

IW-Trends

Tarifliche Bezahlung als Instrument zur Fachkräftegewinnung? Ergebnisse eines Auswahlexperiments zur Bewerbungsentscheidung

Helena Bach / Carolin Denise Fulda

IW-Trends 3/2024

Vierteljahresschrift zur
empirischen Wirtschaftsforschung
Jahrgang 51



Herausgeber

Institut der deutschen Wirtschaft Köln e.V.

Postfach 10 19 42
50459 Köln
www.iwkoeln.de

Das Institut der deutschen Wirtschaft (IW) ist ein privates Wirtschaftsforschungsinstitut, das sich für eine freiheitliche Wirtschafts- und Gesellschaftsordnung einsetzt. Unsere Aufgabe ist es, das Verständnis wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Zusammenhänge zu verbessern.

Das IW in den sozialen Medien

X
[x.com@iw_koeln](https://twitter.com/iw_koeln)

LinkedIn
[@Institut der deutschen Wirtschaft](https://www.linkedin.com/company/iwkoeln)

Facebook
[@IWKoeln](https://www.facebook.com/IWKoeln)

Instagram
[Instagram@IW_Koeln](https://www.instagram.com/IW_Koeln)

Verantwortliche Redakteure

Prof. Dr. Michael Grömling

Senior Economist
groemling@iwkoeln.de
0221 4981-776

Holger Schäfer

Senior Economist
schaefer.holger@iwkoeln.de
030 27877-124

**Alle Studien finden Sie unter
www.iwkoeln.de**

Rechte für den Nachdruck oder die elektronische Verwertung erhalten Sie über lizenzen@iwkoeln.de.

In dieser Publikation wird aus Gründen der besseren Lesbarkeit regelmäßig das grammatische Geschlecht (Genus) verwendet. Damit sind hier ausdrücklich alle Geschlechteridentitäten gemeint.

ISSN 1864-810X (Onlineversion)

© 2024
Institut der deutschen Wirtschaft Köln Medien GmbH
Postfach 10 18 63, 50458 Köln
Konrad-Adenauer-Ufer 21, 50668 Köln
Telefon: 0221 4981-450
iwmedien@iwkoeln.de
iwmedien.de

Tarifliche Bezahlung als Instrument zur Fachkräftegewinnung? Ergebnisse eines Auswahl-experiments zur Bewerbungsentscheidung

Helena Bach / Carolin Denise Fulda, September 2024

Zusammenfassung

Eine erfolgreiche Gewinnung von Fachkräften rückt immer stärker in den Fokus der Unternehmen. Damit wächst auch die Herausforderung, Stellenanzeigen möglichst attraktiv zu gestalten. Da in der öffentlichen Debatte häufig eine Tarifbindung mit guten Arbeitsbedingungen verknüpft wird, stellt sich die Frage, inwiefern tarifgebundene Unternehmen diese als Werbemittel nutzen können. Vor diesem Hintergrund wird im vorliegenden Beitrag untersucht, ob der Hinweis auf eine Tarifbindung in Stellenanzeigen genutzt werden kann, um potenzielle Bewerber zu überzeugen. Anhand einer Befragung sowie eines integrierten Auswahl-experiments mit 2.114 Teilnehmern wird dabei insbesondere die Bedeutung einer tariflichen Entlohnung für die Bewerbungsentscheidung analysiert. Es zeigt sich, dass trotz überwiegend positiver Assoziationen zwischen Tarifbindung und Gehaltsbedingungen eines Arbeitgebers eine Bezahlung nach Branchentarif potenzielle Bewerber nicht mehr überzeugt als eine marktgerechte oder leistungsgerechte Bezahlung. Lediglich die Angabe einer übertariflichen Bezahlung kann eine Stellenanzeige hervorheben. Zudem wird deutlich, dass neben dem Lohn auch andere Faktoren wie Homeoffice-Regelungen oder Befristungen eine entscheidende Rolle im ersten Bewerbungsschritt spielen.

Stichwörter: Tarifbindung, Vergütung, Stellenangebote, Fachkräftegewinnung

JEL-Klassifikation: J33, J59, J63

DOI: 10.2373/1864-810X.24-03-02

Motivation

Der Schriftzug „MitarbeiterInnen gesucht“ ist im Alltag omnipräsent. In vielen Bereichen sind es immer häufiger die Beschäftigten, die zwischen unterschiedlichen Arbeitgebern auswählen können (Lohaus/Rietz, 2015, 70). Denn der demografische Wandel dämpft unter anderem die Beschäftigungsentwicklung in Deutschland und trägt insbesondere bei Fachkräften mit Berufsausbildung sowie Hochqualifizierten zu einer wachsenden Fachkräftelücke bei (Burstedde et al., 2023). So fehlen Stand heute über eine halbe Million qualifizierte Arbeitskräfte (Burstedde/Kolev-Schaefer, 2024, 1). Als Konsequenz müssen sich Unternehmen positionieren, damit sie im Wettbewerb um gut ausgebildetes Personal bestehen und sich von anderen Arbeitgebern abheben können.

Im ersten Schritt auf sich aufmerksam zu machen und potenzielle Beschäftigte zu einer Bewerbung zu bewegen, stellt dabei aus Unternehmenssicht eine besondere Herausforderung dar. Denn Stellenanzeigen werden meist nur wenige Sekunden von Jobsuchenden gescannt. Zudem kostet jede Bewerbung Zeit und Ressourcen, sodass sich Stellensuchende nur auf eine begrenzte Anzahl an Stellen bewerben. Hinzu kommt, dass die Jobwahl eine Entscheidung unter Unsicherheit ist. So können Bewerber ex ante nur schwer abschätzen, welche Arbeitsbedingungen oder welche Unternehmenskultur bei einem Arbeitgeber vorherrschen (Abramovskij/Enneking, 2017, 174 f.). Vor diesem Hintergrund erscheint es besonders wichtig, in Stellenanzeigen oder auf der Website des Unternehmens möglichst aussagekräftige und zugleich überzeugende Informationen über das Unternehmen zu liefern.

An diesem Punkt könnte die Tarifbindung eines Unternehmens helfen. In der öffentlichen Debatte wird eine Tarifbindung häufig mit guten Arbeitsbedingungen verknüpft. So forderte beispielsweise Bundesarbeitsminister Hubertus Heil „mehr gute Arbeit, die nach Tariflöhnen bezahlt wird“ (BMAS, 2024). Falls potenzielle Bewerber eine Tarifbindung ebenfalls mit fairen Gehaltsbedingungen, guten Weiterbildungsmöglichkeiten oder einer hohen Arbeitsplatzsicherheit verknüpfen, könnte der Hinweis auf eine Tarifbindung helfen, Unsicherheiten abzubauen und ein positives Unternehmensbild zu zeichnen. Insbesondere in Zeiten einer rückläufigen Tarifbindung (Hohendanner/Kohaut, 2024) könnten sich Unternehmen dadurch hervorheben. Eine Tarifbindung

würde somit als eine Art Siegel für gute Arbeitsbedingungen fungieren (Abramovskij/Enneking, 2017, 174 f.).

Diese Idee wird im Kfz-Handwerk von der IG Metall bereits umgesetzt. Im Zuge der Kampagne „AutohausFAIR“ wird Betrieben, die eine Tarifbindung sowie einen Betriebsrat vorweisen können und zudem Ausbildungsbetrieb sind, ein Siegel verliehen (IG Metall Bezirk Küste, 2024). Ein Vorschlag der CDU zielt explizit auf die Tarifbindung von Betrieben ab. Ein sogenanntes Tariftreusiegel soll es tarifanwendenden Arbeitgebern erleichtern, „bei potenziellen Arbeitskräften und bei Kunden für sich [zu] werben“ (CDU, 2023). Bereits 2021 forderten auch der damalige Finanzminister Olaf Scholz und Arbeitsminister Hubertus Heil in einem gemeinsamen Eckpunktepapier die Schaffung eines Sozialpartner-Gütesiegels. Dieses soll Verbrauchern die Tarifbindung eines Unternehmens transparent machen und somit einen positiven Einfluss auf die Markenbildung ausüben (BMAS/BMF, 2021).

Kaum erforscht ist jedoch, ob ein solches Siegel und damit eine Tarifbindung tatsächlich helfen kann, ein Unternehmen bereits zu Beginn des Bewerbungsprozesses gut zu positionieren. Nur weil Teile der Politik oder Gewerkschaften eine Tarifbindung von Unternehmen positiv bewerten, heißt das nicht automatisch, dass Bewerber dies auch tun. Zudem reicht eine positive Assoziation allein nicht aus. Interessant wird die Angabe einer Tarifbindung in Stellenanzeigen nur dann, wenn eine solche Information sowohl wahrgenommen wird als auch als entscheidungsrelevantes Kriterium dient, das potenzielle Beschäftigte eher dazu bewegt, sich zu bewerben.

Im Folgenden wird daher der Frage nachgegangen, welche Bedeutung einer Tarifbindung bei der Stellensuche zukommt. Ist sie ein Signal an potenzielle Bewerber, das die Bewerbungsentscheidung beeinflusst? Im Fokus steht dabei die tarifliche Bezahlung, da in Stellenanzeigen meist im Zusammenhang mit der Vergütung auf eine mögliche Tarifbindung verwiesen wird. Die allgemeine Information, dass ein Unternehmen an einen Tarifvertrag gebunden ist, findet sich hingegen deutlich seltener.

Studiendesign

Um die Rolle einer Tarifbindung eines Unternehmens bei der Bewerbungsentscheidung von Jobsuchenden näher zu untersuchen, wird auf ein sogenanntes Auswahlexperiment zurückgegriffen. Im Zuge dieses Experiments werden die Befragten gebeten, sich vorzustellen, auf Jobsuche zu sein. Bei dieser fiktiven Jobsuche werden ihnen auf dem Bildschirm immer drei Stellenanzeigen gleichzeitig angezeigt (Abbildung 1). Entscheiden sollen sich die Befragten jeweils für die Stellenanzeige, auf die sie sich am ehesten bewerben würden. Die Stellenanzeigen enthalten Informationen zur Bezahlung (Bezahlung nach Branchentarif, marktgerechte Bezahlung, etc.), einer möglichen Befristung (befristete Anstellung, unbefristete Anstellung, etc.), zu Homeoffice-Regelungen (kein Homeoffice möglich, bis zu 100 Prozent Homeoffice möglich, etc.), zu Umweltbestrebungen des Unternehmens (Nachhaltigkeit als Unternehmensziel, umweltschonende Abläufe, etc.) und zu angebotenen Benefits (Fahrtkostenzuschuss, regelmäßige Firmen-/Team-Events, etc.). Insgesamt weist jedes dieser Merkmale zwischen vier und sieben Ausprägungen auf, die von Stellenanzeige zu Stellenanzeige variieren (s. Tabelle). Dadurch ergibt sich eine Vielzahl an Kombinationen, die gegeneinander abgewogen werden. Merkmale wie die Jobbeschreibung,

Auswahlexperiment in der Online-Umfrage

Abbildung 1

Einleitungstext

Stellen Sie sich bitte vor, Sie sind auf der Suche nach einem neuen Job. Vielleicht sind Sie umgezogen, mit Ihrem jetzigen Arbeitgeber unzufrieden oder Sie haben gerade Ihre Ausbildung oder Ihr Studium abgeschlossen. Im Folgenden werden Ihnen immer drei Jobangebote gezeigt. Bitte wählen Sie jeweils die Stellenanzeige aus, auf die Sie sich am ehesten bewerben würden.

Die Stellenanzeigen unterscheiden sich hinsichtlich folgender Merkmale:

-  Bezahlung
-  Befristung
-  Homeoffice-Regelung
-  Umweltbestrebungen des Unternehmens
-  Betriebliche Zusatzleistungen

Wenn ein Kriterium in Ihrem beruflichen Umfeld unrealistisch erscheint, weil beispielsweise Homeoffice oder Befristungen unüblich sind, dann versuchen Sie sich bitte trotzdem vorzustellen, wie Sie es bewerten würden. Sie müssen insgesamt 9 Entscheidungen treffen, wobei Ihnen jeweils 3 unterschiedliche Stellenanzeigen angezeigt werden.

Beispiel für eine Auswahlentscheidung

Auf welche Stelle würden Sie sich bewerben? (Aufgabe 1/9)

<u>Jobangebot 1</u>	<u>Jobangebot 2</u>	<u>Jobangebot 3</u>
 Flexible Homeoffice-Regelungen	 Keine Angabe	 Bis zu 100 % Homeoffice
 Befristet mit Option auf Festanstellung	 Befristete Anstellung	 Keine Angabe
 Am Branchentarif orientierte Bezahlung	 Marktgerechte Bezahlung	 Übertarifliche Bezahlung
 Keine Angabe	 Klimaneutrales Gebäude	 Nachhaltigkeit als Unternehmensziel
 Regelmäßige Firmen-/ Team-Events	 Zuschuss zum Mittagessen	 Zuschuss zu Sportkursen
<input type="button" value="Bewerben"/>	<input type="button" value="Bewerben"/>	<input type="button" value="Bewerben"/>

Quelle: Auswahlexperiment zur Jobwahl 2023

das Anforderungsprofil oder der Standort des Unternehmens wären in der Realität zwar auch entscheidungsrelevante Merkmale, können aber in einer allgemein angelegten Umfrage nicht so formuliert werden, dass sie auf alle Befragten passen. Zudem bieten sie wenig Anpassungsspielräume für Unternehmen. Die Befragten treffen ihre Entscheidung somit ohne Berücksichtigung dieser Jobinformationen.

Im Fokus der Befragung steht das Merkmal Bezahlung mit seinen sechs Merkmalsausprägungen. Dabei interessiert vor allem die Ausprägung „Bezahlung nach Branchentarif“. Denn anhand der Präferenzen für diese Merkmalsausprägung kann beurteilt werden, ob eine tarifliche Bezahlung die Auswahl einer Stellenanzeige begünstigen kann. Die restlichen Ausprägungen stehen für weitere geläufige Angaben zur Entlohnung. So finden sich in den gezeigten Stellenanzeigen auch Formulierungen wie „marktgerechte Bezahlung“ oder „leistungsgerechte Bezahlung“. Komplementiert wird die Liste durch die Ausprägung „keine Angabe“, da in einigen Stellenanzeigen vollständig auf Informationen zum Gehalt verzichtet wird.

Der Mehrwert der Verwendung eines experimentellen Ansatzes ist, dass sich Befragte zwischen unterschiedlichen Alternativen entscheiden und somit bewusst oder unterbewusst Trade-offs eingehen müssen. Denn so werden die meisten Stellenanzeigen sowohl positiv als auch weniger positiv oder negativ bewertete Informationen enthalten, die es abzuwägen gilt (Auspurg/Liebe, 2011, 303). Indem Befragte wiederholt zwischen unterschiedlichen Alternativen abwägen und Zielkonflikte lösen, können die Bedeutung einzelner Merkmale und deren Ausprägungen für die Auswahlentscheidung ermittelt und auch komplexe Präferenzen aufgedeckt werden (Auspurg/Liebe, 2011, 302). Darin besteht ein großer Vorteil gegenüber nicht-experimentellen Umfrageformaten. In diesen wird häufig direkt nach der Bedeutung einzelner Merkmale gefragt. Dadurch besteht die Gefahr, dass alle als wichtig gewertet werden. Auch der Rückgriff

Merkmale und Merkmalsausprägungen im Auswahlexperiment

Tabelle

Merkmal	Bezahlung	Befristung	Homeoffice-Regelung	Umweltbestrebungen	Benefits
Ausprägung 1	Bezahlung nach Branchentarif	Befristete Anstellung	Kein Homeoffice möglich	Umweltschonende Abläufe	Fahrtkostenzuschuss (z. B. Jobticket)
Ausprägung 2	Übertarifliche Bezahlung	Unbefristete Anstellung	Bis zu 20 Prozent Homeoffice möglich	Nachhaltigkeit als Unternehmensziel	Bikeleasing (z. B. JobRad)
Ausprägung 3	Am Branchentarif orientierte Bezahlung	Befristet mit Option auf Festanstellung	Bis zu 100 Prozent Homeoffice möglich	Klimaneutrales Gebäude	Regelmäßige Firmen-/Team-Events
Ausprägung 4	Marktgerechte Bezahlung		Flexible Homeoffice-Regelungen		Zuschuss zu Sportkursen
Ausprägung 5	Leistungsgerechte Bezahlung		Nur Homeoffice		Diversity-Management
Ausprägung 6					Zuschuss zum Mittagessen
Ausprägung 7	Keine Angabe	Keine Angabe	Keine Angabe	Keine Angabe	Keine Angabe

Quelle: Auswahlexperiment zur Jobwahl 2023

auf Rankings oder Ratings kann dieses Problem nur unzureichend lösen, da Zielkonflikte und damit verbundene Abwägungsentscheidungen auch dadurch nicht umfassend abgebildet werden können. Zudem fördert ein Auswahlexperiment durch die Imitation einer realitätsnahen Situation die Motivation der Teilnehmenden.

Umrahmt wird das Auswahlexperiment durch Fragen im „klassischen“, nicht-experimentellen Umfragedesign zu soziodemografischen Merkmalen wie Geschlecht, Alter, Bildungs- und Berufsabschluss oder Erwerbsstatus. Personen, die angeben, aktuell erwerbstätig zu sein, werden zusätzlich zu ihrer Beschäftigung befragt. So können Informationen über Erwerbsumfang, Homeoffice-Möglichkeiten, Führungstätigkeiten, Art der Bezahlung oder Zufriedenheit mit den derzeitigen Arbeitsbedingungen gewonnen werden. Fragen zur Vertrautheit mit einer Jobsuche und zu Einstellungen zur Tarifbindung runden den Fragebogen ab.

Im Folgenden wird zunächst anhand der Fragen des nicht-experimentellen Umfrageteils die Stichprobe näher beschrieben und allgemeine Einstellungen gegenüber einer Tarifbindung werden herausgearbeitet. Um schließlich die Rolle einer tariflichen Bezahlung im Bewerbungsprozess zu analysieren, werden im zweiten Schritt die Ergebnisse des Auswahlperiments herangezogen.

Stichprobe

In einer zweiwöchigen Feldphase im Dezember 2023 wurden insgesamt 2.114 Personen befragt. Um sich auch ohne Zufallsauswahl einer repräsentativen Stichprobe zu nähern, wurde bei der Auswahl der Teilnehmenden für die Online-Befragung auf eine ausgewogene Quotierung nach Geschlecht, Alter und Bildung geachtet. In der Stichprobe befinden sich 52 Prozent Männer, 47 Prozent Frauen und 0,2 Prozent mit der Angabe „divers“. Berücksichtigt wurden nur Personen ab 18 Jahren und bis einschließlich 67 Jahren. Die Befragten geben zu 15 Prozent an, zwischen 18 und 29 Jahren alt zu sein, 46 Prozent sind zwischen 30 und 49 Jahren und 39 Prozent sind 50 Jahre oder älter. 23 Prozent der Umfrageteilnehmer weisen ein niedriges Bildungsniveau auf (kein Schulabschluss oder Hauptschulabschluss), 35 Prozent ein mittleres (Realschulabschluss) und 42 Prozent ein hohes (Fachhochschulreife oder Hochschulreife).

Insgesamt geben 1.700 Personen der Stichprobe an, einer sozialversicherungspflichtigen Beschäftigung nachzugehen (80 Prozent), 127 sind Beamte (6 Prozent). Einer geringfügigen oder unregelmäßigen Beschäftigung gehen 126 und damit 6 Prozent der Befragten nach. Die restlichen Befragten sind selbstständig, arbeitsuchend oder Studierende (8 Prozent). Jeder zehnte befragte abhängig Beschäftigte gibt an, in einem befristeten Arbeitsverhältnis zu stehen. Zudem geben 59 Prozent der abhängig Beschäftigten an, dass es in ihrem derzeitigen Berufsfeld möglich ist oder theoretisch möglich wäre, im Homeoffice zu arbeiten. Mit 41 Prozent arbeitet etwas weniger als die Hälfte auch aktuell im Homeoffice, darunter 28 Prozent bis zu 50 Prozent und 13 Prozent mehr als 50 Prozent oder vollständig. Die Frage nach einer Führungstätigkeit bejahen 21 Prozent der abhängig Beschäftigten in der Stichprobe. Befragt nach ihrer Bezahlung geben 47 Prozent eine tarifliche Bezahlung an und bei 19 Prozent orientiert sich das Gehalt an einem Tarifvertrag. Knapp 30 Prozent werden nicht nach Tarifvertrag bezahlt und 4 Prozent antworten mit „weiß nicht“.

Mit einer Jobsuche sind fast alle Befragten vertraut. So haben 43 Prozent der Umfrageteilnehmer innerhalb des letzten Jahres nach Stellenanzeigen gesucht und über zwei Drittel innerhalb der letzten fünf Jahre. Lediglich 6 Prozent der Befragten geben an, noch nie nach Stellenanzeigen gesucht zu haben. Gut die Hälfte der Umfrageteilnehmer hat sich innerhalb der letzten fünf Jahre auch auf einen Job beworben. Den Job innerhalb der nächsten zwei Jahre zu wechseln, schätzen 44 Prozent als eher wahrscheinlich, wahrscheinlich oder sicher ein.

Einstellungen zu Tarifbindung und tariflicher Entlohnung

Um sich den Einstellungen zur Tarifbindung zu nähern, lohnt zunächst ein Blick auf die Ergebnisse aus dem nicht-experimentellen Umfrageteil. Darin werden die Teilnehmenden gefragt, wie sich die Tarifbindung eines Unternehmens ihrer Meinung nach auf Gehalt, Arbeitsplatzsicherheit, Arbeitszeitgestaltung, Weiterbildungsmöglichkeiten und Aufstiegsmöglichkeiten auswirkt. Als Antwortmöglichkeiten dienen „positiv“, „negativ“, „keine Auswirkung“ und „weiß nicht“ (Abbildung 2). Bei dieser direkten Abfrage wird eine Tarifbindung durchweg positiv konnotiert. So schreiben beim Gehalt vier von fünf Befragten und bei der Arbeitsplatzsicherheit sowie der Arbeitszeitgestaltung etwa zwei von drei Befragten einer Tarifbindung eine positive

Assoziationen mit Tarifbindung

Abbildung 2

Angaben in Prozent

■ Positiv ■ Negativ ■ Keine Auswirkung ■ Weiß nicht



Frage: Stellen Sie sich vor, in einem Unternehmen gilt ein Tarifvertrag.

Inwiefern wirkt sich eine solche Tarifbindung Ihrer Meinung nach auf folgende Aspekte aus?

Quelle: Auswahlexperiment zur Jobwahl 2023

Abbildung 2: <https://dl.iwkoeln.de/index.php/s/RTbQK3BEnAJGSEK>

Wirkung zu. Bei Weiterbildungs- und Aufstiegsmöglichkeiten sehen immerhin noch 48 beziehungsweise 44 Prozent einen positiven Einfluss. Über alle Kategorien hinweg stellen nur zwischen 5 und 8 Prozent negative Verknüpfungen her. Bei den Dimensionen mit niedrigeren positiven Bewertungen liegt ein höherer Anteil an Personen vor, die keine Auswirkungen einer Tarifbindung vermuten.

Knapp 80 Prozent der abhängig Beschäftigten geben an, mit ihrem Gehalt sehr oder überwiegend zufrieden zu sein. Dabei unterscheiden sich die Werte zwischen tariflich und in Anlehnung an einen Tarifvertrag bezahlten Beschäftigten kaum. In beiden Gruppen beläuft sich der Anteil der Zufriedenen auf 84 Prozent. Bei den Beschäftigten, die nicht nach Tarif vergütet werden, sind mit 66 Prozent zwar weniger mit ihrem Gehalt zufrieden, aber immer noch eine deutliche Mehrheit. Personen, die keine Angabe zu ihrem Tarifbindungsstatus machen konnten oder wollten, sind zu 71 Prozent zufrieden. Ob tatsächlich eine Tarifbindung oder eine Orientierung die Beschäftigten hinsichtlich ihres Gehalts zufriedener macht, bleibt an dieser Stelle jedoch offen. Die Unterschiede könnten auch statt mit dem Tarifbindungsstatus mit anderen Merkmalen wie der Unternehmensgröße in Verbindung stehen. Bei der Zufriedenheit mit der Arbeitszeitflexibilität ergeben sich kaum Differenzen nach Tarifbindungsstatus. Insgesamt

71 Prozent der Beschäftigten geben an, mit den Möglichkeiten der flexiblen Einteilung der Arbeitszeit sehr zufrieden oder überwiegend zufrieden zu sein.

Tarifgebundene Arbeitnehmer sind insgesamt zwar etwas zufriedener, aber die Unterschiede bei den Zufriedenheitswerten sind nicht sehr groß und auch nicht-tarifgebundene Beschäftigte sind mit ihren Arbeitsbedingungen mehrheitlich zufrieden. Zudem führt eine positive Konnotation nicht automatisch dazu, dass eine Tarifbindung auch als entscheidungsrelevantes Kriterium bei der Stellensuche dient. Ob sich die positive Einstellung zu einer Tarifbindung auch in der Bewerbungsentscheidung niederschlägt und sich Stellensuchende tatsächlich eher auf Stellenanzeigen von tarifgebundenen Unternehmen bewerben, soll daher nun unter Rückgriff auf die Ergebnisse des Auswahl-experiments untersucht werden.

Auswertung des Auswahl-experiments

Methodik: Da davon auszugehen ist, dass sich die Präferenzen zwischen den einzelnen Befragten deutlich unterscheiden und damit auch, ob eine Merkmalsausprägung als positiv oder negativ wahrgenommen wird, basiert die Auswertung des Auswahl-experiments auf einer hierarchischen Bayes-Schätzmethode. Ein gutes Beispiel hierfür ist die Arbeit im Homeoffice: Aufgrund persönlicher Umstände könnte eine vollständige Homeoffice-Arbeitskultur für eine Person sehr vorteilhaft, für eine andere hingegen praktisch nicht umsetzbar sein.

Die Schätzmethode bedient sich zweier Modelle: einem über- und einem untergeordneten Modell, die in einem iterativen Prozess konvergieren. Das übergeordnete Modell wird häufig auch als „population model“ bezeichnet, da es die aggregierten Auswahlwahrscheinlichkeiten aller Befragungsteilnehmer unter bestimmten (Verteilungs-)Annahmen schätzt. Im untergeordneten Modell, dem „individual model“, wird für jedes Individuum in der Stichprobe eine logistische Regression durchgeführt, um individuelle Präferenzen zu ermitteln. Werden die individuellen Präferenzen durch die Angaben in der Umfrage nicht ganzheitlich erklärt, lassen sich diese Lücken mit den verteilungsbasierten Annahmen schließen, indem sich das untergeordnete Modell Informationen aus dem übergeordneten Modell „leht“. Je mehr Informationen über die Präferenzen eines Teilnehmers im untergeordneten Modell – seinen individuellen

Daten – enthalten sind, desto weniger beeinflusst die Verteilung im übergeordneten Modell seine geschätzten Präferenzen. Erst wenn beide Schätzungen konvergieren, sich die Modelle durch einen wiederholten Informationsaustausch also nicht mehr weiter annähern, wird der Iterationsprozess beendet (Johnson, 2000, 8 ff.).

Aus der beschriebenen Bayes-Schätzmethode ergeben sich schließlich Präferenzwerte für jeden Befragten, die den Nutzen abbilden, der den einzelnen Merkmalsausprägungen beigemessen wird. Anhand dieser sogenannten Nützlichkeitswerte können die Ausprägungen innerhalb eines Merkmals miteinander verglichen werden. So kann mit ihrer Hilfe beispielsweise analysiert werden, ob eine Bezahlung nach Branchentarif oder eine marktgerechte Bezahlung präferiert wird oder welche Homeoffice-Regelungen besonders geschätzt werden. Die Nützlichkeitswerte sind um Null zentriert und können sowohl positive als auch negative Werte annehmen. Je höher der Wert, desto positiver wird eine Ausprägung gegenüber den anderen bewertet. Individuelle Nützlichkeitswerte werden je befragter Person für jede Merkmalsausprägung gebildet. Die aggregierte Nützlichkeit wird über den Durchschnitt der gesamten Stichprobe oder einer bestimmten Teilgruppe hinweg ermittelt (Oberst/Voigtländer, 2021, 16 f.).

Anhand der sogenannten Merkmalswichtigkeit kann zudem untersucht werden, welche Bedeutung einem Merkmal für die Auswahlentscheidung zukommt. Die Merkmalswichtigkeit beschreibt den maximalen Effekt, den ein Merkmal – mit den im Experiment vorgegebenen Ausprägungen – auf die Auswahlentscheidung ausübt (Orme, 2020, 11). Je höher der angegebene Wert bei der Wichtigkeit, desto einflussreicher ist das entsprechende Merkmal bei der Entscheidungsfindung. Angegeben werden die Merkmalswichtigkeiten als Prozentanteile und die Wichtigkeiten aller Merkmale summieren sich deshalb auf 100. Anhand der Wichtigkeit lässt sich beispielsweise beantworten, wie bedeutend die Bezahlung im Vergleich zu Homeoffice-Regelungen oder Befristungen für die Entscheidung ist, sich zu bewerben.

Die individuelle Wichtigkeit wird anhand des Abstands zwischen der am besten und der am schlechtesten bewerteten Ausprägung innerhalb eines Merkmals für jede befragte Person ermittelt. Wirkt sich eine Ausprägung innerhalb eines Merkmals also besonders positiv und eine andere besonders negativ auf die Auswahlentscheidung

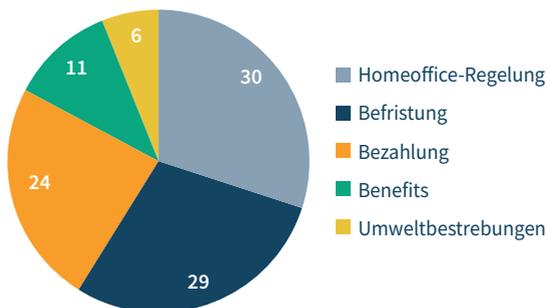
aus, ergibt sich daraus ein hoher Wert bei der Wichtigkeit. Um die aggregierte Wichtigkeit zu ermitteln, wird über alle Teilnehmenden hinweg ein Durchschnittswert gebildet. Da die Wichtigkeit von der Wahl der Merkmalsausprägungen abhängt, kann sie nicht unabhängig von der im Vorfeld des Experiments getroffenen Auswahl an Ausprägungen interpretiert werden. Bei der Ausgestaltung des Experiments sollten daher möglichst realistische Merkmalsausprägungen gewählt und keine relevanten ausgelassen werden (Oberst/Voigtländer, 2021, 16 f.).

Ergebnisse: Zunächst wird anhand der Merkmalswichtigkeit untersucht, welche Bedeutung dem Merkmal Bezahlung in der Umfrage zukommt. In einem zweiten Schritt geben die Nützlichkeitswerte Aufschluss darüber, wie die einzelnen Ausprägungen innerhalb des Merkmals Bezahlung bewertet werden und ob sich eine tarifliche Bezahlung positiv hervorheben kann.

Bei der Betrachtung der Merkmalswichtigkeiten zeigt sich, dass den Homeoffice-Regelungen mit 30 Prozent die höchste Wichtigkeit zukommt. Einen durchschnittlichen Einfluss von 29 Prozent auf die Auswahlentscheidung haben die Angaben zur Befristung und zu 24 Prozent hängt die Entscheidung für ein Stellenangebot von den Informationen zur Bezahlung ab. Umweltbestrebungen eines Unternehmens und Benefits

Durchschnittliche Merkmalswichtigkeit Angaben in Prozent

Abbildung 3



Quelle: Auswahlexperiment zur Jobwahl 2023

Abbildung 3: <https://dl.iwkoeln.de/index.php/s/57ZYxFGPRwgq4H5>

spielen mit Wichtigkeiten von 6 Prozent und 11 Prozent erwartungsgemäß eine untergeordnete Rolle (Abbildung 3). Die Bezahlung kann sich somit zwar nicht von den Merkmalen Befristung und Homeoffice abheben, spielt gemeinsam mit diesen jedoch die entscheidende Rolle bei der Auswahlentscheidung.

Auf den ersten Blick erscheint überraschend, dass im vorliegenden Experiment Homeoffice-Regelungen bei der Stellenauswahl „wichtiger“ sind als die Bezahlung. Erstens sind die Abstände jedoch gering und die Unterschiede sollten nicht überbewertet werden. Zweitens basiert die Berechnung der Wichtigkeit auf der Spanne zwischen der „besten“ und „schlechtesten“ Merkmalsausprägung. Während die Ausprägungen bei der Bezahlung per se alle eine positive Formulierung beinhalten und daher weniger polarisierend wirken, fallen die Bewertungen der Ausprägungen beim Homeoffice weiter auseinander. So dürfte kaum ein potenzieller Bewerber eine „leistungsgerechte Bezahlung“ gegenüber einer „marktgerechten Bezahlung“ als absolutes Ausschlusskriterium ansehen, während dies bei der Wahl zwischen „nur Homeoffice“ oder „kein Homeoffice möglich“ durchaus denkbar ist. Ähnlich polarisierend können die Ausprägungen beim Merkmal Befristung wirken, wenn beispielsweise eine befristete Anstellung für einen Stellensuchenden nicht infrage kommt. Zudem könnten Bewerber bei der Entlohnung eher noch einen Verhandlungsspielraum erwarten als bei den Homeoffice-Regelungen oder einer Befristung, sodass die Angaben dazu in der Stellenanzeige etwas schwächer gewichtet werden.

Im Fokus des Experiments steht die Frage nach der Bedeutung einer tariflichen Entlohnung. Daher interessiert besonders, wie die Ausprägungen innerhalb des Merkmals „Bezahlung“ bewertet werden. Um die Merkmalsausprägungen innerhalb eines Merkmals miteinander zu vergleichen, werden die durchschnittlichen Nützlichkeitswerte herangezogen. Dabei zeigt sich, dass die Formulierung „übertarifliche Bezahlung“ deutlich hervorsticht. Findet sich diese Ausprägung in einer Stellenanzeige, begünstigt dies die Auswahl dieser Alternative erheblich. Mit deutlichem Abstand folgt eine „Bezahlung nach Branchentarif“, die sich jedoch kaum von den Ausprägungen „leistungsgerechte Bezahlung“ und „marktgerechte Bezahlung“ abheben kann. Dieser Befund legt die Interpretation nahe, dass eine tarifliche Bezahlung als durchschnittliche Bezahlung gewertet wird und somit kein starkes positives Signal aussenden

kann. Stattdessen scheint das „über“ in der Formulierung „übertarifliche Bezahlung“ potenzielle Bewerber anzuziehen. Die Angabe einer „am Branchentarif orientierten Bezahlung“ wird von den Befragten wenig geschätzt und reiht sich noch hinter den Ausprägungen „leistungsgerechte Bezahlung“ und „marktgerechte Bezahlung“ ein. Unternehmen sollten es vermeiden, auf Informationen zur Bezahlung komplett zu verzichten. Denn so schneidet die Option „keine Angabe“ bei diesem Merkmal mit Abstand am schlechtesten ab.

Auch wenn vier von fünf Befragten einer Tarifbindung eine positive Wirkung hinsichtlich des Gehalts zuschreiben (s. Abbildung 2), kommt einer tariflichen Bezahlung bei der Bewerbungsentscheidung keine herausgehobene Stellung zu. Zudem fallen als wenig aussagekräftig erscheinende Formulierungen wie markt- oder leistungsgerechte Bezahlung im Vergleich zur deutlich konkreteren Angabe einer tariflichen Bezahlung nicht ab. Insgesamt legen die Ergebnisse die Vermutung nahe, dass es in Stellenanzeigen allgemein schwierig für Unternehmen ist, beim Merkmal Bezahlung hervorstechen. Schaffen es Unternehmen durch Angaben wie „übertariflich“ zu signalisieren, dass bei ihnen eine bessere Bezahlung herrscht, kann dies jedoch helfen, potenzielle Bewerber zu überzeugen. Dadurch werden auf Bewerberseite aber auch entsprechende Erwartungen geweckt, die im weiteren Bewerbungsverlauf erfüllt werden müssen.

Bei den beschriebenen Präferenzen handelt es sich um Durchschnittswerte. Beim Blick auf einzelne Subgruppen ergeben sich jedoch – zumindest entlang klassischer Einflussfaktoren wie Alter, Geschlecht oder Familienstand – kaum Unterschiede. Wie eine tarifliche Bezahlung bewertet wird, hängt somit nicht von soziodemografischen Eigenschaften ab. Auch bezüglich anderer abgefragter Indikatoren finden sich keine entscheidenden Differenzen. Stattdessen könnten beispielsweise berufsspezifische Faktoren, unterschiedliche Karriereorientierungen oder die aktuelle Einkommenssituation des Haushalts eine Rolle spielen. Dies gilt es, in weiteren Studien zu erforschen.

Neben der Bezahlung zeigen sich auch für weitere im Experiment berücksichtigte Merkmale interessante Befunde. Wenig überraschend werden unbefristete Anstellungen gegenüber befristeten deutlich bevorzugt. Der Zusatz „mit Option auf Festanstellung“ kann die Auswahlwahrscheinlichkeit einer Stellenanzeige im Vergleich zur

Ausprägung „befristete Anstellung“ positiv beeinflussen. Eine fehlende Angabe zur Art des Anstellungsverhältnisses senkt die durchschnittliche Auswahlwahrscheinlichkeit deutlich. Beim Thema Homeoffice wird im Durchschnitt die Ausprägung „flexible Homeoffice-Regelungen“ bevorzugt. Diese Variante schneidet noch besser ab als die Formulierung „bis zu 100 Prozent Homeoffice möglich“, die sich jedoch ebenfalls positiv hervorheben kann. Mithin werden zwei ähnliche Formulierungen, die beide eine vergleichbare Flexibilität beim Thema Homeoffice ausdrücken, unterschiedlich bewertet. Auch kleinere Unterschiede in der Formulierung können sich somit auf die empfundene Attraktivität einer Stellenanzeige auswirken. Die Extreme „kein Homeoffice möglich“ und „nur Homeoffice“ können deutlich weniger Befragte überzeugen, wobei die Information, dass kein Homeoffice angeboten wird, am wenigsten präferiert wird.

Fazit

Die Ergebnisse der vorliegenden Analyse legen nahe, dass die Bezahlung in Stellenanzeigen zwar eine wichtige Rolle spielt, jedoch im ersten Bewerbungsschritt nicht stärker gewichtet wird als Informationen zu Homeoffice-Regelungen oder einer möglichen Befristung. Zudem zeigt sich, dass innerhalb des Merkmals Bezahlung sich lediglich eine „übertarifliche Bezahlung“ von sonst geläufigen Formulierungen abheben kann. Die Angabe, dass nach einem Branchentarif bezahlt wird, wird hingegen nicht positiver bewertet als der Hinweis auf eine marktgerechte oder leistungsgerechte Bezahlung. Wird zur Bezahlung keinerlei Angabe gemacht, wirkt sich das wiederum negativ auf die Auswahlwahrscheinlichkeit einer Stellenanzeige aus.

Einer tariflichen Bezahlung kommt bei der Bewerbungsentscheidung somit keine herausgehobene Bedeutung zu. Als Signal für gute Arbeitsbedingungen und damit als Werbemittel gegenüber potenziellen Bewerbern kann der Hinweis auf eine Bezahlung nach Branchentarif daher nicht genutzt werden. Ob dies an einer fehlenden Wahrnehmung liegt, da die Information beim Scannen einer Stellenanzeige untergeht oder keine starke Präferenz für eine tarifliche Bezahlung bei den Beschäftigten vorliegt, kann auf Grundlage des Experiments nicht endgültig geklärt werden. Daher bleibt zu untersuchen, ob die Befunde anders ausfallen würden, wenn in den Stellenanzeigen allgemein auf eine Tarifbindung verwiesen würde und nicht nur in Verbindung mit der

Bezahlung. Zudem bleibt offen, welche Rolle eine Tarifbindung im weiteren Bewerbungsprozess spielt. Darüber hinaus bleibt zu beachten, dass die Ergebnisse immer nur in Abhängigkeit vom verwendeten Design des Experiments interpretiert werden können. Andere Merkmalskombinationen und eine andere Auswahl an Merkmalsausprägungen können zu abweichenden Befunden führen. Unterschiedliche Varianten des vorgestellten Auswahlexperiments könnten daher helfen, ein umfassenderes Bild zu erhalten.

Vor dem Hintergrund des Fachkräftemangels besteht somit weiterer Forschungsbedarf zu den Präferenzen und entscheidungsrelevanten Faktoren von Beschäftigten bei der Stellensuche. Hinsichtlich der Bedeutung einer Tarifbindung erscheint eine belastbare Forschungslage als besonders relevant, da die Rufe nach einer politischen Förderung von tariflicher Vergütung immer lauter werden. Neben einem Bundestariftreuegesetz setzt sich die Gewerkschaftsseite beispielsweise für eine umfassendere Nutzung der Allgemeinverbindlicherklärung ein (DGB, 2023). Wenn Beschäftigte einer tariflichen Bezahlung bei der Stellensuche jedoch keine hohe Priorität zuschreiben und gleichzeitig immer seltener bereit sind, in Gewerkschaften einzutreten, um sich für Tariflöhne einzusetzen, fehlt es an überzeugenden Argumenten, warum die Politik auf diesem Feld aktiv werden sollte.

Literatur

Abramovskij, Marina / Enneking, Ulrich, 2017, Wirkung von Arbeitgebersiegeln auf potenzielle Bewerber mittelständischer Unternehmen: Eine empirische Analyse am Beispiel der Ernährungsindustrie, in: German Journal of Agricultural Economics, 66. Jg., Nr. 3, S. 172–187

Auspurg, Katrin / Liebe, Ulf, 2011, Choice-Experimente und die Messung von Handlungsentscheidungen in der Soziologie, in: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, 63. Jg., Nr. 2, S. 301–314

BMAS – Bundesministerium für Arbeit und Soziales, 2024, „Wir brauchen mehr gute Arbeit, die nach Tariflöhnen bezahlt wird“, Interview von Hubertus Heil mit der Rheinischen Post, <https://www.bmas.de/DE/Service/Presse/Interviews/2024/2024-01-20-rp.html> [11.6.2024]

BMAS – Bundesministerium für Arbeit und Soziales / BMF – Bundesministerium der Finanzen, 2021, Fairer Mindestlohn – Starke Sozialpartnerschaft: Eckpunkte zur Weiterentwicklung des Mindestlohns und Stärkung der Tarifbindung, https://www.bmas.de/SharedDocs/Downloads/DE/Arbeitsrecht/fairer-mindestlohn.pdf?__blob=publicationFile&v=6 [25.6.2024]

Burstedde, Alexander / Kolev-Schaefer, Galina, 2024, Die Kosten des Fachkräftemangels, IW-Kurzbericht, Nr. 27, Köln

Burstedde, Alexander / Kunath, Gero / Werner, Dirk, 2023, Fachkräftemangel trotz Arbeitslosigkeit – kein Widerspruch, IW-Kurzbericht, Nr. 47, Köln

CDU – Christlich Demokratische Union, 2023, Beschlüsse des Bundesausschusses der CDU Deutschlands am 16. Juni in Berlin, Sachanträge und Initiativanträge, <https://www.cdu-bundesausschuss.de/file/5804/download?token=SGo0fk4G> [5.3.2024]

DGB – Deutscher Gewerkschaftsbund, 2023, Mehr Tarifverträge für Gute Arbeit und Gutes Leben. #Tarifwende: Jetzt! Stärke mit uns die Tarifbindung und deine eigenen Rechte bei der Arbeit, <https://www.dgb.de/mitmachen/kampagnen/tarifwende/> [4.7.2024]

Hohendanner, Christian / Kohaut, Susanne, 2024, 75 Jahre Tarifvertragsgesetz: Sind Branchentarife und betriebliche Mitbestimmung ein Auslaufmodell?, IAB-Forum, 22.04.2024, <https://www.iab-forum.de/75-jahre-tarifvertragsgesetz-sind-branchentarife-und-betriebliche-mitbestimmung-ein-auslaufmodell/> [11.6.2024]

IG Metall Bezirk Küste, 2024, Handwerk: Tarifflicht verhindern, <https://kueste.igmetall.de/branchen/handwerk/tarifflicht-verhindern> [5.3.2024]

Johnson, Richard M., 2000, Understanding HB: An Intuitive Approach, Sawtooth Software: Research Paper Series, <https://sawtoothsoftware.com/resources/technical-papers/understanding-hb-an-intuitive-approach> [2.7.2024]

Lohaus, Daniela / Rietz, Christian, 2015, Arbeitgeberattraktivität: Der Stellenwert von Bekanntheit und Labels in der frühen Rekrutierungsphase, in: Zeitschrift für Arbeits- und Organisationspsychologie, 59. Jg., Nr. 2, S. 70–84

Oberst, Christian / Voigtländer, Michael, 2021, Haus oder Wohnung? Stadt oder Land? Ein Auswahlexperiment zur Wohnstandortentscheidung, IW-Gutachten im Auftrag der Deutschen Reihenhaus AG, Köln

Orme, Bryan K., 2020, Getting started with conjoint analysis. Strategies for product design and pricing research, 4. Aufl., Manhattan Beach, CA

Collectively Agreed Wages as an Instrument for Recruiting Skilled Labour? Results of a Selection Experiment Examining how Job Applicants Decide

Companies are increasingly focussing their attention on the recruitment of skilled workers and thus facing the growing challenge of making their job advertisements as attractive as possible. Since the public debate often links collective bargaining agreements with good working conditions, it is natural to ask whether enterprises bound by collective agreements can use the resulting pay levels as an advertising advantage. To answer this question, the authors investigated whether a reference to collectively agreed wages could be used in job advertisements to persuade potential employees to apply. Based on a survey and an integrated selection experiment with 2,114 participants, the study particularly examines the influence of collectively agreed wages on the decision to respond to a job advertisement. The results show that despite the predominantly positive associations between collective bargaining agreements and an employer's salary structure, potential applicants are no more motivated by collectively agreed wages than by fair market wages or performance-based wages. Only a reference to pay above the collectively agreed sectoral standard can make a job advertisement stand out. Moreover, the study makes clear that, in addition to salary, other factors such as arrangements for working from home and fixed-term contracts can determine whether or not an application is sent.