

Stefan Höft, Benedikt Hell*

Die Bindungswirkung von Unternehmenspraktika im Rahmen des Hochschulmarketings: Affektives Commitment als endogene und exogene Variable**

Unternehmenspraktika gelten als wirkungsvolle Personalmarketing-Maßnahmen zur Bindung zukünftiger Mitarbeiter und werden von Organisationen häufig zur Personalrekrutierung und Personalauswahl herangezogen. In der berichteten Studie wird die Bindungswirkung solcher Praktika unter Rückgriff auf das psychologische Konstrukt „affektives Commitment“ untersucht. Im Mittelpunkt stehen dabei die durch die beschäftigende Organisation veränderbaren Rahmenbedingungen eines Praktikums und die durch Praktika erzielten Resultate. Als Datengrundlage dienen Selbstauskünfte zum Praktikums erleben von 83 Studierenden der Wirtschafts- und Ingenieurwissenschaften. Mit Hilfe von Regressions- und Pfadanalysen wird gezeigt, dass die Integration der Praktikanten in den Arbeitsprozess eine Schlüsselvariable für das Commitment der Praktikanten zur beschäftigenden Organisation darstellt. Commitment weist bedeutsame Zusammenhänge mit der Praktikumszufriedenheit auf und leistet einen substantiellen Beitrag zur Vorhersage des Wunsches, nach dem Studium in der Organisation arbeiten zu wollen. Extrinsische Motivatoren, wie die Höhe der Bezahlung während des Praktikums, wirken sich weder auf das Commitment noch auf die Zufriedenheit mit dem Praktikum oder den Wunsch aus, in der betreffenden Organisation später zu arbeiten.

Bonding Students by Internships: Affective Commitment as an Endogenous and Exogenous Variable

Internships are considered to be effective personnel marketing instruments to recruit future employees. In the reported study the impact of internships is investigated utilizing the psychological construct “affective commitment”. The investigation focuses particularly on those internship elements which are easily manageable by the employing organization, e.g. aspects of initiation and realization of internships.. The dataset relies on self reports of 83 business administration and engineering students concerning their internship experiences. Using regression and path analyses it is shown that integration into the ongoing working process represents a key element for the commitment of the interns. Commitment shows relevant relations to satisfaction with the internship and contributes substantially to the prediction of the desire to work for the organization. Extrinsic motivators such as amount of payment have neither influence on commitment nor on contentment concerning the internship or the wish to work for the specific organization in future.

Key words: **Commitment, Internship, Personnel Recruiting,
Organizational Attractiveness**

* Dr. Stefan Höft, Wissenschaftlicher Mitarbeiter in der Abteilung Luft- & Raumfahrt-psychologie, Deutsches Zentrum für Luft- und Raumfahrt e.V. (DLR), Sportallee 54a, D – 22335 Hamburg. E-mail: stefan.hoef@dlr.de.

Dr. Benedikt Hell, Wissenschaftlicher Mitarbeiter am Lehrstuhl für Psychologie (540F), Universität Hohenheim, D – 70593 Stuttgart. E-mail: hell@uni-hohenheim.de.

** Artikel eingegangen: 16.8.2006
revidierte Fassung akzeptiert nach doppelt-blindem Begutachtungsverfahren: 17.1.2007.