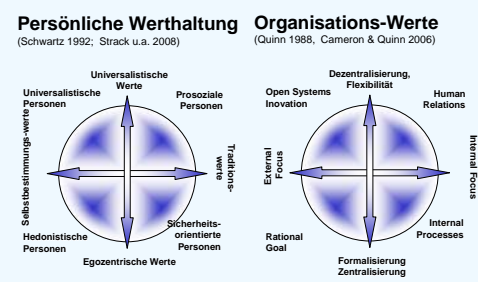


Bewerbungsentscheidung über Wertepassung im Employer-Value-Circle

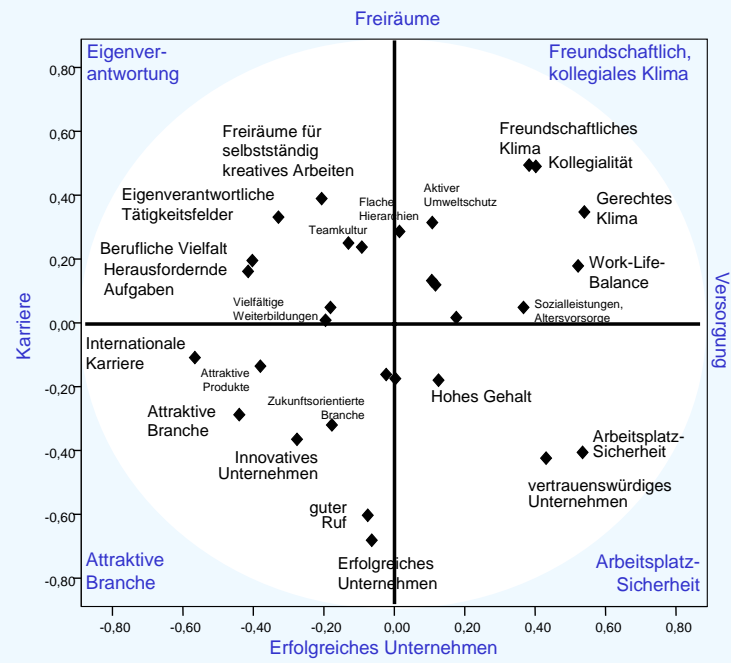
Ziel & Hypothesen

Nachwuchskräften sollten sich bei den Unternehmen bewerben, deren Werte zu ihren eigenen passen. Das Inhaltsmodell persönlicher Werthaltungen ist der Wertekreis (Schwartz 1992). Um auch Unternehmensimages im Wertekreis darstellen zu können, wurde ein *Employer-Value-Circle* aus 30 Unternehmenswerten gebildet.

- H1:** Die Struktur des *Employer-Value-Circle* ist perspektivenstabil.
- H2:** Die Urteile der High Potentials sind akkurat, sie treffen die Unternehmensbeschreibung von dort Beschäftigten.
- H3:** Die Übereinstimmung von Werten des idealen Arbeitgebers und wahrgenommenen Werten bei einem Unternehmen (Value-Fit) rufen Bewerbungsintention hervor.



Der Employer-Value-Circle



Faktorladungen der ipsatierten Items aus der gewichteten Gesamtstichprobe. (Gewichtung auf je 25% Wünsche und Urteile der 881 Bewerbenden, Eintrittsgrund und heutige Urteile der 655 Mitarbeitenden).

Perspektivenstabilität (H1)

Korrelationen der Perspektiven über die 30 Items.

	(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(b-e)	
untere Dreiecksmatrix:							
(a) ExpertInnen: Lokation		.75	.73	.79	.70	.60	.78
(b) High Potentials: Wunsch	.58		.91	.91	.95	.92	.94
(c) High Potentials: Unternehmen U	.55	.86		.95	.93	.90	.95
(d) High Potentials: Unternehmen WU	.50	.89	.94		.95	.87	.94
(e) Mitarbeitende: damaliger Eintritt	.50	.93	.94	.94		.96	.94
Perspektiven (b)-(e):	.47	.83	.94	.87	.94		.90
Faktorladungen:	.53	.94	.97	.96	.98	.94	

H1 wird angenommen, der Employer Value Circle ist perspektivenstabil.

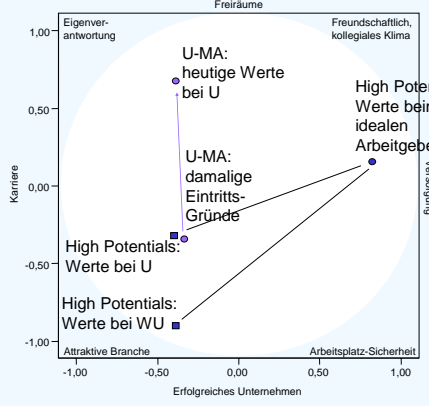
„Every scientific psychology must take into account whole situations, i.e., the state of both person and environment. This implies that it is necessary to find methods of representing person and environment in common terms as part of one situation“ (Lewin 1936:12).

Operationalisierung & Studie

- Perspektiven:**
- (a) Drei ExpertInnen ordnen die 30 Items in 45°-Segmente des *Competing Values Model* (Cameron & Quinn, 1999/2006) (Übereinstimmung Cronbachs $\alpha = .82$ u. $.87$).
 - (b) High Potentials wünschen Werte des idealen Arbeitgebers. (1=überhaupt nicht wichtig / 5 = äußerst wichtig).
 - (c) High Potentials beurteilen die Erfüllung dieser Werte bei zwei konkurrierende Unternehmen (U & WU) der Automobilzulieferer-Branche.
 - (d) Mitarbeitende im Unternehmen geben retrospektiv an, wegen welcher Werte sie sich für den Einstieg im Unternehmen entschieden hatten.
 - (e) Mitarbeitende im Unternehmen geben an, in wieweit ihr Unternehmen die Werte erfüllt.
 - (c)-(e): 1=stimme überhaupt nicht zu / 5 = voll & ganz zu.

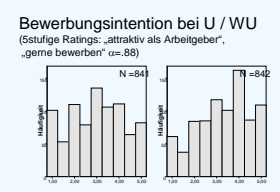
Sample:
Für Perspektiven (b) und (c):
N=881 Studierende (63% Ingenieurs-Wissenschaften, 10% Informatik/Mathematik, 10% Wirtschaftswissenschaften, 7% Chemie/Physik, 10% andere Fächer), Online-Teilnahme.
Für Perspektiven (d) und (e):
N=655 Beschäftigten des kooperierenden Unternehmens U: 81% Männer. 16% Ambrassadors, 83% Auszubildende.

Lokationen (H2)



Zwar stimmen die Urteile der High Potentials mit den retrospektiven Gründen der MA für den Unternehmenseintritt bei U überein; nicht aber mit den aus Sicht der MA von U aktuell von U erfüllten Werte. H2 wird nicht angenommen.

Bewerbungsintention (H3)



Regression der Bewerbungsintention

	Bewerbung bei U		Bewerbung bei WU	
	r	β	r	β
Versorgung (vs. Karriere)				
Wunsch	-.14	-.12	-.15	-.11
Urteil	-.14	-.16	-.15	-.10
Wunsch x Urteil	+.06	+.03	+.12*	+.09*
Freiräume (vs. Unternehmenserfolg)				
Wunsch	-.04	+.01	-.03	-.03
Urteil	-.19	-.19	-.17	-.14
Wunsch x Urteil	+.12*	+.10*	+.03	+.03

*p_{Interaktion} < .01

Schwache Value-Fit Interaktionseffekte lassen H3 bedingt annehmen.