

Wie niet mooi is moet betrouwbaar zijn

Uit experimenteel onderzoek blijkt dat zowel aantrekkelijkheid als persoonlijkheidskenmerken succes op de arbeidsmarkt bepalen. Bovendien gelden ze als substituten voor elkaar: gepercipieerde betrouwbaarheid heeft een grotere impact op de kansen dat minder aantrekkelijke kandidaten aangenomen worden. Het is aan de overheid om enerzijds werkzoekenden hiervan bewust te maken en anderzijds eventuele discriminatie door werkgevers terug te dringen.

ANKE PENNINCK

Doctoraal onderzoeker aan de Universiteit Gent

STIJN BAERT

Postdoctoraal onderzoeker aan de Universiteit Gent

ELSY VERHOFSTADT

Docent aan de Universiteit Gent

“Winkelketen discrimineert met knap personeel” (NRC, 2013). “Lelijke mensen verdienen minder” (De Standaard, 2010). Het zijn voorbeelden van krantenkoppen die men frequent tegenkomt over ongelijke behandeling op basis van uiterlijke kenmerken, die steeds voor polemiek zorgen. De vraag of deze krantenkoppen verwijzen naar unieke gevallen dan wel naar een structureel probleem, heeft in de afgelopen jaren de nieuwsgierigheid van menig econoom geprikkeld.

Die bestudeerde enerzijds de impact van aantrekkelijkheid, of preciezer gezegd de subjectieve beleving van aantrekkelijkheid, op arbeidsmarkttuitkomsten. Zo vonden Hamermesh en Biddle (1994) voor de Verenigde Staten bewijs zowel voor het bestaan van een schoonheidspremie voor werknemers die als aantrekkelijker dan gemiddeld worden ervaren als voor een loonsanctie voor hen die als uitgesproken onaantrekkelijk worden beschouwd. Deze loonsanctie bedraagt volgens hen gemiddeld negen procent, terwijl de schoonheidspremie gemiddeld slechts vijf procent bedraagt. In de Verenigde Staten zou ook bijscholing zich bij aantrek-

kelijke werknemers eerder in een loonsverhoging vertalen dan bij minder aantrekkelijke werknemers (Fletcher, 2007). De schoonheidspremie is evenwel geen fenomeen dat zich beperkt tot de VS. López Bóo *et al.* (2013) en Ruffle en Shtudiner (2010) stellen vast dat aantrekkelijke mensen in respectievelijk Argentinië en Israël meer kans maken om aangenomen te worden. Voor Zweden stelt Rooth (2009) dit effect enkel vast voor mannen. Bovendien blijkt uit een onderzoek voor West-Schotland (Benzeval *et al.*, 2013) dat de impact van aantrekkelijkheid persistent is tijdens de hele professionele carrière.

Anderzijds onderzochten economen het effect van persoonlijkheidskenmerken, die net zoals aantrekkelijkheid onbewust worden opgemaakt uit uiterlijke kenmerken, op arbeidsmarkttuitkomsten. Onder persoonlijkheidskenmerken verstaat men doorgaans de ‘Grote Vijf’ met betrekking tot persoonlijkheidsdimensies: extraversie, betrouwbaarheid, mildheid, emotionele stabiliteit en openheid (De Raad en Doddema-Winsemius, 2006). Uit Nederlands onderzoek blijkt dat betrouwbaar geachte schoolverlaters een hoger startersloon genieten (Nyhus en Pons, 2005). Heineck en Anger (2010) vinden dat in de Duitse arbeidsmarkt betrouwbaar geachte mannen tijdens hun carrière gemiddeld vijf procent meer verdienen dan hun minder betrouwbaar geachte mannelijke collega’s.

Het uiterlijk van een individu heeft dus duidelijk, hetzij via de aantrekkelijkheid, hetzij via de uitgestraalde persoonlijkheidskenmerken, een impact op de arbeidsmarkttuitkomsten. Aantrekkelijkheid en zichtbare persoonlijkheidskenmerken staan echter niet los van elkaar. Beide zijn af te lezen van het uiterlijk en kunnen overlappen (kader 1). Dit wijst op het belang van het gezamenlijk bestuderen van deze twee invloeden van het uiterlijk op arbeidsmarkttuitkomsten. Daarom is een laboratoriumexperiment uitgevoerd met Vlaamse studenten door Baert en Decuyper (2014).

Beleidsrelevant aan het onderzoek is dat zowel de Nederlandse als de Belgische wetgever discriminatie op de ar-

beidsmarkt niet duldt. Enkele discriminatiegronden, zoals sekse en ras, worden daarbij expliciet genoemd, maar aantrekkelijkheid niet. Indien er systematische aanwijzingen bestaan voor discriminatie op basis van het uiterlijk die losstaan van observeerbare persoonlijkheidseigenschappen, is het aan de overheid om hiertegen op te treden. Het louter expliciet opnemen van aantrekkelijkheid als discriminatiegrond in de bestaande wetgeving zal geen soelaas bieden, een meer actieve aanpak is nodig.

Mooi zou goed zijn

KADER 1

De impliciete-persoonlijkheidstheorie stelt dat men zich bij het bepalen van iemands persoonlijkheid onder meer baseert op diens aantrekkelijkheid (Schneider, 1973). Zo is het mogelijk dat aantrekkelijke mensen steevast positiever beoordeeld worden dan anderen. Dion *et al.* (1972) onderwierpen dit aan een test en stelden vast dat aan aantrekkelijke mensen effectief meer sociaal gewenste karakteristieken, zoals sociale competentie, worden toegeschreven dan aan minder aantrekkelijke mensen. Recent onderzoek gaat na welke van de Grote Vijf van persoonlijkheidskenmerken effectief aan aantrekkelijkheid worden gelinkt (Fink *et al.*, 2006). Zowel emotionele stabiliteit als extraversie wordt geassocieerd met aantrekkelijkheid, terwijl er een negatief verband bestaat tussen openheid en aantrekkelijkheid, alsook tussen mildheid en aantrekkelijkheid. Bewijs voor een significante correlatie tussen betrouwbaarheid en aantrekkelijkheid is er niet.

Het verband tussen aantrekkelijkheid en persoonlijkheidskenmerken loopt echter niet in één richting. Zo hebben persoonlijkheidskenmerken ook omgekeerd een invloed op hoe men iemands aantrekkelijkheid evalueert. Individuen die geassocieerd worden met positieve persoonlijkheidskenmerken worden als aantrekkelijker beschouwd dan individuen aan wie negatieve persoonlijkheidskenmerken worden toegeschreven. Wat goed is, blijkt dus ook mooi (Zhang *et al.*, 2014).

Het effect van aantrekkelijkheid en observeerbare persoonlijkheidskenmerken op arbeidsmarktuitkomsten kan dus beter gezamenlijk bestudeerd worden. Tot op heden kozen echter weinig onderzoekers deze weg. Een uitzondering is de studie van Scholz en Sicinski (2015), die nagingen welk effect aantrekkelijkheid, gebaseerd op foto's uit oude jaarboeken, heeft op het loon. Zij vonden bewijs voor een substantiële schoonheidspremie en onderzochten de kanalen waarlangs aantrekkelijkheid een invloed uitoefent, waaronder de samenhang tussen (gepercipieerde) aantrekkelijkheid en enkele van de vijf persoonlijkheidskenmerken. Deze samenhang bleek inderdaad verantwoordelijk voor een deel van de schoonheidspremie.

HET EXPERIMENT

Om het effect van aantrekkelijkheid en observeerbare persoonlijkheidskenmerken op aannamekansen te bestuderen, voerden Baert en Decuypere (2014) een laboratoriumexperiment uit. Zoals elk laboratoriumexperiment vindt ook dit plaats in een sterk gecontroleerde, niet-natuurlijke omgeving. Deelnemers nemen een bepaalde rol op zich en beslissen in fictieve vraagstukken. Een voordeel in vergelijking met een veldexperiment is dat laboratoriumexperimenten maximale controle bieden over de verschillende factoren die de uitkomst van het onderzoek zouden kunnen beïnvloeden. Een nadeel is dan weer dat het onzeker is of de resultaten binnen de artificiële omgeving zich ook manifesteren in de realiteit.

Alle studenten van het opleidingsonderdeel Micro-economie aan de Universiteit Gent kregen in november 2012 de vraag om deel te nemen aan het experiment. Van hen namen er 159, oftewel 32 procent, effectief deel. Zij werden allereerst geïnformeerd over hun rol van selecteur voor startersbanen in de financiële sector. Ze kregen vervolgens ieder 22 foto's van mannelijke schoolverlaters voorge-

Aantrekkelijkheid en zichtbare persoonlijkheid staan niet los van elkaar en zijn beide af te lezen van het uiterlijk

schoteld. De deelnemers werden verder geïnformeerd dat deze schoolverlaters allen over hetzelfde diploma beschikten, aan alle vacaturevereisten voldeden en identiek waren wat betreft diploma, ervaring en overige baangerelateerde kenmerken. De selecteurs kregen als opdracht om, op basis van de foto's, te oordelen over enkele kenmerken van de fictieve kandidaten, en ook over de waarschijnlijkheid waarmee ze deze zouden uitnodigen voor een sollicitatiegesprek. Het doel van het onderzoek werd evenwel niet aan de deelnemers meegedeeld.

De participanten beoordeelden per kandidaat twaalf uitspraken door middel van een zevenpunts-Likertschaal lopende van 'helemaal niet akkoord' tot 'helemaal akkoord'. Eerst kregen de studenten twee uitspraken per te beoordelen persoonlijkheidskenmerk, namelijk mildheid, betrouwbaarheid, emotionele stabiliteit, extraversie en openheid, voorgelegd. Deze uitspraken waren een Nederlandse vertaling van de zogenaamde *Ten-Item Personality Inventory*, een gevalideerd instrument om voornoemde Grote Vijf van persoonlijkheidskenmerken te meten, ontworpen door Gosling *et al.* (2003). Zo werden met betrekking tot het persoonlijkheidskenmerk 'betrouwbaarheid' de stellingen "Deze persoon is betrouwbaar en gedisciplineerd" en "Deze

persoon is slordig en achteloos” voorgelegd. Vervolgens dienden de participanten door middel van één uitspraak (“Deze persoon is aantrekkelijk”) de aantrekkelijkheid van de kandidaat te evalueren en ten slotte beoordeelden ze een stelling omtrent de kans op een sollicitatiegesprek (“Ik zou deze persoon uitnodigen voor een baaninterview”). Zodoende verkregen de onderzoekers per foto een score van 1 tot 7 voor elk van de vijf persoonlijkheidskenmerken, aantrekkelijkheid en de kans om uitgenodigd te worden voor een sollicitatiegesprek.

Gepercipieerde aantrekkelijkheid en betrouwbaarheid hebben een aanzienlijke invloed op aannamekansen en gelden tot op zekere hoogte als substituten

Tabel 1 geeft een beeld van de onderzoeksresultaten aan de hand van drie eenvoudige lineaire regressies. Telkens wordt (de score voor) de kans op een sollicitatiegesprek geregresseerd op gepercipieerde aantrekkelijkheid en de geobserveerde Grote Vijf van persoonlijkheidskenmerken. Andere variabelen werden in deze analyses niet opgenomen omdat deze factoren als gevolg van het onderzoekswaardewerpen gelijk waren voor alle kandidaten. Eerst wordt een regressie uitgevoerd voor de volledige steekproef en daarna voor de observaties waarbij de fictieve baankandidaten een lage

score (1 of 2) kregen toegekend voor aantrekkelijkheid en ten slotte voor de observaties waarbij deze een hoge score (6 of 7) kregen. De resultaten van de eerste regressie liggen in de lijn van de internationale bevindingen. Allereerst is er een belangrijk effect van aantrekkelijkheid. Een verhoging van de gepercipieerde aantrekkelijkheid met één punt (op de zevenpuntsschaal), verhoogt de kans op een sollicitatiegesprek met 0,29 punten. Daarnaast is er ook een zeer belangrijke rol voor gepercipieerde betrouwbaarheid en hebben ook emotionele stabiliteit, extraversie en openheid een positief effect. Wanneer wordt gekeken naar de regressies op basis van de deelsteekproeven van individuen met een lage of hoge aantrekkelijkheid, valt in het bijzonder op dat betrouwbaarheid minder sterk loont voor aantrekkelijke personen. Aantrekkelijkheid en betrouwbaarheid blijken dus in zekere zin substituten.

Uit verdere analyses die Baert en Decuyper (2014) uitvoerden, blijkt dat mannelijke selecteurs gepercipieerde aantrekkelijkheid en betrouwbaarheid meer belonen dan de vrouwelijke. Gepercipieerde mildheid (licht negatief) en openheid beïnvloeden de aannamebeslissingen van de vrouwelijke selecteurs sterker. De resultaten uit tabel 1 blijven verder overeind wanneer gebruik wordt gemaakt van een binair regressiemodel (een probitmodel) en ook wanneer interacties tussen persoonlijkheidskenmerken en aantrekkelijkheid geïntroduceerd worden.

Gegeven dat studenten sollicitanten nagenoeg identiek beoordelen als professionele selecteurs (Hosoda *et al.*, 2003; Falk *et al.*, 2013), lijken de resultaten in ruime mate generaliseerbaar voor de Vlaamse arbeidsmarkt. Daarnaast kunnen de resultaten als oorzakelijk geïnterpreteerd worden omdat, gegeven het ontwerp van het experiment, geen andere factoren dan waargenomen persoonlijkheid en aantrekkelijkheid de aannamekansen van de fictieve sollicitanten konden beïnvloeden. Dit experiment verschaft echter, gezien zijn opzet, alleen inzicht in de eerste fase van het aannameproces.

CONCLUSIE EN BELEIDSAANBEVELINGEN

Aantrekkelijkheid en persoonlijkheid bepalen samen de mate waarin men succes heeft op de arbeidsmarkt. Het gelijktijdig bestuderen van beide in een Vlaams experiment toont dat gepercipieerde aantrekkelijkheid en betrouwbaarheid een gewichtige invloed hebben op aannamekansen en tot op zekere hoogte als substituten gelden.

Zowel in Nederland als in België duldt de wetgever discriminatie op de arbeidsmarkt niet. Doordat vormen van ongelijke behandeling op basis van aantrekkelijkheid en observeerbare persoonlijkheidskenmerken zich in een grijs gebied bevinden en moeilijk te staven zijn, leidden ze voornamelijk tot juridische disputen. Bovendien is voor wat betreft bepaalde persoonlijkheidskenmerken door eerder onderzoek aangetoond dat deze de productiviteit van werknemers kunnen verhogen, zodat ongelijke behandeling op basis van deze kenmerken ook naar de geest van de discriminatiewetgeving in Nederland en België aanvaardbaar is. Hetzelfde geldt voor aantrekkelijkheid in sectoren die gekenmerkt worden door intensief klantencontact. Niet zover een uitbreiding van de wetgeving, als wel een van overheidswege actieve aanpak met als doel het belang van

Gereduceerde regressies laboratoriumexperiment voor de kans op uitnodiging voor een sollicitatiegesprek TABEL 1

Variabele	Effectgrootte (alle observaties)	Effectgrootte (observaties lage aantrekkelijkheid)	Effectgrootte (observaties hoge aantrekkelijkheid)
Aantrekkelijkheid	0,29***	0,16	-0,01
Mildheid	-0,00	0,04	0,06
Betrouwbaarheid	0,47***	0,48***	0,31***
Emotionele stabiliteit	0,19***	0,22***	0,19**
Extraversie	0,09***	0,12***	0,15**
Openheid	0,08***	0,07	0,00
Constante	-0,21	-0,39	2,18
Observaties	3747	955	439

Zowel de afhankelijke als de onafhankelijke variabele zijn scores tussen 1 en 7
 / Significat op respectievelijk vijf- en eenprocentniveau

Bron: eigen berekeningen op basis van gegevens uit Baert en Decuyper, 2014

aantrekkelijkheid in bepaalde sectoren terug te dringen en discriminatie in de overige sectoren te verhinderen, is noodzakelijk. Enkele beleidsaanbevelingen dringen zich op.

Indien het de wens is van de overheid om de impact van het uiterlijk op baankansen in te perken, kan zij in de eerste plaats zelf het goede voorbeeld geven door bijvoorbeeld bewust minder aantrekkelijke mensen te werven voor functies met veel klantencontact om zo stereotypen te ontcrachten of door bijvoorbeeld alleen sollicitaties zonder foto als ontvankelijk te verklaren. Als de cv's van de kandidaten ontdaan zijn van een foto, kan ongelijke behandeling worden ingeperkt. De overheid kan deze werkwijze bovendien promoten in andere sectoren. Deze voorkomt evenwel enkel ongelijke behandeling in de eerste fase van het aannameproces. Maar gezien de populariteit van sociale media en het feit dat selecteurs van deze nieuwe media gebruikmaken tijdens het besluitvormingsproces, is visuele anonimiteit zelfs niet gegarandeerd tijdens deze eerste fase. Tevens kan de overheid werkzoekenden actief aansporen om tijd en aandacht te geven aan hun uiterlijk bij het solliciteren. Nu raadt de Vlaamse Dienst voor Arbeidsbemiddeling en Beroepsopleiding in Vlaanderen de werklozen die hij begeleidt aan om voorzichtig om te springen met foto's die worden meegestuurd met het cv en noemt hij enkele richtlijnen met betrekking tot het uiterlijke voorkomen op een sollicitatiegesprek. Ook sommige stedelijke overheden – zowel in Nederland als in België – ondernamen in het recente verleden actie. In Beverwijk worden sollicitanten die zich niet verzorgd aanmelden voor een sollicitatiegesprek beboet en in Brugge kunnen arme werkzoekenden zich wenden tot het Openbaar Centrum voor Maatschappelijk Welzijn om renteloze leningen te verkrijgen voor tandprothesen met als doel hun uiterlijk op te waarden zodat ze sneller een baan kunnen vinden. Dergelijke eenvoudige maar creatieve initiatieven moedigen we aan.

Ook de sollicitant dient zich aan te passen. Deze beweert veel aandacht aan de inhoud van zijn cv en motivatiebrief, maar is zich mogelijk te weinig bewust van de impact van de foto die hij eraan toevoegt. Aangezien die foto verrijkende gevolgen kan hebben, is het uitermate belangrijk om een goede foto te kiezen. Dit lijkt zeker het geval voor minder aantrekkelijke sollicitanten. Daar aantrekkelijkheid en betrouwbaarheid in zekere zin substituten blijken, kunnen zij hun kansen positief beïnvloeden door een betrouwbare indruk te wekken op de foto die ze koppelen aan hun cv.

LITERATUUR

- Baert, S. en L. Decuyper (2014) Better sexy than flexy? A lab experiment assessing the impact of perceived attractiveness and personality traits on hiring decisions. *Applied Economic Letters*, 21(9), 597–601.
- Benzeval M., M. Green en S. Macintyre (2013) Does perceived physical attractiveness in adolescence predict better socioeconomic position in adulthood? *PLoS ONE*, 8(5), e63975.
- De Standaard (2010) Lelijke mensen verdienen minder. *De Standaard*, 13 april.
- Dion, K., E. Berscheid en E. Walster (1972) What is beautiful, is good. *Journal of Personality and Social Psychology*, 24(3), 285–290.
- Falk, A., S. Meier en C. Zehnder (2013) Do lab experiments misrepresent social preferences? The case of self-selected student samples. *Journal of the European Economic Association*, 11(4), 839–852.
- Fink, B., N. Neave, J. Manning en K. Grammer (2006) Facial symmetry and judgements of attractiveness, health and personality. *Personality and Individual Differences*, 41, 491–499.
- Fletcher, J. (2007) Beauty vs. brains: early labor market outcomes of high school graduates. *Economics Letters*, 105(3), 321–325.
- Gosling, S.D., P.J. Rentfrow en W.B. Swann (2003) A very brief measure of the Big-Five personality domains. *Journal of Research in Personality*, 37, 504–528.
- Hamermesh, D. en J. Biddle (1994) Beauty and the labor market. *American Economic Review*, 84(5), 1174–1194.
- Heineck, G. en S. Anger (2010) The returns to cognitive abilities and personality traits in Germany. *Labor Economics*, 17(3), 535–546.
- Hosoda, M., E. Stone-Romero en G. Coats (2003) The effects of physical attractiveness on job-related outcomes: a meta-analysis of experimental studies. *Personnel Psychology*, 56(2), 431–462.
- López Bóo, F., M. Rossi en S. Urzúa (2013) The labor market return to an attractive face: Evidence from a field experiment. *Economics Letters*, 118(1), 170–172.
- NRC (2013) Abercrombie & Fitch discrimineert met knap personeel. *NRC Handelsblad*, 26 juli.
- Nyhus, E. en E. Pons (2005) The effects of personality on earnings. *Journal of Economic Psychology*, 26(3), 363–384.
- Raad, B. de, en M. Diddema-Winsemius (2006) *De Big 5 persoonlijkheidsfactoren*. Amsterdam: Nieuwezijds.
- Rooth, D. (2009) Obesity, attractiveness, and differential treatment in hiring: a field experiment. *Journal of Human Resources*, 44(3), 710–735.
- Ruffle, B. en Z. Shtudiner (2010) *Are good-looking people more employable?* Beersjeva (Israël): Monaster Center for Economic Research.
- Schneider, D. J. (1973) Implicit personality theory: A review. *Psychological Bulletin*, 79(5), 294–309.
- Scholz, J. en K. Sicsinski (2015) Facial attractiveness and lifetime earnings: evidence from a cohort study. *Review of Economics and Statistics*, te verschijnen.
- Zhang, Y., F. Kong, Y. Zhong en H. Kou (2014) Personality manipulations: do they modulate facial attractiveness ratings? *Personality and Individual Differences*, 70, 80–84.