chancen	.68	.09	.37		
	Erfahrung	-.26	.12	-.11		

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

Weitere Befunde. Im Rahmen der Personalvorauswahl werden zunehmend onlinebasierte Verfahren eingesetzt (s. Abschnitt 2.2). Zur ganzheitlichen Betrachtung des Bewerbungsprozesses sollten deshalb einige, dem Bewerbungseingang nachgelagerte, Auswahlverfahren bewertet werden. Verfahren die vor Ort im Unternehmen durchgeführt werden schneiden dabei deutlich besser ab als onlinebasierten Auswahlverfahren (vgl. Tabelle 3).

Tabelle 3: Bewertung von eignungsdiagnostischen Verfahren

Dimension	<i>M</i>	<i>SD</i>
Persönliches Einstellungsgespräch	4.79	.51
Testverfahren (vor Ort)	4.09	.76
Assessment-Centern (vor Ort)	4.02	.83
Persönlichkeitstests (vor Ort)	3.85	.92
Online-Testverfahren	2.92	1.11
Online-Assessment-Centern	2.72	1.06
Online-Persönlichkeitstests	2.69	1.50
Einstellungsgespräch per Videokonferenz	2.24	1.11

Auch zeigen sich bei der Korrelation der Persönlichkeitsdimensionen mit den verschiedenen Verfahren einige Zusammenhänge. Extraversion steht in einem positiven Zusammenhang mit dem persönlichen Einstellungsgespräch ($r(183) = .24, p < .01$), Neurotizismus in einem negativen Zusammenhang ($r(183) = -.19, p < .01$). Diese Ergebnisse scheinen plausibel, da sich Personen mit hohen Werten in Extraversion als selbstsicher, optimistisch und gesprächig beschreiben (Borkenau & Ostendorf, 1993). Ein persönliches Vorstellungsgespräch sollte deshalb kein Hindernis für sie darstellen. Personen mit hohen Werten in Neurotizismus weisen hingegen häufig Eigenschaften wie Unsicherheit, Nervosität und Stessanfälligkeit auf (Borkenau & Ostendorf, 1993). Ein persönliches Bewerbungsgespräch bringt oftmals Nervosität und Stress mit sich und könnte diese Personen deshalb dazu veranlassen, diesen Weg negativer zu bewerten. Darüber hinaus zeigt sich, dass je höher der Gewissenhaftigkeitswert ist, desto positiver fällt die Bewertung des klassischen Assessment-Center Verfahrens aus ($r(183) = .18, p < .05$). Man sollte annehmen, dass diese Erkenntnis besonders aus Unternehmenssicht sehr interessant ist, da gerade sehr gewissenhafte Personen als ehrgeizig, zielstrebig, fleißig, diszipliniert und zuverlässig (Borkenau & Ostendorf, 1994) gelten und somit viele positive Eigenschaften mit sich bringen die den Unternehmen zu Gute kommen. Die Ergebnisse stimmen weitgehend mit der in der Literatur vertretenen Meinung überein, dass E-Recruiting zwar als Ergänzung zur klassischen Personalbeschaffung, zum Beispiel im Rahmen des Bewerbungseingangs oder für eine erste Vorauswahl von Bewerbern genutzt werden kann, als Ersatz des gesamten Prozesses allerdings nicht geeignet ist (vgl. Geister & Rastetter, 2009; Hünninghausen, 2002). Der persönliche Kontakt zwischen Unternehmen und Bewerbern scheint immer noch ein enorm wichtiger Faktor im Rahmen der Personalrekrutierung zu sein. Diese Erkenntnisse sollten allerdings in weiteren Untersuchungen näher erforscht werden.

5 Diskussion

Das Ziel der Studie bestand darin, zu ergründen, warum Bewerber unterschiedliche Präferenzen hinsichtlich der Art der ersten Kontaktaufnahme zum Unternehmen haben und insbesondere die von Unternehmen immer häufiger eingesetzten Online-Bewerbungsformulare zu meiden scheinen (vgl. Weitzel et al., 2009). Angenommen wurde, dass sich bestimmte Persönlichkeitsfaktoren sowie verschiedene Einstellungsaspekte auf die Nutzung von Online-Bewerbungsverfahren auswirken.

Zunächst wurden einige Persönlichkeitsdimensionen mit der Verhaltensabsicht, künftig Online-Bewerbungsformulare für die erste Kontaktaufnahme zum Unternehmen zu wählen, korreliert. Dabei ließ sich ein signifikanter (negativer) Zusammenhang mit dem Persönlichkeitsmerkmal Neurotizismus auffinden. Personen mit hohen Neurotizismuswerten beschreiben sich als unsicher, ängstlich und sorgenvoll (Borkenau & Ostendorf, 1994), was sich auch in dieser Studie replizieren lässt. Sie bringen Unsicherheiten bezüglich des Datenschutzes und der Übernahme der Bewerbervorselektion von einem System sowie hohe technische Anforderungen, mit Online-Bewerbungsformularen in Verbindung. Es scheint plausibel, dass sie deshalb eher dazu tendieren den passiven Bewerbungsweg einzuschlagen, um sich vom Unternehmen suchen zu lassen, anstatt selbst die Initiative der ersten Kontaktaufnahme zu ergreifen. Bei den Einstellungskomponenten konnte ein Zusammenhang zwischen der Selbstwirksamkeitserwartung und der Nutzungsintention von Online-Bewerbungsformularen festgestellt werden. Es zeigt sich, dass Personen mit einer hohen Selbstwirksamkeitserwartung davon ausgehen, gut mit Online-Bewerbungsformularen zurecht zu kommen. Ihre Affinität zum Internet wird zusätzlich durch den negativen Zusammenhang im Hinblick auf die klassische, schriftliche Bewerbung verdeutlicht. Auch ließen sich Unterschiede in der Nutzungsintention von Personen die sich noch nie über ein Online-Bewerbungsformular beworben haben (Nicht-Nutzer) und Personen die diesen Weg bereits genutzt haben (Nutzer) aufdecken. Nutzer sind bereits mit dem Ablauf und der Struktur von Web-Formularen vertraut und greifen eher auf diesen Weg zurück. Nicht-Nutzer, welche das System noch nicht kennen, stehen dem Verfahren anscheinend kritischer gegenüber und verbinden ein höheres Risiko mit diesem Bewerbungsweg. Die Befunde decken sich mit den Ergebnissen der Studie von Batinic und Appel (2009), in welcher ebenfalls bestätigt werden konnte, dass die Zuversicht in die eigene Internetkompetenz und die bisherige Erfahrung in einem positiven Zusammenhang mit der Nutzung von Online-Bewerbungen stehen. Auch die fünfte Hypothese kann bestätigt werden. Wie bereits in der Studie zur differentiellen Nutzung von E-Recruiting (Bosau & Fischer, 2005) zeigt sich auch in dieser Studie, dass die „Theorie des geplanten Verhaltens“ von Ajzen (1985) zur Aufklärung der Entscheidung für einen bestimmten Online-Bewerbungsweg herangezogen werden kann. In diesem Fall erhöhen viele Chancen und wenig Risiken, hohe subjektive Erwartungen im Hinblick auf die

anderen Bewerber und die Unternehmen sowie eine hohe subjektive Verhaltenskontrolle die Absicht, in Zukunft Online-Bewerbungsformulare zur ersten Kontaktaufnahme zu wählen. Alle fünf Aspekte stehen in einem signifikanten Zusammenhang zur Verhaltensabsicht.

Die Regressionsanalyse zeigt, dass insbesondere die Chancen, die Risiken und die subjektiven Erwartungen bezüglich der anderen Bewerber, sowie die bisherigen Erfahrungen als Prädiktorvariablen der Nutzungsintention fungieren. Zieht man diese Befunde heran, um die zu Anfang gestellte Forschungsfrage zu klären, warum die Bewerber unterschiedliche Präferenzen hinsichtlich der verschiedenen Bewerbungsverfahren haben und den Weg über ein Web-Formular immer noch zu meiden scheinen, kann folgende Antwort abgeleitet werden. Vor allem die Chancen und die Risiken von Online-Bewerbungsformularen haben einen maßgeblichen Einfluss auf die Nutzungsabsicht der Bewerber. Bei der Auswertung der erfassten Risiken und Chancen zeigt sich, dass immer noch mehr Risiken (z. B. die eingeschränkten Möglichkeiten der Dateneingabe, die unpersönliche Situation, der Verlust der individuellen Gestaltungsmöglichkeiten, die Uneinheitlichkeit der verschiedenen Formulare) als Chancen mit Online-Bewerbungsformularen in Verbindung gebracht werden. Dies könnte ein Anlass für die Zurückhaltung der Bewerber hinsichtlich dieses Bewerbungsweges sein und dazu führen, dass wenige Bewerber überhaupt den ersten Schritt in diese Richtung wagen. Die Bewerber orientieren sich, wie die Ergebnisse zeigen, bei der Wahl des Bewerbungsweges zudem an den Mitbewerbern. Dass die Mehrheit immer noch den Weg per E-Mail wählt und sich nicht dem Weg über das Web-Formular zuwendet, scheint somit nicht verwunderlich.

Die Ergebnisse sollten allerdings mit Vorsicht betrachtet werden, da zum Beispiel die Operationalisierung einiger Einflussgrößen durchaus verbesserungsfähig ist. Die Skala zur Erfassung der Selbstwirksamkeitserwartung (Eastin & LaRose, 2000), welche nur in englischer Form vorliegt, ist im Rahmen dieser Studie ins Deutsche übersetzt worden und nur an einer relativ kleinen Gruppe von Probanden voreingeprobirt worden. Des Weiteren wurde in der vorliegenden Arbeit lediglich die Verhaltensabsicht der Probanden erfragt. Zwar führt eine hohe Verhaltensintention in der Regel zur Ausführung des eigentlichen Verhaltens (Ajzen, 2006), ob dies allerdings auch tatsächlich für die Nutzung von Online-Bewerbungsformularen der Fall ist, bleibt weiterhin offen. Zukünftige Studien sollten deshalb näher erforschen, ob die Verhaltensabsicht auch wirklich zur Vorhersage der tatsächlichen Nutzung von Online-Bewerbungsformularen geeignet ist. Zuletzt muss auch die Stichprobenakquisition als Kritikpunkt angesehen werden. Der Link zum Fragebogen wurde in sozialen Netzwerken veröffentlicht, mit der Bitte um Teilnahme und Weiterleitung an Freunde und Familie. Die Stichprobe wird durch dieses Schneeballsystem stark vorselektiert und unterliegt somit repräsentativen Einschränkungen.

Dennoch kann die Studie, mit vielen interessanten Befunden, einen weiteren Teil zur Aufklärung der in der Literatur bislang eher vernachlässigten Perspektive der Bewerber leisten. Dabei zeigt sich, dass vor allem die „Theorie des geplanten Verhaltens“ (Ajzen, 1985) eine zentrale Rolle für die Erklärung des Verhaltens der Bewerber, im Rahmen von Online-Bewerbungsverfahren darstellt. Insbesondere Chancen, Risiken, subjektive Erwartungen - im Hinblick auf die anderen Bewerber - und die bisherigen Erfahrungen, beeinflussen die Entscheidung für oder gegen das, von Unternehmen zunehmend zum Einsatz kommende Verfahren des Online-Bewerbungsformulars, maßgeblich. Diese Erkenntnisse sollten vor allem für die Unternehmen eine hohe Praxisrelevanz aufweisen und von besonderer Bedeutung vor dem Hintergrund des gerade allgegenwärtigen „War for Talents“ sein. Denn es werden in Zukunft nur diejenigen Unternehmen im Wettbewerb um die geeigneten Kandidaten erfolgreich sein, die ihre Verfahren zielgerichtet an die individuellen Bewerberbedürfnisse anpassen (Schröter & Schwartz, 2002). Bewerber-Relationship-Management ist das zentrale Vorgehen, um Wettbewerbsvorteile realisieren zu können (Geke & Eisele, 2003). Bezogen auf das E-Recruiting-Verfahren des Online-Bewerbungsformulars bedeutet dies konkret, dass die aus Bewerberpersicht bislang noch überwiegenden Risiken minimiert werden müssen. Nur so kann die Einstellung der Bewerber hinsichtlich dieses Verfahrens verbessert werden und zu einer Verhaltensänderung in diese Richtung führen. Die Chancen von Web-Formularen müssen in den Vordergrund rücken, so dass sich letztendlich sowohl für die Bewerber, als auch für die Unternehmen viele Vorteile mit E-Recruiting realisieren lassen.

6 Literaturverzeichnis

- Ajzen, I. (1985). From intentions to actions: A theory of planned behavior. In J. Kuhl, J. Beckmann (Hrsg.) *Action control: From cognition to behavior* (S. 11-39). Heidelberg: Springer.
- Ajzen, I. (2006). *Constructing a theory of planned behavior questionnaire. Brief description of the Theory of Planned Behavior*. Verfügbar unter: http://www.people.umass.edu/aizen/pdf/tpb_measurement.pdf (30.11.2010).
- Asendorpf, J. B. (2009). *Persönlichkeitspsychologie*. Heidelberg: Springer.
- Bandura, A. (1995). *Self-Efficacy in Changing Societies*. Verfügbar unter: <http://catdir.loc.gov/catdir/samples/cam034/94049049.pdf> (17.12.2010).
- Batinic, B. & Appel, M. (2009). Nutzung von Online-Bewerbungen aus Sicht von Bewerbern und Unternehmen. *Zeitschrift für Personalpsychologie*, 8, 14-23.
- Bohner, G. (2002). Einstellung. In W. Stroebe, K. Jonas & M. Hewstone (Hrsg.). *Sozialpsychologie. Eine Einführung* (4. Auflage) (S. 266-313). Heidelberg: Springer.

- Bosau, C. & Fischer, O. (2005). Sehen und gesehen werden. Persönlichkeitsmerkmale und Einstellungen als Prädiktoren der differentiellen Nutzung von E-Recruiting. In K.H. Renner, A. Schütz & F. Machilek (Hrsg.). *Internet und Persönlichkeit* (S. 298-314). Göttingen: Hogrefe.
- Borkenau, P. & Ostendorf, F. (1993). *NEO-Fünf-Faktoren Inventar (NEO-FFI) nach Costa und McCrae*. Göttingen: Hogrefe.
- Bruns, I. & Althoff, S. (2003). Online-Bewerbsformulare. Anforderungen und Gestaltungsempfehlungen aus Anwendersicht. *Unternehmen der Zukunft, 2*, 24-27.
- Dick, J. (2002). Auswirkungen der Web-Technologie auf den Recruitment-and-Selection-Prozess. In L. Hünninghausen (Hrsg.). *Die Besten gehen ins Netz. Report E-Recruitment: Innovative Wege bei der Personalauswahl* (S. 103-130). Düsseldorf: Symposium.
- Diercks, J. (2008). Wunderwaffen im War for Talent ?. *Perspektiven - Zeitschrift für Führungskräfte, 3-4*, 18-19.
- Eastin, M.S. & LaRose, R. (2000). *Internet Self-Efficacy and the Psychology of the Digital Divide*. Verfügbar unter: <http://jcmc.indiana.edu/vol6/issue1/eastin.html> (04.12.2010).
- Eger, M. (2010). Online-Bewerbungen als Erlebnis. *Personalwirtschaft. Magazin für Human Resources, 9*, 9-11.
- Eisele, D. & Kühnlein, S. (2001). E-Cruiting aus Bewerberperspektive. *CoPers, 2001, 3*, 24-27.
- Geister, S. & Rastetter, D. (2009). Aktueller Stand zum Thema Online-Tests. In H. Steiner (Hrsg.). *Online-Assessment - Grundlagen und Anwendung von Online-Tests in der Unternehmenspraxis* (S. 3-15). Heidelberg: Springer.
- Geke, M. & Eisele, D. (2003). E-Recruiting und E-Relationship Management – Aktuelle Best-Practice Lösungen. In U. Konradt & W. Sarges (Hrsg.). *E-Recruitment und E-Assessment: Rekrutierung, Auswahl und Beurteilung von Personal im Inter- und Intranet* (S. 241-258). Göttingen: Hogrefe.
- Hermann, M.A. & Pifko, C. (2002). *Personalmanagement. Kurztheorie, Repetitionsfragen mit kommentierten Lösungen und Glossar*. Baden: Compendio Bildungsmedien.
- Holtbrügge, D. (2005). *Personalmanagement*. Heidelberg: Springer.
- Hünninghausen, L. (2002). Personalsuche als strategischer Erfolgsfaktor – Einführung und Zielsetzung des Buches. In L. Hünninghausen (Hrsg.). *Die Besten gehen ins Netz. Report E-recruitment: Innovative Wege bei der Personalauswahl* (S. 13-22). Düsseldorf: Symposium.
- Kanning, U. P. (2004). *Standards der Personaldiagnostik*. Göttingen: Hogrefe.
- Knoll, T. & Preuss, A. (2003). Online-Recruitment: Internetgestützte Personalvorauswahl. In U. Konradt & W. Sarges (Hrsg.). *E-Recruitment und E-Assessment: Rekrutierung, Auswahl und Beurteilung von Personal im Inter- und Intranet* (S. 167-190). Göttingen: Hogrefe.
- Kolb, M., Burkart, B. & Zundel, F. (2010). *Personalmanagement. Grundlagen und Praxis des Human Resources Management*. Wiesbaden: Gabler.
- Konradt, U. & Sarges, W. (2003). Suche, Auswahl und Förderung von Personal mit dem Intra- und Internet: Strategien, Zielrichtungen und Entwicklungspfad. In U. Konradt & W. Sarges (Hrsg.). *E-Recruitment und E-Assessment: Rekrutierung, Auswahl und Beurteilung von Personal im Inter- und Intranet* (S. 3-16). Göttingen: Hogrefe.
- Moser, K. & Zempel, J. (2006). Personalmarketing. In H. Schuler (Hrsg.). *Lehrbuch der Personalpsychologie* (S. 69-100). Göttingen: Hogrefe.
- Petermann, F. (2003). E-Cruiting: Integriertes Bewerbermanagement im Otto Versand. In U. Konradt & W. Sarges (Hrsg.). *E-Recruitment und E-Assessment: Rekrutierung, Auswahl und Beurteilung von Personal im Inter- und Intranet* (S. 229-240). Göttingen: Hogrefe.
- Richenhagen, G. (2007). *Demografischer Wandel in der Arbeitswelt – Stand und Perspektiven in Deutschland im Jahre 2008*. Verfügbar unter: http://www.arbeit-demografie.nrw.de/includes/download/Demografie_Arbeitswelt2008.pdf (17.12.2010).
- Salewski, C. (2005). Kontrollüberzeugungen. Locus of Control. In H. Weber & T. Rammsayer (Hrsg.). *Handbuch der Persönlichkeitspsychologie und Differentiellen Psychologie* (S. 431-437). Göttingen: Hogrefe.
- Salewski, C. & Renner, B. (2009). *Differentielle und Persönlichkeitspsychologie*. München: Reinhardt.
- Sänger, O. (2004). *E-Recruiting in Deutschland. Grundlagen, Strategien, Perspektiven*. Berlin: VDM.
- Schröter, T. & Schwartz, M. (2002). Der E-Recruiting - Workflow und seine Umsetzung im Unternehmen. In L. Hünninghausen (Hrsg.). *Die Besten gehen ins Netz. Report E-Recruitment: Innovative Wege bei der Personalauswahl* (S. 29-49). Düsseldorf: Symposium.
- Steiner, H. (2009). Einführung: Online-Tests in der Personalentwicklung. In H. Steiner (Hrsg.). *Online-Assessment - Grundlagen und Praxis von Online-Tests in Personalmarketing, Personalauswahl und Personalentwicklung: Grundlagen und Anwendung von Online-Tests in der Unternehmenspraxis* (S. 99-104). Heidelberg: Springer.
- Weitzel, T., König, W., Laumer, S., Eckhardt, A. & von Stetten, A. (2009). *Bewerbungspraxis 2010*.

- Wottawa, H., Kirchbach, C., Montel, C. & Oening, S. (2005). Psychologiegestütztes Recruiting im Internet: Stand und Perspektiven. *Report Psychologie, 4*, 160-166.
- Zimmerhofer, A. (2009). Der Einfluss des Internets auf die Eignungsdiagnostik – E-Recruiting, E-Assessment und Self-Assessment. In S. Dlugosch & A. Terörde (Hrsg.). *Eignungsdiagnostik im Wandel: Perspektiven – Trends – Konzepte* (S. 177- 193). Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.

Korrespondenz an:

Jennifer Pommerien
Fachbereich Wirtschaft & Medien
Hochschule Fresenius
Im MediaPark 4c
D-50670 Köln
GERMANY
info@journal-bmp.de

Ich bedanke mich bei Frau Prof. Dr. Wera Aretz und Herrn Dr. Stephan Stegt von ITB Consulting für die kompetente Betreuung und Unterstützung während meiner Bachelorarbeit.