



universität
wien

DIPLOMARBEIT

Titel der Diplomarbeit

Auswirkungen eines speziellen Primings auf die
Verfälschbarkeit von Fragebögen im Rahmen der
Personalauswahl

Verfasserin

Petra Svachova

Angestrebter akademischer Grad

Magistra der Naturwissenschaften (Mag. rer. nat.)

Wien, 2014

Studienkennzahl lt. Studienblatt: A 298

Studienrichtung lt. Studienblatt: Psychologie

Betreuerin: Mag. Dr. Lale Khorramdel-Ameri

Abstract

Im Rahmen der Personalauswahl sind Persönlichkeitsfragebögen beliebte Methoden zur Erfassung von Persönlichkeitseigenschaften, denn sie nehmen wenig Zeit in Anspruch und verursachen geringe Kosten. Deren Anwendung wird jedoch wegen der relativ hohen Verfälschbarkeit der Instrumente, welche zu Impression Management als auch sozial erwünschtem Antwortverhalten führen kann, oft kritisiert. Sowohl Impression Management als auch sozial erwünschtes Antwortverhalten (allgemein als Faking bezeichnet) führt zu Messfehlern und gefährdet die Datenqualität und damit die Validität der Testergebnisse. Um den Messfehler durch Faking zu reduzieren und damit die Qualität der Daten zu steigern, wird in der vorliegenden Studie die Wirkung eines speziellen Primings gegen Faking an einer Stichprobe von Bewerbern (n=66) und freiwilligen Personen (n=64) überprüft. Durch die Auseinandersetzung mit einem zielorientierten Mindset-Priming sollen die Testpersonen lernen, den Fokus auf die eigene Person zu legen (i.S. der Reduzierung von unbewusstem Faking) sowie sich realistisch einzuschätzen um damit ehrliches bzw. realistisches Antwortverhalten im nachfolgenden Persönlichkeitsfragebogen zu aktivieren (i.S. einer Reduzierung von absichtlichem Faking). Die Ergebnisse legen nahe, dass Priming das Faking-Verhalten lediglich tendenziell beeinflusst, jedoch zu keinen signifikanten Ergebnissen führt. Die Implikationen der Studie in Bezug auf den Einsatz von Persönlichkeitsfragebögen sowie in Bezug auf den Einsatz von Priming zur Verringerung von Faking werden diskutiert.

Abstract

In personnel selection, personality questionnaires represent a very popular method to assess personality traits since they are relatively low in cost and time requirements. However, personality questionnaires can be faked easily, in the sense of impression management or socially desirable responding - therefore this method is often criticized. Impression management or socially desirable responding are biasing the data by causing measurement errors and, therefore, decrease the validity of the test scores. In order to reduce the measurement error and thus increase the data quality, the aim of the present study is to investigate the effect of a special priming method against faking on a sample of job-applicants (n=66) and volunteers (n=64). Through goal oriented mindset priming, the participants ought to learn to focus on themselves (reduction of unintentional response distortion), as well as assess themselves realistically with the goal of activating honest and realistic responses in a subsequent personality questionnaire (reduction of intentional response distortion). Although a tendency could be found in the current data that supports a slight reduction of faking through the priming, no significant effect could be found. The implications of this study are discussed in regard to the use of personality questionnaires as a method of assessment, as well as the use of priming as a technique to reduce faking.

Vorwort

Bevor ich meinen Dank ausspreche, möchte ich gerne sagen, dass die Verfassung der Diplomarbeit die letzten Monate bzw. Jahre eine große Rolle in meinem Leben gespielt hat und es mir daher fast schwer fällt (trotz des Arbeitsaufwands) dieses Kapitel meines Lebens abzuschließen. Es war eine sehr spannende Erfahrung, die mir Vieles gegeben hat, und die ich nie ohne die nachstehend erwähnten Personen umsetzen hätte können.

Zuerst möchte ich meine Betreuerin – *Mag. Dr. Lale Khorramdel-Ameri* - erwähnen, denn gerade sie hat die Inspiration zum Thema der Diplomarbeit geboten. Ich möchte mich für ihre erstklassige Betreuung, Unterstützung, vortreffliche Inputs und Konsultationen, die sogar auf mehreren Kontinenten stattgefunden haben, bedanken. Nicht zuletzt bin ich vor allem für ihre Geduld dankbar, denn das Entstehen der Studie hat ziemlich viel Zeit in Anspruch genommen.

Ein großer Dank geht an meinen Freund, *Vanja Bišanović*, der meine Idee mit seinen hervorragenden Software-Kenntnissen umgesetzt hat und sowohl den Test als auch die dahinter stehende Datenbank entwickelt hat.

Weiters möchte ich mich bei Frau *Mag. Charlotte Eblinger*¹ bedanken, die erlaubt hat, die Stichprobe der Bewerber zu gewinnen. An dieser Stelle möchte ich ein großes Lob an Frau *Martina Grimmlinger* aussprechen, die die Einladungen zum Test an die Bewerber verschickt hat und Räumlichkeiten terminisiert hat. Danke an das gesamte Eblinger & Partner-Team, das mich während der Erhebung unterstützt hat und die teils auch als freiwillige Testpersonen an der Testung teilgenommen haben.

Schließlich möchte ich mich bei meiner Familie und meinen Freunden bedanken, die mich geduldig während der gesamten Zeit unterstützt haben.

Wien, im Februar 2014

Petra Svachova

¹ Geschäftsführerin von Eblinger und Partner, Personal- und Managementberatung GmbH (als Fußnote markieren und Fußnoten-Format)

Inhaltsverzeichnis

I.	Einleitung	10
II.	Theoretischer Teil	14
1.	Bestimmung der Verfälschbarkeit	14
1.1	Modell des sozial erwünschten Antwortverhaltens	15
1.2	Modelle zum Faking	17
1.2.1	Model of Applicant Faking	17
1.2.2	Integrated Model of Applicant Faking	19
1.2.3	Conceptual Model of Faking	20
2.	Identifizierung von Faking	24
3.	Verfälschungsinstruktion aka Fake Job Profile	28
4.	Faking in der Personalauswahl	32
5.	Konsequenzen von Faking	36
6.	Methoden gegen Faking	40
6.1	Reduzierung der Verfälschbarkeit	40
6.2	Erhöhung der Motivation zu ehrlichem Antwortverhalten - Priming	43
6.2.1	Assoziatives / semantisches Priming	44
6.2.2	Zielorientiertes Priming (Goal Oriented Priming)	45
6.2.3	Konzeptuelles und Mindset-Priming	46
6.2.4	Subliminales und supraliminales Priming	48
III.	Empirischer Teil	52
1.	Ziel der Untersuchung	54
2.	Methode	56
2.1	Die Stichprobe	56
2.1.1	Die Versuchsgruppe – <i>Bewerber</i>	56
2.1.2	Die Kontrollgruppe - <i>Freiwillige Personen</i>	58
2.2	Messinstrumente	58

2.2.1	Das Bochumer Inventar zur berufsbezogenen Persönlichkeitsbeschreibung	59
2.2.2	Die Priming-Phase: der Bildertest	62
2.2.2.1	Priming nach Khorramdel	62
2.2.2.2	Erweiterung des Mindset-Primings von Khorramdel (unpubl.) ..	64
2.2.2.3	Ablauf des Bildertests	65
2.3	Untersuchungsdesign	68
2.4	Durchführung der Testung	69
3.	Auswertung.....	72
4.	Ergebnisse.....	74
4.1	Überprüfung der Hypothese 1.....	76
4.2	Überprüfung der Hypothese 2.....	82
4.3	Überprüfung der Hypothese 3.....	83
5.	Interpretation und Diskussion	88
IV.	Literaturverzeichnis.....	98
V.	Anhang.....	110
	Anhang A - <i>Items des BIP</i>	110
	Anhang B - <i>AHA-Priming (vgl. Wagner, 2011)</i>	120
	Anhang C - <i>Gespiegelte Wörter</i>	126
	Anhang D - <i>Ablauf der Testversion A</i>	128
	Anhang E - <i>Grafische Darstellung der Skalenmittelwerte</i>	138
VI.	Informationen über die Autorin	146

Abbildungs- und Tabellenverzeichnis

Abbildung 1: Two Tier Model of Socially Desirable Responding nach Paulhus (2002).....	16
Abbildung 2: Model of Applicant Faking nach Snell, Sydell und Lueke (1999).....	18
Abbildung 3: Integrated Model of Applicant Faking nach MdFarland und Ryan (2006).....	19
Abbildung 4: Conceptual Model of Faking nach Mueller-Hanson, Heggstad und Thornton III (2006).....	21
Abbildung 5: Semantisches Netzwerk nach Collins und Loftus (1975, S.412)	44
Abbildung 6: gespiegelte Wörter nach Schorn und Maurhart (2009).....	50
Abbildung 7: Einladung zum Test.....	57
Tabelle 1: Bezeichnungen und Kurzdefinitionen der Skalen	59
Abbildung 8: Vortest	65
Abbildung 9: Übungsaufgabe	66
Abbildung 10: Untersuchungsdesign - Grafische Darstellung	68
Abbildung 11: Ablauf der Testversion A	70
Tabelle 2: Deskriptive Statistik – Mittelwerte Bewerber und Freiwillige	74
Tabelle 3: Kolmogorov-Smirnov-Tests	75
Tabelle 4: Levene-Tests auf Varianzhomogenität (H1a)	77
Tabelle 5: Überprüfung der Gleichheit der Kovarianzmatrizen (H1a)	77
Tabelle 6: Kruskal-Wallis-Tests <i>Bewerber vs. Freiwillige mit Priming</i> (H1a).....	78
Tabelle 7: Welch-Tests (H1a).....	78
Tabelle 8: Levene-Tests auf Varianzhomogenität (H1b)	79
Tabelle 9: Überprüfung der Gleichheit der Kovarianzmatrizen (H1b).....	80
Tabelle 10: Kruskal-Wallis-Tests <i>Bewerber vs. Freiwillige ohne Priming</i> (H1b) ...	80
Tabelle 11: Levene-Tests auf Varianzhomogenität (H2)	82
Tabelle 12: Überprüfung der Gleichheit der Kovarianzmatrizen (H2).....	83
Tabelle 13: MANOVA Bewerber & Testversion (H2)	83

Tabelle 14: Levene-Tests auf Varianzhomogenität (H3)	84
Tabelle 15: Überprüfung der Gleichheit der Kovarianzmatrizen (H3)	84
Tabelle 16: Kruskal-Wallis-Test <i>Bewerber</i> vs. <i>Freiwillige</i> (H1)	85
Tabelle 17: Welch-Tests Führungs- und Gestaltungsmotivation und Selbstbewusstsein.....	85
Abbildung 12: Verhältnis zwischen wahrem Testkennwert, Selbsttäuschung und Faking (Tett & Simonet, 2011, S. 305)	90

I. Einleitung

In der Personalauswahl sind Persönlichkeitsfragebögen bevorzugt verwendete Messinstrumente, da es sich um eine sehr ökonomische Art der Testung handelt. Sie dienen dazu, festzustellen, ob die sich bewerbende Person Eigenschaften mit sich bringt, die im Stellenprofil definiert werden. Das Verwenden dieses Instrumentes ist nicht ganz risikolos, denn das Gütekriterium *Unverfälschbarkeit* wird meist nicht erfüllt. Es ist zumeist offensichtlich, welche Persönlichkeitseigenschaften abgefragt werden. Demzufolge kann die getestete Person ihr Testergebnis nach eigenem Belieben beeinflussen (Kubinger, 2009). Antworten werden vor allem dann verfälscht, wenn eine ehrliche Antwort eventuell negative Folgen für die Person haben könnte (Rasinski, Visser, Zagatsky & Rickett, 2005). Die getestete Person hat daher die Möglichkeit, etwa durch Übertreiben oder gar falsche Aussagen ein Profil über sich zu erstellen, das sich auf die Sichtweisen der Person eines idealen Kandidaten stützt (Levashina & Campion, 2007). Auf Grund der Verfälschung erhofft sich die Person eine Erhöhung der eigenen Chancen im Auswahlprozess. Diese Tendenz ist in entscheidenden Situationen wie Auswahlverfahren umso stärker und aus dem Grund wird die Anwendung von Fragebögen zum Assessment² der Bewerber größtenteils kritisiert. Durch die Verfälschung wird die Aussagekraft der gewonnenen Selbstbeschreibung verletzt. Das kann zu einer fälschlichen Einschätzung der Job Performance und letztendlich zur Auswahl eines unpassenden Kandidaten führen, was mitunter hohe Kosten für die Arbeitgeber verursachen kann sowie zu einer Unzufriedenheit mit dem Job seitens des Arbeitnehmers.

Es liegen zahlreiche Studien vor, welche versuchen dem Verfälschen entgegenzuwirken und damit die Datenqualität zu erhöhen. Einige Studien versuchen, Testpersonen mit unterschiedlichen Instruktionen zu ehrlichen Antworten zu motivieren (vgl. Khorramdel & Kubinger, 2006; Kluger & Colella, 1993), wobei jedoch keine durchgängigen Effekte gefunden werden konnten. Mit Instruktionen wird versucht, auf der bewussten Ebene vom Verfälschen abzuhalten, wobei auch nur auf das bewusste bzw. absichtliche Verfälschen

²Beurteilung, Begutachtung; gängiger Ausdruck der Psychologischen Diagnostik

abgezielt wird. Eine Möglichkeit, Personen nicht direkt, sondern auf der eher unbewussten Ebene anzusprechen und dazu bringen, sich ehrlich oder realistisch darzustellen, stellt das Priming dar. Priming ist ein Konzept aus der Sozialpsychologie, man versteht darunter die Präsentation eines Reizes, welche die Verarbeitung vom folgenden Reiz entweder erleichtert oder hemmt (Kellogg, 1997). Im Rahmen der vorliegenden Arbeit wurde ein spezielles Priming zur Erhöhung der Datenqualität entwickelt und untersucht. Das Interessante an der Methode des Priming ist, dass damit nicht nur auf das absichtliche Verfälschen abgezielt wird, sondern auch auf unbewusste Verzerrungen.

Die vorliegende Arbeit baut auf einer Studie von Wagner (2011) auf, welche die Auswirkungen eines kognitiven Primings, nach einer Idee und einem dafür adaptierten Test von Khorramdel (unpubl.), auf die Verfälschbarkeit von Fragebögen überprüft hat. Die Testteilnehmer in der Versuchsbedingung bearbeiteten dabei zuerst einen Test, basierend auf den Arbeitshaltungen von Kubinger und Ebenhöf (1996), in dem sie verschiedene Flächengrößen miteinander vergleichen und nach jedem Durchgang mit Feedback die eigene Leistung für den nächsten Durchgang einschätzen sollten. In der Studie von Wagner (2011) wurden die Testpersonen dabei stets ersucht, sich *realistisch* einzuschätzen. Das Wort *realistisch* stellte das Priming dar (unterstützt von einem gewissen Lernfaktor während des Test, sich realistisch einzuschätzen) und sollte realistisches bzw. ehrliches Antwortverhalten im darauffolgenden Fragebogen, dem Wiener Studieneignungs-Persönlichkeitsinventar (WSP, Khorramdel & Maurer, 2012), erzeugen. Die Präsentation des Primings sollte den Testpersonen helfen, sich im Fragebogen der Realität entsprechend darzustellen. Die Priming-Phase dauerte so lange an, bis sich eine Testperson drei Mal hintereinander realistisch einschätzen konnte oder eine Bearbeitungszeit von 15 Minuten erreicht wurde. Leider konnte Wagner keinen durchgehenden Effekt nachweisen. Khorramdel (unpubl.) hat die Priming-Phase auf 30 Minuten erhöht, um zu untersuchen ob eine längere Dauer des Primings zu einem veränderten Antwortverhalten führt, konnte jedoch wiederum keine Effekte finden.

Die vorliegende Diplomarbeit stellt nun einen weiteren Versuch dar, dem Verfälschen in Fragebögen mittels Priming zu realistischen Selbsteinschätzungen entgegenzuwirken. Dabei wird auf dem Primingkonzept von Khorramdel

(beschrieben in Wagner, 2011) aufgebaut, jedoch werden andere Aufgaben verwendet, um eine realistische Selbsteinschätzung zu primen. Es wird somit die Idee verfolgt, dass ein unterschiedliches Aufgabenmaterial einen Effekt zeigen könnte. Die dafür entwickelten Aufgaben stellen einen speziellen Bildertest dar, bei dem die Testperson in einer Gruppe von sechs Bildern das Bild auswählen soll, welches der Vorlage in der Instruktion entspricht. Aufbauend auf Khorramdel (unpubl., beschrieben in Wagner, 2011) wird die Testperson nach jedem Durchgang mit Feedback gefragt, die eigene Leistung für den nächsten Durchgang *realistisch* einzuschätzen. Die Bilder stellen gespiegelte Worte dar, mithilfe von welchen *Ehrlichkeit* und *Fokus auf die eigene Person* geprimt werden sollen. Demnach wird in der folgenden Studien, im Vergleich zu Khorramdel (unpubl., beschrieben in Wagner, 2011), nicht nur durch das Wort *realistisch* und die Forderung, sich immer wieder realistisch einzuschätzen, geprimt, sondern der Effekt des Primings soll durch das neue Aufgabenmaterial verstärkt werden. Im Anschluss an das Priming wurde das Bochumer Inventar zur berufsbezogenen Persönlichkeitsbeschreibung (BIP; Hossiep & Paschen, 1998) vorgegeben und der Einfluss des Primings auf das Antwortverhalten in diesem Fragebogen wurde untersucht.

Für ein gutes Verständnis und eine übersichtliche Darstellung des behandelten Themas ist die Arbeit in zwei große Abschnitte geteilt. Im ersten Abschnitt wird die theoretische Grundlage geschaffen. Der Begriff der Verfälschbarkeit wird herausgearbeitet. Es werden verschiedene Modelle zum Entstehen des Verfälschens vorgestellt und folgende Fragen werden beantwortet: *Wird im Rahmen der Personalauswahl tatsächlich verfälscht? Welche Faktoren begünstigen Verfälschen? oder Wie gravierend sind die Auswirkungen?* Im Anschluss wird auf Techniken näher eingegangen, die die Verfälschbarkeit zu reduzieren versuchen und die Motivation der Personen erhöhen, ehrlich zu antworten. Darunter gehört das bereits erwähnte Priming. Neben einer Beschreibung von unterschiedlichen Arten des Priming wird schließlich die theoretische Grundlage für das spezielle Priming geschaffen.

Im zweiten Abschnitt wird die Fragestellung aus praktischer Sicht beantwortet. Neben der Beschreibung des Testinstrumentes und des Testdesigns, werden das Vorgehen und die Stichprobe beschrieben. Im Anschluss wird mithilfe von

Gruppenvergleichen überprüft, ob die Studienteilnehmer verfälschen und folglich ob das spezielle Priming die Datenqualität erhöhen kann und dem Verfälschen dementsprechend entgegengesteuert wird. Schließlich werden die Ergebnisse zusammengefasst, diskutiert und die Fragestellung beantwortet.

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf die gleichzeitige Verwendung männlicher und weiblicher Sprachformen verzichtet wird. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten jedoch gleichwohl für beiderlei Geschlecht.

II. Theoretischer Teil

1. Bestimmung der Verfälschbarkeit

Was wird unter Verfälschbarkeit von Fragebögen eigentlich verstanden?

Wie bereits in der Einleitung erwähnt, muss aus dem Antwortverhalten einer Person im Persönlichkeitsfragebogen nicht immer ein realistisches Selbstbild resultieren. Bei der Bearbeitung eines Persönlichkeitsfragebogens gibt es für die getestete Person drei mögliche Szenarien. Im ersten bearbeitet die Person Testitems wahrheitsgemäß, mit einem sozusagen guten Gewissen, um ein realistisches Selbstbild zu gewinnen. Dieses Szenario kann als das ideale Szenario bezeichnet werden. Diese Person ist ein Idealfall da sie wahrscheinlich keine Motivation zum Verfälschen aufweist. In der Realität sind solche Personen meist freiwillige Teilnehmer an Studien. Im zweiten, vermutlich selteneren, Szenario versucht die Person ein unpassendes Persönlichkeitsprofil zu erzielen, um das Verfahren zu „sabotieren“. Diese Art des Antwortverhaltens kommt jedoch vor allem im Rahmen der forensischen Psychologie und in klinischen Settings zustande (Franke, 2002). Im dritten Szenario versucht die Person ein Persönlichkeitsprofil von sich zu erzeugen, um sich im besseren Licht darzustellen, um etwa die Chancen im Auswahlverfahren zu erhöhen (Mueller-Hanson, Heggstad & Thornton III, 2006). Die zwei letzteren Szenarien stellen eine Tendenz dar, die mit verschiedenen Begriffen bezeichnet wird - Impression Management, Antwortverzerrungen, Dissimulation, Faking oder sozial erwünschtes Antwortverhalten. Eine klare Unterscheidung zwischen diesen Begriffen ist aufgrund von Definitionen, die sich teilweise überlappen, nicht klar zu treffen (Levashina & Campion, 2007). Einige Autoren setzen sogar die Begriffe sozial erwünschtes Antwortverhalten und Faking gleich (Ones & Viswesvaran, 1998). Im Rahmen der Personalauswahl wird unter Verfälschen meist die Tendenz zum Impression Management verstanden (Levashina & Campion, 2007). In der vorliegenden Arbeit werden die Begriffe Verfälschung, Verzerrung, Faking, sozial erwünschtes Antwortverhalten und Impression Management als Synonyme verwendet.

Wie entsteht Faking und welche Faktoren begünstigen es?

Bis jetzt wurde erwähnt, dass Faking bewusst zustande kommt, eine Person unternimmt also gezielt Schritte, um ihr Persönlichkeitsprofil anzupassen. Ein verzerrtes Profil muss jedoch nicht unbedingt nur bewusst zustande kommen, durchaus auch unbewusst. Eine Person kann etwa statt der eigenen Selbsteinschätzung eine Fremdeinschätzung abgeben, indem etwa Maßstäbe anderer Personen, wie die der Eltern oder Partner, zur Selbsteinschätzung herangezogen werden. Wahrscheinlich hängt diese Tendenz stark mit einer niedrigen Selbstbehauptung bzw. Selbstbewusstsein zusammen. Oder etwa kann eine Person ernsthaft davon überzeugt sein, dass sie alle Eigenschaften besitzt, obwohl es nicht der Wirklichkeit entsprechen muss. Aus diesem Grund wird folgend ein Modell zu sozial erwünschtem Antwortverhalten vorgestellt, das unter anderem unbewusste Komponenten des Faking berücksichtigt. Zur Ergänzung werden anschließend drei Modelle zum Faking vorgestellt, die das Faking begünstigende Faktoren und situationelle Bedingungen postulieren. Dadurch wird letztendlich ein tieferes Verständnis der Verfälschbarkeit im Rahmen dieser Studie geschaffen.

1.1 Modell des sozial erwünschten Antwortverhaltens

Paulhus (1984) definierte sozial erwünschtes Antwortverhalten (SEA) als eine Tendenz, sich übermäßig positiv darzustellen. Eine Person kann sich beispielsweise in einem besseren Licht darstellen indem sie sozial erwünschte Antworten mit Bezug auf die aktuellen sozialen Normen und Standards angibt (Zerbe & Paulhus, 1987) oder indem sie ein ideales Selbstbild durch die Angabe von guten und die Verleugnung von schlechten Eigenschaften schafft (Furnham, 1990).

Im Jahre 2002 publizierte Paulhus sein zweistufiges Modell des SEA (Two Tier Model of Socially Desirable Responding). In diesem Modell wird postuliert, dass SEA in zwei Formen vorkommt: *Egoistic Bias* und *Moralistic Bias*. Jede dieser beiden Formen unterliegt einer unbewussten (Selbststeigerung oder Selbsttäuschung) und einer bewussten (Impression Management) Komponente (Abbildung 1).

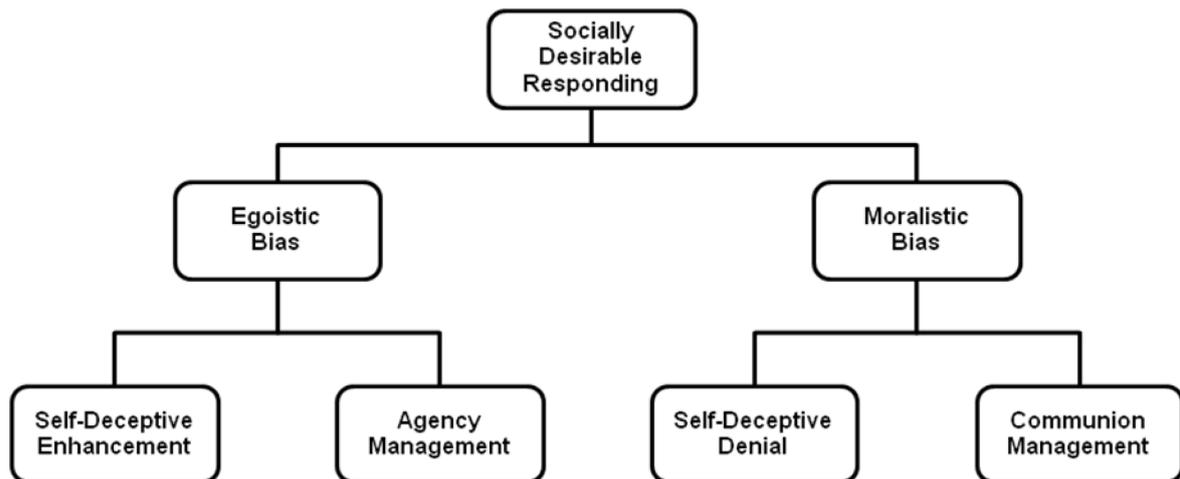


Abbildung 1: Two Tier Model of Socially Desirable Responding nach Paulhus (2002)

Unter *Egoistic Bias* wird die Neigung verstanden, den eigenen sozialen Status und Intellekt zu übertreiben. „This tendency leads to unrealistically positive self-perceptions on such agentic traits as dominance, fearlessness, emotional stability, intellect, and creativity. Self-perceptions of high scorers have a narcissistic, "superhero" quality.” (Paulhus, 2002, S. 63-64). *Moralistic Bias* meint die Tendenz einer Person, sich als „heilig“ zu beschreiben. Solche Personen geben an, ihr Verhalten nach sozialen Normen auszurichten und verleugnen sozial unerwünschte Impulse. Beide Tendenzen führen zu unrealistisch positiven Selbstwahrnehmungen und können bewusst oder unbewusst entstehen.

Unter die **unbewussten Aspekte** zählen die Selbststeigerung (*Self-Deceptive Enhancement*) und die Selbsttäuschung (*Self-Deceptive Denial*). Sie sind unbewusst, weil die befragte Person von ihrer positiven Selbstdarstellung überzeugt ist und deshalb der Meinung ist, so auch in Wirklichkeit zu sein, obwohl dieses der Realität nicht entsprechen muss. Die **bewussten Aspekte** sind *Agency Management* und *Communion Management*. „[Agency Management], that is, asset-promotion or bragging. Such deliberate promotion of competence, fearlessness, physical prowess, etc. are most commonly seen in job applicants or in males attempting to impress a dating partner.” (Paulhus, 2002, S. 64). *Communion Management* umfasst Entschuldigungen und Damage Control in Hinblick auf das eigene Verhalten im sozialen Umfeld. „Such deliberate minimization of faults might also be seen in religious settings, or in employees who

are trying to hold on to the status quo, or legal defendants trying to avoid punishment.” (Paulhus, 2002, S.64).

Basierend auf dem Modell von Paulhus könnte eine Datenverzerrung bewusst oder unbewusst entstehen. Im Kontext der Personalauswahl spielen die bewussten Komponenten eine wichtige Rolle, es ist jedoch durchaus vorstellbar, dass auch die unbewussten einen Effekt auf die Datenqualität ausüben. Der Vorteil dieses Modells liegt darin, dass es neben einer bewussten Komponente auch die unbewusste Seite des Verfälschens berücksichtigt. Was es außer Acht lässt ist, die Situation oder die Fähigkeit zum Verfälschen. Demnach werden nun drei Modelle zum Faking vorgestellt, die auf verschiedene Faktoren näher eingehen, die sich auf das Verfälschen auswirken.

1.2 Modelle zum Faking

1.2.1 Model of Applicant Faking

Snell, Sydell und Lueke (1999) entwickelten ein Modell der Verfälschbarkeit in Auswahlverfahren, das *Model of Applicant Faking*. Die Autoren postulieren, dass ein erfolgreiches Verfälschen nicht nur von der **Motivation** bzw. der Intention zum Verfälschen, sondern auch von der **Fähigkeit zum Verfälschen**, abhängig ist (Abbildung 2). Damit sich eine Person im besten Licht darstellen kann, genügt ihr dazu nicht nur der Wunsch danach, sie muss in der Lage sein, richtig einzuschätzen, welche Konstrukte die jeweiligen Fragen zu erheben beabsichtigen, um die Antworten auf diese - entsprechend einem bestimmten Arbeitsprofil - effektiv anpassen zu können und dadurch ihre Chancen im Auswahlverfahren zu maximieren.

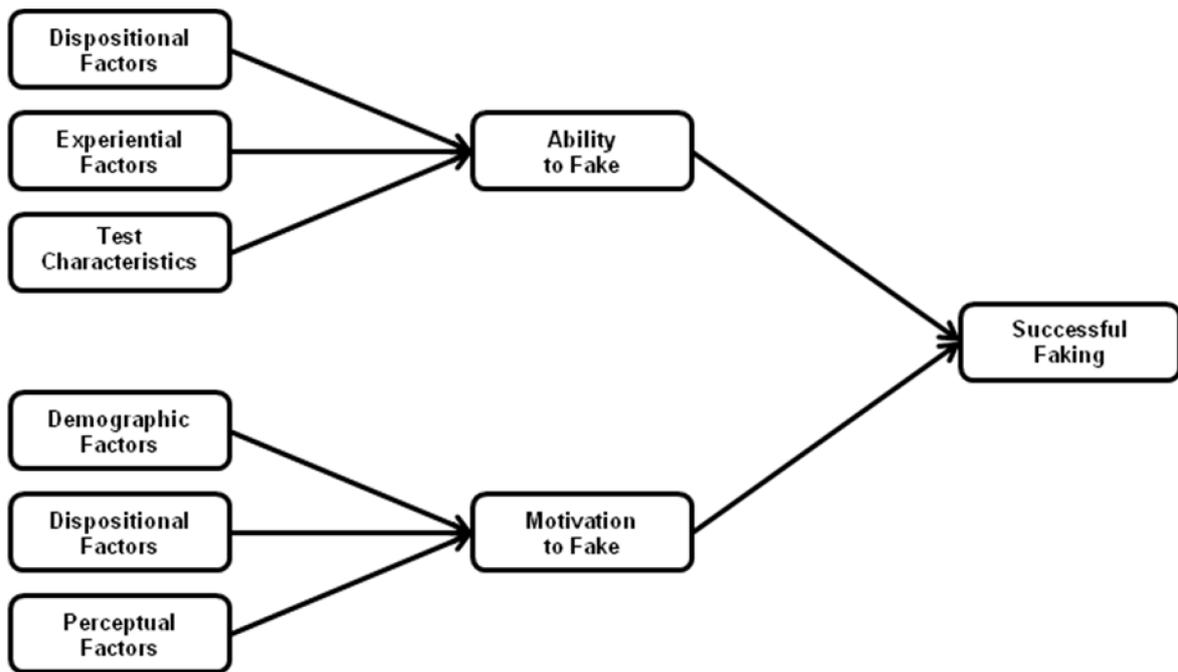


Abbildung 2: Model of Applicant Faking nach Snell, Sydell und Lueke (1999)

Die Fähigkeit zum Verfälschen wird durch drei Faktoren bestimmt, die ersten beiden hängen von der Person ab, der dritte vom Kontext. Zu den *Dispositionen* zählt etwa die emotionale Intelligenz. Personen mit hoher emotionaler Intelligenz können eher die subtilen Auswirkungen gewisser Verhaltensweisen abschätzen, was ihnen wiederum erlaubt, besser geeignete Antworten für bestimmte Situationen anzugeben (Snell et al., 1999). Die Erfahrung (*Experiential Factors*) kann dem Bewerber dazu verhelfen, ein optimales Persönlichkeitsprofil für eine Position zu erstellen, da es bereits gut bekannt ist. Sollte jedoch der Fragebogen so gestaltet sein, dass die Person die zu erhebenden psychologischen Konstrukte nicht erkennen kann (*Test Characteristics*), ist sie dann nicht mehr dazu fähig, diese zu verfälschen, auch wenn das Soll-Profil bekannt ist.

Die Motivation zum Verfälschen hängt ebenso von drei Faktoren ab. Im Moment existieren nur widersprüchliche Erkenntnisse über den Zusammenhang zwischen Verfälschen und demografischen Faktoren wie Geschlecht oder Alter (Snell et al., 1999). Die Autoren merken an, dass die Bedeutung der *demografischen Faktoren* eine moderierende Funktion auf die stabilen individuellen Eigenschaften ausübt (*Perceptual Factors*).

Kurz und bündig ist diesem Modell zufolge erfolgreiches Verfälschen von Fragebögen nicht nur von der Motivation, sondern auch von der Fähigkeit zum Verfälschen abhängig, die wiederum von weiteren Faktoren bestimmt werden.

1.2.2 Integrated Model of Applicant Faking

Im Jahre 2006 entwickelten McFarland und Ryan das *Integrated Model of Applicant Faking* (Abbildung 3). Dieses Modell integriert ein früheres Modell von McFarland und Ryan (2000) und die Theorie geplanten Verhaltens nach Ajzen (1991).

Das eigentliche Verfälschen wird durch die *Intention zum Verfälschen* bestimmt, die wiederum von (1) Einstellungen gegenüber dem Verfälschen ((Un-)Richtigkeit des Faking), (2) subjektiven Normen (wie das Verfälschen von anderen angesehen wird) und (3) wahrgenommener Verhaltenskontrolle (wie leicht bzw. schwer das eigentliche Verfälschen ist) abhängig sind.

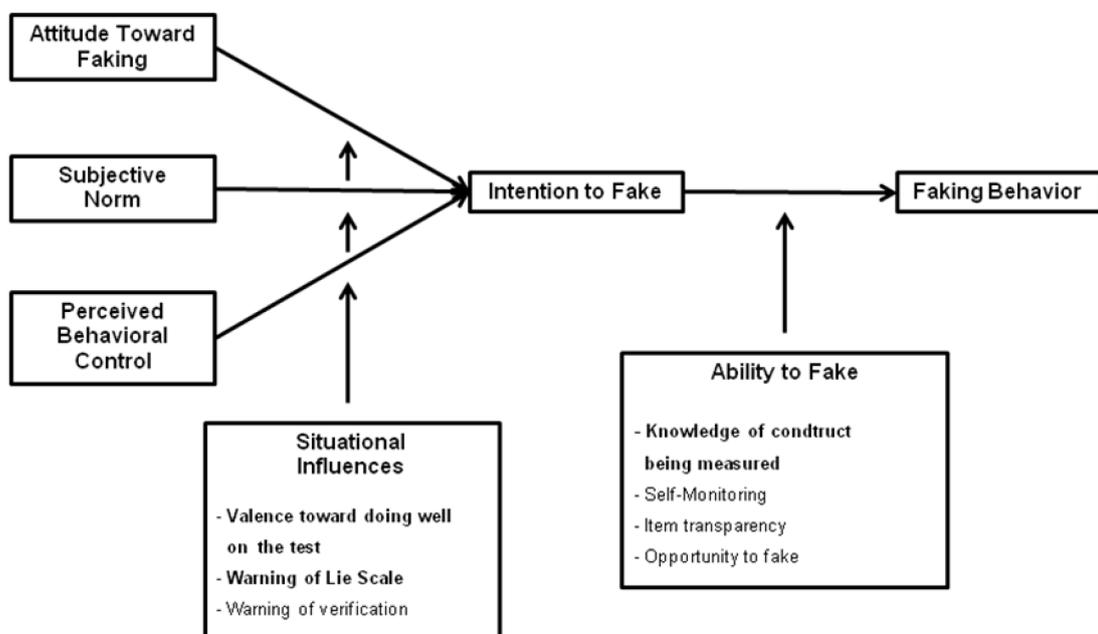


Abbildung 3: Integrated Model of Applicant Faking nach McFarland und Ryan (2006)

Außerdem wurden im Modell Moderatoren angenommen, die einen Einfluss auf das Verfälschen bzw. auf die das Verfälschen bestimmende Faktoren haben. Zu diesen zählen *situationsbedingte Einwirkungen* (Warnung des Testleiters, dass Verfälschen entdeckt wird oder der Wert guten Abschneidens im Test) und die *Fähigkeit zum Verfälschen* (Itemtransparenz, Kenntnisse über das zu erhebende Konstrukt).

Obwohl die Annahme von Moderatoren allgemein nicht unterstützt werden konnte, wiesen die vier Faktoren, die dem verfälschenden Verhalten vorgehen, einen guten Modell-Fit auf (McFarland & Ryan, 2006). Dementsprechend wird das Verfälschen von der Intention zum Verfälschen bestimmt, die von persönlichen und situationellen Gegebenheiten beeinflusst wird. Abschließend merken die Autoren an, dass ihr Modell ein guter Ausgangspunkt für ein integriertes Modell ist, dass es aber weitere Untersuchungen benötigt.

1.2.3 Conceptual Model of Faking

Auf die Herausforderung von McFarland und Ryan reagierten Mueller-Hanson, Heggstad und Thornton III (2006). Sie knüpften einerseits am *Integrated Model of Applicant Faking* (1.2.2) an und kombinierten es mit dem *Model of Applicant Faking* (1.2.1), um die Begrenzungen der beiden Modelle dadurch zu ergänzen. Sie postulieren, dass die dem Verfälschen unterliegenden psychologischen Prozesse sowohl durch Dispositionen als auch durch Einstellungen gegenüber dem Faking bestimmt werden. Sie entwickelten ein neues Modell zum Impression Management - das Conceptual Model of Faking (Abbildung 4). Konsistent mit dem Modell von McFarland und Ryan (2006) und der Theorie geplanten Verhaltens (Ajzen, 1991) wird angenommen, dass verfälschendes Verhalten (Faking Behavior) durch die Absicht zum Verfälschen (Intention to Fake) bestimmt wird. Zusätzlich werden wie im Modell von Snell et al. (1999) auch individuelle Unterschiede in Persönlichkeitseigenschaften berücksichtigt. Eine detaillierte Beschreibung der einzelnen Faktoren und eine grafische Darstellung folgen auf der nächsten Seite.

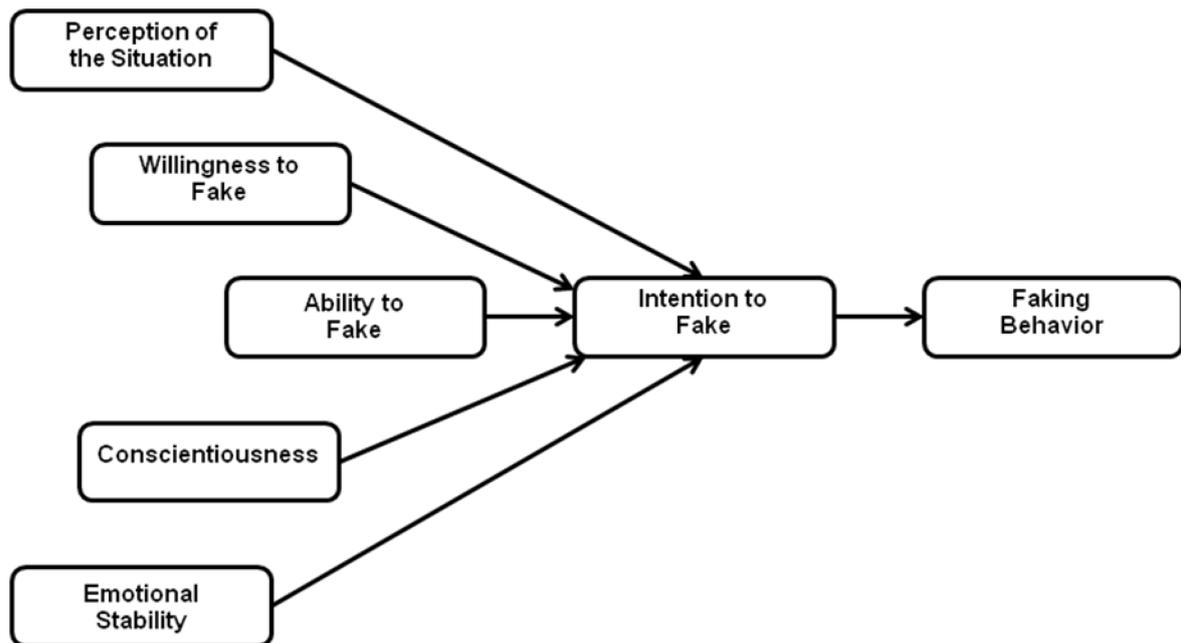


Abbildung 4: Conceptual Model of Faking nach Mueller-Hanson, Heggstad und Thornton III (2006)

Es wird angenommen, dass die Art und Weise wie eine Person eine Situation wahrnimmt (*Situationswahrnehmung*), die Absicht einer Person zu verfälschen beeinflusst. Zu diesen gehören die Überzeugung über die Wichtigkeit zum Verfälschen, wahrgenommene Verhaltenskontrolle und subjektive Normen.

Um die Antworten in einem Fragebogen verfälschen zu können, muss die Testperson nicht nur fähig dazu sein, sondern sie muss dazu auch motiviert sein (*Bereitschaft zum Verfälschen*). Mueller-Hanson, Heggstad und Thornton III (2006) postulieren drei dispositionelle Faktoren, die mit der Bereitschaft zum Verfälschen verbunden sind: Machiavellismus (Bereitschaft zu betrügerischen und manipulativen Verhaltensweisen, um die eigenen Interessen zu verfolgen), Mangel an Regelbewusstsein und Selbst-Monitoring (Selbstbeobachtung und Selbstkontrolle geleitet durch situative Hinweise zu angemessenen Verhaltensweisen).

In Anlehnung an die Literatur wählten die Autoren zwei Persönlichkeitseigenschaften (*Gewissenhaftigkeit* und *emotionale Stabilität*) die allgemein die höchste Korrelation mit sozial erwünschtem Antwortverhalten

aufweisen. Außerdem gelten die zwei Persönlichkeitseigenschaften als beste Prädiktoren für die Arbeitsleistung (Viswesvaran & Ones, 1999).

Konsistent mit der Theorie geplanten Verhaltens wird angenommen, dass das eigentliche Verfälschen primär von der Absicht zum Verfälschen abhängig ist (*Intention zum Verfälschen*). „The most immediate determinant of any given behavior is the intention to perform or not perform that behavior.“ (Ajzen, 1991, S. 33).

Außerdem nehmen die Autoren an, dass Personen, die eine Idee über das zu erhebende psychologische Konstrukt haben und daher dazu fähig sind effektiv zu verfälschen, auch eher zum Verfälschen neigen.

Dieses Modell wurde durch empirische Studien zum Teil unterstützt. Vor allem die *Situationswahrnehmung*, *Gewissenhaftigkeit* und *emotionale Stabilität* korrelierten positiv mit der *Intention* die wiederum mit dem *Faking* einen positiven Zusammenhang aufwies. Die *Bereitschaft zum Verfälschen* korrelierte mit der *Intention* negativ und mit der *Situationswahrnehmung* und *Gewissenhaftigkeit* positiv. Das legt nahe, dass die *Bereitschaft zum Verfälschen* - abhängig von der *Situationswahrnehmung* - einen Effekt auf die *Absicht zum Verfälschen* ausüben kann.

Zur Ergänzung von Faktoren, die das Modell von Paulhus nicht berücksichtigt, wurden drei Modelle zum Faking vorgestellt. Zusammenfassend wird in dieser Arbeit angenommen, dass die Verfälschbarkeit von Fragebögen von unbewussten Faktoren wie Selbsttäuschung und bewussten Faktoren, wie *Intention* und *Fähigkeit zu Verfälschen*, die durch Variablen wie *Persönlichkeitseigenschaften* (*Gewissenhaftigkeit*, *emotionale Stabilität* und *Intelligenz*) oder *Situationswahrnehmung* beeinflusst werden können. Die Kombination der beschriebenen Modelle erlaubt eine breitere Definition der Verfälschung als nur reines SEA oder Impression Management. Dementsprechend verfälschen Bewerber entweder aus dem Grund, um sich als fähige Person darzustellen, um dadurch die eigenen Chancen zu maximieren, oder aus der eigenen Überzeugung eine fähige Person zu sein. Dies alles geschieht aber nur unter der Voraussetzung, dass die Person über Ressourcen oder Eigenschaften verfügt, die sie zu erfolgreichem Verfälschen befähigen.

Eine alternative Sichtweise bietet die Theorie der Selbstrepräsentation in der Personalauswahl von Marcus (2009). In dieser Theorie wird das sozial erwünschte Antwortverhalten in Fragebögen als *Selbstdarstellung* bezeichnet, die von verschiedenen Faktoren abhängig ist. Zuerst müssen die Anforderungen der Situation erkannt werden (*rezeptive Selbstdarstellungskompetenz*). Des Weiteren wird die Fähigkeit vorausgesetzt, diesen Erwartungen entsprechend zu agieren (*Selbstdarstellungperformance*) und die Bereitschaft, sich den Erwartungen anzupassen (*Selbstdarstellungsmotivation*). In diesem Ansatz wird daher postuliert, dass Faking als ein Prädiktor der Arbeitsleistung dienen könnte. Für die Bestätigung dieser Annahme gibt es zur Zeit nicht ausreichend empirische Evidenz (Foldes, Ones & Sinangil, 2006).

Eine weitere interessante Sichtweise der komplexen Verhaltensmuster im Rahmen der Personalauswahl bieten Bangerter, Roulin und König (2012). Auf dem Arbeitsmarkt werden Informationen hauptsächlich zwischen zwei Seiten ausgetauscht. Weder Bewerber noch Unternehmen haben Interesse exakte Informationen über die Fähigkeit der Bindung zum Arbeitsverhältnis offen zu legen, es sei denn es ist zu ihrem Vorteil. Dementsprechend werden keinesfalls ausschließlich inakkurate Informationen ausgetauscht, die Auswechslung von genauen Angaben ist jedoch stark situationsabhängig. Demzufolge postulieren Bangerter et al. ein Netzwerk von adaptiven Beziehungen zwischen Arbeitgebern und Arbeitnehmern, welches ein Verständnis von dynamischen Interaktionen in der Personalauswahl erlaubt. Demzufolge kann das Antwortverhalten in Fragebögen in der Personalauswahl als soziale Interaktion (mit dem potenziellen Arbeitgeber) betrachtet werden. Laut der Impression-Management-Theorie bemühen sich Personen in jeglichen sozialen Situationen die Impression, die sie auf andere machen, zu kontrollieren, (Goffman, 1959; Schlenker, 2003; Schneider, 1969). Somit versuchen Menschen in der Regel durch Faking oder Selbsttäuschung einen idealen Eindruck von sich zu gewährleisten (Jansen, König, Kleinmann & Melchers, 2012).

Nachdem die theoretische Grundlage der Verfälschbarkeit im Rahmen dieser Arbeit erläutert wurde, folgen in den nächsten Kapiteln empirische Nachweise zur Verfälschbarkeit von Fragebögen einerseits mit Hilfe von Faking-Instruktionen und andererseits in realen Auswahl-Settings.

2. Identifizierung von Faking

Wie werden verfälschende Personen identifiziert?

Zum Entdecken von „Fakern“ können etwa Lügenskalen, Impression-Management-Skalen oder Skalen zu sozial erwünschtem Antwortverhalten eingesetzt werden, die im Weiteren als **Faking-Skalen** bezeichnet werden. Dabei bearbeitet die Testperson neben einem Persönlichkeitsfragebogen zusätzlich eine Faking-Skala. Hohe Testkennwerte auf der Skala geben der den Fragebogen auswertenden Person einen Hinweis auf Faking, was auf eine mögliche Verfälschung im Rahmen des Fragebogens hindeutet (Rosse, Stecher, Miller & Levin, 1998). Folglich können bei Personen mit hohen Faking-Testkennwerten weitere Maßnahmen getroffen werden, wie Korrekturen der Werte oder nachhaken. Der Einsatz von Faking-Skalen ist bei der Identifizierung von verfälschenden Personen nicht derart erfolgreich, wie man annehmen würde (Bing, LeBreton, Davison, Migetz, & James, 2007), und das aus mehreren Gründen. Erstens besteht das Problem, dass Personen, die zu sozial erwünschtem Verhalten tendieren, fälschlich als „Faker“ identifiziert werden (Levashina, Morgeson & Campion, 2009). Zweitens sind Faking-Skalen, wie jeder andere Fragebogen, meist transparent und daher gleichfalls nicht immun gegen Faking (Francis, Brown und Pearson, 1991). Neuerlich gilt als Kritikpunkt die Annahme eines linearen Zusammenhangs zwischen Faking und Charakterzügen, auf dem die übliche Überprüfung von sozial erwünschtem Antwortverhalten basiert. Dieser Zusammenhang ist laut Dunlop, Telford und Morrison (2012) keinesfalls linear. Demzufolge wird die Validität der klassischen Messung des Impression Managements in Frage gestellt. Diese Erkenntnis wird durch die Studienergebnisse von Dunlop et al. (2012) unterstützt. Denen zufolge verfälschen Personen bei der Erstellung von idealen Jobprofilen nicht allzu viel und nicht allzu wenig. Die Studienteilnehmer bewerteten die extreme Antwortmöglichkeit auf einer fünfstufigen Skala („stimme voll zu“) zwar als erwünscht, haben diese aber seltener gewählt und sich lieber für die nächst beste Antwort entschieden („stimme zu“). Die mittlere Antwortmöglichkeit (weder, noch) wurde überraschenderweise als unerwünscht angesehen. Somit verfälschen Personen nicht wenig, aber auch nicht extrem. Zu einem ähnlichen Ergebnis sind Kuncel und Tellegen (2009) gekommen, die ihre Testpersonen angewiesen haben, sich im bestmöglichen

Licht darzustellen. In der Zukunft sollte daher eine erweiterte Analyse von Antwortstilen angestrebt werden, wenn das sozial erwünschte Antwortverhalten überprüft wird (Dunlop et al., 2012.)

Eine weitere Methode zur Erkennung von Verfälschbarkeit sind **Gruppenvergleiche**. Üblicherweise werden dabei Skalenmittelwerte von Personen, die wenig motiviert sind zu verfälschen (z.B. Freiwillige), mit Personen verglichen, die eine hohe Motivation zum Verfälschen haben (z.B. Bewerber). Wenn beispielsweise die Skalenmittelwerte von Bewerbern signifikant höher sind als die von freiwilligen Personen, wird folglich postuliert, dass die Gruppe der Bewerber verfälscht. Vergleiche von Gruppen haben den Nachteil, dass die Einschätzungen der Verfälschbarkeit höchstwahrscheinlich durch weitere Faktoren (z.B. Persönlichkeitsfaktoren) beeinflusst werden. Dennoch werden in Untersuchungen zu Faking überwiegend Vergleiche zwischen Gruppen angewendet, da sie weniger Zeit und Kosten in Anspruch nehmen, obwohl es sich nicht um eine genaue Methode zur Beurteilung der Verfälschbarkeit handelt (Viswesvaran & Ones, 1999).

Eine interessante Art, Faking zu entdecken, haben Levashina et al. (2009) angewendet. Sie haben in ihrer Studie **Lügen-Items (Bogus-Items)** entwickelt. Die getesteten Bewerber um eine behördliche Position haben im Rahmen eines berufsbezogenen Persönlichkeitsfragebogens unter anderem drei Items beantwortet, die als legitime Fragen gestaltet waren, jedoch nichtexistierende Berufsaspekte abgefragt haben. Die Items waren: (1) „Wie oft haben Sie im vergangenen Jahr das Formular INTL-453 verwendet, um von einer amerikanischen Regierungsbehörde Informationen über ein fremdes Land anzufordern?“ (es handelt sich um ein fiktives Formular); (2) „Wie oft haben Sie zur Lösung eines Budget-Problems die Wentzel-Technik angewendet?“ (es ist eine fiktive Technik); (3) „Wie häufig haben Sie Johnsons dyadischen Ansatz zur Vermeidung von Konflikten in Arbeitsgruppen eingesetzt?“ (es geht um einen fiktiven Ansatz). Personen, die diese Items zustimmend beantworteten, behaupten dadurch ihre Vertrautheit mit trügerischen Items, was einen klaren Indikator auf Faking darstellt (Levashina et al., 2009). Dementsprechend erlaubt die Anwendung von Bogus-Items das Entdecken von Verfälschbarkeit in Auswahl-situationen.

In der Forschung werden noch weitere Methoden zur Identifizierung von Faking angewendet, wie *Differential Item* oder *Differential Test Functioning* (**DIF/DTF**; z.B. Henry & Raju, 2006), das **Strukturgleichungsmodell** (z.B. Barrick & Mount, 1996) oder **Datensimulationen** (z.B. Converse, Peterson & Griffith, 2009). Eine detaillierte Schilderung dieser Methoden würde jedoch den theoretischen Rahmen der vorliegenden Arbeit sprengen, daher werden sie nur am Rande erwähnt.

Abschließend scheint die Identifizierung von Faking auf der Item-Ebene günstiger zu sein. Die Anwendung von Bogus-Items hat im Vergleich zu Faking-Skalen den Vorteil, dass einzelne Items für verschiedene Fragebögen bzw. Angelegenheiten entwickelt werden können und somit in jedem Instrument problemlos einsetzbar sind. Ferner sind Bogus-Items für Testpersonen eher zumutbar, da deren Bearbeitung wesentlich weniger Zeit in Anspruch nimmt als eine Faking-Skala (Levashina et al., 2009).

Derzeit ist deutlich, was unter dem Begriff *Faking* in der vorliegenden Arbeit zu verstehen ist, wie es theoretisch entsteht und wie es in der Praxis identifiziert wird. Nun stellt sich die Frage, ob Personen tatsächlich mithilfe von Verfälschen ein ideales Profil erstellen können, und wenn ja, ob sie zu Faking tatsächlich tendieren. Aus dem Grund folgen Studien und empirische Ergebnisse zum Thema Faking in experimentellen Situationen und in der Personalauswahl.

3. Verfälschungsinstruktion aka Fake Job Profile

Können Personen verfälschen und ein ideales Profil erstellen?

Die einfachste Methode wie man feststellen kann, ob Personen verfälschen bzw. dazu überhaupt fähig sind ein ideales Profil zu erzeugen ist, sie dazu anzuweisen. Dabei handelt es sich um die *Verfälschungsinstruktion*, eine der gängigsten Verfahren, wie Faking bis heute untersucht wurde, und zwar meist an freiwilligen Personen bzw. Studenten. Unter Verfälschungsinstruktion wird die Anleitung an die Versuchsperson verstanden, sich selbst im Fragebogen in einer gewissen Weise zu präsentieren (z.B. als idealer Kandidat). Dahinter steht die Annahme, dass Personen auch in realen Situationen verfälschen können, wenn sie dazu nach einer Instruktion fähig sind.

Personen können unterschiedliche Profile erzeugen, wenn sie dazu aufgefordert werden, wie etwa vom Banker, Bibliothekar oder Werbefachmann (Furnham, 1990); Krankenschwester, Feuerwehrmann, Autoverkäufer (Dunlop et al., 2012). Die Studienteilnehmer von Martin, Bowen und Hunt (2002) sollten zuerst ein *ideales Profil vom Manager* erzeugen. Danach wurden sie aufgefordert ein Profil vom *Junior Manager* zu erstellen. Das Soll-Profil zum Abgleichen wurde von HR-Managern und Managern mittlerer Managementebenen erstellt. Das Ziel war zu überprüfen, ob Personen ein ideales Profil für die genannte Position erzeugen können. Den Ergebnissen zufolge haben die idealen Profile eine signifikante Ähnlichkeit mit den Profilen des Junior-Managers aufgezeigt. Dazu haben die Junior-Manager-Profile der Testpersonen und das Soll-Profil der Experten eine hohe Übereinstimmung aufgewiesen. Dementsprechend können Personen ein ideales Profil erstellen, allerdings sind die idealen Profile sehr ähnlich.

In einigen Studien wird ersichtlich, dass Personen fähig sind, sowohl ein ideales Profil als auch ein unpassendes Profil zu erstellen. Holden (2007) hat beispielsweise die Studienteilnehmer dazu aufgefordert sich vorzustellen, dass sie für die Einberufung ins Militär überprüft werden. Folglich wurden die Personen in vier Gruppen aufgeteilt. Die erste Gruppe hat vor der Bearbeitung des Fragebogens die Standardinstruktion gehört, die zweite Gruppe wurde aufgefordert so *ehrlich* wie möglich zu antworten. Die dritte Gruppe sollte die Chancen der Einberufung ins Militär maximieren (*fake good*) und die vierte sollte

sie minimieren (*fake bad*). Die Ergebnisse haben gezeigt, dass gängige Persönlichkeitsfragebögen, die auf den Big-Five-Faktoren³ basieren, anfällig gegenüber Faking sind und dass unterschiedliche Effekte, abhängig von der Instruktion, auf die Skalensvalidität ausgeübt werden. Diese Resultate werden durch die Metaanalyse zur Verfälschbarkeit von Big-Five-Faktoren (51 Studien) von Viswesvaran und Ones (1999) unterstützt. Sie kamen zum Schluss, dass alle fünf Faktoren gleichermaßen verfälschbar sind. Ferner hat die *Fake-Good-Instruktion* im Vergleich zur *Fake-Bad-Instruktion* geringere Effektstärken aufgewiesen (Holden, 2007).

Einige Wissenschaftler nehmen an, dass Hinweise über die Arbeitsstelle Personen dazu verhelfen, das ideale Profil zu erstellen. Dalen, Stanton und Roberts (2001) manipulierten die zugängliche Information, indem sie ihren Testpersonen drei Bedingungen zugeteilt haben. Die erste Gruppe erhielt die Berufsbezeichnung (job title), die zweite die Berufsbeschreibung (job description) und die dritte Details über einen idealen Kandidaten (person specification). Die Personen waren in der Lage selektiv die dem Messinstrument unterliegenden Skalen zu manipulieren, im Gegensatz zur Übertreibung auf allen Skalen. Abgesehen von den erhältlichen Informationen erzeugten alle Gruppen ähnliche Profile. Dementsprechend konnte kein Effekt der zugänglichen Informationen nachgewiesen werden. Dieses Erkenntnis legt nahe, dass Personen zwar selektiv verfälschten, aber nur entsprechend einem ähnlichen Stereotyp. Sie waren dennoch nicht dazu fähig, ein ideales Profil zu erstellen, was eine gute Nachricht für die Anwender von Persönlichkeitsfragebögen zum Assessment darstellt (Dalen et al., 2001).

Tett, Freund, Christiansen, Fox und Coaster (2012) untersuchten, ob bei der Erstellung von idealen Profilen kognitive Fähigkeiten eine Rolle spielen. Die teilnehmenden Studierenden bearbeiteten zuerst einen kognitiven Test. Im Anschluss folgte ein Fragebogen, den die teilnehmenden Personen erst unter der *ehrlichen Bedingung*, und schließlich als *idealer Kandidat* für den Job als Krankenschwester, Marketing Manager oder IT-Entwickler, bearbeitet haben. Den Ergebnissen zufolge haben die Personen mit hohen kognitiven Fähigkeiten eher verfälscht. Personen, die unter der ehrlichen Bedingung niedrige Werte in sozial erwünschten und hohe Werte in sozial unerwünschten

³ Neurotizismus, Extraversion, Offenheit für Erfahrungen, Verträglichkeit und Gewissenhaftigkeit

Persönlichkeitseigenschaften erreicht haben und somit sozial unerwünscht antworteten, waren eher in der Lage ideale Jobprofile zu erstellen, indem sie jobrelevante Eigenschaften stark bestätigt und jobirrelevante Eigenschaften verleugnet haben. Das stimmt mit den Ergebnissen von Scherbaum, Sabet, Kern und Agnello (2013) überein, die gezeigt haben, dass eine Person durch Faking entweder einen höheren oder einen niedrigeren Testkennwert erzielen kann, abhängig davon, welche Eigenschaften erfragt werden.

Jansen et al. (2012) untersuchten den Einfluss der Motivation einen guten Eindruck zu hinterlassen (*Impression Motivation*). Personen, die hohe Impression Motivation aufgewiesen haben, unterstrichen bei der Selbstpräsentation solche Persönlichkeitsfacetten, die sie als relevant betrachtet haben.

Zusammenfassend können Personen ein ideales Profil für verschiedenste Positionen erstellen, wenn sie dazu aufgefordert werden. Das unterstützt unter anderem auch die Tatsache, dass die häufig verwendeten Persönlichkeitsfragebögen nicht beständig gegenüber Faking sind. Personen verfälschen jedoch nicht allzu viel. Im Gegensatz zum Übertreiben auf allen Skalen wählen Personen vielmehr die selektive Manipulation von einzelnen Skalen. Abhängig davon, welche Eigenschaften im Rahmen des Assessment gewünscht sind, befürworten Personen relevante Eigenschaften und verleugnen irrelevante. Kognitive Fähigkeiten und Persönlichkeitseigenschaften wie Impression Motivation spielen eine Rolle.

Obwohl die Studien mit freiwilligen Personen eine recht spannende Einsicht in die Welt des Faking bieten, handelt es sich „nur“ um hypothetische Situationen, die der Realität nicht unbedingt entsprechen müssen. Infolgedessen werden nun Studien vorgestellt, für welche Daten in wahren Auswahl-situationen gesammelt wurden.

4. Faking in der Personalauswahl

Wird in realen Auswahl-situationen tatsächlich verfälscht?

Im Moment gibt es auf diese Frage keine eindeutige Antwort, da in der Literatur sowohl empirische Evidenz zu finden ist, die der Annahme der Verfälschung widerspricht (z.B. Ellingson, Sackett & Smith, 2001; Ellingson, Sackett & Connelly, 2007; Hogan, Barrett & Hogan, 2007; O'Brien & LaHuis, 2011), als auch solche, die sie unterstützt (z.B. Birkeland, Manson, Kisamore, Brannick & Smith, 2006; Griffith, Chmielowski & Yoshita, 2007).

Hogan et al. (2007) haben Persönlichkeitsprofile von 5266 Bewerbern gesammelt, die nach einer Stellenbewerbung eine Absage erhalten haben. Sechs Monate später haben sich dieselben Personen erneut beworben. Bei der Auswertung wurden die neuen Persönlichkeitsprofile mit den alten verglichen. Lediglich 5,2% der Personen haben ihr Antwortverhalten im Vergleich zum ersten Mal verzerrt, und das in beide, sowohl die positive als auch die negative Richtung. Die Ergebnisse legen nahe, dass Faking in der Personalauswahl kein signifikantes Problem darstellt.

Ellingson et al. (2007) haben überprüft, ob beim Faking in der Personalauswahl die Motivation zum Verfälschen eine Rolle spielt. Dazu wurden Testkennwerte von Personen mit hoher Motivation zum Verfälschen (Personalauswahl) und Testkennwerte von Personen mit geringer Motivation zum Verfälschen (Personalentwicklung) verglichen. Jede der 713 Personen hat einen Persönlichkeitsfragebogen zweimal bearbeitet, und das entweder einmal im Rahmen der Personalauswahl und einmal der Personalentwicklung oder zweimal zum selben Zweck. Die Gruppen haben sich nicht signifikant voneinander unterschieden und das Faking konnte daher nicht unterstützt werden. Diese Ergebnisse stimmen mit denen von Ellingson et al. (2001) überein, die gleichfalls keinen Einfluss von sozial erwünschtem Antwortverhalten auf das erhobene Persönlichkeitskonstrukt finden konnten.

O'Brien und LaHuis (2011) beschäftigten sich mit der Frage, in welchem Ausmaß sich die Bewerber im Vergleich zu Stelleninhabern im Antwortverhalten im Persönlichkeitsfragebogen unterscheiden. Die Stichprobe setzte sich aus 1509

Bewerbern und 1568 Posteninhabern zusammen. Es konnte nicht nachgewiesen werden, dass sich Bewerber von Stelleninhabern in ihrem Antwortverhalten unterscheiden.

Obwohl man soweit meinen könnte, dass Faking in der Personalauswahl nicht vorkommt und Bewerber generell ähnliche Testkennwerte erreichen wie freiwillige Personen, widerlegen viele Studien den bisher präsentierten Ergebnissen. Rosse et al. (1998) konnten in ihrer Studie nachweisen, dass sich das Antwortverhalten von Bewerbern signifikant vom Antwortverhalten von Stelleninhabern unterscheidet.

Birkeland et al. (2006) fassten in einer Metaanalyse die Verfälschung von Persönlichkeitsfragebögen in der Personalauswahl zusammen. Abgesehen von dem gefundenen Gesamtausmaß, in welchem Bewerber im Vergleich zu Freiwilligen in Persönlichkeitsfragebögen verfälscht haben, befassten sich die Autoren ebenfalls mit der Verzerrung einzelner Persönlichkeitsdimensionen durch folgende Moderatorvariablen: (1) *Art der Arbeit* - die Position, für die sich die Person bewarb (Vertrieb und Nicht-Vertrieb, Management und Nicht-Management), (2) *Testtyp* - das dem Verfahren unterliegende Persönlichkeitskonstrukt (Big Five (z.B. NEO) oder andere theoretische Konstrukte (z.B. 16 PF)). Der Testtyp wies sich als signifikanter Moderator für die Skalen Offenheit für Erfahrungen, Gewissenhaftigkeit, emotionale Stabilität und Verträglichkeit auf. Bewerber offenbarten signifikant höhere Werte im Vergleich zu Freiwilligen in den Persönlichkeitsdimensionen Extraversion, emotionale Stabilität, Gewissenhaftigkeit und Offenheit auf. Abhängig von der Position, für die sich die Person bewarb (z.B. Verkäufer), haben entsprechende Persönlichkeitsdimensionen (z.B. Extraversion) hohe Werte aufgezeigt. Dieser Befund führte zum Schluss, dass Bewerber jene Persönlichkeitsdimensionen verfälschten, die als besonders berufsrelevant angesehen werden, was mit den Erkenntnissen aus der Forschung aus dem vorigen Kapitel durchaus übereinstimmt, es werden nicht alle Skalen verfälscht, sondern nur die relevanten.

Griffith et al. (2007) haben nach einiger Zeit Bewerber aus einem Auswahlverfahren kontaktiert und sie gebeten, das im Auswahlprozess verwendete Messinstrument nochmals ehrlich zu bearbeiten. Gemäß den Resultaten haben bis zu 50% der Bewerber ihre Testkennwerte erhöht. Laut den

Autoren ist ihre Studie die erste ihrer Art, die deutliche Hinweise über Faking aufzeigt, und zwar, dass Verfälschbarkeit ein Phänomen von Bewerbersituationen ist.

Möglicherweise besteht ein Zusammenhang zwischen der Intelligenz der Person und dem Verfälschen. Je intelligenter bzw. geistig fähiger eine Person ist, desto eher kann sie den Zweck des Fragebogens abschätzen und um so eher ist sie fähig zu Verfälschen. Auf der anderen Seite könnte man meinen, dass intelligente Personen nicht verfälschen, weil sie es nicht nötig haben. Der Zusammenhang zwischen geistigen Fähigkeiten von Bewerbern und Faking wurde im Jahre 2009 von Levashina et al. an 17.368 Personen untersucht. Die Bewerber haben Fragen über typische berufsbezogene Verhaltensweisen, wie Interaktionen mit Kollegen, Anpassungsfähigkeit oder Belastbarkeit bearbeitet. Ein Viertel der Bewerber hat in irgendeiner Art verfälscht, aber nur 1% der Personen verfälschte im maximalen Ausmaß. Die Ergebnisse legen nahe, dass Bewerber mit ausgeprägter Intelligenz in Auswahl-situationen weniger verfälschen, weil sie glauben, gut genug zu sein, und verfälschen ist daher nicht obligat. Wenn sich Bewerber entscheiden ihre Testkennwerte doch zu verfälschen, dann sind sie in ihrem Zweck ein ideales Profil zu erzielen mehr erfolgreich, da ihnen dazu die ausgeprägten kognitiven Fähigkeiten verhelfen (Levashina et al., 2009).

Galic, Jerneic, und Parmac Kovacic haben im Jahre 2012 überprüft, in welchem Ausmaß Personen in Auswahl-situationen im Vergleich zu Freiwilligen verfälschen. Dafür haben die Autoren das Antwortverhalten von vier verschiedenen Gruppen anhand eines Fragebogens untersucht, dem das Big Five Persönlichkeitskonzept unterliegt. Drei von vier Gruppen haben sich aus Studenten einer großen Kroatischen Universität zusammengesetzt. Diese haben folgende Verfälschungsinstruktionen erhalten: (1) ehrlich antworten (N=370; *honest responding*), (2) ein ideales Profil erzeugen (N=267; *fake good*) oder (3) ein ideales Profil vom Militärpiloten erstellen (N=416; *fake military pilot*). Die vierte Gruppe war durch Bewerber repräsentiert, die an einem Auswahlverfahren für ein Militärpilot-Programm teilgenommen haben. Alle Kandidaten (N=602), die die körperlichen und gesundheitlichen Anforderungen erfüllt haben, wurden zu einer weiteren psychologischen Testung eingeladen, im Rahmen derer ihnen der Fragebogen vorgelegt wurde. Nach der Datenanalyse konnte festgestellt werden,

dass Bewerber höhere Testkennwerte erzielen als Personen, die instruiert wurden ehrlich zu antworten, jedoch niedrigere Testkennwerte als Personen, die den Fragebogen unter der Fake-Good- bzw. Fake-Military-Pilot-Instruktion bearbeitet haben (Galic et al., 2012). In einer folgenden Untersuchung wurden Experten bzw. Piloten gebeten, ideale Bewerberprofile zu erstellen. Diese wurden dann mit den Profilen der Kandidaten verglichen. Mithilfe dieser Vergleiche konnte gezeigt werden, dass Bewerber teilweise erfolgreich im Erstellen eines idealen Profils sind (Galic et al., 2012).

Eine Zusammenfassung der Ergebnisse der beschriebenen Studien lässt den folgenden Fazit zu. Aufgrund von empirischer Evidenz kann mit relativer Sicherheit angenommen werden, dass Verfälschbarkeit von Fragebögen in der Personalauswahl „ihren Platz hat“. Es gibt jedoch beträchtliche Unterschiede im Ausmaß, in dem Bewerber tatsächlich verfälschen. Die Tendenz der Bewerber zu verfälschen kann sowohl überzogen als auch null sein. Dementsprechend stellt das Faking in der Personalauswahl auf der einen Seite nicht unbedingt ein Problem dar. Auf der Anderen muss sich das Faking irgendwo auswirken, wenn sich Personen doch entscheiden zu verfälschen. Daher ist die Frage, ob Faking in der Personalauswahl etwa die Validität von den Messverfahren verletzt. Auf die Folgen der Verfälschbarkeit wird im nächsten Kapitel näher eingegangen.

5. Konsequenzen von Faking

Sind die Folgen von Faking schwerwiegend?

In der Personalauswahl geht es in erster Linie darum, mithilfe von Persönlichkeitsverfahren geeignete Personen zu finden. In den Neunzigern wurde postuliert, dass Persönlichkeitsverfahren eine valide Prognose über die zukünftige berufliche Leistung liefern (Tett, Jackson und Rothstein, 1991). Die Ergebnisse waren daher in Bezug auf die Verwendung von Persönlichkeitsverfahren in der Mitarbeiterauswahl durchaus optimistisch. Barrick und Mount (1996) sind unter anderem etwa zum Schluss gekommen, dass die prädiktive Validität der Skalen emotionale Stabilität und Gewissenhaftigkeit in Auswahl Situationen nicht verletzt wird.

Neueren Ergebnissen zufolge wird die Qualität der Kandidatenauswahl durch Faking sehr wohl beeinflusst, vor allem dann, wenn Unternehmen ihre Auswahl bloß auf Ergebnissen von Persönlichkeitsfragebögen stützen (Rosse et al., 1998). Converse et al. (2009) haben ein ähnliches Testdesign wie Barrick und Mount (1996) angewendet, indem das Assessment zuerst lediglich mithilfe der Gewissenhaftigkeitsskala durchgeführt wurde. Danach wurde die Gewissenhaftigkeitsskala als Teil einer Testbatterie zum Assessment verschiedener Persönlichkeitseigenschaften vorgelegt. Allumfassend zeigten die Ergebnisse, dass Verfälschen dann weniger negative Auswirkungen auf die Validität einer Persönlichkeitsskala und letztendlich auf die Auswahlentscheidung hat, wenn zum Persönlichkeits-Assessment eine Testbatterie benutzt wird. Kurz gefasst sind die Verfahren zur Messung von Persönlichkeitseigenschaften umso verlässlicher, je umfangreicher sie sind (Converse et al., 2009).

In einer weiteren Studie zu den Auswirkungen von Faking auf die Validität von Holden (2008) wurden die getesteten Personen drei Gruppen zugeteilt, die Standard- bzw. Verfälschungsinstruktionen erhalten haben. Eine Gruppe wurde dazu angewiesen, sich als eine Person zu präsentieren, die sehr gut sozial angepasst ist und keine psychischen Probleme oder Persönlichkeitsstörungen aufweist (fake good). In einer anderen Gruppe sollten die Personen so antworten, als würden sie geistesgestört sein und unter gravierenden psychologischen Problemen leiden (fake bad). Die dritte Gruppe hat die Standardinstruktion gehört.

In dieser Studie konnte gezeigt werden, dass die Validität durch Faking zwar signifikant beeinflusst wird, aber nur unter der Fake-Bad-Instruktion. Demzufolge wurden unter der Fake-Bad-Instruktion eher extreme Angaben gewählt als unter den anderen beiden Bedingungen. Die entstandenen Profile waren demzufolge sehr negativ, aber nur mäßig ideal, was durchaus ein Grund für Enthusiasmus ist.

In einer interessanten Simulationsstudie von Paunonen und LeBel aus dem Jahre 2012 wurden die Folgen von Faking untersucht, indem zum durchschnittlichen Ausgangsprofil allmählich spezifische Mengen an Faking addiert wurden. Sonach wurden alle möglichen Profile, von solchen ohne Faking bis zu solchen, die stark durch Verfälschen verzerrt sind, abgedeckt. Würden Personen tatsächlich extrem verfälschen, würde auch die Validität stark darunter leiden (Paunonen & LeBel, 2012). Aus diesem Grund könnte sozial erwünschtes Antwortverhalten schwer fassbare Auswirkungen auf die Testvalidität haben. Das bedeutet nicht unbedingt, dass Personen zu verzerrendem Antwortverhalten auch in der Realität tendieren. Wie wir im vorigen Kapitel gelernt haben, neigen Personen eher dazu, anhand eines Stereotyps zu verfälschen aber zu Extremen kommt es eher selten. Dementsprechend wird die Validität generell nur gering beeinflusst bzw. gefährdet (Paunonen & LeBel, 2012).

Christiansen, Rozek und Burns (2010) haben die Faking-Testkennwerte sozusagen vom Tisch des Forschers ins Feld hinausgebracht. Hundertsechzig Personalisten haben ein Anforderungsprofil und Unterlagen von zwei hypothetischen Kandidaten erhalten, wobei einer der Kandidaten ausgewählt werden sollte. Die Kandidatenprofile beinhalteten unter anderem Testkennwerte von Persönlichkeits- und Leistungstest. Ein Drittel der Personalisten hat keine Angaben über sozial erwünschtes Antwortverhalten der Kandidaten erhalten. Die restlichen Experten haben Auswertungen von Impression-Management-Skalen bekommen, und zwar hat entweder einer der beiden, oder beide Kandidaten, hohe Werte erzielt. Die Resultate zeigen, dass aus erhöhten IM-Testkennwerten Rückschlüsse auf die Persönlichkeit der Kandidaten gezogen wurden. Infolgedessen haben die Personalisten den Leistungs- und Persönlichkeitstestkennwerten von Fakern weniger Gewicht gegeben, auch wenn diese hervorragend waren. Allgemein wurde die Entscheidung für den besten Kandidaten eher basierend auf den Ergebnissen aus dem

Persönlichkeitsverfahren, als auf denen der Leistungstests, getroffen, auch wenn die IM-Werte beider Kandidaten hoch waren. Demzufolge wurde dem erhöhten Faking mehr Wert beigemessen, als Testkennwerten aus objektiven Leistungstests (Christiansen et al., 2010). Anders gesagt kommt hier der Rosenthal-Effekt⁴ zustande. Dementsprechend beeinflusst Faking die Entscheidungen in der Mitarbeiterauswahl. Allerdings hat sich die Kandidatenwahl lediglich auf Testkennwerten gestützt.

Zusammenfassend sind sich die Wissenschaftler nur teilweise einig, wenn es auf die Folgen vom Faking kommt. Nichtsdestotrotz ist es eher das experimentell angeregte Faking, das die Testvalidität wesentlich stärker beeinflusst. Trotzdem sollte die Verfälschbarkeit in echten Auswahl-situationen nicht vernachlässigt werden (Holden, 2007). Faking hat in der Personalauswahl vor allem dann negative Folgen, wenn sich Personalisten für die geeigneten Kandidaten bloß aufgrund von einzelnen Persönlichkeitsskalen bzw. Testwerten entscheiden. Daher sollten generell Persönlichkeitsfragebögen nicht den einzigen Maßstab der Berufseignung repräsentieren; sie sollten vielmehr ein Teil des umfangreichen Assessments sein, welches andere Methoden beinhaltet, die weniger anfällig für Faking sind (z.B. Interview). Außerdem sollten die angewandten Forscher weiterhin ihr Augenmerk auf das Faking von Persönlichkeitsfragebögen im Rahmen der Personalauswahl fokussieren und neue Verfahren entwickeln (Griffith et al., 2007).

Die Herausforderung, die Qualität der Daten durch neue Verfahren zu erhöhen, wurde durch die vorliegende Arbeit angenommen. Für die Praxis wurden bis heute unterschiedliche Methoden entwickelt, um den negativen Folgen von Faking vorzubeugen. Diese werden im folgenden Abschnitt beschrieben.

⁴ *Versuchsleiter-Erwartungs-Effekt*: positive Erwartungen, Einstellungen, Überzeugungen sowie positive Stereotype des Versuchsleiters wirken sich nach Art der „selbsterfüllenden Prophezeiung“ aus

6. Methoden gegen Faking

Tagtäglich werden unterschiedliche Techniken angewendet, die zum Ziel haben, dem Verfälschen entgegenzuwirken, um die Folgen unter Kontrolle zu bringen. Auf der einen Seite handelt es sich dabei um Verfahren, die versuchen das Faking zu reduzieren. Auf der anderen Seite sind es Methoden, die danach streben, die Motivation eines ehrlichen Antwortverhaltens zu erhöhen. Im Folgenden wird auf die beiden großen thematischen Kreise näher eingegangen.

6.1 Reduzierung der Verfälschbarkeit

Eine einfache Weise die Verfälschbarkeit zu reduzieren stellt die **Versicherung der Anonymität** der Daten dar. Dadurch sind die getesteten Personen nicht mehr daran gehindert, ehrlich zu antworten, und offenbaren daher auch solche Informationen, die als sozial unerwünscht angesehen werden (Lelkes, Krosnick, Marx, Judd & Park, 2012). Demzufolge kann Anonymität sozial erwünschtes Antwortverhalten verringern. Dennoch kann Anonymität auch eine gegenteilige Wirkung haben, indem ungenaues Antwortverhalten gesteigert wird. Die Testperson fühlt sich durch die Namenlosigkeit weniger verantwortlich, genau über ihre Antworten zu reflektieren (Lelkes et al., 2012). Dementsprechend scheint es nicht mehr so vorteilhaft zu sein, dem Testteilnehmer eine anonyme Bearbeitung des Fragebogens zu ermöglichen (Meade & Craig, 2012). Einige Wissenschaftler nehmen sogar an, dass Anonymität gar keinen Effekt in Bezug auf das Faking hat (Holden, Magruder, Stein, Sitarenios & Sheldon, 1999). Demgemäß sprechen empirische Ergebnisse nicht eindeutig für, aber auch nicht gegen die Zusicherung der Anonymität.

Je heikler eine Frage, desto eher ist sie auf sozial erwünschtes Antworten anfällig. Das Problem kann gelöst werden, indem **sensible Fragen feinfühlig formuliert** werden. Die Person reagiert darauf dann nicht mehr so empfindlich und ist nicht mehr gehindert, eine akkurate Antwort anzugeben. Die empirischen Ergebnisse zu diesem Ansatz sind jedoch widersprechend (Näher & Krumpal, 2011).

Eine weitere Art, Faking in Persönlichkeitsfragebögen zu reduzieren, ist die **Warnung gegen Faking** (Kluger & Colella, 1993). Diese besagt meist, dass der

Testleiter Faking entdecken kann und dass daher vom Faking abgeraten wird. Robson, Jones und Abraham (2008) meinen, dass die Warnung zwar Faking reduziert, aber nicht unbedingt auf allen Skalen eines Fragebogens. An einer großen Stichprobe (n=32.311) haben Landers, Sackett und Tuzinski (2009) untersucht, ob nach wiederholten Absagen Bewerber lernen öfter zu verfälschen. Diese Annahme konnte bestätigt werden, allerdings wurde das Verfälschen gemindert, wenn die Bewerber gewarnt wurden, dass das Faking entdeckt werden kann. Diese Ergebnisse müssen jedoch kritisch angesehen werden, da die Stichprobe sehr groß ist. Damit wird auch die Wahrscheinlichkeit signifikante Ergebnisse zu gewinnen erhöht. Dass die Warnung über das Aufdecken von Verfälschen keinen Effekt ausübt, haben Khorramdel und Kubinger (2006) bestätigen können. Dwight und Donovan (2009) postulieren dagegen, dass die Warnung sehr wohl einen Einfluss auf das Antwortverhalten hat. Faking wird aber erst dann reduziert, wenn auch reale Konsequenzen dafür drohen. Dieses haben die Autoren so untersucht, dass die Teilnehmer keinen weiteren Anspruch auf finanzielle Entlohnung haben werden, wenn sie sich für Verfälschen entscheiden. Die Warnung gegen Faking haben neulich Fan, Gao, Carroll, Lopez, Tian und Meng (2012) unter die Lupe genommen. Es wurde eine computerbasierte Testbatterie entwickelt, die die Identifikation von Faking während der Testung ermöglicht. Die verfälschenden Personen wurden während der Testbearbeitung gewarnt, dass sie nicht verfälschen sollen. Dadurch haben sie die Möglichkeit bekommen das eigene Verhalten ab diesem Punkt zu ändern, und den restlichen Test in abgeänderter Art zu bearbeiten. Die Methode scheint vielversprechend zu sein, es werden jedoch noch weitere Untersuchungen benötigt, um den Effekt eindeutig nachweisen zu können (Fan et al., 2012).

Khorramdel und Kubinger (2006) haben in ihrer Studie, neben den bereits erwähnten Auswirkungen der Warnung gegen Faking, zwei weitere Methoden der Faking-Reduzierung und deren Wechselwirkungen untersucht. Eine ist die **Begrenzung der Bearbeitungszeit** (von 45 Sek. bis 1 Min. 40 Sek. pro Fragebogenseite). Die andere sind **verschiedene Antwortformate**:

(1) dichotomes (z.B. „stimmt“ vs. „stimmt nicht“) oder (2) analoges (kontinuierliches⁵). Es ist relativ ungewöhnlich bei Persönlichkeitsfragebögen die Bearbeitungszeit zu begrenzen. Es ist eher das Alpha und Omega für Leistungstest, da die Schnelligkeit und Fähigkeit unter Druck zu arbeiten ein Teil des Leistungskriteriums repräsentiert. Khorramdel und Kubinger (2006) postulierten, dass die Bearbeitungsdauer einen wichtigen Faktor für Faking darstellt. Je länger eine Person für die Bearbeitung von Items hat, desto eher wird sie verfälschen, weil ihr die zeitlichen Kapazitäten gegeben sind. Die Person kann sich demzufolge mit dem Faking auseinandersetzen. Den Ergebnissen zufolge haben Bewerber dann eher eine sozial erwünschte Antwort gewählt, wenn die Zeitbegrenzung mit dem dichotomen Antwortformat kombiniert wurde, oder wenn die analoge Antwortskala ohne Zeitbegrenzung vorgelegt wurde. Es ist demnach günstig, abhängig vom Antwortformat, längere bzw. kürzere Bearbeitungszeiten anzuwenden. Nichtsdestotrotz zeigen neuere empirische Ergebnisse, dass Faking zustande kommt, auch wenn die Antwortzeit auf 600 ms pro Item begrenzt wird (Teige-Mocigemba & Klauer, 2013).

Levashina, Morgeson und Campion (2012) haben als Lösung für das Problem von sozial erwünschtem Antwortverhalten die **Elaboration der Antwort (RET, Response Elaboration Technique)** vorgeschlagen. Danach muss jeder Bewerber die eigenen Antworten im Persönlichkeitsfragebogen rechtfertigen, etwa durch Beschreibungen von bestimmten Details oder Beispielsituationen. Mithilfe von RET fühlen sich Bewerber zu ihren Antworten mehr verbunden und verantwortlich, wodurch das Faking gemindert werden kann (Levashina et al., 2012).

Eine weitere Methode die verfälschten Testkennwerte vom Faking zu bereinigen, ist die **Korrektur der Daten** um die soziale Erwünschtheit. Es konnte bis jetzt jedoch nicht gezeigt werden, dass diese Methode effizient gegen Faking ist (Ellingson, Sackett und Hough, 1999; Ones, Viswesvaran & Reiss, 1996).

Abschließend sprechen empirische Ergebnisse nicht eindeutig für, aber auch nicht gegen die Anonymität und die Warnung gegen Faking als gute Methoden zur Faking-Reduktion. Die sensible Formulierung von Fragen ist in berufsbezogenen

⁵ die Testperson kann zur Abstimmung jeden beliebigen Punkt auf einer Linie zwischen zwei Extremen ankreuzen

Fragebögen und somit im Rahmen der Personalauswahl eher irrelevant. Die RET-Methode klingt sehr interessant, erscheint jedoch für die Testung von größeren Personenmengen sehr zeit- und kostenaufwändig zu sein und entspricht nicht dem eigentlichen Ziel von Fragebögen viel Information in kurzer Zeit unter objektiver Vorgabe systematisch zu erfassen.

6.2 Erhöhung der Motivation zu ehrlichem Antwortverhalten - Priming

Eine Möglichkeit der Erhöhung der Motivation zu bewusstem ehrlichem Antwortverhalten, aber auch um unbewusste Verzerrungen zu verringern, stellt das oben erwähnte Priming dar, das nun näher beschrieben wird. Wie bereits angedeutet, wird unter Priming die Präsentation eines Reizes verstanden, die die Verarbeitung von folgenden Informationen beeinflussen kann. In anderen Worten: Wissensstrukturen, wie Persönlichkeitsmerkmale und Stereotypen, werden gelegentlich durch situationelle Gegebenheiten aktiviert (Bargh, Chen & Burrows, 1996). In empirischen Studien konnte gezeigt werden, dass Priming die Wahrnehmung, das Urteilen, das Verhalten oder die Motivation beeinflussen kann (Schorn & Maurhart, 2009).

Grundsätzlich wird zwischen *direktem Priming* (oder *Wiederholungspriming*) und *indirektem Priming* unterschieden. *Direktes Priming* erleichtert die Verarbeitung eines Reizes durch vorherige Darbietung des gleichen Reizes (Schacter, 1987). Wenn etwa der Testperson zuerst das Wort „Fahrrad“ präsentiert wird, wird sie die folgende Buchstabenergänzungsaufgabe „F_ _ _ r _ d“ schneller lösen können als etwa K_ m _ _ _ e⁶. *Indirektes Priming* ist jede Veränderung in der Wahrnehmung oder im Verhalten, die nach einer Präsentation von mit dem folgenden Reiz im Zusammenhang stehenden Inhalten zustande gekommen ist. Der Zusammenhang kann entweder assoziativ, semantisch, grafisch, phonemisch oder morphologisch sein (Richardson-Klavehn & Bjork, 1988). Folgend wird auf die verschiedenen Arten vom indirekten Priming näher eingegangen.

⁶ Kommode

6.2.1 Assoziatives / semantisches Priming

Semantisches oder Assoziatives Priming bezeichnet das Phänomen, dass mithilfe der Präsentation eines Begriffes die Verarbeitung eines nachfolgenden Begriffes vereinfacht wird, unter der Voraussetzung, dass zwischen den beiden Begriffen ein semantischer oder assoziativer Zusammenhang besteht (Woltz, 2010). Dieser Überlegung liegen assoziative Netzwerke zugrunde. Im Sinne dieser Theorie werden Worte in Form von mentalen Repräsentationen abgespeichert und innerhalb eines Netzwerks eingegliedert. Dementsprechend können Begriffe bzw. benachbarte Begriffe durch unterschiedliche Situationen entweder leichter oder schwieriger abgerufen werden. Zur besseren Veranschaulichung folgt die schematische Darstellung vom semantischen Netzwerk nach Collins und Loftus (1975).

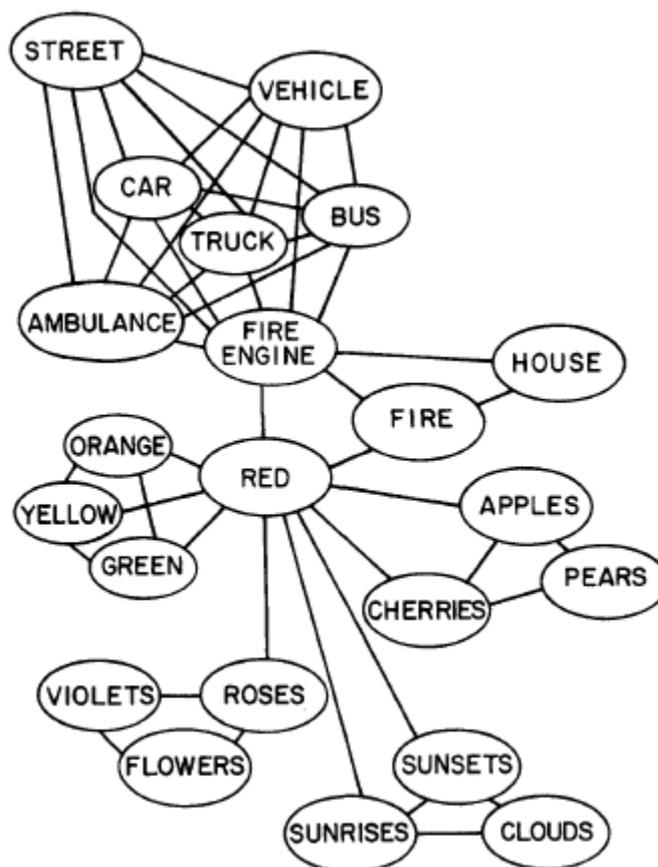


Abbildung 5: Semantisches Netzwerk nach Collins und Loftus (1975, S.412)

Das geprimte Wort muss nicht unbedingt im direkten Bezug zum folglich abgerufenen Begriff sein. Die Aktivierung kann auch über einen Mediator passieren (*Mediated Priming*), unter der Voraussetzung, dass die Begriffe thematisch verbunden sind (Jones, 2010). Beispielsweise kann das Wort *Käse* (Ziel) indirekt über *Maus* (Mediator) durch *Katze* (Priming) hervorgerufen werden.

Assoziatives und semantisches Priming wurde überwiegend in Studien mit Wiedererkennungs- oder Aufzählungsaufgaben untersucht (Woltz, 2010). Es wird nicht als Methode gegen Faking in der Personalauswahl eingesetzt und scheint daher für die vorliegende Arbeit von geringer Bedeutung zu sein. Man kann aus diesen Ansätzen jedoch lernen, dass ein Wort eine ganze Gruppe von Begriffen aktivieren kann. Demgemäß können mithilfe von Priming gezielt mentale Repräsentationen hervorgerufen werden.

6.2.2 Zielorientiertes Priming (Goal Oriented Priming)

Damit ein Ziel (z.B. eine Sprache lernen) erreicht werden kann, müssen entsprechende Verhaltensweisen aktiviert werden, die zu diesem Ziel führen (z.B. Sprachschule besuchen). Ziele können auch unbewusst durch situationelle Bedingungen getriggert werden und werden in ähnlicher Weise gesteuert wie bewusst verfolgte Zielsetzungen (Chartrand und Bargh, 1996). Unbewusst ausgelöste Ziele können effektiv das Handeln bewirken, wodurch eine Anpassung an die laufenden situativen Anforderungen ermöglicht wird (Bargh, Gollwitzer, Lee-Chai, Barndollar und Trötschel, 2001).

Nach dem Konzept des zielorientierten Primings können Verhaltensweisen aktiviert werden, nachdem sich eine Person mit bestimmten Priming-Begriffen auseinandersetzt, die mit einem Zielverhalten in Zusammenhang stehen. Dementsprechend können Ziele auch unbewusst entstehen und gesteuert werden, wenn vorher entsprechende Konzepte geprimt werden (Légal, Meyer & Delouée, 2007). In vergangenen Untersuchungen wurde etwa das Ziel in einem Test gut abzuschneiden oder gut im Team zusammenzuarbeiten, aktiviert (Bargh et al., 2001). Geprimte Personen lösten signifikant mehr intellektuelle Aufgaben und arbeiteten effizienter im Team.

Rasinski et al. (2005) haben mit zielorientiertem Priming versucht, die Qualität der Daten zu erhöhen, indem das Ziel *ehrliche Angaben* geprimt wurde. Die geprimten Personen haben zuerst eine Aufgabe bekommen, in der sie sich mit Wörtern wie „ehrlich“, „wahr“, „echt“ oder „wahrhaft“ auseinander setzen mussten. Folglich haben die Personen einen Fragebogen zu sozial heiklen Themen, wie etwa exzessiver Alkoholkonsum, beantwortet. Geprimte Personen haben tatsächlich öfter angegeben, diese heiklen Verhaltensweisen auszuüben und daher den Fragebogen auch ehrlicher bearbeitet. Das heißt, dass zielorientiertes Priming eine erfolgreiche Methode gegen Faking ist (Rasinski et al., 2005).

6.2.3 Konzeptuelles und Mindset-Priming

Unter *konzeptuellem Priming* wird die Aktivierung von gedanklichen Repräsentationen verstanden, die im folgenden Kontext einen passiven und unbewussten Einfluss auf das Verhalten ausüben (Bargh & Chartrand, 2000). Bargh et al. (1996) haben zu diesem Thema drei Studien durchgeführt. In der ersten Studie wurde das Konzept der Unhöflichkeit geprimt. Die geprimten Personen haben folgend wesentlich öfter ein Gespräch unterbrochen, das zwischen dem Testleiter und einer Testperson (in Wirklichkeit ein Studienassistent) stattgefunden hat. In der zweiten Studie wurde der Altersstereotyp aktiviert. Geprimte Personen sind danach im Vergleich zu der Kontrollgruppe viel langsamer den Gang entlang gegangen, als sie den Untersuchungsraum verlassen haben. Im dritten Experiment wurde bei den Versuchspersonen das Afro-Amerikanische-Stereotyp angeregt. Diese haben dann mit mehr Feindseligkeit auf schikanöse Anfragen des Testleiters reagiert.

Mindset-Priming bedeutet die Aktivierung von Denkkarten (Mindsets), die im folgenden Kontext einen der Person unbewussten Einfluss auf das Verhalten ausüben (Bargh & Chartrand, 2000). Diese Technik scheint dem zielorientierten Priming sehr ähnlich zu sein. Der Unterschied ist, dass sich die Person mit Denkkonzepten *aktiv* auseinander setzt und wird dadurch gedanklich eingestellt in darauf folgenden Situationen entsprechend zu agieren. Sassenberg und Moskowitz (2005) beispielsweise beschrieben, dass Menschen über Mindsets

verfügen, die denen erlauben automatisch aktivierte Stereotype zu überwinden, wenn etwa Mindset „think different“ geprimt wird.

In der Studie von Gollwitzer, Heckhausen und Steller (1990) wurde das Priming von zwei unterschiedlichen Denkartarten untersucht. Die Testpersonen wurden drei Gruppen zugeteilt. Eine Gruppe sollte zuerst Vorteile und Nachteile einer persönlichen Entscheidung abwägen (Priming des Nachdenkens - Deliberative Mindset-Priming). Die Personen sollten ein ungelöstes Problem angeben (z.B. Soll ich die Studienrichtung wechseln?) und danach positive und negative Folgen dieses Schrittes nennen, um sich letztendlich für oder gegen die Durchführung des Schrittes zu entscheiden. Eine andere Gruppe sollte erst die Umsetzung von einem persönlichen Plan schildern (Priming der Umsetzung - Implemental Mindset-Priming). Zuerst sollte ein persönliches Vorhaben, das in den nächsten drei Monaten erreicht werden sollte, genannt werden (z.B. neue Wohnung finden). Danach mussten die Personen fünf wichtigste Umsetzungsschritte nennen inklusive detaillierter Angaben über wann, wo und wie diese Schritte ausgeführt werden. Die verbleibende Kontrollgruppe hat statt dessen etwa eine halbe Stunde lang ihre Eindrücke über Photographien von Outdoor-Szenen ermittelt. Folgend wurden alle Gruppen gebeten drei Geschichten fortzusetzen. Geprimte Personen haben, im Vergleich zu der Kontrollgruppe, die Geschichten durchdachter fortgesetzt. Die Gruppe, in der die Umsetzung geprimt wurde, hat in den Geschichten signifikant mehr Umsetzungspunkte genannt. Ideen, die die Personen entwickelt haben, haben daher stark mit dem vorigen Priming korrespondiert. Insofern können aktiv hervorgerufene Mindsets auf folgende Situationen übertragen werden und in diesen übereinstimmende Gedanken stimulieren (Gollwitzer et al., 1990).

Grundsätzlich wurden bis jetzt weder das Mindset- noch das konzeptuelle Priming als Methoden gegen Faking von Persönlichkeitsfragebögen angewendet. Eine Ausnahme ist die Untersuchung von Wagner (2011), in der das Mindset-Priming zur Anwendung kommt. Diese Art von Priming ermöglicht auch eine aktive und bewusste Auseinandersetzung mit dem Mindset *realistische Einschätzung* ermöglicht. Ein Effekt des Primings konnte jedoch nicht nachgewiesen werden.

6.2.4 Subliminales und supraliminales Priming

Spielt unterschiedliche Präsentation von Priming eine Rolle?

Nachdem verschiedene Priming-Arten vorgestellt wurden, werden zum Schluss zwei mögliche Arten der Präsentation des Primings geschildert. Priming kann *subliminal* oder *supraliminal* dargeboten werden. Anders gesagt ist sich die Person des Primings entweder bewusst oder nicht.

a. Subliminales Priming

Subliminales Priming ist dem Bewusstsein der Person nicht zugänglich. Die Anwendung des Primings wurde lange Zeit als heikel angesehen, da angenommen wurde, dass es zu ethisch fraglichen Zwecken angewendet werden kann, wie etwa Konsumsteigerung durch subliminale Werbung. Die bekannteste subliminale Botschaft kommt aus den fünfziger Jahren. James Vicary, ein Werbefachmann, hat während eines Kinofilms alle fünf Sekunden abwechselnd eine von zwei subliminalen Botschaften gezeigt: „EAT POPCORN“ oder „DRINK COKE“. Innerhalb von sechs Wochen hat sich die Menge von verkauftem Popcorn und Coca Cola fast verdoppelt. Die Ergebnisse sind allerdings skeptisch anzusehen, da sie nie in einer Fachzeitschrift publiziert und auch nie repliziert wurden (Kiesel, Wagener, Kunde, Hoffmann, Fallgatter & Stöcker, 2006; Karremans, Stroebe & Claus, 2006). Außerdem hat Vicary in einem Interview zugegeben, dass er sich die ganze Geschichte ausgedacht hat, um sein Geschäft zu retten, das gerade nicht so gut gelaufen ist (Pratkanis, 1992).

Allerdings sollte die potenzielle Wirkung von subliminalem Priming nicht so einfach verworfen werden. Strahan, Spencer und Zanna (2002) haben in mehreren Studien zeigen können, dass subliminales Priming zielorientierter Gedanken (z.B. „durstig“) das Verhalten beeinflusst (z.B. vermehrter Wasserkonsum) hat und die Überzeugung das Ziel zu verfolgen gesteigert hat. Die Methode hat einen einzigen „Haken“: die Personen müssen dazu motiviert sein, das geprimte Ziel zu erreichen (z.B. Durst haben). Zu ähnlichen Ergebnissen sind Karremans et al. (2006) gekommen. Durch das Priming von Markennamen von Getränken (z.B. Lipton Ice) wurde die Wahl der geprimten Getränke-Marke positiv beeinflusst und die

Intention, das Getränk zu trinken, gesteigert. Allerdings wurde der positive Effekt nur bei den Versuchspersonen nachgewiesen, die bereits durstig waren. Demzufolge kann subliminales Priming Ziele oder Meinungen aktivieren, aber nur wenn gewisse Bedingungen erfüllt sind (Karremans et al., 2006). Am Beispiel von Vicary würde das heißen, dass subliminales Priming Konsum von Popcorn und Cola steigern kann, aber nur wenn die Person Lust auf Popcorn und/oder Cola hat bzw. diese regelmäßig verzehrt.

Subliminales Priming wurde auch in Studien zum Fragebogenverhalten verwendet, indem etwa Rassenstereotype geprimt wurden (Wittenbrink, Judd & Park, 1997). Versuchspersonen wurden subliminal entweder durch das Wort „BLACK“ oder „WHITE“ geprimt. Danach haben die Personen verschiedenen Aussagen, die zum Teil rassistisch waren, zugestimmt bzw. diese abgelehnt. Durch das Priming wurden Vorurteile aktiviert, die sich im Fragebogen niedergeschlagen haben. Die Ergebnisse deuten darauf hin, dass spontan ausgelöste stereotype Assoziationen mit dem Antwortverhalten übereinstimmen (Wittenbrink et al., 1997). Die Methode beeinflusst zwar das Antwortverhalten im Fragebogen, dennoch können die Ergebnisse nur begrenzt auf das Faking in der Personalauswahl angewendet werden.

b. Supraliminale Priming

Die bereits im Kapitel 6.2.1, 6.2.2 und 6.2.3 beschriebenen Studien haben alle supraliminale Priming-Vorgaben verwendet. Diese sind dem Bewusstsein zwar zugänglich, die Person ist sich aber deren potenzieller Wirkung nicht bewusst.

Eine sehr interessante supraliminale Priming-Technik stellen *gespiegelte Wörter (Mirrored Words)* dar. Das sind Begriffe, die horizontal auf der Grundlinie gespiegelt sind. Sie wurden erstmals von Perrig, Wippich und Perrig-Chiello (1993) in einer Laborstudie verwendet. Zwanzig gespiegelte Wörter wurden der Testperson jeweils für 1,5 Sekunden präsentiert. Diese wurden folgend in einer Wortaufgabe schneller erkannt.

In einer Feldstudie haben Schorn und Maurhart (2009) untersucht, ob gespiegelte Wörter - ehrlich (honest), unehrlich (dishonest) und ein Pseudowort (Abbildung 6)

- das Verhalten von Menschen in echten Konsum-Situationen beeinflussen können.



Abbildung 6: gespiegelte Wörter nach Schorn und Maurhart (2009)

Jedes der Wörter wurde in schwarzer Schrift auf ein hellbraunes Papier gedruckt (297 x 210 mm). Die Farbe des Papiers hat genau der Farbe von Toilettenkabinen und Fliesen einer Autobahnanlage entsprochen. Die Wörter wurden in den 22 Kabinen und über Pissoirs auf Augenhöhe platziert. Im Toilettenfoyer stand eine Box mit der Information, dass dreißig Cent für die Toilettenbenutzung zu bezahlen sind. Personen, die mit dem Wort „ehrlich“ geprimt wurden haben signifikant öfter die 30 Cent bezahlt, als die restlichen Personen. In dieser Studie konnte somit belegt werden, dass das Priming des Ehrlichkeitskonzepts mithilfe von Mirrored Words aufrichtiges Verhalten bewirken kann.

Zusammenfassend scheint sowohl sub- als auch supraliminales Priming erfolgreich Verhalten, Motivation und Urteile zu beeinflussen (Bargh & Chartrand, 1999).

Welches Priming ist vielversprechend zur Verhinderung von Faking in der Personalauswahl?

Zusammenfassend können mithilfe von Priming gezielt mentale Repräsentationen hervorgerufen werden (6.2.1). Etwa mithilfe von Mindset-Priming kann ein Inhalt kognitiv zugänglich gemacht werden, der Konzepte aktiviert, die wiederum die darauf folgenden Verhaltensweisen lenken (Sassenberg & Moskowitz, 2005). Subliminal vorgegebenes Priming kann unter Umständen das Verhalten der

Person manipulieren. Supraliminale, zielorientiertes Priming hat sich als erfolgreiche Methode gegen unehrliches Verhalten erwiesen (Schorn & Maurhart, 2009).

Jede der beschriebenen Priming-Techniken hat ihre Vorteile. Die Wirkung vom Priming wird optimiert und die Dauer des Effekts wird verlängert, wenn möglichst viele Priming-Begriffe bzw. -Stimuli präsentiert werden (Bargh & Chartrand, 2000). Daher wird im Rahmen dieser Arbeit eine supraliminale Priming-Methode entwickelt. Das spezielle Priming wird nun im empirischen Teil beschrieben und untersucht.

III. Empirischer Teil

Im theoretischen Teil wurde geschildert, dass Verfälschbarkeit von Fragebögen in der Personalauswahl ein Phänomen darstellt, das sich negativ auf die Kandidatenauswahl auswirken kann. Die bisher entwickelten Methoden gegen Faking sind zwar vielversprechend, allerdings besteht weiterhin der Anspruch, neue Techniken zu entwickeln. Und das genau ist der Zweck der vorliegenden Studie, der im folgenden, empirischen Teil, beschrieben wird.

Nachdem das Ziel der Untersuchung vorgestellt wird, folgt ein Kapitel über die Methode, in dem die Stichprobe, die Messinstrumente, und die Testentwicklung und Testdurchführung beschrieben wird.

Im Anschluss folgt die Auswertung und Interpretation der Ergebnisse. Diese werden im Folgenden diskutiert, indem unter anderem auf Implikationen und Limitationen der vorliegenden Studie eingegangen wird.

Schließlich wird die Arbeit zusammengefasst und die Fragestellung beantwortet. Ferner werden einige Handlungsempfehlungen vorgeschlagen.

1. Ziel der Untersuchung

Das Ziel der vorliegenden Studie ist zu überprüfen, ob das speziell entwickelte Priming einen Einfluss auf die Verfälschbarkeit von Fragebögen in der Personalauswahl hat.

Erstens muss festgestellt werden, ob sich das Antwortverhalten von Personen mit womöglich hoher Motivation zum absichtlichen Verfälschen (Bewerber), vom Antwortverhalten von Personen mit niedriger Motivation zum absichtlichen Verfälschen (Freiwillige) unterscheidet. In anderen Worten ob die Bereitschaft zu Faking bei Bewerbern größer ist als bei Freiwilligen. Dementsprechend lautet **Hypothese 1** wie folgt:

H0 (1): Bewerber und freiwillige Teilnehmer unterscheiden sich bezüglich ihres Antwortverhaltens in den Skalen des BIP nicht signifikant voneinander.

H1 (1): Freiwillige Teilnehmer und Bewerber unterscheiden sich bezüglich ihres Antwortverhaltens in den Skalen des BIP signifikant voneinander.

Folgend wird die Wirksamkeit des speziellen Primings überprüft. Zu diesem Zweck werden zum Einen geprimte Bewerber mit nicht geprimten Bewerbern verglichen, demgemäß wird **Hypothese 2** folgendermaßen formuliert:

H0 (2): Bewerber, die vor der Bearbeitung vom BIP geprimt wurden und Bewerber ohne Priming, unterscheiden sich in Hinsicht auf ihr Antwortverhalten in den Skalen des BIP nicht signifikant voneinander.

H1 (2): Bewerber, die vor der Bearbeitung vom BIP geprimt wurden und Bewerber ohne Priming, unterscheiden sich in Hinsicht auf ihr Antwortverhalten in den Skalen des BIP signifikant voneinander.

Zum Anderen wird die Effektivität des Primings auch bei Freiwilligen Personen überprüft, um zu sehen, ob auch unbewusste Verzerrungen bei Freiwilligen verhindert werden können. Infolgedessen lautet **Hypothese 3** folgend:

H0 (3): Freiwillige Testpersonen, die vor der BIP-Bearbeitung geprimt wurden und nicht geprimte Freiwillige, unterscheiden sich in Hinsicht auf ihr Antwortverhalten in den Skalen des BIP nicht signifikant voneinander.

H1 (3): Freiwillige Testpersonen, die vor der BIP-Bearbeitung geprimt wurden und nicht geprimte Freiwillige, unterscheiden sich in Hinsicht auf ihr Antwortverhalten in den Skalen des BIP signifikant voneinander.

Obwohl im Rahmen dieser Arbeit vorausgesetzt wird, dass Bewerber verfälschen und entsprechend höhere Werte als die Freiwilligen erzielen sollten, sind die Hypothesen trotzdem konservativ ungerichtet formuliert, aufgrund der zum Teil widersprüchlichen Ergebnisse aus der Literatur.

2. Methode

2.1 Die Stichprobe

Die Stichprobengröße wurde mittels G*Power 3.1⁷ berechnet. Bei einem Signifikanzniveau von 5%, einer Teststärke von 20% und einer Effektstärke von zwei Dritteln der Standardabweichung wird die Stichprobengröße von etwa 32 Personen pro Versuchsbedingung als ausreichend groß betrachtet, um Gruppenunterschiede feststellen zu können. Die getestete Stichprobe setzt sich demnach insgesamt aus 130 Personen zusammen, eine genauere Beschreibung folgt in den nächsten Kapiteln.

2.1.1 Die Versuchsgruppe – *Bewerber*

Optimalerweise sollte sich die Hälfte der Stichprobe aus Bewerbern die sich im echten Auswahlverfahren befinden zusammensetzen. Es ist jedoch schwierig wissenschaftlich Studien in bestehenden Auswahlprozessen mitlaufen zu lassen. Außerdem sind echte Bewerber bereits in einen Auswahlprozess involviert, und daher würde eine weitere Testbatterie unzumutbar sein. Aus diesem Grund wurde die nächstbeste Möglichkeit gewählt und zwar allgemeine Initiativbewerber. Eblinger & Partner⁸ bieten die Möglichkeit einer Initiativbewerbung, falls eine Person zwar auf der Suche nach einer beruflichen Veränderung ist, aber keine passende ausgeschriebene Stelle findet. In dem Fall kann die Person ihre Unterlagen der Firma zukommen lassen, diese werden in den allgemeinen Kandidatenpool aufgenommen und in einer Datenbank evidenziert und die Person wird im Falle einer zukünftigen, passenden Position kontaktiert. Die Annahme hinter der Befürwortung der Initiativbewerber als Versuchspersonen ist, dass diese trotz der Angabe, dass für sie im Moment keine Stelle in Sicht ist, immer noch glauben, sie werden nach der Teilnahme an der Testung zukünftig eine größere Chance auf einen erfolgreichen Bewerbungsprozess mit daraus resultierender Besetzung haben. Die Annahme wurde durch Gespräche der Testleiterin und der

⁷ <http://gpower.software.informer.com/3.1/>

⁸ Eblinger & Partner, Personal und Managementberatungsg.m.b.H., Weihburggasse 9, 1010 - Wien

Bewerber nach der Testung größtenteils bestätigt. Demgemäß verfälschen Initiativbewerber in etwa gleich wie Bewerber, die einen Persönlichkeitsfragebogen im Rahmen eines Auswahlprozesses bearbeiten.

Alle Personen bzw. Bewerber, die sich im Zeitraum von Dezember 2012 bis Oktober 2013 initiativ beworben haben und in Wien wohnhaft waren, haben auf ihre Bewerbung eine Antwort-Mail mit Einladung zur Testung erhalten (Abbildung 7).

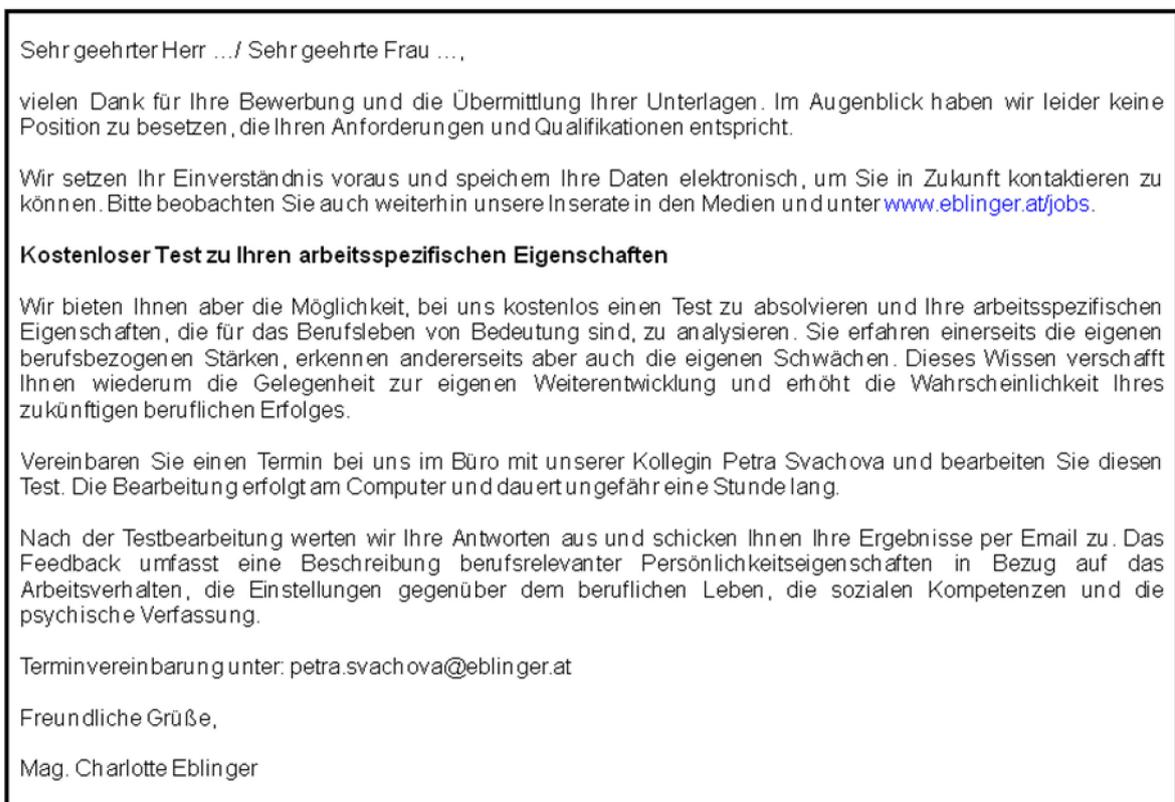


Abbildung 7: Einladung zum Test

In dem angegebenen Zeitraum wurden insgesamt 274 Einladungen via E-Mail verschickt. Davon haben sich 74 Personen zu der Testung angemeldet, acht davon haben jedoch kurzfristig abgesagt. Dementsprechend repräsentiert die Gruppe von Bewerbern **66 Personen**. Davon sind 62% männlich und 88% haben Deutsch als Muttersprache. Der Altersdurchschnitt liegt bei 39,29 Jahren (SD = 8,595). Die Mehrheit der Personen hat einen Universitätsabschluss erreicht (68%), die restlichen Bewerber haben entweder Matura (18%) oder eine Fachschule

(14%) abgeschlossen. Jeder der getesteten Bewerber hat nach der Testung eine Rückmeldung über die eigenen arbeitsbezogenen Persönlichkeitseigenschaften per E-Mail erhalten.

2.1.2 Die Kontrollgruppe - *Freiwillige Personen*

Die Gruppe der freiwilligen Teilnehmer bildet **64 Personen**, die in sozialen Netzwerken, per E-Mail oder persönlich rekrutiert wurden. Als Gegenleistung für die Teilnahme an der Studie wurde den Personen ebenfalls ein Feedback zu arbeitsspezifischen Eigenschaften zugesandt. Daraus ist eine sehr bunt zusammengesetzte Gruppe entstanden, die immer so beliebten Psychologiestudenten bzw. Studenten im Allgemein sind in diesem Fall unterrepräsentiert. Die Personen sind im Durchschnitt 35,73 Jahre alt (SD = 11,127). Die Personen sind überwiegend weiblich (56%) und die Mehrzahl hat Deutsch als Muttersprache (93%). Achtundzwanzig Personen haben einen Universitätsabschluss und achtundzwanzig Matura. Sieben Personen haben eine Fachschule und ein Teilnehmer die Pflichtschule abgeschlossen.

2.2 Messinstrumente

Die verwendete Testbatterie setzt sich aus einem Persönlichkeitsfragebogen (BIP), und einem Bildertest, der Priming-Phase, zusammen. Nach der Beschreibung des BIP folgt eine genauere Schilderung des Priming nach Khorramdel (unpubl., beschrieben in Wagner, 2011), damit im Folgenden veranschaulicht werden kann, welche Aspekte in die neue Priming-Technik übernommen wurden und in welchen Punkten sich die beiden Methoden unterscheiden.

2.2.1 Das Bochumer Inventar zur berufsbezogenen Persönlichkeitsbeschreibung

Das Bochumer Inventar zur berufsbezogenen Persönlichkeitsbeschreibung (BIP, Hossiep & Paschen, 1998) ist ein Verfahren zur Erfassung des Selbstbildes einer Person im Hinblick auf relevante persönlichkeitsbezogene Beschreibungsdimensionen aus dem Berufsleben. Es handelt sich um ein Einzel- oder Gruppenverfahren, das ab 20 Jahren einsetzbar ist. Mit insgesamt 210 Items werden 14 Skalen erfasst, die wiederum vier verschiedenen Bereichen persönlicher Eignungsvoraussetzungen zugeordnet werden - berufliche Orientierung, Arbeitsverhalten, soziale Kompetenzen und psychische Konstitution (Tabelle 1). Der Testperson steht ein sechskategorielles Antwortformat zur Verfügung, von der Ausprägung „trifft voll zu“ bis „trifft überhaupt nicht zu“. Das BIP wird vorwiegend im Bereich der Ausbildungs- und berufsbezogenen Eignungsdiagnostik eingesetzt. Die Items des BIP sind im Anhang A aufgelistet.

Tabelle 1: Bezeichnungen und Kurzdefinitionen der Skalen

Bereiche	Skalenbezeichnung	Kurzdefinition¹
<i>Berufliche Orientierung</i>	1. Leistungsmotivation	Bereitschaft zur Auseinandersetzung mit einem hohen Gütemaßstab
	2. Gestaltungsmotivation	Motiv, subjektiv erlebte Missstände zu verändern sowie Prozesse und Strukturen nach eigenen Vorstellungen gestalten zu wollen
	3. Führungsmotivation	Motiv zur sozialen Einflussnahme
<i>Arbeitsverhalten</i>	4. Gewissenhaftigkeit	Sorgfältiger Arbeitsstil, hohe Zuverlässigkeit, detailorientierte Arbeitsweise
	5. Flexibilität	Bereitschaft und Fähigkeit, sich

		auf neue und unvorhergesehene Situationen einzustellen und Ungewissheit zu tolerieren
	6. Handlungsorientierung	Fähigkeit und Wille zur raschen Umsetzung einer Entscheidung in zielgerichtete Aktivität
<i>Soziale Kompetenz</i>	7. Sensitivität	Gespür für schwache Signale in sozialen Situationen; Einfühlungsvermögen
	8. Kontaktfähigkeit	Fähigkeit und Präferenz des Zugehens auf bekannte und unbekannte Menschen und des Aufbaus sowie der Pflege von Beziehungen
	9. Soziabilität	Präferenz für Sozialverhalten, welches von Freundlichkeit und Rücksichtnahme geprägt ist
	10. Teamorientierung	Wertschätzung von Teamarbeit und Kooperation
	11. Durchsetzungsstärke	Tendenz zur Dominanz in sozialen Situationen
<i>Psychische Konstitution</i>	12. Emotionale Stabilität	Ausgeglichene und wenig sprunghafte emotionale Reaktionen; rasche Überwindung von Rückschlägen
	13. Belastbarkeit	Selbsteinschätzung als psychophysisch hoch widerstandsfähig und robust
	14. Selbstbewusstsein	Emotionale Unabhängigkeit von den Urteilen anderer; hohe Selbstwirksamkeitsüberzeugung

¹verkürzt nach Hossiep, Paschen & Mühlhaus (2003, S. 22)

Im Vergleich zu anderen Persönlichkeitsfragebögen (z.B. NEO-FFI; Costa & McCrae, 1991) liegt dem BIP „keine geschlossene Persönlichkeitstheorie

zugrunde, sondern ein sehr pragmatischer Ansatz, bei dem innerhalb der Grundlagenforschung etablierte Konstrukte aus unterschiedlichen Theoriesystemen mit Eigenschaften kombiniert werden, die von Praktikern als relevant eingeschätzt wurden.“ (Marcus, 2004, S. 80). Es handelt sich eher um eine Mischform zwischen theoriegeleiteter und kriteriumsbezogener Konstruktion (Marcus, 2004). Die Skalen, die auf theoriegeleiteten Annahmen beruhen, erweisen sich in Untersuchungen bezüglich der kriteriumsbezogenen Validität grundlagenorientierten Persönlichkeitstests als überlegen (Ones & Viswesvaran, 2001). Dazu zählen die Skalen 1 bis 3 (Operationalisierung der klassischen Konstrukte des Leistungs- und Machtmotivs), Skalen 4,5,8,9 und 12 (Dimensionen des Fünf-Faktoren-Modells, jedoch eine engere Definition) und Skala 6 (Dimension Handlungs- vs. Lageorientierung). Die restlichen fünf Skalen sind kritischer anzusehen, da sie untereinander teilweise korrelieren oder sich durch eine schlechte diskriminante Validität auszeichnen. Laut Manual liegt die interne Konsistenz überwiegend zwischen 0,74 und 0,91 (Cronbach-Alpha), die Split-Half-Reliabilität nimmt Werte von 0,72 bis 0,91 an. Die Übereinstimmungsvalidität in Bezug auf etwa das NEO-FFI oder 16 Persönlichkeits-Faktoren-Test (16 PF-R; Cattell, Cattell & Cattell, 1993) ist mittelmäßig. Die Kriteriumsvalidität (Berufs- bzw. Studienerfolg) ist niedrig. Es stehen alters- und geschlechtsspezifische Eichentabellen sowie Eichentabellen für verschiedene Berufspositionen, berufliche Funktionsbereiche und Studienfächer zur Verfügung, die Repräsentativität ist jedoch zweifelhaft (Marcus, 2004).

Trotzdem bietet das BIP für den Einsatz in beruflichen Kontexten im Vergleich zu anderen Persönlichkeitsinventaren eine Reihe von Vorteilen. „Das pragmatische Konstruktionsprinzip stellt einen im Ansatz durchaus vertretbaren Kompromiss zwischen theoretischer Fundierung und Anforderungen der Praxis dar.“ (Marcus, 2004, S. 85). Die Autoren halten den Einsatz dann für besonders sinnvoll, „wenn massive Verfälschungen [...] unwahrscheinlich sind.“ (Hossiep, Paschen & Mühlhaus, 2003, S.50). Diese Tatsache ist aber gerade in Wettbewerbssituationen wie Auswahlverfahren meist nicht gegeben.

Damit die Anwendung der entwickelten Priming-Technik sinnvoll und die Verfolgung der Effekte gegen das Verfälschen möglich ist, wird das BIP gewählt,

da es sich um ein Instrument handelt, das in Auswahlverfahren durchaus anfällig auf Verfälschen ist.

2.2.2 Die Priming-Phase: der Bildertest

An dieser Stelle wird der Bildertest vorgestellt, der das spezielle Priming darstellt. Erstens wird das Mindset-Priming von Khorramdel (unpubl., beschrieben in Wagner, 2011) beschrieben. Anschließend folgt eine Erzählung über den Entwicklungsweg des speziellen Primings. Es wird die gesamte Entwicklung des Bildertests beschrieben, wodurch ersichtlich wird, welche Aspekte von Wagner übernommen wurden und wie das spezielle Priming zur Optimierung der Methode gegen Faking beitragen soll. Schließlich wird auf das Testdesign und die Testdurchführung samt dem Testablauf näher eingegangen.

2.2.2.1 Priming nach Khorramdel

In der Diplomarbeit von Wagner (2011) wurde mithilfe von Priming versucht, das Mindset „**realistische Einschätzung**“ zu aktivieren, indem Testpersonen in einer Aufgabe die eigene Leistung eingeschätzt haben.

Das Aufgabenmaterial der Priming-Phase basiert auf einer (nicht publizierten) Weiterentwicklung des Subtests *Flächengrößen vergleichen* des Objektiven Persönlichkeitstest *Arbeitshaltungen* (AHA; Kubinger & Ebenhöf, 1996), von Wagner-Menghin. Der Test wurde von Khorramdel (unpubliziert; vgl. Wagner, 2011), und **AHA-P**⁹ benannt (Anhang B). Im Folgenden wird die Priming-Phase des AHA-P beschrieben.

Priming-Phase, AHA-P: Das Aufgabenmaterial besteht aus dem Vergleich von Flächen zweier gleichzeitig dargebotener Objekte (2D). Dafür hatte die Testperson vier Antwortmöglichkeiten („Bild 1“ / „Bild 2“ / „keine Entscheidung“ / „gleich groß“) zur Verfügung. Um sicherzustellen, dass die Person die Aufgabe korrekt verstanden hat, werden vor dem Teststart Übungsaufgaben vorgegeben.

⁹ AHA-Priming-Version

Nachdem diese gelöst wurden, folgt ein Testdurchgang mit 30 Aufgaben bzw. Flächenvergleichen. Nach jedem Durchgang erhält die Person eine Rückmeldung darüber, wie viele Aufgaben richtig gelöst wurden. Nach dem dritten Testdurchgang wird die Testperson gefragt, eine Prognose über die Anzahl richtig gelöster Aufgaben im nächsten Versuch abzugeben. Nach einem weiteren Testdurchgang enthält die Rückmeldung einen Vergleich der richtig gelösten Aufgaben und der Prognose, die die Testperson für diesen Durchgang abgegeben hat; die Testperson sieht somit, wie weit entfernt ihre Ergebnisse von ihrer Prognose liegen. Bei einer Differenz von +/- 2 Punkten erscheint die Rückmeldung: „*Sie haben sich realistisch eingeschätzt.*“. Hat die Person die eigene Leistung unter- oder überschätzt (Punktezahl größer bzw. kleiner als die Prognose +/- 2 Punkte), folgt das Feedback: „*Sie haben sich unterschätzt.*“ bzw. „*Sie haben sich überschätzt.*“. In beiden Fällen folgt die Anweisung: „*Schätzen sie nun, wie viele Punkte Sie im nächsten Versuch schaffen. Versuchen sie dabei, sich realistisch einzuschätzen.*“. Der Vorgang von Prognose und Rückmeldung wird solange wiederholt, bis die Testperson drei realistische Einschätzungen nacheinander getroffen hat, jedoch nicht länger als 15 Minuten. Nach einer Viertelstunde wird der Test automatisch abgebrochen, unabhängig davon, ob die Person es geschafft hat, sich dreimal hintereinander realistisch einzuschätzen, mit dem Ziel die Testperson nicht zu demotivieren bzw. frustrieren.

Das Ziel des AHA-P ist, dass die Testpersonen entweder lernen, sich realistisch einzuschätzen oder aber das Konzept „realistische Selbsteinschätzung“ im Denken präsent ist, d.h. setzen sich aktiv mit dem Mindset *realistische Einschätzung* auseinander und dadurch wird dieses Mindset aktiviert. Außerdem sollte das Wort *realistisch* den Effekt des Priming verstärken. Da der Effekt von Priming über eine gewisse Zeit anhält, sollte sich das Mindset *realistische Einschätzung* auf das Antwortverhalten im darauf folgenden Fragebogen, dem Wiener Studieneignungspersönlichkeits-Inventar (WSP) von Khorramdel und Maurer (2012), übertragen.

2.2.2.2 Erweiterung des Mindset-Primings von Khorramdel (unpubl.)

Das spezielle Priming in der hier vorliegenden Studie baut auf einer Erweiterung des Mindset-Primings von Khorramdel (unpubl., beschrieben in Wagner, 2011) auf. Auch hier sollen die Testpersonen mithilfe von Selbsteinschätzungen in Leistungsaufgaben das Mindset *realistische Einschätzung* gewinnen. Für die Erweiterung wurde ein neues Aufgabenmaterial entwickelt; statt des Flächengrößenvergleichens besteht das Aufgabenmaterial aus *mirrored words*. Bei der Wahl der Worte dafür wurden zwei Aspekte berücksichtigt: Worte, welche eine ehrliche und realistische Selbsteinschätzung aktivieren sollen sowie Worte, welche sich auf die eigene Person beziehen und damit Fokus des Denkens auf das „ich“ legen.

Erstens wird postuliert, dass zielorientiertes Priming, mithilfe von Wörtern **ehrlich**, **wahr**, **real** und **echt**, den Effekt des Mindset-Primings unterstützen wird, denn je mehr Stimuli präsentiert werden, desto stärker und länger andauernd ist der Priming-Effekt (Bargh & Chartrand, 2000).

Außerdem ist es wichtig, dass die Person bei der Selbsteinschätzung den Fokus auf sich selbst legt und tatsächlich ein eigenes Selbstprofil erstellt. Es ist möglich, dass Personen einen höheren Wert auf Fremdeinschätzungen legen (z.B. Meinungen der Familie), als auf die eigene Meinung oder der Fokus bei der Beantwortung eines Fragebogens nicht auf dem eigenen „ich“ liegt, sondern darauf, wie man glaubt von anderen wahrgenommen zu werden, wie man gerne wahrgenommen werden würde oder wie man meint, sein zu müssen, weil andere es von einem erwarten (Higgins, 1987; Markus & Nurius, 1987; Wylie, 1979). Prozesse, die eher unbewusst ablaufen und zu einer Verzerrung der Antworten in einem Fragebogen führen können. Aus diesem Grund soll durch Wörter, die sich auf die eigene Person beziehen, der Fokus auf das „ich“ erzielt werden. Das kann erfolgreich durch selbstbezogene Wörter bewerkstelligt werden (Dewitte, De Houwer & Buysse, 2008; Hull, Slone, Meteyer & Matthews, 2002; Stapel & Blanton, 2004). Um sicherzustellen, dass die gewählten selbstbezogenen Wörter tatsächlich mit der eigenen Person assoziiert werden, wurden diese in einem Vortest (Abbildung 8) einer kleinen Stichprobe von zehn Personen vorgelegt. Zur Kontrolle wurden mitunter zusätzlich Ausdrücke gemischt, die eher an Andere als

an das Selbst erinnern. Basierend auf den Ergebnissen vom Vortest wurden folgende Wörter zur Aktivierung des Selbstkonzepts gewählt: **ich, mich, mir, mein, meine, meins, selbst, selber.**

Unten befindet sich eine Liste von Wörtern. Lesen Sie die einzelnen Wörter und kreuzen sie an, ob Sie dabei eher an die **eigene Person** oder an **andere** denken.

	Eigene Person	Andere		Eigene Person	Andere
Selbst			Selber		
Dessen			Mein		
Seine			Alleine		
Ich			Mich		
Mir			Seins		
Sich			Sie		

Welche weiteren Wörter lassen Sie an sich selbst denken?

Abbildung 8: Vortest

Damit die Testperson keinen Verdacht schöpft, was mit der Untersuchung beabsichtigt wird, wurden die fettgedruckten Wörter horizontal gespiegelt und, basierend auf der Vorlage von Schorn und Maurhart (2009), gezeichnet (Anhang C). Die gespiegelten Wörter wurden erneut einer kleinen Stichprobe (n=8) vorgelegt. Infolgedessen wurde das Wort **selber** ausgeschieden, da es durch einige Personen erkannt wurde.

2.2.2.3 Ablauf des Bildertests

Im Unterschied zu Khorramdel (unpubl., beschrieben in Wagner, 2011) wird das übernommene Mindset-Priming und die neu entwickelten gespiegelten Wörter nicht in den AHA-Subtest *Flächengrößen vergleichen* eingebaut; stattdessen wurde der Bildertest entwickelt (Anhang D), der durch den Untertest 3 der AHA (Kubinger & Ebenhöf, 1996) inspiriert wurde, jedoch mit neuem Aufgabenmaterial

(mirrored words) sowie der Art der Vorgabe adaptiert wurde. Die Aufgabe der getesteten Person besteht darin, Bilder (gespiegelte Wörter) voneinander zu unterscheiden. Der Testablauf ähnelt jedoch zum hohen Ausmaß dem von Khorramdel (unpubl., beschrieben in Wagner, 2011). Auch hier sollen Stimuli miteinander verglichen werden.

Die Übungsaufgabe. In der Übungsaufgabe muss die Testperson entscheiden, welches von sechs Bildern der Vorgabe entspricht (Abbildung 9). Die Übungsaufgabe wird solange wiederholt, bis sie gelöst wird und die Person dementsprechend die Aufgabe richtig verstanden hat.

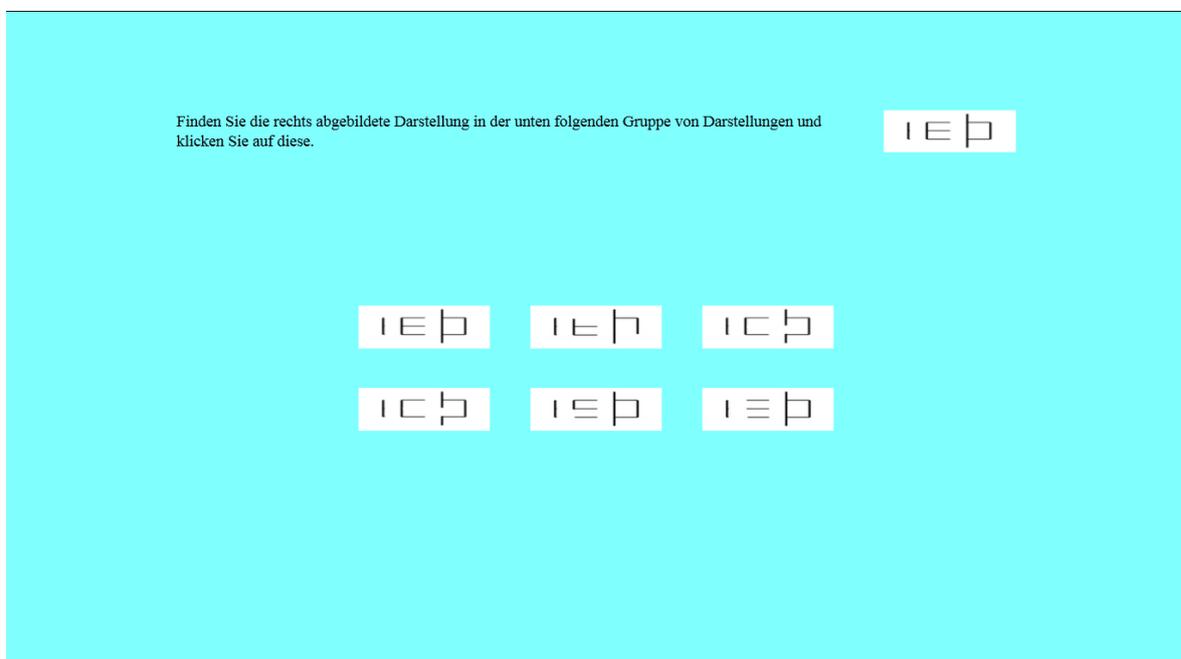


Abbildung 9: Übungsaufgabe

Zusammenfassung der Punktevergabe. Für jedes richtig angeklickte Bild bekommt die Person einen Punkt, für jedes falsch gewählte Bild wird ein Punkt abgezogen. Im Unterschied zu Khorramdel (unpubl., beschrieben in Wagner, 2011) wird auf die Antwortmöglichkeit *keine Entscheidung* bzw. *0 Punkte* verzichtet. Die Aufgaben im Bildertest sind im Vergleich zum Flächengrößenvergleich im AHA-P weniger komplex und diese Antwortmöglichkeit scheint daher hinfällig zu sein. Außerdem soll die Wirkung des Primings verstärkt werden, indem die Zeit der Auseinandersetzung mit den Bildern maximiert wird. Das könnte jedoch durch die

Antwortmöglichkeit *keine Entscheidung* behindert werden, indem den Personen die Möglichkeit gegeben wird „aufzugeben“ und ihre Aufmerksamkeit nicht völlig auf die Bilder zu richten.

Der Testdurchgang. Nach der Punktevergabe folgen die einzelnen Testdurchgänge. In einem Test, der ca. 60 Sekunden dauert, wird der Person fünfmal nacheinander das gleiche Bild bzw. Wort präsentiert (z.B. ich – Abbildung 9), danach ändert sich das Wort (z.B. real), das wiederum fünfmal präsentiert wird. Je schneller und genauer die Person die Aufgaben bearbeitet, desto mehr Bilder werden ihr in einem Testdurchgang präsentiert.

Das Feedback. Nach jedem einzelnen Testdurchgang erhält die Testperson eine Rückmeldung über die Anzahl der erreichten Punkte. Wie bei Khorramdel (unpubl., beschrieben in Wagner, 2011) wird die Testperson nach dem dritten Versuch gefragt, eine realistische Prognose über die Punktezahl abzugeben, die im nächsten Versuch erzielt wird. Nach einem weiteren Testdurchgang folgt das Feedback über die Selbsteinschätzung. Das Feedback wird genau wie bei Khorramdel (unpubl., beschrieben in Wagner, 2011) formuliert. Wenn die Prognose der erzielten Leistung (+/- 2 Punkte) entspricht, erscheint die Rückmeldung: „*Sie haben sich realistisch eingeschätzt.*“. Andernfalls hat sich die Person unter- bzw. überschätzt. Vor dem nächsten Testdurchgang wird die Testperson gebeten, erneut die Leistung einzuschätzen, wobei sie sich bemühen soll, sich realistisch einzuschätzen.

Das Testabbruch-Kriterium. Der Test wird, aufbauend auf dem von Khorramdel (unpubl., beschrieben in Wagner, 2011), entweder nach drei nacheinander folgenden realistischen Einschätzungen oder nach 15 Minuten abgebrochen.

Testentwicklung. Das gesamte Konzept wurde mittels Java¹⁰ geschrieben und in NetBeans IDE 7.2¹¹ umgesetzt. Hinter dem entwickelten Programm steht eine MySQL Datenbank.

Das Ziel des Primings. Der Zweck des Bildertests ist mithilfe von Mindset-Priming die *realistische Selbsteinschätzung* aktiv zu bewirken. Dazu soll mithilfe von zielorientiertem Priming *ehrliches* und *selbstfokussiertes Antwortverhalten* aktiviert

¹⁰ Programmiersprache

¹¹ Integrierte Entwicklungsumgebung für Java

werden. Dementsprechend wird versucht den Testpersonen beizubringen, bei der Selbsteinschätzung den Fokus auf sich selbst zu legen und ehrlich bzw. realistisch zu antworten, was sich im Antwortverhalten im darauffolgenden BIP beweisen lassen soll.

2.3 Untersuchungsdesign

Mit einem multivariaten zweifaktoriellen Zwischensubjektdesign wurde überprüft, wie sich die Faktoren Testsituation (*Bewerber* vs. *Freiwillige*) und Testversion (Priming *ja* oder *nein*), als auch deren Wechselwirkungen, auf das Antwortverhalten in den Skalen des BIP auswirken. Abbildung 10 veranschaulicht den Aufbau grafisch.

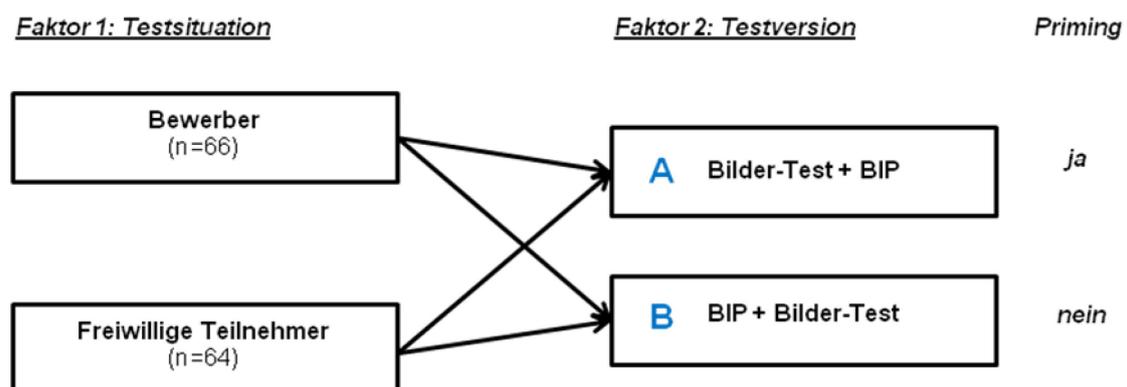


Abbildung 10: Untersuchungsdesign - Grafische Darstellung

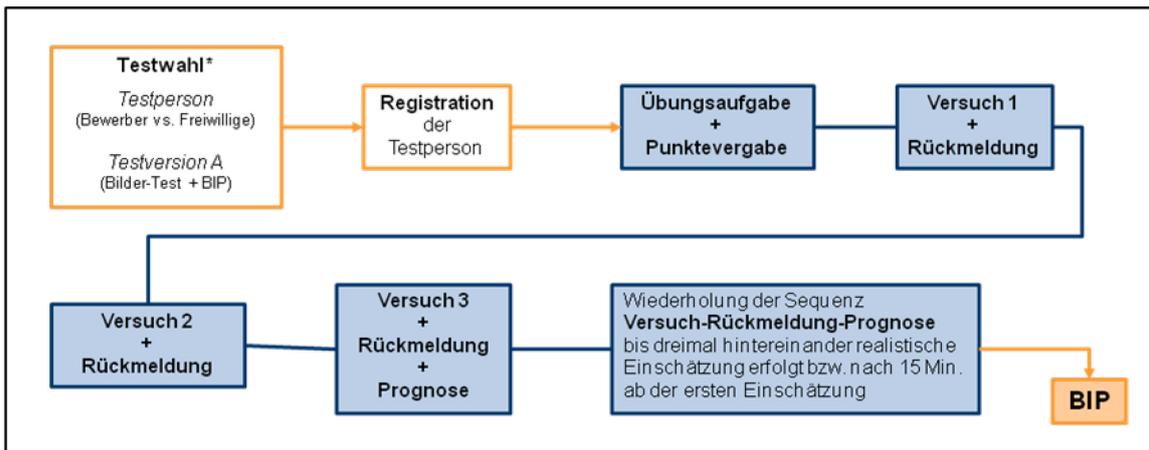
Die Testpersonen wurden den zwei Testversionen randomisiert zugeteilt, indem jede zweite Person geprimt wurde. Dementsprechend hat die Hälfte der Bewerber (n=33) und die Hälfte der freiwilligen Personen (n=32) die Testversion A bearbeitet. Für den Faktor Testsituation war eine randomisierte Zuweisung jedoch nicht realisierbar.

2.4 Durchführung der Testung

Für die Testung wurde ein Laptop verwendet, der gleichzeitig den Server dargestellt hat, an dem die Testbatterie gelaufen ist. Der Nachteil des Servers an einem einzigen Laptop ist die Beschränkung der Testung auf lediglich ein Gerät, denn die Datenerhebung nimmt dementsprechend umso mehr Zeit in Anspruch. Eine Installation der Testbatterie an einem externen Server würde das Verschicken von Test-Links an Testpersonen ermöglichen, die den Test an ihren verfügbaren Computern bearbeiten. Die Testung würde dadurch zwar wesentlich weniger Ressourcen benötigen, die Testsituation wäre dadurch jedoch keinesfalls standardisiert und Störfaktoren kontrollierbar. Abgesehen davon würden die Testpersonen den Test wahrscheinlich sogar öfters abbrechen, weil ihnen „nichts im Wege“ stehen würde. Aus diesem Grund wurde entschieden die Testung nur an einem Laptop durchzuführen.

Die Testpersonen haben den Test in einem ruhigen Raum bearbeitet. Nachdem sie am Laptop Platz genommen haben, wurden sie gebeten, sich zu registrieren, indem sie ihren Namen, Geschlecht, Alter, Muttersprache, Schulabschluss und E-Mail-Adresse angegeben haben. Es wurde erklärt, dass diese Informationen benötigt werden, damit die Ergebnisse normiert werden können und das Feedback verschickt werden kann, die persönlichen Daten werden danach gelöscht. Die Testleiterin war während der Bearbeitung anwesend, um gegebenenfalls umgehend Fragen beantworten zu können.

In der Priming-Bedingung bearbeiteten die Personen die **Testversion A** (Bildertest + BIP). Der Testablauf ist in Abbildung 11 grafisch dargestellt. In der Kontrollbedingung haben die Personen die **Testversion B** erhalten. In dieser werden die zwei Verfahren in umgekehrter Reihenfolge vorgelegt (BIP + Bildertest). In Bezug auf die grafische Darstellung bedeutet das, dass zuerst die orangenen Zellen bearbeitet werden, danach folgen die blauen.



*Erfolgte durch die Testleiterin

Abbildung 11: Ablauf der Testversion A

Die Testung hat pro Person im Durchschnitt etwa 45 Minuten in Anspruch genommen. Nach der Testung haben alle Personen das oben erwähnte Feedback erhalten. Mehr als die Hälfte der Teilnehmer haben sich nach der Zusendung der Rückmeldung für die Testung bedankt und bemerkt, dass sie etwas Neues über sich gelernt haben. Drei Personen waren mit dem Ergebnis nicht zufrieden, indem sie behaupteten, dass das Feedback überhaupt nicht der Wahrheit entspricht.

3. Auswertung

Die gesammelten Daten wurden aus der MySQL Datenbank ins IBM SPSS Statistics 20 übertragen und anschließend ausgewertet.

Zum Vergleich von Skalenmittelwerten der einzelnen Gruppen werden multivariate Varianzanalysen (MANOVA) berechnet. Mit der gewählten Stichprobengröße und einem Signifikanzniveau von $\alpha = 0,05$ ist die Teststärke (0,8) hinreichend, um Mittelwertunterschiede von zwei Dritteln der Standardabweichung zu erkennen (Rasch & Kubinger, 2006). Mit anderen Worten besitzt MANOVA die Power Mittelwertunterschiede von mehreren abhängigen Variablen (14 BIP-Skalen) beim Vergleich von mehreren unabhängigen Gruppen (Bewerber vs. Freiwillige) in Bezug auf mehrere Faktoren bzw. Testbedingungen (Priming ja vs. nein) aufzudecken.

Vor dem Berechnen der MANOVA müssen erst einige Voraussetzungen überprüft werden. Zum Einen handelt es sich dabei um die multivariate Normalverteilung der Skalenmittelwerte in den Gruppen. Da diese jedoch im SPSS nicht getestet werden kann, werden stattdessen univariate Normalverteilungen mit Hilfe von Kolmogorov-Smirnov-Tests berechnet. Zum Anderen muss die Homogenität der Varianz-Kovarianzmatrizen gegeben sein. Das wird dadurch bestimmt, indem zuerst mithilfe von Levene-Tests überprüft wird, ob Varianzen der einzelnen Skalen in den Gruppen in etwa gleich sind. Schließlich wird mit Box-M-Tests bestimmt, ob Zusammenhänge zwischen zwei beliebigen Skalen (Kovarianzen) in den Gruppen ebenfalls in etwa gleich groß sind. Wenn die Voraussetzungen gegeben sind, wird als Prüfgröße die Pillai-Spur herangezogen, denn es handelt sich dabei um die aussagekräftigste Prüfgröße, wenn mehrere abhängige Variablen untersucht werden und die einzelnen Stichproben gleich groß sind (Field, 2009).

Wenn die Voraussetzung der Homogenität der Varianz-Kovarianzmatrizen nicht gegeben ist, darf die MANOVA nicht interpretiert werden. In diesem Fall wird stattdessen entweder ein Kruskal-Wallis-Test¹² oder ein Welch-Test¹³ berechnet.

¹² Robust gegenüber Verletzung der Normalverteilung und der Varianzhomogenität

¹³ Robust, gegenüber Verletzungen der Varianzhomogenität

Diese stellen die nichtparametrische Variante zu Varianzanalysen dar und sind robust gegenüber Verletzungen der Voraussetzungen von MANOVA.

4. Ergebnisse

Die Mehrzahl aller Personen hat das Kriterium der realistischen Selbsteinschätzung erreicht. Nur elf Bewerber und zwölf Freiwillige haben es nicht geschafft ihre Leistung dreimal nacheinander realistisch einzuschätzen. Die Gruppen haben die Testbatterie ca. 43 Minuten bearbeitet, daraus fallen 34 Minuten auf den BIP und 9 Minuten auf den Bildertest. Im Durchschnitt haben die Personen viermal ihre Leistung eingeschätzt, bis der Test abgebrochen wurde. Die Bewerber haben durchschnittlich 117 Punkte und die freiwilligen Personen 126 Punkte erreicht.

Beim ersten Blick auf die Skalenmittelwerte der Bewerber und Freiwilligen (Tabelle 2) ist ersichtlich, dass unabhängig von der Testversion die Bewerber stets größere Werte erreicht haben als die freiwilligen Personen, mit Ausnahme der Skala Gewissenhaftigkeit.

Tabelle 2: Deskriptive Statistik – Mittelwerte Bewerber und Freiwillige

Skala	Bewerber		Freiwillige	
	Testversion A (Bilder+Fragen)	Testversion B (Fragen+Bilder)	Testversion A (Bilder+Fragen)	Testversion B (Fragen+Bilder)
Sensitivität (SEN)	58,12	59,52	53,06	56,19
Handlungsorientierung (HO)	65,79	67,24	53,81	55,66
Gewissenhaftigkeit (GE)	60,15	61,00	57,63	59,06
Durchsetzungsstärke (DS)	51,33	52,85	44,25	46,69
Gestaltungsmotivation (GM)	49,24	49,45	45,63	43,88
Leistungsmotivation (LM)	61,67	63,36	58,34	55,91
Selbstbewusstsein (SB)	67,12	68,85	57,62	58,53
Belastbarkeit (BE)	60,42	62,15	49,75	53,56
Emotionale Stabilität (EST)	61,45	66,18	52,75	53,72

Teamorientierung (TO)	53,45	54,70	45,91	49,97
Soziabilität (SOZ)	64,06	63,45	58,03	58,28
Flexibilität (FL)	61,55	62,00	52,09	52,44
Führungsmotivation (FM)	63,03	68,24	55,44	51,47
Kontaktfähigkeit (KF)	73,18	75,30	63,62	66,03

Bei geprimten Bewerbern sind bis auf die Skala Soziabilität alle Werte niedriger, als bei nicht geprimten Bewerbern. Bei den freiwilligen Personen ist eine ähnliche Tendenz zu beobachten, bis auf die drei Motivationskalen. Für eine bessere Veranschaulichung befinden sich im Anhang E grafische Darstellungen der Skalenmittelwerte in den unterschiedlichen Gruppen. Ob die aus der Tabelle ersichtliche Tendenz jedoch auch signifikant ist und der Effekt tatsächlich dem Priming zuzuschreiben ist, muss erst im Weiteren überprüft werden.

Bevor die erste Hypothese überprüft wird, wird die Voraussetzung der univariaten Normalverteilungen in den einzelnen Gruppen mit Kolmogorov-Smirnov-Tests berechnet (Tabelle 3).

Tabelle 3: Kolmogorov-Smirnov-Tests

	Bewerber (Testversion A)	Bewerber (Testversion B)	Freiwillige (Testversion A)	Freiwillige (Testversion B)
Skala	Asymp. Sig.	Asymp. Sig.	Asymp. Sig.	Asymp. Sig.
<i>SEN</i>	,700	,461	,690	,519
<i>HO</i>	,811	,511	,887	,526
<i>FL</i>	,859	,413	,471	,737
<i>GE</i>	,997	,814	,526	,411
<i>DS</i>	,945	,374	,496	,426
<i>LM</i>	,867	,537	,538	,116
<i>BEL</i>	,971	,367	,460	,854
<i>EST</i>	,526	,824	,459	,497
<i>TO</i>	,860	,678	,754	,160

<i>KF</i>	1,000	,752	,444	,215
<i>SOZ</i>	,743	,938	,623	,464
<i>GM</i>	,580	,820	,947	,456
<i>FM</i>	,869	,520	,653	,647
<i>SB</i>	,905	,575	,391	,670

Wie man den Ergebnissen der Kolmogorov-Smirnov-Tests entnehmen kann, sind die univariaten Normalverteilungen in den einzelnen Gruppen gegeben, denn keiner der Werte ist signifikant geworden. Demzufolge wird auch die Annahme einer multivariaten Normalverteilung unterstützt.

4.1 Überprüfung der Hypothese 1

Im Folgenden wurde die erste Hypothese überprüft, indem einmal die Gruppe der Bewerber und Freiwilligen mit Priming und einmal ohne Priming verglichen wurden.

a. Bewerber vs. Freiwillige mit Priming (Testversion A)

Vor der Durchführung der MANOVA wurden zuerst die Voraussetzungen der Varianz-Kovarianz-Homogenität kontrolliert. Bis auf die Skalen Gewissenhaftigkeit (GE), Durchsetzungsstärke (DS), Selbstbewusstsein (SB), Flexibilität (FL), Kontaktfähigkeit (KO) und Führungsmotivation (FM) sind alle Levene-Tests nicht signifikant geworden (Tabelle 4).

Tabelle 4: Levene-Tests auf Varianzhomogenität (H1a)

Skala	F	df1	df2	Sig.
SEN	,343	1	63	,560
HO	1,756	1	63	,190
GE	4,742	1	63	,033
DS	5,183	1	63	,026
GM	,122	1	63	,728
LM	,306	1	63	,528
SB	4,536	1	63	,037
BEL	,000	1	63	1,000
EST	,034	1	63	,855
TO	3,040	1	63	,086
SOZ	,128	1	63	,722
FL	4,396	1	63	,040
FM	6,692	1	63	,012
KF	8,062	1	63	,006

Allerdings ist der Box-M-Test auch dann signifikant (Tabelle 5), wenn die signifikanten Skalen aus der Analyse ausgeschlossen wurden. Die Varianz-Kovarianz-Homogenität ist nicht gegeben und eine MANOVA darf infolgedessen nicht berechnet werden.

Tabelle 5: Überprüfung der Gleichheit der Kovarianzmatrizen (H1a)

Box-M-Test	86,197
F	2,096
df1	36
df2	13327,637
Sig.	,000

Stattdessen wurde mit Hilfe von Kruskal-Wallis-Tests (Tabelle 6) überprüft, ob die Mittelwerte der gedruckten Bewerber und Freiwilligen signifikant Unterschiede aufweisen.

Tabelle 6: Kruskal-Wallis-Tests *Bewerber vs. Freiwillige mit Priming* (H1a)

Skala	Chi-Quadrat	df	Asymptotische Sig.
<i>SEN</i>	5,050	1	,025
<i>HO</i>	14,350	1	,000
<i>GM</i>	2,941	1	,086
<i>LM</i>	1,939	1	,164
<i>BEL</i>	14,822	1	,000
<i>EST</i>	10,650	1	,001
<i>TO</i>	6,131	1	,013
<i>SOZ</i>	5,347	1	,021

Den Ergebnissen zufolge unterscheiden sich die gedruckten Gruppen bezüglich ihres Antwortverhaltens bis auf die Skalen Gestaltungs- (*GM*) und Leistungsmotivation (*LM*) signifikant voneinander. Eine folgende Überprüfung der aus der Analyse ausgeschlossenen Skalen wurde mit Welch-Tests überprüft (Tabelle 7).

Tabelle 7: Welch-Tests (H1a)

Skala	Statistik	df1	df2	Sig.
<i>GE</i>	,637	1	56,163	,428
<i>DS</i>	10,796	1	56,114	,000
<i>SB</i>	8,924	1	57,952	,004
<i>FL</i>	11,399	1	55,825	,001

<i>KO</i>	6,709	1	48,934	013
<i>FM</i>	5,570	1	56,265	022

Den Ergebnissen zufolge haben geprimte Bewerber im Vergleich zu geprimten Freiwilligen - mit der Ausnahme von den Skalen *Gewissenhaftigkeit*, *Leistungsmotivation* und *Gestaltungsmotivation* - stets signifikant höhere Werte erreicht.

b. Bewerber vs. Freiwillige ohne Priming (Testversion B)

Vor der Durchführung der MANOVA wurden ebenfalls zuerst die Voraussetzungen der Varianz-Kovarianz-Homogenität kontrolliert. Alle Skalen sind nicht signifikant geworden und die Homogenität der Varianzen ist daher gegeben (Tabelle 8).

Tabelle 8: Levene-Tests auf Varianzhomogenität (H1b)

Skala	F	df1	df2	Sig.
<i>SEN</i>	,203	1	63	,654
<i>HO</i>	,017	1	63	,898
<i>GE</i>	,331	1	63	,567
<i>DS</i>	,013	1	63	,911
<i>GM</i>	1,871	1	63	,176
<i>LM</i>	3,700	1	63	,059
<i>SB</i>	,218	1	63	,642
<i>BEL</i>	,031	1	63	,861
<i>EST</i>	,274	1	63	,603
<i>TO</i>	,009	1	63	,923
<i>SOZ</i>	,218	1	63	,642
<i>FL</i>	,085	1	63	,772
<i>FM</i>	,237	1	63	,628
<i>KF</i>	3,448	1	63	,068

Allerdings ist der Box-M-Test signifikant geworden (Tabelle 9) und eine MANOVA darf infolgedessen nicht berechnet werden.

Tabelle 9: Überprüfung der Gleichheit der Kovarianzmatrizen (H1b)

Box-M-Test	246,678
F	1,791
df1	105
df2	12339,968
Sig.	,000

Stattdessen wurde mit Hilfe von Kruskal-Wallis-Tests (Tabelle 10) überprüft, ob die Unterschiede zwischen den Bewerbern und Freiwilligen ohne Priming signifikant sind.

Tabelle 10: Kruskal-Wallis-Tests *Bewerber vs. Freiwillige ohne Priming* (H1b)

Skala	Chi-Quadrat	df	Asymptotische Sig.
<i>SEN</i>	5,082	1	,024
<i>HO</i>	15,759	1	,000
<i>GM</i>	12,124	1	,000
<i>LM</i>	10,505	1	,001
<i>BEL</i>	10,398	1	,001
<i>EST</i>	13,663	1	,000
<i>TO</i>	3,051	1	,081
<i>SOZ</i>	5,655	1	,017
<i>FL</i>	13,389	1	,000
<i>GE</i>	,205	1	,650
<i>DS</i>	8,873	1	,003
<i>FM</i>	25,381	1	,000

<i>SB</i>	14,818	1	,000
<i>KO</i>	5,345	1	,021

Wie man der Tabelle 10 entnehmen kann unterscheiden sich die nicht geprimten Bewerber von den nicht geprimten Freiwilligen bezüglich ihres Antwortverhaltens signifikant voneinander, bis auf die Skalen *Gewissenhaftigkeit* und *Teamorientierung*.

Zusammenfassend konnte in Bezug auf die Skala *Gewissenhaftigkeit* kein signifikanter Gruppenunterschied gefunden werden, unabhängig von der bearbeiteten Testversion, die Nullhypothese muss daher in diesem Fall beibehalten werden. Bewerber und Freiwillige, welche die Testversion A bearbeitet haben und daher geprimt wurden, haben sich bis auf zwei Skalen (*Leistungs-* und *Gestaltungsmotivation*) signifikant voneinander unterschieden. Bis auf die zwei Skalen kann daher die Alternativhypothese angenommen werden. Eine ähnliche Tendenz ist den Bewerbern und Freiwilligen ohne Priming zu beobachten (Testversion B), welche sich ebenfalls in fast allen Skalen signifikant voneinander unterschieden haben, mit der Ausnahme der Skala *Teamorientierung*, für welche die Nullhypothese beibehalten werden muss. Für die restlichen Skalen kann die Alternativhypothese als unterstützt angesehen werden, weil die Bewerber stets signifikant höhere Werte erzielt haben. Infolgedessen haben die Bewerber grundsätzlich, unabhängig von der Testversion, überwiegend signifikant höhere Werte erreicht als Freiwillige, und die Alternativhypothese 1 kann daher für die Mehrheit der Skalen angenommen werden. Demzufolge wird das Verfälschen der Bewerber eher unterstützt. Für die Skala *Gewissenhaftigkeit* wurde die Nullhypothese beibehalten. Das Selbe betrifft die Skala *Teamorientierung* bezüglich der Testversion B und sowohl die Leistungs- als Gestaltungsmotivation in Bezug auf die Testversion A.

4.2 Überprüfung der Hypothese 2

Nun wird überprüft, ob sich die Skalenmittelwerte der geprimten Bewerber von nicht geprimten Bewerbern unterscheiden. In Tabelle 2 ist diese Tendenz zwar ersichtlich, es muss jedoch getestet werden, ob dieser Unterschied auch signifikant ist und vor allem dem Priming zuzuschreiben ist. Die Voraussetzung der Homogenität der Varianzen ist erfüllt, da keiner der Levene-Tests signifikant geworden ist (Tabelle 11).

Tabelle 11: Levene-Tests auf Varianzhomogenität (H2)

Skala	F	df1	df2	Sig.
<i>SEN</i>	,679	1	64	,413
<i>HO</i>	,008	1	64	,929
<i>GE</i>	,023	1	64	,880
<i>DS</i>	,560	1	64	,457
<i>GM</i>	,666	1	64	,417
<i>LM</i>	,839	1	64	,363
<i>SB</i>	,036	1	64	,851
<i>BEL</i>	,000	1	64	,994
<i>EST</i>	,071	1	64	,791
<i>TO</i>	1,005	1	64	,320
<i>SOZ</i>	,100	1	64	,753
<i>FL</i>	,891	1	64	,349
<i>FM</i>	,119	1	64	,731
<i>KF</i>	,326	1	64	,570

Das gilt auch für die Voraussetzung der Homogenität der Kovarianzmatrizen (Tabelle 12).

Tabelle 12: Überprüfung der Gleichheit der Kovarianzmatrizen (H2)

Box-M-Test	140,673
F	1,027
df1	105
df2	12760,661
Sig.	,407

Dementsprechend kann Hypothese 2 mit einer MANOVA überprüft werden.

Tabelle 13: MANOVA Bewerber & Testversion (H2)

Effekt	Wert	F	Hypothese df	Fehler df	Sig.
Testversion Pillai-Spur	,200	,911	14,000	51,000	,553

Die Ergebnisse der MANOVA sind nicht signifikant geworden (Tabelle 13). Die Nullhypothese 2 wird daher beibehalten und die Alternativhypothese 2 verworfen.

4.3 Überprüfung der Hypothese 3

Schließlich wird noch die letzte Hypothese getestet, und zwar ob sich geprimte und nicht geprimte Freiwillige im Antwortverhalten unterscheiden. Die Levene-Tests der Skalen Führungsmotivation (FM), Selbstbewusstsein (SB) und Gestaltungsmotivation (GM) sind signifikant und die Homogenität der Varianzen daher nicht gegeben (Tabelle 14).

Tabelle 14: Levene-Tests auf Varianzhomogenität (H3)

Skala	F	df1	df2	Sig.
SEN	3,085	1	62	,084
HO	1,337	1	62	,252
GE	2,367	1	62	,129
DS	1,600	1	62	,211
GM	5,367	1	62	,024
LM	2,740	1	62	,103
SB	6,444	1	62	,014
BEL	,031	1	62	,861
EST	1,051	1	62	,309
TO	,711	1	62	,402
SOZ	,255	1	62	,615
FL	1,780	1	62	,187
FM	7,133	1	62	,010
KF	,331	1	62	,567

Obwohl die drei Skalen aus den Analysen ausgeschlossen wurden, wird die Annahme der Gleichheit der Kovarianzmatrizen nicht unterstützt (Tabelle 15).

Tabelle 15: Überprüfung der Gleichheit der Kovarianzmatrizen (H3)

Box-M-Test	224,485
F	2,757
df1	66
df2	12256,740
Sig.	,000

Daher werden im Folgenden zum Vergleich von Skalenmittelwerten Kruskal-Wallis-Tests berechnet (Tabelle 16).

Tabelle 16: Kruskal-Wallis-Test *Bewerber vs. Freiwillige* (H1)

Skala	Chi-Quadrat	df	Asymptotische Sig.
<i>SEN</i>	2,032	1	,154
<i>HO</i>	,358	1	,549
<i>FL</i>	,069	1	,793
<i>GE</i>	,031	1	,861
<i>DS</i>	,950	1	,330
<i>LM</i>	2,740	1	,098
<i>BEL</i>	1,921	1	,166
<i>EST</i>	,100	1	,752
<i>TO</i>	1,597	1	,206
<i>KF</i>	,836	1	,361
<i>SOZ</i>	,026	1	,872

Im Anschluss wurden die drei ausgeschlossenen Skalen mittels Welch-Tests verglichen (Tabelle 17). Die Gruppenmittelwerte der drei Skalen unterscheiden sich nicht signifikant voneinander. Daher wird die Alternativhypothese 3 verworfen und die Nullhypothese beibehalten.

Tabelle 17: Welch-Tests Führungs- und Gestaltungsmotivation und Selbstbewusstsein

Skala	Statistik	df1	df2	Sig.
<i>FM</i>	1,508	1	56,310	,225
<i>GM</i>	,985	1	50,439	,326
<i>SB</i>	,085	1	55,490	,771

Laut den Ergebnissen unterscheidet sich das Antwortverhalten der freiwilligen Personen, die die Testversion A bearbeitet haben, nicht von denen, die die Testversion B bearbeitet haben.

Nachdem alle Hypothesen überprüft wurden, werden im Folgenden die Ergebnisse interpretiert und diskutiert.

5. Interpretation und Diskussion

Haben die Testpersonen das BIP verfälscht?

Wie man den Ergebnissen entnehmen kann, hat die Gruppe der Bewerber im Vergleich zu den Freiwilligen bis auf vier Skalen stets signifikant höhere Mittelwerte aufgewiesen – die Bewerber haben demnach mehr sozial erwünschte Antworten gegeben als Freiwillige. Für die Skalen *Gewissenhaftigkeit*, *Gestaltungsmotivation*, *Leistungsmotivation* und *Teamorientierung* wurden die Nullhypothesen zum Teil beibehalten. Für die Skala *Gewissenhaftigkeit* konnten unabhängig von der Testversion keine signifikanten Gruppenunterschiede gefunden werden. Der fehlende Gruppenunterschied könnte etwa durch wissenschaftliche Erkenntnisse unterstützt werden, laut welchen sich bei der Gewissenhaftigkeit um einen konsistenten Prädiktor der beruflichen Leistung handelt, der weder von der angestrebten Position noch den Situationskriterien abhängig ist (Barrick & Mount, 1991; Hurtz & Donovan, 2000). Außerdem beschrieben Oh, Wang und Mount (2011) in ihrer Metaanalyse zur Validität von Persönlichkeitsskalen, dass Gewissenhaftigkeit im Kontext des Fünf-Faktoren-Modells die höchste Validität aufgewiesen hat. Bei den geprimten Bewerbern und Freiwilligen konnte kein signifikanter Unterschied in den Skalen *Leistungs-* und *Gestaltungsmotivation* gefunden werden. Außerdem konnte kein signifikanter Gruppenunterschied bei den Gruppen ohne Priming in Bezug auf die Skala *Teamorientierung* gefunden werden. Eine mögliche Erklärung, die sich dafür bietet, ist die Annahme, dass sich die freiwilligen Personen bereits höher einschätzen, als sie es vielleicht sind, da diese Skalen in verschiedenen Situationen als wichtig empfunden werden (Jansen et al., 2012).

Überdies ist es kein Wunder, dass fast alle Testkennwerte erhöht wurden. Die Bewerber konnten nicht gezielt relevante Skalen verzerren, denn es war kein realer Job in Sicht. Würde es sich beispielweise um ein Auswahlverfahren für die Position eines Verkäufers handeln, wäre es für die Personen optimal etwa auf den Skalen Extraversion, Durchsetzungsstärke oder Kontaktfähigkeit zu übertreiben. Gezieltes Faking setzt jedoch die Fähigkeit voraus, spezifisch und raffiniert verfälschen zu können - die Person müsste dazu fähig und bereit sein, etwa hohe Gewissenhaftigkeit zum Einen und gleichzeitig emotionale Instabilität zum

Anderen vortäuschen zu können (Morgeson, Campion, Dipboye, Hollenbeck, Murphy & Schmitt, 2007). Das ist für Menschen, die einen guten Eindruck hinterlassen möchten weder vorteilhaft noch „einfach“ – **spezifisches Faking** nimmt viele geistige Ressourcen in Anspruch. Dadurch kann erklärt werden, warum alle Skalen ohne Unterschied hohe Werte aufweisen.

Eine weitere Erklärung für die vorliegende Antworttendenz bietet die Theorie vom **Impression Management**, gemäß der die Mehrheit der Menschen in sozialen Interaktionen nach Anerkennung strebt, während der Verlust vom Status möglichst vermieden wird (Hogan, 2006). Bewerber im Auswahlprozess – basierend auf Persönlichkeitsfragebögen, persönlichen Interviews oder im Rahmen von Assessment Centern – verhalten sich genau wie in anderen sozialen Interaktionen, sie versuchen einen guten Eindruck zu schaffen (Hogan et al., 2007).

Tett und Simonet (2011) meinen, dass ein **guter Eindruck** dadurch hinterlassen wird, dass positive Eigenschaften verstärkt werden und die negativen Dispositionen außer Acht gelassen werden. Ein Bewerber kann beispielsweise in einem Interview die letzten vier Manager-Positionen nennen, ohne zu erwähnen, dass das Arbeitsverhältnis jedes mal unfreiwillig beendet wurde. Daraus könnte man den Schluss ziehen, dass Personen, die sich von der besten Seite zeigen möchten, nicht lügen, sondern nur nicht die ganze Wahrheit sagen, die Wahrheit übertreiben oder die Wahrheit verschleiern (Von Hippel & Trivers, 2011). Häufig kommen diese Verhaltensweisen unbewusst zustande. Tett und Simonet schlagen deswegen ein Verhältnis zwischen dem *wahren Testkennwert*, der *Selbsttäuschung* und dem *Faking* (Abbildung 12) vor. Eine leichte Abweichung vom wahren Wert (True Score) wird dementsprechend als Selbsttäuschung (Self-Deception) bezeichnet, wobei eine größere Abweichung als Faking bzw. Impression Management titulierte werden.

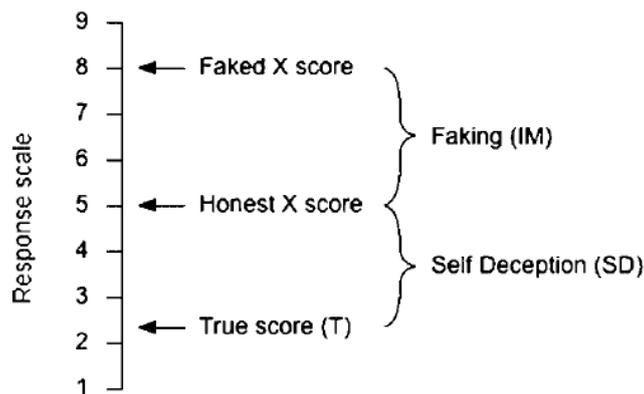


Abbildung 12: Verhältnis zwischen wahrem Testkennwert, Selbsttäuschung und Faking (Tett & Simonet, 2011, S. 305)

Mit der Selbsttäuschung haben sich vor Kurzem Von Hippel und Trivers (2011) ausführlich beschäftigt. Die Autoren behaupten, dass sich die **Selbsttäuschung** mit der Zeit entwickelt hat, um die zwischenmenschliche Täuschung (interpersonal deception) zu erleichtern, indem den Menschen ermöglicht wird Hinweise auf bewusste Täuschung, die eine betrügerische Absicht offenbaren könnten, dem Bewusstsein fern halten zu können. Dieser Theorie zufolge hat Selbsttäuschung im Vergleich zu Faking zwei große Vorteile. Erstens wird die kostspielige kognitive Leistung, die mit spezifischem Faking verbunden ist, vermieden. Zweitens wird die Vergeltung verringert, wenn das Verfälschen entdeckt werden sollte. Ferner erlaubt die selbsttäuschende Selbststeigerung (self-deceptive self-enhancement) den Personen, mehr Selbstbewusstsein zu zeigen als gerechtfertigt werden kann, woraus sich eine Vielzahl von gesellschaftlichen Vorteilen ergibt (Von Hippel & Trivers, 2011). In anderen Worten handelt es sich um einen Abwehrmechanismus des Selbstbewusstseins. Es stellt sich aber die Frage, wie das Selbst allein sich selbst täuscht und dennoch getäuscht werden kann? Dies wird durch eine Trennung von psychischen Prozessen erreicht, einschließlich bewusster und unbewusster Erinnerungen, bewusster und unbewusster Einstellungen, oder unbewusster automatisch und bewusst kontrolliert gesteuerter Prozesse (Von Hippel & Trivers, 2011).

Zusammenfassend scheinen die Bewerber im Vergleich zu den Freiwilligen jedenfalls verfälscht zu haben. Die Bewerber in der vorliegenden Studie waren

zwar in keiner Auswahl-situation, was ihnen klar gemacht wurde. Die Motivation zum Verfälschen könnte aber alleine dadurch erhöht sein, weil sich die Mehrheit der Personen auf Arbeitssuche befunden hat, und sich daher durch die Testbearbeitung doch die Aufnahme in ein Suchprojekt erhofft hat, was durch Gesprächen nach der Testung bestätigt werden konnte. Daher war zu erwarten, dass die Bewerber in der vorliegenden Studie mehr verfälschen als Freiwillige, aber möglicherweise weniger als es Bewerber in einer unmittelbaren Auswahl-situation machen würden. Nichtsdestotrotz scheint Faking nicht nur ein unvermeidbares Phänomen im Rahmen von der Personalauswahl zu sein (Tett & Simonet, 2011), sondern es kommt gleichfalls zustande, auch wenn es sich primär um kein Auswahl-setting handelt, die Person jedoch trotzdem einen guten Eindruck hinterlassen möchte.

Hat das Priming gewirkt?

Die **geprimten Bewerber** haben bis auf die Skala *Soziabilität* niedrigere Mittelwerte als die nichtgeprimten Bewerber erreicht (Tabelle 2). Dieser Unterschied ist allerdings nicht signifikant und kann daher nur als eine Tendenz in den Daten angesehen werden, die möglicherweise dem Priming zuzuschreiben ist. Womöglich liegt der geringe Gruppenunterschied einerseits daran, dass es sich „nur“ um Initiativbewerber gehandelt hat. Höchstwahrscheinlich wäre in einem realen Auswahlverfahren die Motivation zu verfälschen noch höher, dadurch würden unterschiedliche moderierende Effekte entstehen (Holden & Passey, 2010), wodurch auch das Priming einen unterschiedlichen Effekt bewirken könnte.

Bei den **freiwilligen Personen** ist eine ähnliche Tendenz zu beobachten, bis auf den Bereich *berufliche Orientierung*. An den drei Motivationsskalen (Tabelle 2) haben die geprimten Personen stets höhere Mittelwerte erreicht. Das könnte möglicherweise dadurch erklärt werden, dass diese im Bildertest erlebt und gelernt haben, eine gute Leistung zu bringen, denn sie haben im Vergleich zu den Bewerbern mehr Punkte erzielt und weniger Testdurchgänge bearbeitet, und dementsprechend also schneller und genauer gearbeitet. Das hat sich wahrscheinlich im Antwortverhalten von den drei Skalen gezeigt. Sie wurden sozusagen durch die Leistung geprimt, was die Items der Motivationsskalen

bestätigen, wie etwa die folgenden Items: „*Ich bin mit meiner Leistung erst dann zufrieden, wenn ich die Erwartungen übertreffe.*“ (Item 53) oder „*Ich stelle mich gern schwierigen Situationen, um festzustellen, wie gut ich bin.*“ (Item 69).

Zusammenfassend ist in den Daten lediglich eine Tendenz der Wirkung des Primings zu beobachten, es wurden jedoch keine signifikanten Gruppenunterschiede gefunden. Infolgedessen unterscheiden sich die geprimten Personen in Bezug auf ihr Antwortverhalten nicht von den nicht geprimten Personen, unabhängig von der Testsituation. Obwohl durch die gespiegelten Wörter das Mindset-Priming von Khorramdel (unpubl., beschrieben in Wagner, 2011) verstärkt werden sollte, scheint der Versuch nicht gelungen.

Wieso hat das Priming nicht den erwarteten Effekt gezeigt?

Für das Mindset-Priming konnten zwar längst Effekte beobachtet werden, die 15 bis 30 Minuten andauern (Gollwitzer et al., 1990). Das BIP ist jedoch ein umfangreicher Fragebogen und die Bearbeitung nimmt durchschnittlich etwa eine Dreiviertelstunde in Anspruch. Sollte das spezielle Priming eine Wirkung haben, ist diese möglicherweise mit der Zeit verloren gegangen. Um diese Annahme jedoch definitiv bestätigen zu können, müsste die Testbatterie aus dem Bildertest und einem wesentlich kürzeren Fragebogen zusammengesetzt werden, wie etwa dem AVEM (Arbeitsbezogenes Verhaltens- und Erlebensmuster; Schaarschmidt & Fischer, 2008) oder dem B5PO (Big Five Plus One Persönlichkeitsinventar; Holochert-Ertl, Kubinger & Menghin, 2003), dessen durchschnittliche Bearbeitungszeit 10 bis 12 Minuten beträgt. Alternativ könnten unter die Items Bogus-Items untermischt werden, die eine vielversprechende Methode des Entdeckens von Faking darstellen (siehe II.2).

Weiters ist plausibel, dass mit Hilfe der angewendeten statistischen Methoden die Effekte vom Priming nicht zur Gänze erforscht werden können. Anhand von Gruppenvergleichen von Skalenmittelwerten können unterschiedliche Antwortmuster, im Vergleich zu Methoden aus der Item-Response-Theorie wie etwa *DIF* oder *DTF*, identifiziert werden (Stark, Chernyshenko, Chan, Lee & Drasgow, 2001), wodurch Effekte eventuell verloren gehen. Für Item-Response-

Analysen war die vorliegende Stichprobe jedoch nicht umfangreich genug, sodass eine größere Stichprobe für zukünftige Studien wünschenswert erscheint.

Welche Limitationen weist die Studie auf?

Es ist wichtig in Erinnerung zu behalten, dass sich die Studie auf der Analyse vom Antwortverhalten in lediglich einem Fragebogen (BIP) stützt. Anderen Persönlichkeitsfragebögen liegen unterschiedliche Persönlichkeitskonstrukte zugrunde, sonach würden daher möglicherweise unterschiedliche Antwortmuster entstehen.

Einige Bewerber haben in Gesprächen nach der Testung gemeint, dass die Fragen des BIP schwer abschätzbar sind. Sie haben viele Situationen beispielsweise nie erlebt und etwa die Beantwortung von der folgenden Frage war für sie herausfordernd und nicht ganz leicht: „*Ich trage gern die Verantwortung für wichtige Entscheidungen.*“ (Item 197). Personen ohne berufliche Erfahrung können diese Frage zwar bejahen, jedoch nicht rechtfertigen, und die prognostische Validität ist daher gering. Ein weiteres Beispiel, das die Limitation vom BIP deutlich macht, ist das Item 201: „Bei Schwierigkeiten wendet man sich häufig an mich, weil ich überall die richtigen Leute kenne.“ Eine Person könnte mit der Beantwortung dieser Frage ein Problem haben, weil es sich eigentlich um zwei Fragen handelt. Es kann sein, dass sich Viele an die Person wenden, aber nicht aufgrund des breiten Netzwerks von Bekannten, sondern etwa für ihr hohes Einfühlungsvermögen und die Fähigkeit einen guten Rat zu geben. Soll daher die Person völlig zustimmen? Oder ablehnen? Oder zur Mitte tendieren? Dieses Beispiel beschreibt im Grunde das Hauptproblem von Persönlichkeitsfragebögen – ob die getestete Person die Fragen so interpretiert hat, wie es die Autoren des Fragebogens vorgesehen haben (Rothstein & Goffin, 2006). Außerdem besitzen Menschen ungleiche Maßstäbe, wodurch etwa das folgende Item in verschiedenster Weise verzerrt werden kann: „Ich reagiere gereizt, wenn ich dieselbe Sache mehrmals erklären muss.“ (Item 61). Die Beantwortung der Frage hängt erstens davon ab, was die Person unter *gereizt reagieren* im Kontext des eigenen Umfeldes versteht. Zweitens kann eine Person unter „mehrmals“ zweimal verstehen und eine andere zwanzigmal. Drittens setzt die Frage eine ausgeprägte

Fähigkeit zur Selbstreflexion voraus, denn eine Person kann in dieser Situation gereizt reagieren obwohl sie es selbst nicht so wahrnimmt. Bei den angeführten Beispielen handelt sich jedoch um eine übliche Kritik an Selbsteinschätzungen bzw. Persönlichkeitsfragebögen.

Schließlich könnte das Antwortverhalten im BIP, wie in jedem gängigen Persönlichkeitsfragebogen, von der Tagesverfassung abhängen. Wenn etwa die Testperson vor der Testung mit jemandem eine Auseinandersetzung hatte und teilweise noch gereizt ist, wird sie auf das Item 61 womöglich anders reagieren, als wenn sie gut gelaunt zur Testung erscheint. Negative Emotionen oder Gereiztheit konnten in der vorliegenden Stichprobe von der Testleiterin jedoch nicht beobachtet werden.

Was sind die wichtigsten Erkenntnisse aus dieser Untersuchung?

Soweit scheint Verfälschbarkeit ein fester Bestandteil der menschlichen Natur und daher ein Einflussfaktor auf das Antwortverhalten zu sein (Dilchert, Ones, Viswesvaran & Deller, 2006), wie allerdings jede andere Persönlichkeitseigenschaft. Faking kommt vor allem im Rahmen von Auswahlverfahren vor, oder - wie in diesem Fall gezeigt werden konnte - wenn die Person einen guten Eindruck hinterlassen will, weil sie sich daraus zukünftige Vorteile erhofft. Faking ist dementsprechend ein untrennbares Phänomen der Personalauswahl, es stellt jedoch nicht unbedingt das Problem dar, solange alle Werte in etwa gleichem Ausmaß erhöht werden. In dem Fall verändert sich weder die Rangordnung noch die anschließende Kandidatenauswahl. Das Problem ist die geringe Validität der Ergebnisse von Persönlichkeitsverfahren in Bezug auf zukünftige Job-Performance (Morgeson et al., 2007). Das scheint plausibel zu sein, seitdem mit Fragebögen in der Personalauswahl im Grunde eher die Fähigkeit getestet wird, den Fragebogen ideal bzw. den definierten Anforderungsprofilen entsprechend zu beantworten, als die eigentliche Job-Performance.

Demzufolge ist es empfehlenswert, die Anwendung von Persönlichkeitsverfahren in der Personalauswahl trotz ihrer Ökonomie weiterhin kritisch anzusehen und Schritte zu unternehmen, die das Faking kontrollieren bzw. mindern.

Dementsprechend sollte ein Persönlichkeitsfragebogen nie das einzige Instrument der Bewerberauswahl repräsentieren, denn in dem Fall könnten durch das Faking das Ranking und die Auswahl der Kandidaten in Frage gestellt werden. Die Entscheidung über die Auswahl sollte stets anhand von weiteren Kriterien erfolgen, etwa in Kombination mit kognitiven Tests, Assessment-Centern, persönlichen Interviews oder der Response Elaboration Technique (siehe II.6.1). Schließlich sollten weitere Methoden gegen die Verfälschbarkeit von Persönlichkeitsfragebögen entwickelt werden bzw. die existierenden weiterhin untersucht und optimalisiert werden.

6. Zusammenfassung

In der vorliegenden Arbeit wurde untersucht, ob Faking von Persönlichkeitsfragebögen mithilfe von zielorientiertem Mindset-Priming reduziert werden kann. Die Untersuchung stellt einen weiteren Versuch dar, dem Verfälschen in Fragebögen mittels Priming zu realistischen Selbsteinschätzungen entgegenzuwirken. Es wurde auf dem Primingkonzept von Khorramdel (unpubl., beschrieben in Wagner, 2011) aufgebaut, jedoch wurde ein unterschiedliches Aufgabenmaterial verwendet, welches auf den Untersuchungen mit gespiegelten Wörtern von Schorn und Maurhart (2009) basiert. Mit dem zum Teil abgeänderten Priming (mittels eines Bildertest) wurde die Idee verfolgt, die realistische Selbsteinschätzung sensu Khorramdel zu primen, wobei der Effekt durch die gespiegelten Wörter verstärkt werden sollte. Weitere Anhaltspunkte für die Fragestellung können im theoretischen Teil wiedergefunden werden.

Die formulierten Hypothesen wurden anhand von Gruppenvergleichen überprüft. Insgesamt 130 Personen haben das Bochumer Inventar zur berufsbezogenen Persönlichkeitsbeschreibung und den Bildertest (die Priming-Phase), in unterschiedlichen Reihenfolgen, bearbeitet. Anhand des Bildertests sollten die geprimten Testpersonen lernen, sich sowohl im Bildertest als auch im nachfolgenden Persönlichkeitsfragebogen realistisch einzuschätzen; d.h. das Mindset *realistische Selbsteinschätzung, Ehrlichkeit* und *Fokus auf die eigene Person* (i.S. eines unbewussten Verfälschens) sollten aktivieren werden.

Im ersten Schritt wurde überprüft, ob Bewerber im Vergleich zu Freiwilligen verfälscht haben (abhängig von der bearbeiteten Testversion), genauer gesagt, ob sich die Skalenmittelwerte der Versuchsgruppe von denen der Kontrollgruppe signifikant unterscheiden haben. Die Ergebnisse der Kruskal-Wallis- und Welch-Tests hat sich ergeben, dass die Bewerber fast in allen Skalen höhere Skalenmittelwerte angaben als Freiwillige, womit die Annahme verstärkt wurde, dass die Bewerber verfälschten. Für die Skala Gewissenhaftigkeit konnte, unabhängig von der Testversion, kein Unterschied gefunden werden. Die geprimten Bewerber und Freiwillige unterschieden sich in Bezug auf die Skalen Leistungs- und Gestaltungsmotivation nicht voneinander. Dasselbe Ergebnis konnte bei den nicht geprimten Gruppen bezüglich der Skala Teamorientierung beobachtet werden. Diese Ergebnisse könnten unter anderem dadurch erklärt

werden, dass die freiwilligen Personen höhere Werte in diesen Skalen erreichten, weil sie diese Skalen möglicherweise als wichtig empfanden haben.

Schließlich wurde die Wirkung des speziellen Primings untersucht. Die Gruppen wurden mit Hilfe von multivariaten Varianzanalysen, Kruskal-Wallis- und Welch-Tests verglichen. In den Daten konnte zwar eine Tendenz in Richtung der Hypothesen gefunden werden, da die geprimten Personen überwiegend niedrigere Werte angaben als die nicht geprimten Personen, jedoch führte dies nicht zu signifikanten Gruppenunterschieden.

Die Ergebnisse der Studie konnten wieder einmal zeigen, dass Persönlichkeitsfragebögen verfälschbar sind. Die Bewerber erzielten in allen Skalen höhere Werte als Freiwillige. Dies könnte insofern ein Problem darstellen, als Personen in Abhängigkeit von Ihrer Motivation zu verfälschen und ihrer Fähigkeit sowie wahrgenommener Fähigkeit verfälschen zu können unterschiedlich stark verfälschen, was die Rangreihenfolge der Bewerber beeinflusst und somit zu einer unfairen Auswahl führen kann (Ellingson et al., 1999; Hough, 1998). Zum anderen könnte es sinnvoll sein, Faking als erhöhte Motivation zu sehen und den Zusammenhang zwischen Impression Management und Job-Performance zu untersuchen (Foldes et al., 2006).

Zu guter Letzt ist es weiterhin sinnvoll Techniken gegen Faking zu entwickeln, wie das spezielle Priming in der vorliegenden Arbeit, obwohl in den Daten lediglich eine Tendenz wiedergefunden werden konnte, die eventuell für die Wirksamkeit des Primings sprechen könnte. Es ist plausibel, dass das Priming die Wirkung nicht vollständig entfalten konnte, weil das BIP sehr umfangreich bzw. ein eher langer Fragebogen ist, sodass das Priming eventuell nicht lange genug nachgewirkt hat um zu signifikanten Ergebnissen zu führen. Infolgedessen scheint es sinnvoll und empfehlenswert zu sein, in zukünftigen Untersuchungen den Bildertest mit einem kürzeren Fragebogen zu kombinieren, um die Wirkung erneut zu überprüfen, oder aber zu untersuchen, wie lange das Priming anhält (bis zu welcher Itemposition im Fragebogen; Positionseffekte).

IV. Literaturverzeichnis

- Ajzen, I. (1991). Theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179-211.
- Bangerter, A., Roulin, N. & König, C. J. (2012). Personnel Selection as a Signaling Game. *Journal of Applied Psychology*, 97(4), 719-738.
- Bargh, J. A. & Chartrand, T. L. (1999). The Unbearable Automacity of Being. *American Psychologist*, 54(7), 462-479.
- Bargh, J. A. & Chartrand, T. L. (2000). The mind in the middle: A practical guide to priming and automacity research. In H. T. Reis & C. M. Judd (Hrsg.), *Handbook of research methods in social and personality psychology*. (S. 253-285). New York: Cambridge University Press.
- Bargh, J. A., Chen, M. & Burrows, L. (1996). Automacity of Social Behavior: Direct Effects of Trait Construct and Stereotype Activation on Action. *Journal of Personality and Social Psychology*, 71(2), 230-244.
- Bargh, J. A., Gollwitzer, P. M., Lee-Chai, A., Barndollar, K. & Trötschel, R. (2001). The Automated Will: Nonconscious Activation and Pursuit of Behavioral Goals. *Journal of Personality and Social Psychology*, 81(6), 1014-1027.
- Barrick, M. R., & Mount, M. K. (1991). The Big Five personality dimensions and job performance. *Personnel Psychology*, 44, 1-26.
- Barrick, M. R. & Mount, M. K. (1996). Effects of Impression Management and Self-Deception on the Predictive Validity of Personality Constructs. *Journal of Applied Psychology*, 81(3), 261-272.
- Bing, M. N., LeBreton, J. M., Davison, H. K., Migetz, D. Z. & James, L. R. (2007). Integrating Implicit and Explicit Social Cognitions for Enhanced Personality Assessment. *Organizational Research Methods*, 2, 346-389.
- Birkeland, S. A., Manson, T. M., Kisamore, J. L., Brannick, M. T. & Smith, M. A. (2006). A Meta Analytic Investigation of Job Applicant Faking on Personality Measures. *International Journal of Selection and Assessment*, 14(4), 317-335.

- Cattell, R. B., Cattell, A. K., & Cattell, H. E. P. (1993). *16PF Fifth Edition Questionnaire*. Champaign, IL: Institute for Personality and Ability Testing.
- Chartrand, T. L. & Bargh, J. A. (1996). Automatic activation of impression formation and memorization goals: Nonconscious goal priming reproduces effects of explicit task instructions. *Journal of Personality and Social Psychology*, *71*, 464-478.
- Christiansen, N. D., Rozek, R. F. & Burns, G. (2010). Effects of Social Desirability Scores on Hiring Judgments. *Journal of Personnel Psychology*, *9(1)*, 27-39.
- Collins, A. M. & Loftus, E. F. (1975). A Spreading-Activation Theory of Semantic Processing. *Psychological Review*, *82(6)*, 407-428.
- Converse, P. D., Peterson, M. H. & Griffith, R. L. (2009). Faking on Personality Measures: Implications for selection involving multiple predictors. *International Journal of Selection and Assessment*, *17(1)*, 47-60.
- Costa, P. T. & McCrae, R. R. (1991). *NEO Five-Factor Inventory – Form S*. Odessa, FL: Psychological Assessment Resources.
- Dalen, L. H., Stanton, N. A. & Roberts, A. D. (2001). Faking personality questionnaires in personnel selection. *Journal of Management Development*, *20(8)*, 729-741.
- Dewitte, M., De Houwer, J. & Buysse, A. (2008). On the Role of the Implicit Self-Concept in Adult Attachment. *European Journal of Psychological Assessment*, *24(4)*, 282-289.
- Dilchert, S., Ones, D. S., Viswesvaran, C. & Deller, J. (2006). Response distortion in personality measurement: born to deceive, yet capable of providing valid self-assessments? *Psychology Science*, *48(3)*, 209-225.
- Dunlop, P. D., Telford, A. D., Morrison, D. L. (2012). Not too little, but not too much: The perceived desirability of responses to personality items. *Journal of Research in Personality*, *46*, 8-18.
- Dwight, S. A. & Donovan, J. J. (2009). Do Warnings Not to Fake Reduce Faking? *Human Performance*, *16(1)*, 1-23.

- Ellingson, J. E., Sackett, P. R. & Connelly, B. S. (2007). Personality Assessment Across Selection and Development Contexts: Insights Into Response Distortion. *Journal of Applied Psychology, 92*(2), 386-395.
- Ellingson, J. E., Sackett, P. R. & Hough, L. M. (1999). Social Desirability Corrections in Personality Measurement: Issues of Applicant Comparison and Construct Validity, *Journal of Applied Psychology, 84*(2), 155-166.
- Ellingson, J. E., Sackett, P. R., & Smith, D. B. (2001). Investigating the Influence of Social Desirability on Personality Factor Structure. *Journal of Applied Psychology, 86*(1), 122-133.
- Fan, J., Gao, D., Carroll, S. A., Lopez, F. J., Tian, T. S. & Meng, H. (2012). Testing the Efficacy of a New Procedure for Reducing Faking on Personality Tests Within Selection Contexts. *Journal of Applied Psychology, 97*(4), 866-880.
- Field, A. (2009). *Discovering Statistics Using SPSS (Third Edition)*. London: Sage.
- Foldes, H. J., Ones, D. S. & Sinangil, H. K. (2006). Neither here, nor there: Impression management does not predict expatriate adjustment and job performance. *Psychology Science, 48*, 357–368.
- Francis, L. J., Brown, L. B. and Pearson, P. (1991), "The dual nature of the EPQ Lie Scale among university students in Australia", *Personality and Individual Differences, Vol. 12*, 989-91.
- Franke, G. H. (2002). Faking bad in personality inventories: Consequences for the clinical context. *Psychologische Beiträge, 44*, 50-61.
- Furnham, A. (1990). Faking personality questionnaires: Fabricating different profiles for different purposes. *Current Psychology: Research & Reviews, 12*, 250-264.
- Galic, Z., Jerneic, Z. & Parmac Kovacic, M. (2012). Do Applicants Fake Their Personality Questionnaire Responses and How Successful are Their Attempts? A Case of Military Pilot Cadet Selection. *International Journal of Selection and Assessment, 20*(2), 229-241.

- Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. Garden City, NY: Doubleday Anchor.
- Gollwitzer, P. M., Heckhausen, H. & Steller, B. (1990). Deliberative and Implemental Mind-Sets: Cognitive Tuning Towards Congruous Thoughts and Information. *Journal of Personality and Social Psychology*, 59(6), 1119-1127.
- Griffith, R. L., Chmielowsky, T. & Yoshita, Y. (2007). Do applicants fake? An examination of the frequency of applicant faking behavior. *Personnel Review*, 36(3), 341-355.
- Henry, M. S. & Raju, N. S. (2006). The effects of traited and situational impression management on a personality test: an empirical analysis. *Psychology Science*, 48(3), 247-267.
- Higgins, E. T. (1987). Self-Discrepancy: A Theory Relating Self and Affect. *Psychological Review*, 94(3), 319-340.
- Hogan, R. (2006). *Personality and the fate of organizations*. Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Hogan, J., Barrett, P. & Hogan, R. (2007). Personality Measurement, Faking, and Employment Selection. *Journal of Applied Psychology*, 92(5), 1270-1285.
- Holden, R. R. (2007). Socially Desirable Responding Does Moderate Personality Scale Validity Both in Experimental and in Nonexperimental Contexts. *Canadian Journal of Behavioural Science*, 39 (3), 184-201.
- Holden, R. R. (2008). Underestimating the effects of faking on the validity of self-report personality scales. *Personality and Individual Differences*, 44, 311-321.
- Holden, R. R., Magruder, C. D., Stein, S. J., Sitarenios, G. & Sheldon, S. (1999). The effects of anonymity on the Holden Psychological Screening Inventory. *Personality and Individual Differences*, 27, 737-742.
- Holden, R. R. & Passey, J. (2010). Socially desirable responding in personality assessment: Not necessarily faking and not necessarily substance. *Personality and Individual Differences*, 49, 446-450.

- Holochert-Ertl, S., Kubinger, K. D. & Menghin, S. (2003). *B5PO – Big Five Plus One Persönlichkeitsinventar*. Mödling: Schuhfried.
- Hossiep, R. & Paschen, M. (1998). *Bochumer Inventar zur berufsbezogenen Persönlichkeitsbeschreibung (BIP)*. Göttingen: Hogrefe.
- Hossiep, R., Paschen, M. & Mühlhaus, O. (2003). *Bochumer Inventar zur berufsbezogenen Persönlichkeitsbeschreibung (BIP) (2. Aufl.)*. Göttingen: Hogrefe.
- Hough, L.M. (1998). Effects of intentional distortion in personality measurement and evaluation of suggested palliatives. *Human Performance*, 11, 209-244.
- Hull, J. G., Slone, L. B., Meteyer, K. B. & Matthews, A. R. (2002). The Nonconsciousness of Self-Consciousness. *Journal of Personality and Social Psychology*, 83(2), 406-424.
- Hurtz, G. M. & Donovan, J. J. (2000). Personality and job performance: The Big Five revisited. *Journal of Applied Psychology*, 85, 869-879.
- Jansen, A., König, C. J., Kleinmann, M. & Melchers (2012). The Interactive Effect of Impression Motivation and Cognitive Schema on Self-Presentation in a Personality Inventory. *Journal of Applied Social Psychology*, 42(8), 1932-1957.
- Jones, L. L. (2010). Pure Mediated Priming: A Retrospective Semantic Matching Model. *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition*, 36(1), 135-146.
- Karremans, J. C., Stroebe, W. & Claus, J. (2006). Beyond Vicary's fantasies: The impact of subliminal priming and brand choice. *Journal of Experimental Social Psychology*, 42, 792-798.
- Kellogg, R. T. (1997). *Cognitive Psychology*. London: Sage Publications.
- Khorramdel, L. & Maurer, M. (2012). Das Wiener Studieneignungs-Persönlichkeitsinventar (WSP). In K. D. Kubinger, M. Frebort, L. Khorramdel & L. Weitensfelder (Hrsg.). *Self Assessment: Theorie und Konzepte* (S. 103-118). Pabst Science Publishers.

- Khorrarnadel, L. & Maurer, M. (2012). *WSP – Wiener Studieneignungs-Persönlichkeitsinventar*. Mödling: Schuhfried.
- Khorrarnadel, L. & Kubinger, K. D. (2006). The effect of speediness on personality questionnaires: an experiment on applicants within a job recruiting procedure. *Psychology Science, 48*(3), 378-397.
- Kiesel, A., Wagener, A., Kunde, W., Hoffmann, J., Fallgatter, A. J. & Stöcker, C. (2006). Unconscious manipulation of free choice in humans. *Consciousness and Cognition, 15*, 397-408.
- Kluger, A. N. & Colella, A. (1993). Beyond the Mean Bias: The Effect of Warning Against Faking on Biodata Item Variances. *Personnel Psychology, 46*(4), 763-780.
- Kubinger, K. D. (2009). *Psychologische Diagnostik – Theorie und Praxis psychologischen Diagnostizierens (2. Aufl.)*. Göttingen: Hogrefe.
- Kubinger, K. D. & Ebenhöf, J. (1996). *Kurze Testbatterie: Arbeitshaltungen. Test: Software und Manual*. Frankfurt/M.: Swets.
- Kuncel, N. R. & Tellegen, A. (2009). A Conceptual and empirical Reexamination of the Measurement of the Social Desirability of Items: Implications for Detecting Desirable Response Style and Scale Development. *Personnel Psychology, 62*, 201-228.
- Landers, R. N., Sackett, P. R. & Tuzinski, K. A. (2011). Retesting After Initial Failure, Coaching Rumors, and Warnings Against Faking in Online Personality Measures for Selection. *Journal of Applied Psychology, 96*(1), 202-210.
- Légal, J.-B., Meyer, T. & Delouvé, S. (2007). Effect of Compatibility Between Conscious Goal and Nonconscious Priming on Performance. *Current Research in Social Psychology, 12*(6), 80-90.
- Lelkes, Y., Krosnick, J. A., Marx, D. M., Judd, C. M. & Park, B. (2012). Complete anonymity compromises the accuracy of self-reports. *Journal of Experimental Social Psychology, 48*, 1291-1299.

- Levashina, J. & Campion, M. A. (2007). Measuring Faking in the Employment Interview: Development and Validation of an Interview Faking Behavior Scale. *Journal of Applied Psychology*, 92(6), 1638-1656.
- Levashina, J., Morgeson, F. P. & Campion, M. A. (2009). They Don't Do It Often, But They Do It Well: Exploring the relationship between applicant mental abilities and faking. *International Journal of Selection and Assessment*, 17(3), 271-281.
- Levashina, J., Morgeson, F. P. & Campion, M. A. (2012). Tell me some more: Exploring how verbal ability and item verifiability influence responses to biodata questions in a high-stakes selection context. *Personnel Psychology*, 65, 359-383.
- Marcus, B. (2003). Persönlichkeitstest in der Personalauswahl: Sind sozial erwünschte Antworten wirklich nicht „wünschenswert“? *Zeitschrift für Psychologie*, 211(3), 138-148.
- Marcus, B. (2004). Rezension der 2. Auflage des Bochumer Inventars zur berufsbezogenen Persönlichkeitsbeschreibung (BIP) von R. Hossiep und M. Paschen. *Zeitschrift für Arbeits- und Organisationspsychologie*, 48(2), 79-86.
- Marcus, B. (2009). "Sich verstellen" aus der Perspektive des Bewerbers: Eine Theorie der Selbstpräsentation bei der Personalauswahl. *International Journal of Selection and Assessment*, 17(4), 417-430.
- Markus, H. & Nurius, P. (1987). Possible selves. In K. M. Yardley & T. M. Honess (Eds.), *Self and identity: Psychosocial perspectives* (pp. 157-172). New York: Wiley.
- Martin, B. A., Bowen, C.-C. & Hunt, S. T. (2002). How effective are people at faking on personality questionnaires? *Personality and Individual Differences*, 32, 247-256.
- McFarland, L. A., & Ryan, A. M. (2000). Variance in faking across non-cognitive measures. *Journal of Applied Psychology*, 85, 812-821.

- McFarland, L. A. & Ryan, A. M. (2006). Toward an Integrated Model of Applicant Faking Behavior. *Journal of Applied Social Psychology, 36*(4), 979-1016.
- Meade, A. W. & Craig, S. B. (2012). Identifying Careless Responses in Survey Data. *Psychological Methods, 17*(3), 437-455.
- Morgeson, F. P., Campion, M. A., Dipboye, R. L., Hollenbeck, J. R., Murphy, K. & Schmitt, N. (2007). Reconsidering the use of personality tests in personnel selection contexts. *Personnel Psychology, 60*, 683-729.
- Mueller-Hanson, R. A., Heggstad, E. D. & Thornton III, G. C. (2006). Individual differences in impression management: an exploration of the psychological processes underlying faking. *Psychology Science, 48*(3), 288-312.
- Näher, A.-F. & Krumpal, I. (2011). *Asking sensitive questions: the impact of forgiving wording and question context on social desirability bias*. Dokument erstellt am 23.3. 2011, Online im WWW abrufbar unter URL: <http://link.springer.com/article/10.1007%2Fs11135-011-9469-2#page-1> [Stand: 24.2. 2014]
- O'Brien, E. & LaHuis, M. (2011). Do Applicants and Incumbents Respond to Personality Items Similarly? A Comparison of Dominance and Ideal Point Response Models. *International Journal of Selection and Assessment, 19*(2), 109-118.
- Oh, I.-S., Wang, G. & Mount, M. K. (2011). Validity of Observer Ratings of the Five-Factor Model of Personality Traits: A Meta-Analysis. *Journal of Applied Psychology, 96*(4), 762-773.
- Ones, D. S. & Viswesvaran, C. (1998). The effects of social desirability and faking on personality and integrity assessment for personnel selection. *Human Performance, 11*, 245-269.
- Ones, D. S. & Viswesvaran, C. (2001). Integrity tests and other criterion-focused occupational personality scales (COPS) used in personnel selection. *International Journal of Selection and Assessment, 9*, 31-39.

- Ones, D. S., Viswesvaran, C. & Reiss, A. D. (1996). Role of social desirability in personality testing for personnel selection: The red herring. *Journal of Applied Psychology, 81*, 660-679.
- Paulhus, D. L. (1984). Two-Component Models of Socially Desirable Responding. *Journal of Personality and Social Psychology, 46*(3), 598-609.
- Paulhus, D. L. (2002). Social desirable responding: The evolution of a construct. In H. I. Braun, D. N. Jackson, & D. E. Wiley (Eds.). *The role of constructs in psychological and educational measurement* (pp. 49–69). Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Paunonen, S. V., LeBel, E. P. (2012). Socially Desirable Responding and Its Elusive Effects on the Validity of Personality Assessments. *Journal of Personality and Social Psychology, 103*(1), 158-175.
- Perrig, W., Wippich, W. & Perrig-Chiello, P. (1993). *Unbewusste Informationsverarbeitung*. Bern: Huber.
- Pratkanis, A. R. (1992). The cargo-cult science of subliminal persuasion. *Skeptical Inquirer, 16*, 260-272.
- Rasch, D. & Kubinger, K. D. (2006). *Statistik für das Psychologiestudium*. Heidelberg: Spektrum.
- Rasinski, K. A., Visser, P. S., Zagatsky, M. & Rickett, E. M. (2005). Using implicit goal priming to improve the quality of self-report data. *Journal of Experimental Social Psychology, 41*, 321-327.
- Richardson-Klavehn, A. & Bjork, R.A. (1988). Measures of Memory. *Annual Review of Psychology, 39*, 475–543.
- Robson, S. M., Jones, A. & Abraham, J. (2008). Personality, Faking, and Convergent Validity: A Warning Concerning Warning Statements. *Human Performance, 21*, 89-106.
- Rosse, J. G., Stecher, M. D., Miller, J. L. & Levin, R. A. (1998). The Impact of Response Distortion on Preemployment Personality Testing and Hiring Decisions. *Journal of Applied Psychology, 83*(4), 634-644.

- Rothstein, M. G. & Goffin, R. D. (2006). The use of personality measures in personnel selection: What does current research support? *Human Resource Management Review*, 16, 155-180.
- Sassenberg, K. & Moskowitz, G. B. (2005). Don't stereotype, think different! Overcoming automatic stereotype activation by mindset priming. *Journal of Experimental Social Psychology*, 41, 506-514.
- Schaarschmidt, U. & Fischer, A. W. (2008). *AVEM – Arbeitsbezogenes Verhaltens- und Erlebensmuster*. Mödling: Schuhfried.
- Schacter, Daniel L. (1987). Implicit Memory: History and Current Status. *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition*, 13(3), 501–518.
- Scherbaum, C. A., Sabet, J., Kern, M. J. & Agnello, P. (2013). Examining Faking on Personality Inventories Using Unfolding Item Response Theory Models. *Journal of Personality Assessment*, 95(2), 207-216.
- Schlenker, B. R. (2003). Self-presentation. In M. R. Leary & J. P. Tangney (Eds.), *Handbook of self and identity*. New York: Guilford.
- Schneider, D. J. (1969). Tactical self-presentation after success and failure. *Journal of Personality and Social Psychology*, 13, 262–268.
- Schorn, R. & Maurhart, B. (2009). Influencing Willingness to Pay by Supraliminally Priming the Concept of Honesty. *Advances in Consumer Research*, 36, 463-466.
- Snell, A. F., Sydell, E. J., & Lueke, S. B. (1999). Towards a Theory of Applicant Faking: Integrating Studies of Deception. *Human Resource Management Review*, 9(2), 219-242.
- Stapel, D. A. & Blanton, H. (2004). From Seeing to Being: Subliminal Social Comparisons Affect Implicit and Explicit Self-Evaluations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 87(4), 468-481.

- Stark, S., Chernyshenko, O. S., Chan, K.-Y., Lee, W. C. & Drasgow, F. (2001). Effects of the Testing Situation on Item Responding: Cause for Concern. *Journal of Applied Psychology, 86*(5), 943-953.
- Strahan, E. J., Spencer, S. J. & Zanna, M. P. (2002). Subliminal priming and persuasion: Striking while the iron is hot. *Journal of Experimental Social Psychology, 38*, 556-568.
- Teige-Mocigemba, S. & Klauer, K. C. (2013). On the controllability of evaluative-priming effects: Some limits that are none. *Cognition and Emotion, 27*(4), 632-657.
- Tett, R. P., Freund, K. A., Christiansen, N. D., Fox, K. E., Coaster, J. (2012). Faking on self-report emotional intelligence and personality tests: Effects of faking opportunity, cognitive ability, and job type. *Personality and Individual Differences, 52*, 195-201.
- Tett, R. P., Jackson, D. N. & Rothstein, M. (1991). Personality Measures As Predictors of Job Performance: A Meta-Analytic Review. *Personnel Psychology, 44*(4), 703-742.
- Tett, R. P. & Simonet, D. V. (2011). Faking in Personality Assessment: A "Multisaturation" Perspective on Faking as Performance. *Human Performance, 24*, 302-321.
- Viswesvaran, C. & Ones, D. S. (1999). Meta-Analyses of Fakability Estimates: Implications for Personality Measurements. *Educational and Psychological Measurement, 59*(2), 197-210.
- Von Hippel, W. & Trivers, R. (2011). The evolution and psychology of self-deception. *Behavioral and Brain Sciences, 34*, 1-56.
- Wagner, K. (2011). *Auswirkungen eines kognitiven Primings auf die Verfälschbarkeit von Fragebögen im Rahmen der Studierendenauswahl*. Unveröffentlichte Diplomarbeit, Universität Wien.
- Wittenbrink, B., Judd, C. M. & Park, B. (1997). Evidence for Racial Prejudice at the Implicit Level and Its Relationship With Questionnaire Measures. *Journal of Personality and Social Psychology, 72*(2), 262-274.

- Woltz, D. J. (2010). Long-Term Semantic Priming of Word Meaning. *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition*, 36(6), 1510-1528.
- Wylie, R. C. (1979). *The self-concept* (rev. ed.). Lincoln: University of Nebraska Press.
- Zerbe, W. J. & Paulhus, D. L. (1987). Socially desirable responding in organizational behavior: A reconception. *Academy of Management Review*, 12, 250-264.

V. Anhang

Anhang A - *Items des BIP*

1. Ich bin ein Mensch mit ausgeprägten Ecken und Kanten.
2. Wenn ich auf fremde Personen treffe, finde ich ohne Schwierigkeiten ein Gesprächsthema.
3. Meine Arbeit stellt mich vor allem dann zufrieden, wenn ich nicht auf die Unterstützung anderer angewiesen bin.
4. Ich grüble nicht lange über persönliche Probleme nach.
5. Wenn ich extrem hart arbeiten muss, gerate ich bei zusätzlichen Schwierigkeiten aus dem Gleichgewicht.
6. Ich bin schlagfertig.
7. Ich empfinde Genugtuung dabei, mit meinen Kräften bis an meine Grenzen zu gehen.
8. Es ist mir in meinem Leben gelungen, eine ganze Menge zu bewegen.
9. Ich vermeide Gespräche, in denen ich massiven Einfluss auf andere nehmen muss.
10. Andere haben es schwer, in einer Auseinandersetzung mit mir die Oberhand zu gewinnen.
11. Bevor ich mich Freizeitaktivitäten zuwende, erledige ich alle anstehenden Arbeiten.
12. Ich beschäftige mich lieber mit Aufgaben, bei denen ich abschätzen kann, was mich erwartet.
13. Meine Zeiteinteilung gelingt mir nicht so, dass ich meine Aufgaben rechtzeitig erledige.
14. Ich treffe in fast allen Situationen instinktiv den richtigen Ton.
15. Es fällt mir nicht schwer, mich den Vorstellungen anderer anzupassen.
16. Ich empfinde Unbehagen, wenn ich mit Menschen zusammen bin, die ich nicht gut kenne.
17. Ich erziele die besten Arbeitsergebnisse, wenn ich allein arbeite.
18. Wenn mir etwas nicht gelingt, stört mich das nach kurzer Zeit nicht mehr.
19. Ich bleibe gelassen, auch wenn vieles gleichzeitig einströmt.
20. Nach einer Begegnung denke ich noch einige Zeit intensiv darüber nach, wie ich

- gewirkt habe.
21. Wenn ich meinen Lebensunterhalt nicht finanzieren müsste, würde ich deutlich weniger arbeiten.
 22. Ich bin ausgesprochen ehrgeizig.
 23. Wenn ich ansonsten mit meiner Tätigkeit sehr zufrieden bin, kann ich auf einen großen Gestaltungsspielraum verzichten.
 24. Ich treffe ungern Entscheidungen, die den Handlungsspielraum anderer Menschen einschränken.
 25. Meine Kollegen meinen, dass ich häufig versuche, meine Vorstellungen durchzusetzen.
 26. Ich folge lieber spontanen Einfällen, anstatt systematisch zu planen.
 27. Wenn sich die Schwerpunkte meiner Tätigkeit völlig verändern, kann ich mich problemlos darauf einstellen.
 28. Ich zögere nicht mit der sofortigen Umsetzung von Entschlüssen.
 29. Manchmal bemerke ich nicht, wenn sich jemand unwohl fühlt.
 30. Ich gehe mit anderen rücksichtsvoll um.
 31. Ich wäre froh, wenn es nicht zu meinen beruflichen Aufgaben gehörte, immer wieder neue Personen ansprechen zu müssen.
 32. Mir ist es wichtig, dass ich mich bei meiner Tätigkeit nicht ständig mit anderen abstimmen muss.
 33. Wenn meine Arbeitsergebnisse nicht wie erhofft ausfallen, komme ich schnell darüber hinweg.
 34. In arbeitsintensiven Phasen führt die Beanspruchung bei mir zu körperlichen Beschwerden.
 35. Ich vertrete meine Meinung auch dann sehr offen, wenn das Gesprächsklima darunter leidet.
 36. Meine Handlungen werden von anderen häufig missverstanden.
 37. Es macht mir wenig aus zu arbeiten, während andere ihren Freizeitaktivitäten nachgehen.
 38. Manche Kollegen denken, ich dränge zu stark auf Veränderungen, wenn ich mit ihnen zusammenarbeite.
 39. Es stellt mich zufrieden, wenn ich andere beeinflussen kann.
 40. Ich lasse mir nichts gefallen.
 41. Aufgaben, bei denen ich die Genauigkeit der Arbeit kontrollieren muss, kommen

- meinen Fähigkeiten entgegen.
42. Ich empfinde es als Herausforderung, wenn ich mit unvorhergesehenen Situationen konfrontiert werde.
 43. Die sehr gründliche Analyse einer Aufgabe lähmt meine Handlungen.
 44. Ich kann mich auf die unterschiedlichsten Menschen sehr gut einstellen.
 45. Das Erreichen meiner Ziele ist für mich wichtiger als Harmonie.
 46. Mit fremden Personen ins Gespräch zu kommen fällt mir vor allem dann leicht, wenn diese mich ansprechen.
 47. Ich ziehe es vor, allein zu arbeiten.
 48. Auch wenn man mich unberechtigterweise kritisiert, denke ich noch lange darüber nach.
 49. Ich verkrachte lang andauernde, hohe Belastungen besser als andere.
 50. Wenn andere hinter meinem Rücken über mich reden, lässt mich dies kalt.
 51. Manchmal bin ich ohne Grund fröhlich oder traurig.
 52. Es berührt mich kaum, wenn meine Kollegen größere Erfolge erzielen als ich.
 53. Ich bin mit meiner Leistung erst dann zufrieden, wenn ich die Erwartungen übertreffe.
 54. Wenn es darum geht, etwas Neues zu initiieren, bin ich eigentlich nicht die richtige Person.
 55. Ich wirke auf andere mitreißend.
 56. Es bereitet mir Schwierigkeiten, meine Ideen durchzusetzen.
 57. Ich interessiere mich für Aufgaben, die viel Ausdauer und Sorgfalt verlangen.
 58. Mir ist es lieb, wenn ich den Ablauf eines Arbeitstages genau planen kann.
 59. Auch wenn ich an einer dringenden Sache arbeite, unterbreche ich gern, um zwischendurch etwas anderes zu tun.
 60. Ich finde auch zu sehr schwierigen Personen einen guten Draht.
 61. Ich reagiere gereizt, wenn ich dieselbe Sache mehrmals erklären muss.
 62. Wenn ich jemanden kennenlerne, dauert es eine Weile, bis ich mich ihm gegenüber ungezwungen verhalte.
 63. Ich bin davon überzeugt, dass nahezu alle aktuellen Probleme nur im Team zu bewältigen sind.
 64. Wenn mir Fehler nachgewiesen werden, bin ich nur kurz betrübt.
 65. Auch wenn ich sehr hart arbeiten muss, bleibe ich gelassen.
 66. Ich besitze Eigenschaften, in denen ich den meisten Menschen überlegen bin.

67. Manchmal wundert es mich, wie andere Menschen meine Handlungen interpretieren.
68. Zu einem häufigen Wechsel des beruflichen Einsatzortes bin ich gerne bereit.
69. Ich stelle mich gern schwierigen Situationen, um festzustellen, wie gut ich bin.
70. Manchmal muss man meinen Tatendrang bremsen.
71. Eine Spezialistentätigkeit ist mir lieber als eine Führungsaufgabe.
72. Ich kann andere dazu bringen, sich für meine Sache zu engagieren.
73. Ich beschäftige mich nicht gern mit Aufgaben, die große Präzision erfordern.
74. Mir liegt daran, dass meine Tätigkeiten auf einen klar definierten Aufgabenbereich beschränkt bleiben.
75. Wenn ich keine klaren Ziele vor Augen habe, passiert es mir gelegentlich, dass ich mich verzettele.
76. Ich bemerke mit großer Sicherheit, wie sich mein Gegenüber fühlt.
77. Ich versuche, mich besser anzupassen, wenn mein Verhalten nicht ankommt.
78. Menschen, die sehr schnell Kontakte knüpfen, irritieren mich.
79. Wenn man eine Aufgabe optimal erledigen will, sollte man sie allein angehen.
80. Wenn mich Probleme belasten, bin ich manchmal ungenießbar.
81. Ich kann problemlos viele Stunden ohne Pause arbeiten.
82. Ich bin sehr aufgeregt, wenn ich vor einer größeren Gruppe reden muss.
83. Oft bin ich überrascht, wenn ich von anderen höre, wie ich auf sie wirke.
84. Ständige berufsbedingte Reisen machen mir nichts aus.
85. Auch nach sehr guten Leistungen bemühe ich mich, noch besser zu werden.
86. Ich kann mich gut zurücknehmen, wenn etwas nicht optimal läuft, ich aber nicht direkt betroffen bin.
87. Ich strahle Autorität aus.
88. Bei der Arbeit in einer Gruppe gelingt es mir problemlos, die anderen für meine Ideen zu gewinnen.
89. Mit Personen, die alles hundertprozentig erledigen wollen, arbeite ich nicht gern zusammen.
90. Ich empfinde Unbehagen bei Aufgaben, die unklar definiert sind.
91. Wenn ich zu Hause arbeite, fällt es mir leicht, pünktlich anzufangen.
92. Ich gehöre zu den Menschen, die hin und wieder in das berühmte "Fettnäpfchen" treten.
93. Man merkt mir meine Gereiztheit an, wenn die Dinge nicht nach meiner

Vorstellung laufen.

94. Ich brauche eine Weile, bis ich Bekanntschaften schließe.
95. Bei nahezu allen Aufgaben nimmt die Bearbeitung in Gruppen mehr Zeit als nötig in Anspruch.
96. Starke nervliche Belastungen können mich schon mal aus der Bahn werfen.
97. Ich fühle mich den Anforderungen, die an mich gestellt werden, manchmal nicht gewachsen.
98. Vor Begegnungen mit wichtigen Personen werde ich nervös.
99. Manchmal wünsch ich mir, meine Kollegen und Freunde würden mich in schwierigen Zeiten stärker unterstützen.
100. Gelegentlich vernachlässige ich durch das viele Arbeiten mein Privatleben.
101. Es fällt mir schwerer als anderen, mich Gegebenheiten anzupassen, die ich für verbesserungswürdig halte.
102. Ich bin nicht unbedingt daran interessiert, eine leitende Position innenzuhaben.
103. Ich bin anderen gegenüber zu nachgiebig.
104. Lieber gelte ich als unorganisiert, als dass man von mir sagt, ich sei nicht kreativ.
105. Ich befasse mich gern mit Aufgaben, die schnelles Handeln verlangen.
106. Wenn viele Aufgaben gleichzeitig bearbeitet werden müssen, fällt es mir schwer, alles effektiv zu organisieren.
107. Mir ist schnell klar, wie ich mich unbekanntem Personen gegenüber verhalten sollte.
108. Ich zeige offen, wenn ich Menschen nicht mag.
109. Ich nutze einen großen Teil meiner Freizeit, um Kontakte zu pflegen.
110. Meine Kollegen meinen, ich sei ein Einzelkämpfer.
111. Wenn ich mir über wichtige Dinge Sorgen mache, ist mein Handeln manchmal blockiert.
112. Im Vergleich zu anderen kann ich mir ungewöhnlich viel abverlangen, ohne dass ich mich verausgaben muss.
113. Es macht mich nervös, wenn ich einer Gruppe von Leuten vorgestellt werde.
114. Es ist mir nicht sehr wichtig, zu den Besten zu gehören.
115. Mir ist wichtig, dass sich mein berufliches Entgelt direkt an meine Leistungen knüpft.
116. Es ist für mich nicht wesentlich, durch meine Tätigkeit etwas Maßgebliches zu

bewirken.

117. Ich fühle mich nicht wohl, wenn ich anderen Anweisungen geben muss.
118. Es fällt mir nicht leicht, andere von meiner Auffassung zu überzeugen.
119. Ich nehme die Dinge ganz genau.
120. Ich rücke nur ungern von einem festen Tagesablauf ab.
121. Die Bearbeitung eines komplexen Problems steht manchmal wie ein Berg vor mir.
122. Es fällt mir schwer, mich auf Menschen einzustellen, die sehr unzugänglich sind.
123. Man schätzt mich als kühl und berechnend ein.
124. Ich bin kein besonders geselliger Mensch.
125. Ich kann meine Fähigkeiten vor allem in der Zusammenarbeit mit anderen voll entfalten.
126. Ich fühle mich manchmal ziemlich entmutigt.
127. Wenn ich unter starkem Druck stehe, reagiere ich gereizt.
128. Ich bin manchmal zurückhaltend, obwohl ein etwas forscheres Auftreten von Vorteil wäre.
129. Es ärgert mich oft, wie andere Leute mich behandeln.
130. Ich halte nicht an Zielen fest, wenn sich zeigt, dass sie nur schwer zu erreichen sind.
131. Um eigene Wege zu beschreiten, verzichte ich auf den Rückhalt durch andere.
132. In Besprechungen übernehme ich vielfach die Gesprächsführung, auch wenn ich nicht die Leitungsposition innehabe.
133. Bei Auseinandersetzungen gewinne ich andere leicht für meine Position.
134. Der Aufwand, den man benötigt, um ein hundertprozentiges Ergebnis zu erreichen, lohnt sich meist nicht.
135. Es ist mir angenehm, wenn bei einer Tätigkeit die Anforderungen häufig wechseln.
136. Wenn ich etwas Unangenehmes zu erledigen habe, schiebe ich es am liebsten auf.
137. Manchmal verletze ich andere durch ironische Bemerkungen.
138. Ich gelte als ein zurückhaltender Mensch.
139. Bei der Bearbeitung einer Aufgabe möchte ich so lange wie möglich ohne die Hilfe anderer auskommen.
140. Ich sehe vieles weniger dramatisch als andere.

141. Bei gleichzeitigen Anforderungen von mehreren Seiten werde ich nervös.
142. Ich fühle mich sehr unwohl, wenn andere mich ablehnen.
143. Mir liegt nicht viel daran, bessere Ergebnisse als andere zu erzielen.
144. Ich setze mir bevorzugt Ziele, die ich mit Sicherheit erreichen kann.
145. Ich kämpfe für meine Überzeugungen, auch wenn ich dafür Nachteile in Kauf nehmen muss.
146. Ich kann mir ein erfülltes Berufsleben ohne die Wahrnehmung von Führungsverantwortung nicht vorstellen.
147. Es macht mir wenig aus, mich bei anderen unbeliebt zu machen, um etwas Neues durchzusetzen.
148. Ich bin Perfektionist.
149. Ich möchte nach Möglichkeit keine Aufgaben übernehmen, bei denen sich mein Arbeitsumfeld ständig ändert.
150. Bevor ich eine schwierige Aufgabe in Angriff nehme, gehen mir oft noch viele andere Dinge durch den Kopf.
151. Ich finde auch in schwierigen Situationen das richtige Wort.
152. In Gruppendiskussionen bin meist ich es, der ausgleichend wirkt.
153. Ich kann besser auf Menschen zugehen als viele andere.
154. Wenn ich etwas plane, überlege ich zunächst, wer noch bei dem Projekt mitarbeiten könnte.
155. Ich nehme das Leben im allgemeinen leicht.
156. Wenn ich sehr viel zu tun habe, wirke ich auf andere gereizt.
157. Manchmal ist mir etwas so peinlich, dass ich am liebsten im Boden versinken würde.
158. Anderen gegenüber bin ich misstrauisch.
159. Ich bin unzufrieden, wenn ich mein Leistungspotential nicht voll ausgeschöpft habe.
160. Andere orientieren sich an mir.
161. Bei der Arbeit im Team setze ich mich nachhaltig dafür ein, andere von meinem Standpunkt zu überzeugen.
162. Ich arbeite deutlich sorgfältiger als andere Personen.
163. Wenn das meiste vorhersehbar ist, verliert die berufliche Tätigkeit für mich ihren Reiz.
164. Was ich mir für den Tag vornehme, ist am Abend erledigt.

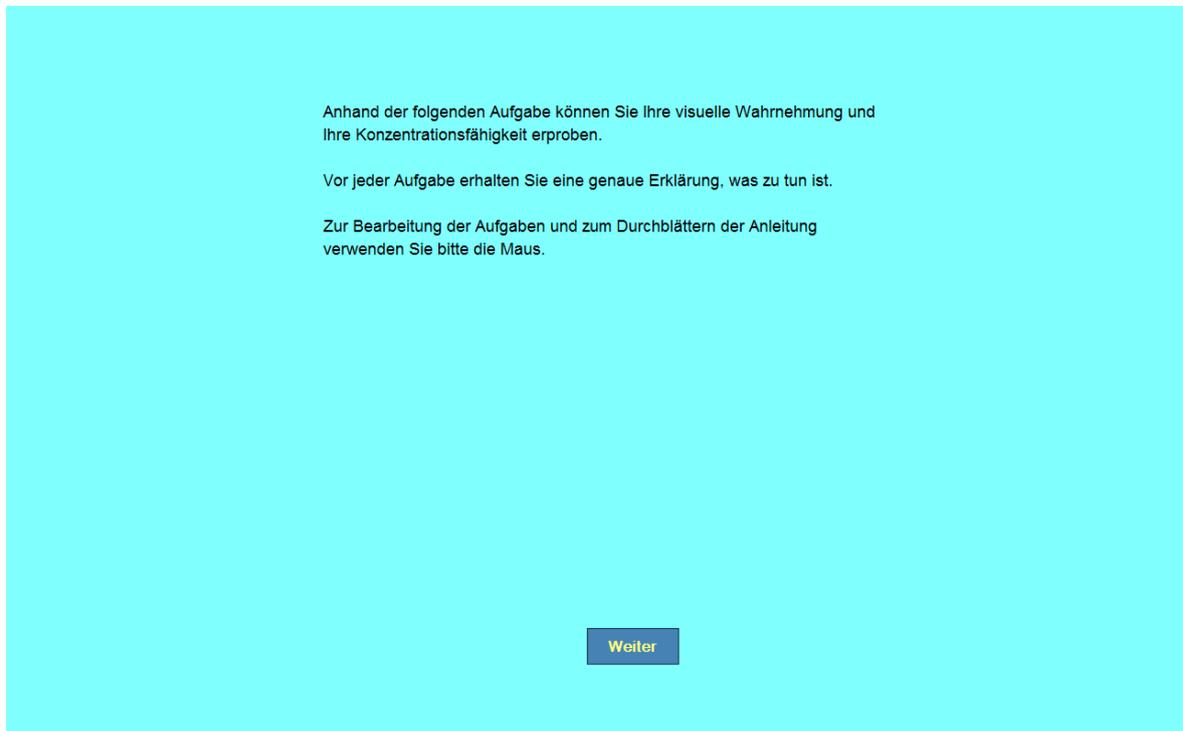
165. Ich bin sehr sensibel für Veränderungen der Gesprächsatmosphäre.
166. Ich werde wütend, wenn andere mir gegenüber nicht klar äußern, was sie wollen.
167. Meine Sicherheit im Umgang mit Menschen ist größer als die vieler anderer.
168. Es widerstrebt meinem Arbeitsstil, ständig alles mit anderen diskutieren zu müssen.
169. Mich wirft so leicht nichts aus der Bahn.
170. Eine hohe Arbeitsleistung würde mich auf Dauer angreifen.
171. Ich bin selbstbewusst.
172. Ich bin mit mir erst dann zufrieden, wenn ich außergewöhnliche Leistungen vollbringe.
173. Für einige bin ich ein unbequemer Querdenker.
174. Für mich sind fachliche Kompetenzen wichtiger als Führungsqualitäten.
175. Es kommt vor, dass ich anderen gegenüber sehr dominant bin.
176. Ich verwalte meine Unterlagen so, dass ich alles auf Anhieb wiederfinde.
177. Es ist mir angenehm, exakte Handlungsanweisungen zu erhalten.
178. Bevor ich mit der Erledigung einer eiligen Sache anfangen muss, muss ich mir einen Ruck geben.
179. Ich bin schon darauf hingewiesen worden, dass ich im Gespräch nicht den richtigen Ton treffe.
180. Ich vermeide es, andere zu provozieren.
181. Viele Menschen schätzen mich wegen meiner kontaktfreudigen Art.
182. Wenn ich die Wahl habe, bearbeite ich Aufgaben lieber gemeinsam mit anderen.
183. Ich habe ein ziemlich dickes Fell.
184. Ich möchte nicht gern einer Tätigkeit nachgehen, bei der ich ständig unter hohem Leistungsdruck stehe.
185. Vor bedeutenden Ereignissen (z.B. wichtigen Gesprächen oder Präsentationen) habe ich mich gut im Griff.
186. Ich spiele in Gedanken gern mit abstrakten Ideen.
187. Es fällt mir schwer, andere zu kritisieren.
188. Ich plane meine Tätigkeiten möglichst genau im Voraus.
189. Ich fühle mich am wohlsten, wenn alles seinen gewohnten Gang geht.
190. Wenn ich viele Aufgaben zu erledigen habe, weiß ich manchmal gar nicht, womit ich anfangen soll.

191. Manchmal kann ich schlecht abschätzen, was andere von mir erwarten.
192. Ich habe ein dichtes Netz an beruflichen Kontakten geknüpft.
193. Wenn ich einige Misserfolge hintereinander hinnehmen muss, fühle ich mich zermürbt.
194. Es macht mir nichts aus, dass einige Leute mich ablehnen, wenn ich mich nicht nach ihnen richte.
195. Mit anderen zu wetteifern bereitet mir Vergnügen.
196. Ich bin nicht bereit, zugunsten meines beruflichen Engagements erhebliche Einschränkungen meines Privatlebens hinzunehmen.
197. Ich trage gern die Verantwortung für wichtige Entscheidungen.
198. Wenn ich vor völlig unerwarteten Situationen stehe, fühle ich mich richtig in meinem Element.
199. Es fällt mir leicht, meine Prioritäten bei der Arbeit einzuhalten.
200. Ich komme mit jedem gut klar.
201. Bei Schwierigkeiten wendet man sich häufig an mich, weil ich überall die richtigen Leute kenne.
202. Vergangene Misserfolge belasten mich nicht mehr.
203. Ich stehe ungern im Mittelpunkt der Aufmerksamkeit.
204. Mich reizen besonders Probleme, die sehr schwierig zu lösen sind.
205. In Situationen, in denen die Leitung einer Gruppe erforderlich ist, stelle ich mich nicht in den Vordergrund.
206. Ich bin bei Kontrollen lieber penibel als großzügig.
207. Mit mir sollte man sich nicht anlegen.
208. Nach der Begegnung mit wichtigen Personen bemühe ich mich, den Kontakt aufrechtzuerhalten.
209. Ich bin frei von Ängsten.
210. Spannungen mit Kollegen kann ich gut ertragen.

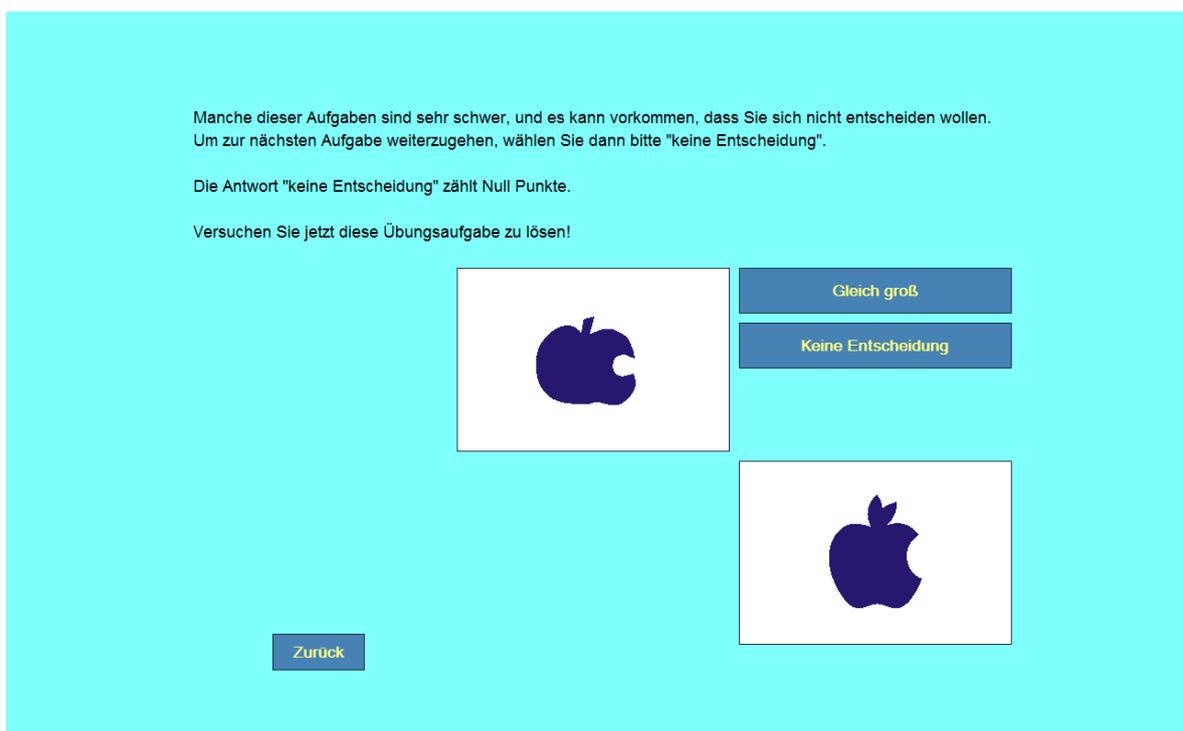
Anhang B - AHA-Priming (vgl. Wagner, 2011)

- Screenshots (verkürzt)

Anleitung (vgl. Wagner, 2011, S. 79)



Übungsaufgabe (vgl. Wagner, 2011, S. 81):



Zusammenfassung der Punktenvergabe (vgl. Wagner, 2011, S. 82):

Es ist wichtig, daß Sie ihr optimales Arbeitstempo finden:
Arbeiten Sie möglichst schnell, dann haben Sie viele Gelegenheiten Punkte zu sammeln.
Bedenken Sie aber, daß Sie durch Fehler Punkte verlieren!

Zusammenfassung der Regeln für die Punktevergabe:
Richtige Antwort: + 1 Punkt
Falsche Antwort: - 1 Punkt
keine Entscheidung: 0 Punkte

Wählen Sie jetzt bitte "Start" um mit dem ersten Versuch zu beginnen, oder "Zurück" um die Anleitung noch einmal durchzulesen!

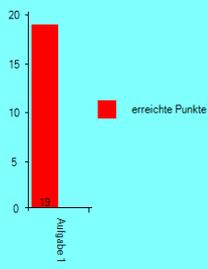
Zurück - START -

Rückmeldung nach dem 1. Durchgang (vgl. Wagner, 2011, S. 82):

Sie haben für 30 Aufgaben 01:16 Minuten gebraucht.
Sie haben 23 Aufgaben richtig und 4 Aufgaben falsch bearbeitet.

Sie haben eher schnell gearbeitet und dabei kaum Fehler gemacht (selten haben Sie "keine Entscheidung" gewählt).

Insgesamt haben Sie 19 Punkte erreicht.



Kategorie	Wert
erreichte Punkte	19

Weiter

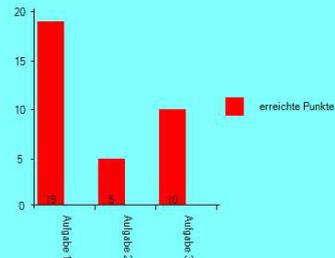
Rückmeldung nach dem 3. Durchgang mit Prognose (vgl. Wagner, 2011, S. 84):

Sie haben in 30 Sekunden 10 Aufgaben richtig und 0 falsch bearbeitet
(1 Mal haben Sie "keine Entscheidung" gewählt).

Insgesamt haben Sie 10 Punkte erreicht.

Wie viele Punkte schaffen Sie im nächsten Versuch?

Eingabe über den Taschenrechner.



Aufgabe	erreichte Punkte
Aufgabe 1	19
Aufgabe 2	5
Aufgabe 3	10



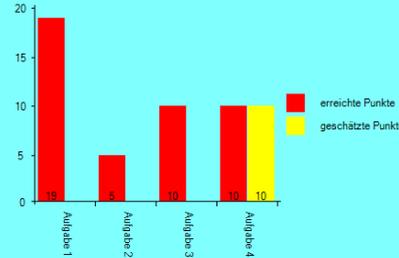
Weiter

Rückmeldung - realistische Einschätzung (vgl. Wagner, 2011, S. 84):

Sie haben in 30 Sekunden 10 Aufgaben richtig und 0 falsch bearbeitet
(2 Mal haben Sie "keine Entscheidung" gewählt).
Insgesamt haben Sie 10 Punkte erreicht, geschätzt hatten Sie 10 Punkte.

Sie haben sich realistisch eingeschätzt.

Schätzen Sie nun, wie viele Punkte Sie im nächsten Versuch schaffen.
Versuchen Sie dabei, sich realistisch einzuschätzen.



Aufgabe	erreichte Punkte	geschätzte Punkte
Aufgabe 1	19	19
Aufgabe 2	5	5
Aufgabe 3	10	10
Aufgabe 4	10	10



Weiter

Unterschätzung der eigenen Leistung (vgl. Wagner, 2011, S. 85):

Sie haben in 30 Sekunden 10 Aufgaben richtig und 3 falsch bearbeitet (4 Mal haben Sie "keine Entscheidung" gewählt). Insgesamt haben Sie 7 Punkte erreicht, geschätzt hatten Sie 1 Punkte.

Sie haben sich unterschätzt.

Schätzen Sie nun, wie viele Punkte Sie im nächsten Versuch schaffen. Versuchen Sie dabei, sich realistisch einzuschätzen.

Aufgabe	erreichte Punkte	geschätzte Punkte
Aufgabe 1	19	0
Aufgabe 2	5	0
Aufgabe 3	10	0
Aufgabe 4	10	10
Aufgabe 5	7	1

Weiter

Überschätzung der eigenen Leistung (vgl. Wagner, 2011, S. 85):

Sie haben in 30 Sekunden 10 Aufgaben richtig und 0 falsch bearbeitet (2 Mal haben Sie "keine Entscheidung" gewählt). Insgesamt haben Sie 10 Punkte erreicht, geschätzt hatten Sie 20 Punkte.

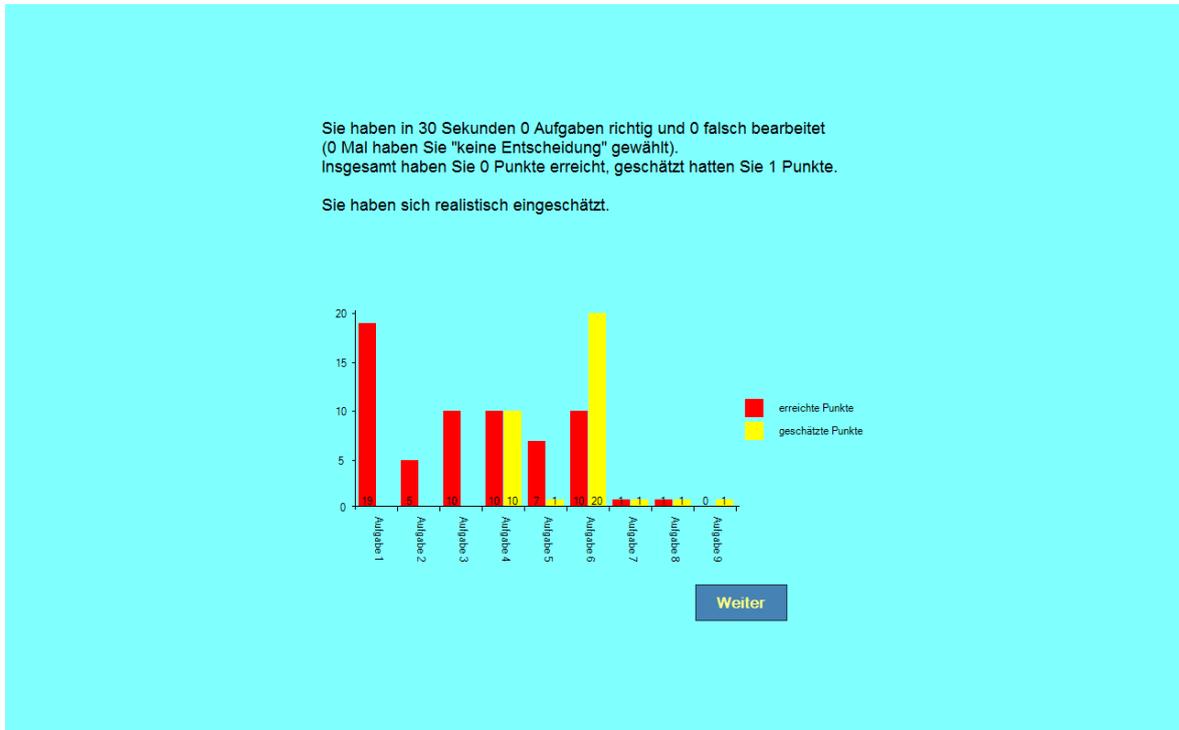
Sie haben sich überschätzt.

Schätzen Sie nun, wie viele Punkte Sie im nächsten Versuch schaffen. Versuchen Sie dabei, sich realistisch einzuschätzen.

Aufgabe	erreichte Punkte	geschätzte Punkte
Aufgabe 1	19	0
Aufgabe 2	5	0
Aufgabe 3	10	0
Aufgabe 4	10	10
Aufgabe 5	7	1
Aufgabe 6	10	20

Weiter

Dreimalige realistische Einschätzung – Testabbruch (vgl. Wagner, 2011, S. 86):



Instruktion WSP (vgl. Wagner, 2011, S. 86):

Es folgen nun 87 Aussagen über typische Situationen und Verhaltensweisen im Studienalltag. Damit werden Eigenschaften und Verhaltensweisen erfasst, die für die erfolgreiche Bewältigung des Studiums besonders relevant sind.

Lesen Sie bitte jede dieser Aussagen aufmerksam durch und geben Sie an, inwiefern diese grundsätzlich auf Sie persönlich zutreffen oder nicht.

Sollten Situationen beschrieben sein, die Sie noch nicht persönlich erlebt haben, dann schätzen Sie bitte ein, wie Sie sich in solchen Situationen grundsätzlich am ehesten verhalten würden.

Einige der Aussagen sind sich in der Formulierung ähnlich, bitte lassen Sie sich nicht davon irritieren. Jede der 87 Aussagen unterscheidet sich inhaltlich von den anderen.

Zur Beurteilung der Aussagen steht Ihnen eine vierfach abgestufte Skala zur Verfügung. Markieren Sie bitte immer die für Sie am ehesten zutreffende Antwort.

Bedenken Sie dass es keine richtigen oder falschen Antworten gibt. Antworten Sie so, wie es für Sie persönlich am ehesten zutrifft.

Wählen Sie "Start", um mit der Befragung zu beginnen.

START

Beispielitem WSP (vgl. Wagner, 2011, S. 87):

Ich bin über das Serviceangebot der Universität (z.B. Student Point, ÖH, Studienrichtungsververtretung) informiert.

Ja Eher Ja Eher Nein Nein

Weiter

Anhang C - Gespiegelte Wörter

ICH	IE Ɪ
MICH	Ɪ IE Ɪ
MIR	Ɪ IK
MEIN	Ɪ EI O
MEINE	Ɪ EI OE
MEINS	Ɪ EI OS
WAHR	HH Ɪ Ɪ
REAL	Ɪ EI Ɪ
ECHT	EI Ɪ Ɪ

Anhang D - Ablauf der Testversion A

– Screenshots (verkürzt)

Registrierung der Testperson:



HAPPY DRONE TESTING

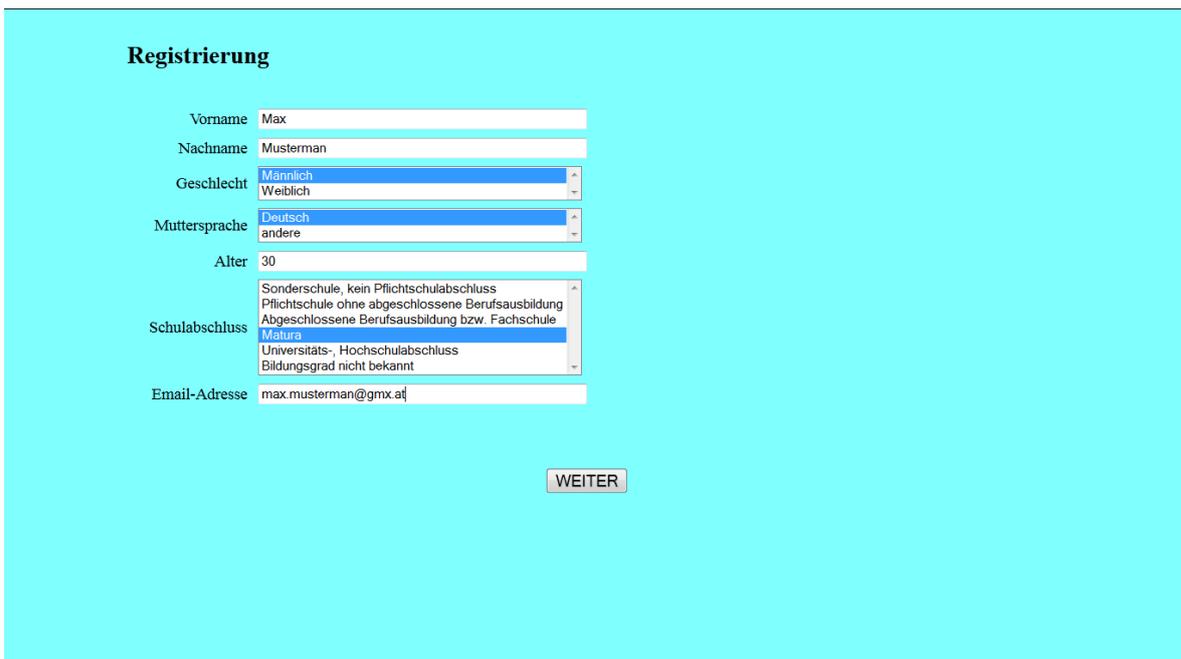
Willkommen zum Happy Testing Drone

Testperson

Testtyp

© 2012 Vanja Bisanovic

Persönliche Daten:



Registrierung

Vorname

Nachname

Geschlecht

Muttersprache

Alter

Schulabschluss

Email-Adresse

Anweisung - Bildertest:

Anhand der folgenden Aufgaben können Sie Ihre visuelle Wahrnehmung und Ihre Konzentrationsfähigkeit erproben.
Vor jeder Aufgabe erhalten Sie eine genaue Erklärung, was zu tun ist.
Zur Bearbeitung der Aufgaben und zum Durchblättern der Anleitung verwenden Sie bitte die Maus.

WEITER

Anweisung- Bildertest:

Sie werden bei der Übungsaufgabe rechts oben eine Darstellung sehen. Unten wird eine Gruppe von sechs ähnlichen Darstellungen folgen: eine davon gleicht der rechts oben abgebildeten Darstellung.
Ihre Aufgabe ist es zu erkennen, welche der sechs Darstellungen der oben abgebildeten Darstellung gleicht.
Entscheiden Sie sich, indem Sie mit der Maus auf die entsprechende Darstellung klicken.
Klicken Sie jetzt bitte auf „Weiter“, um gleich eine Aufgabe auszuprobieren.

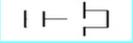
WEITER

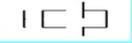
Übungsaufgabe (ich):

Finden Sie die rechts abgebildete Darstellung in der unten folgenden Gruppe von Darstellungen und klicken Sie auf diese.















Rückmeldung Übungsaufgabe:

Das war richtig!
Für eine richtige Antwort erhalten Sie einen Punkt (+1).

• Variante 1:
Übungsaufgabe *gelöst*

[WEITER](#)

Das war leider falsch.
Bei einer falschen Antwort wird ein Punkt abgezogen (-1).
Versuchen Sie es noch einmal!

• Variante 2:
Übungsaufgabe *nicht gelöst*

[WEITER](#)

Zusammenfassung der Regeln:

Es ist wichtig, dass Sie ihr optimales Arbeitstempo finden.
Arbeiten Sie möglichst schnell, dann haben Sie viele Gelegenheiten Punkte zu sammeln.
Zusammenfassung der Regeln für die Punktevergabe:

Richtige Antwort : + 1 Punkt
Falsche Antwort : - 1 Punkt

Wählen Sie jetzt bitte „Start“ um mit dem ersten Versuch zu beginnen.

START

Beispiel eines Testversuchs (echt):

Finden Sie die rechts abgebildete Darstellung in der unten folgenden Gruppe von Darstellungen und klicken Sie auf diese.

$\mathbb{E} \in \mathbb{P} \mathbb{F}$

$\mathbb{E} \mathbb{P} \mathbb{F}$

$\mathbb{E} \mathbb{F} \mathbb{P} \mathbb{F}$

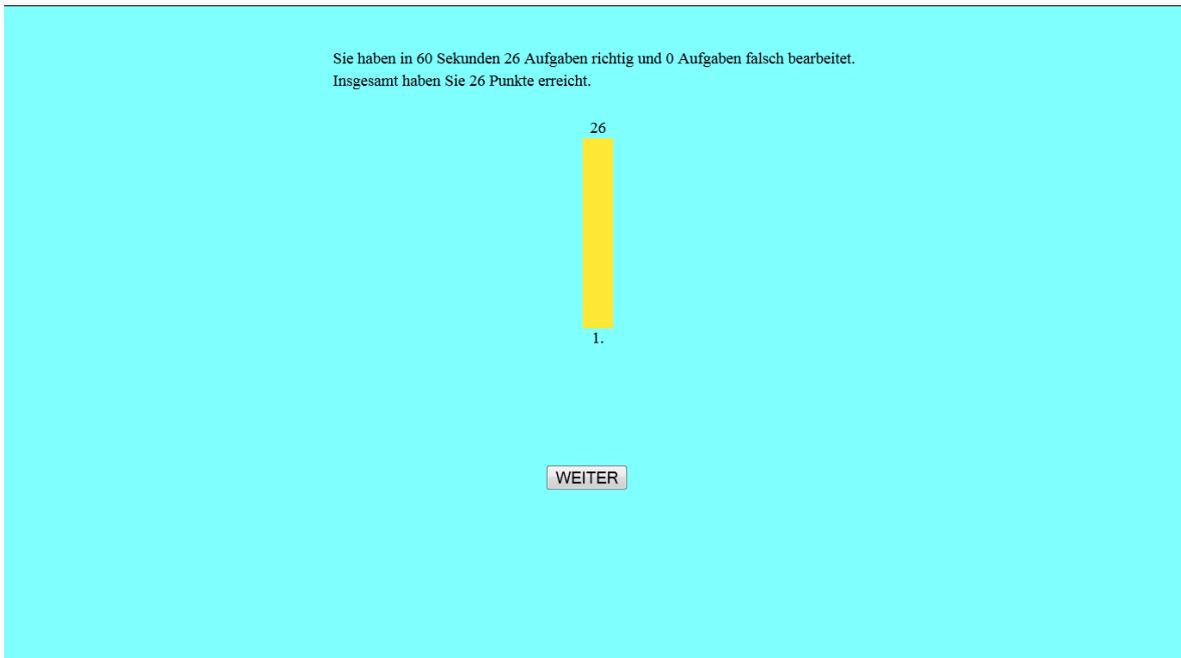
$\mathbb{E} \mathbb{L} \mathbb{P} \mathbb{F}$

$\mathbb{E} \mathbb{E} \mathbb{L} \mathbb{F}$

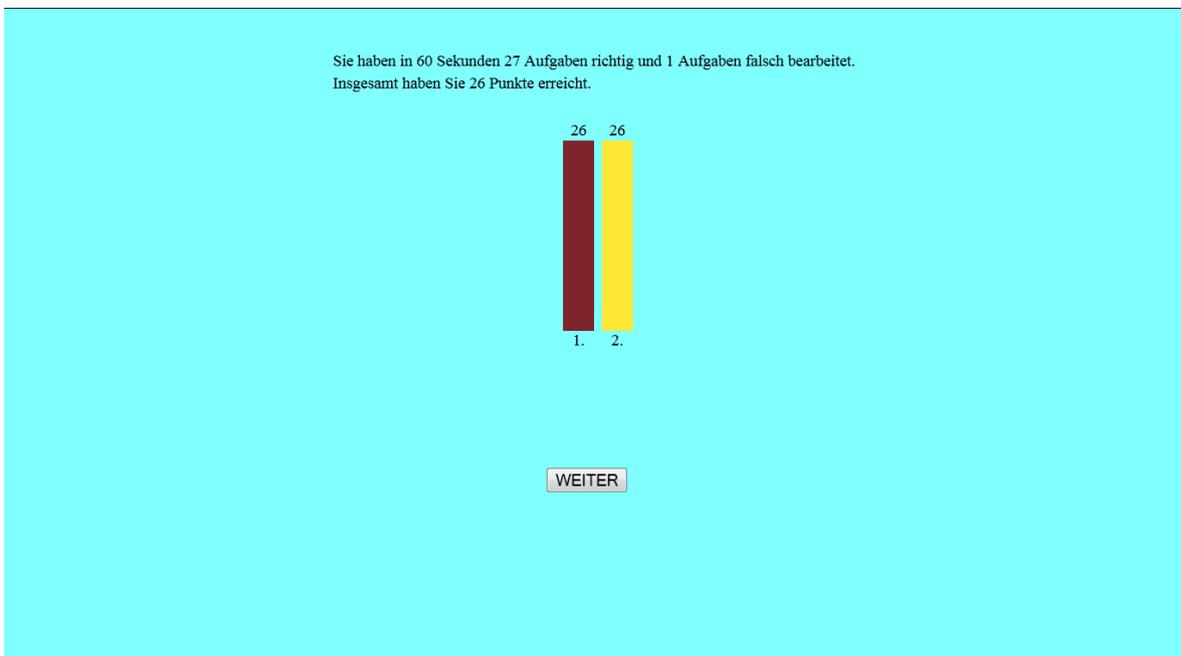
$\mathbb{E} \mathbb{E} \mathbb{P} \mathbb{F}$

$\mathbb{E} \mathbb{E} \mathbb{O} \mathbb{F}$

Versuch 1 - Rückmeldung:



Versuch 2 - Rückmeldung:



Versuch 3 – Rückmeldung samt Einschätzung der Leistung:

Sie haben in 60 Sekunden 28 Aufgaben richtig und 0 Aufgaben falsch bearbeitet.
Insgesamt haben Sie 28 Punkte erreicht.

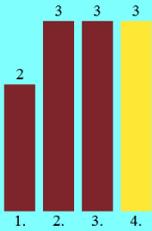


Attempt	Score
1.	26
2.	26
3.	28

Wie viele Punkte schaffen Sie im nächsten Versuch?

Feedback - Realistische Einschätzung:

Sie haben in 60 Sekunden 3 Aufgaben richtig und 0 Aufgaben falsch bearbeitet.
Insgesamt haben Sie 3 Punkte erreicht.
Geschätzt hatten Sie 3 Punkte zu erreichen.
Sie haben sich realistisch eingeschätzt.



Attempt	Score
1.	2
2.	3
3.	3
4.	3

Schätzen Sie nun, wie viele Punkte Sie im nächsten Versuch schaffen. Versuchen Sie dabei, sich realistisch einzuschätzen.

Feedback - Überschätzung der Leistung:

Sie haben in 60 Sekunden 3 Aufgaben richtig und 0 Aufgaben falsch bearbeitet.
Insgesamt haben Sie 3 Punkte erreicht.
Geschätzt hatten Sie 50 Punkte zu erreichen.
Sie haben sich überschätzt.

Aufgabe	Punkte
1.	2
2.	3
3.	3
4.	3
5.	3

Schätzen Sie nun, wie viele Punkte Sie im nächsten Versuch schaffen. Versuchen Sie dabei, sich realistisch einzuschätzen.

Feedback – Unterschätzung der Leistung:

Sie haben in 60 Sekunden 6 Aufgaben richtig und 0 Aufgaben falsch bearbeitet.
Insgesamt haben Sie 6 Punkte erreicht.
Geschätzt hatten Sie 1 Punkte zu erreichen.
Sie haben sich unterschätzt.

Aufgabe	Punkte
1.	7
2.	8
3.	7
4.	6

Schätzen Sie nun, wie viele Punkte Sie im nächsten Versuch schaffen. Versuchen Sie dabei, sich realistisch einzuschätzen.

Ende des Bildertests:

Sie haben in 60 Sekunden 10 Aufgaben richtig und 0 Aufgaben falsch bearbeitet.
Insgesamt haben Sie 10 Punkte erreicht.
Geschätzt hatten Sie 10 Punkte zu erreichen.
Sie haben sich realistisch eingeschätzt.

Aufgabe	Punkte
1.	7
2.	10
3.	10
4.	10
5.	10
6.	10

[WEITER](#)

Anweisung BIP:

Es folgen nun 210 Aussagen über typische Situationen und Verhaltensweisen im Arbeitsalltag.
Damit werden Eigenschaften und Verhaltensweisen erfasst, die für die erfolgreiche Bewältigung der Berufstätigkeit besonders relevant sind.
Lesen Sie bitte jede dieser Aussagen aufmerksam durch und geben Sie an, inwiefern diese grundsätzlich auf Sie persönlich zutreffen oder nicht.
Sollten Situationen beschrieben sein, die Sie noch nicht persönlich erlebt haben, dann schätzen Sie bitte ein, wie Sie sich in solchen Situationen grundsätzlich am ehesten verhalten würden.
Einige der Aussagen sind sich in der Formulierung ähnlich, bitte lassen Sie sich nicht davon irritieren. Jede der 210 Aussagen unterscheidet sich inhaltlich von den anderen.
Bei der Bezeichnung von Personen wird ausschließlich die männliche Form genutzt - dies dient nur der Vereinfachung und schließt Frauen ausdrücklich mit ein.
Zur Beurteilung der Aussagen steht Ihnen eine sechsfach abgestufte Skala zur Verfügung. Markieren Sie bitte immer die für Sie am ehesten zutreffende Antwort.
Bedenken Sie dass es keine richtigen oder falschen Antworten gibt. Antworten Sie so, wie es für Sie persönlich am ehesten zutrifft. Nur dann können Sie von den Ergebnissen des Fragebogens profitieren.
Wählen Sie „Start“, um mit der Befragung zu beginnen.

[START](#)

Beispielitem BIP:

Meine Zeiteinteilung gelingt mir nicht so, dass ich meine Aufgaben rechtzeitig erledige.

Trifft voll zu Trifft überhaupt nicht zu

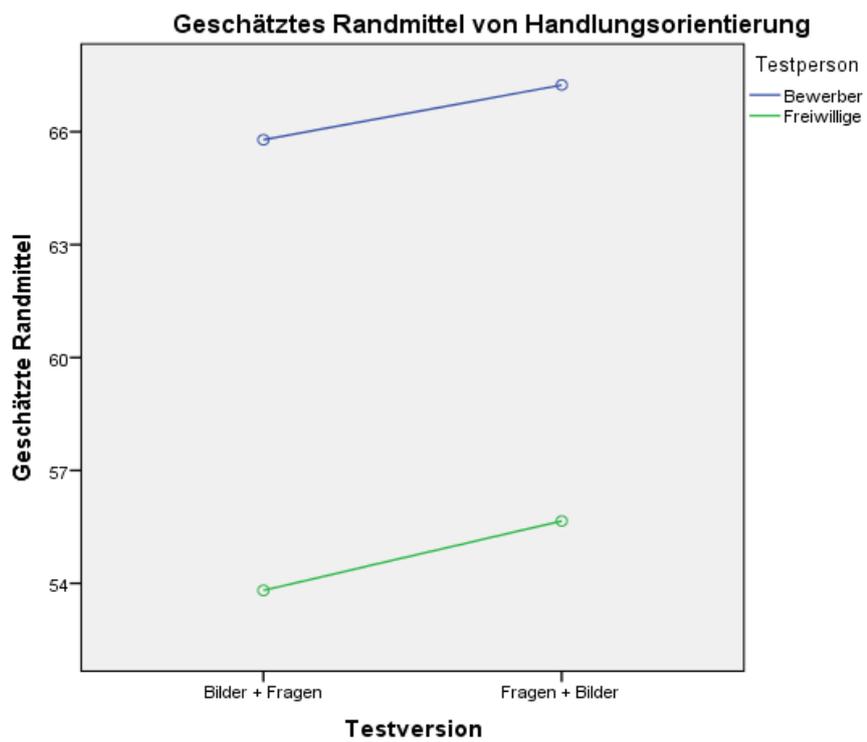
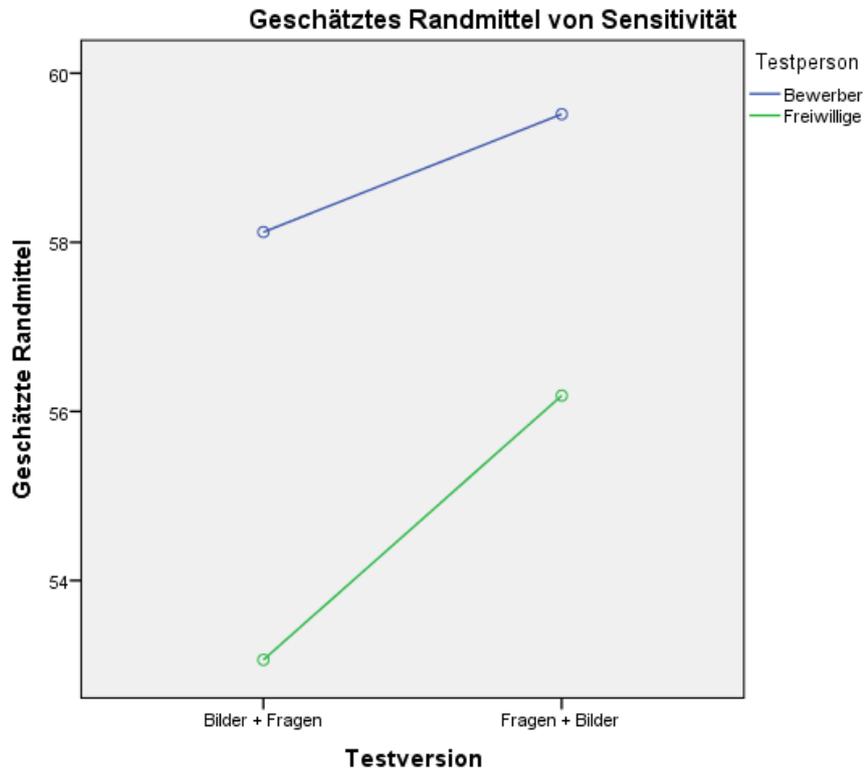
WEITER

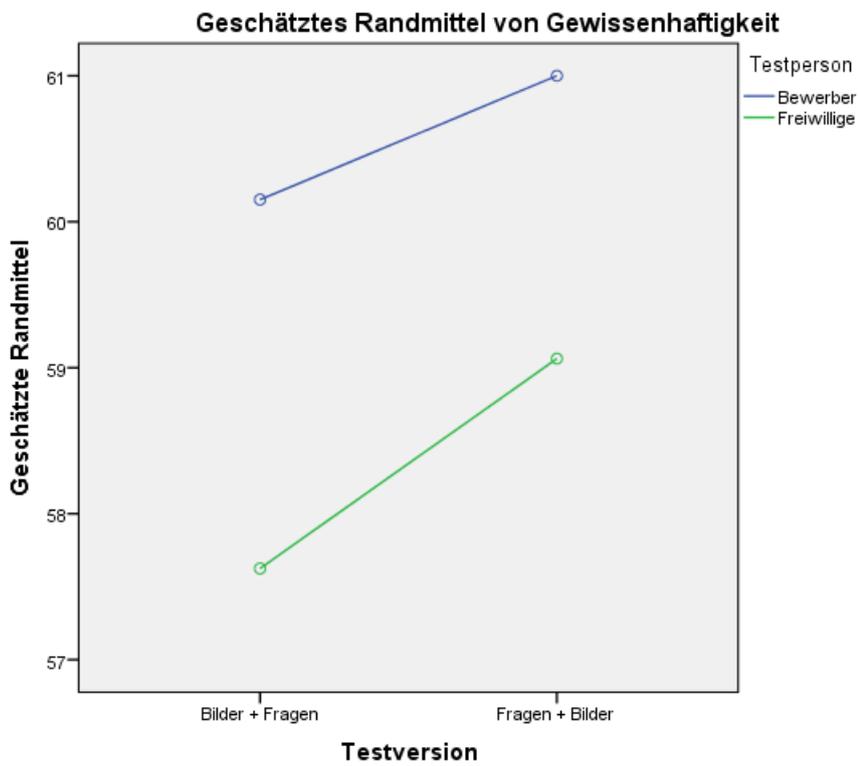
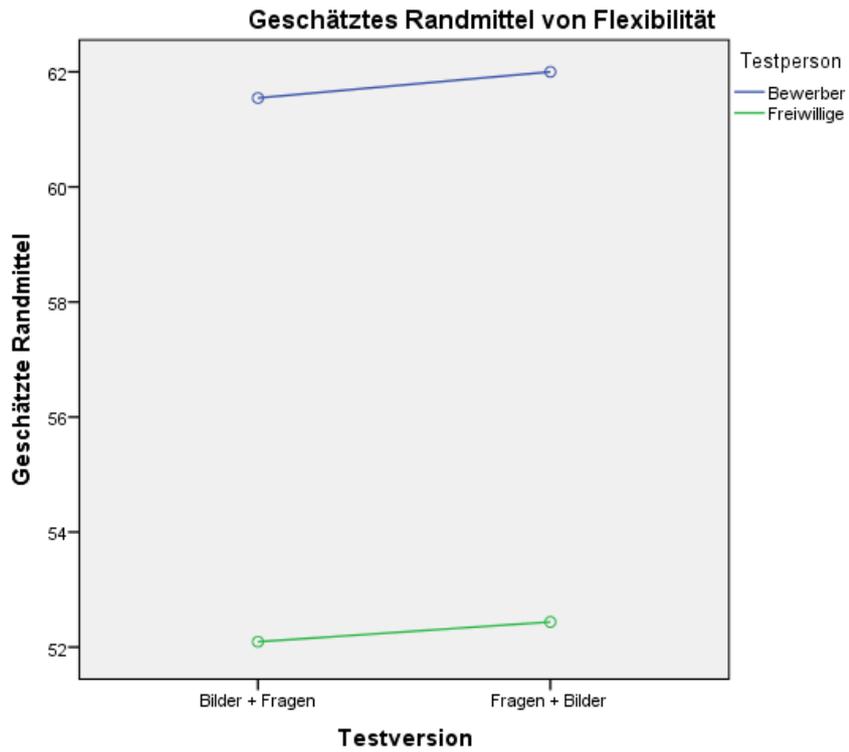
Ende der Testbatterie:

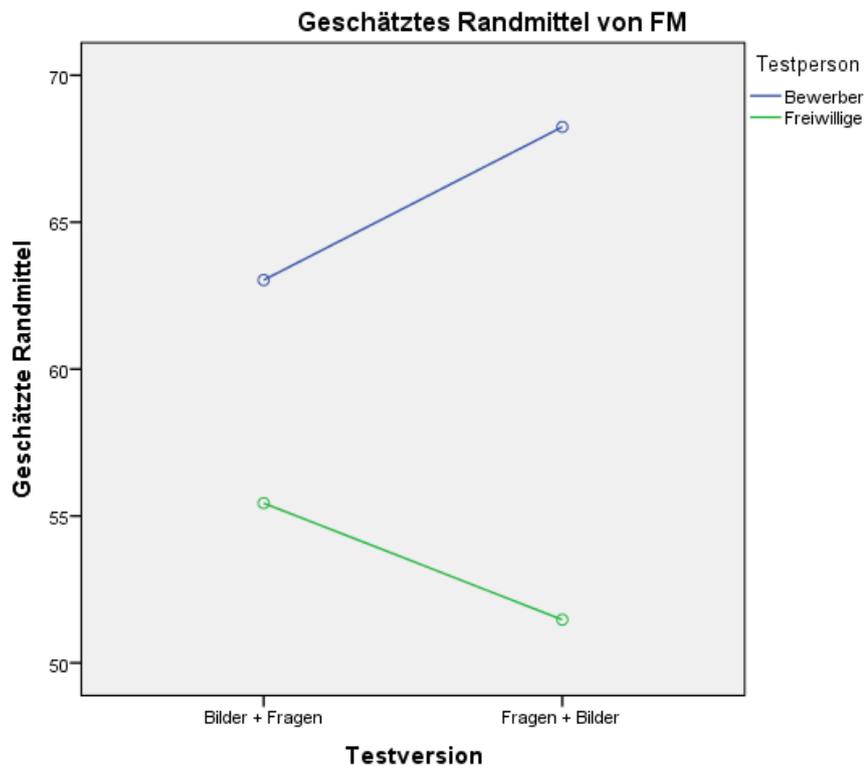
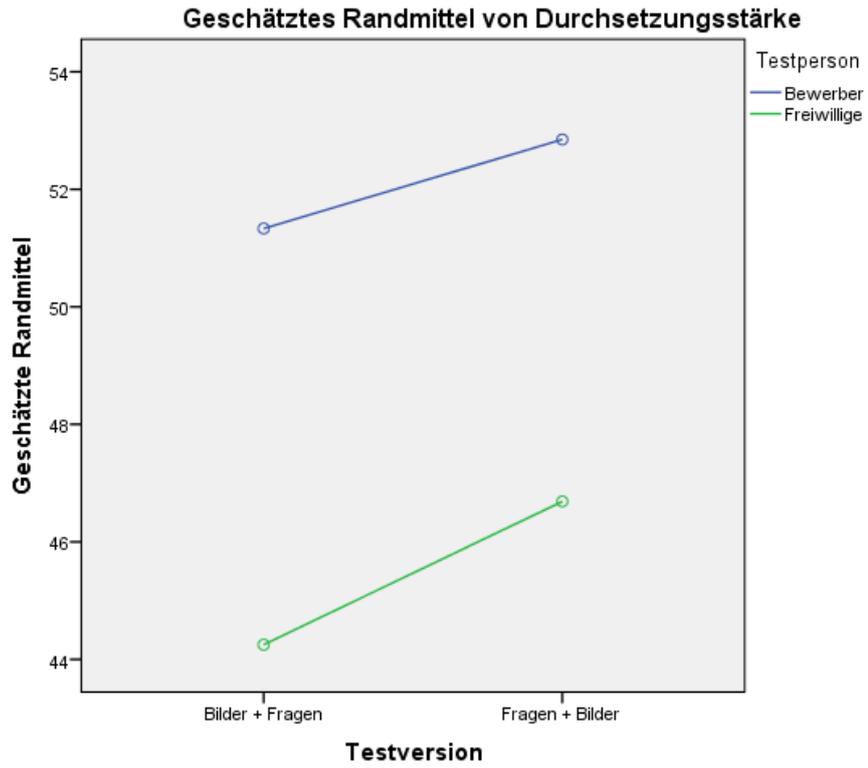
Geschafft!
Der Test ist nun zu Ende.
Vielen Dank für die Bearbeitung.

WEITER

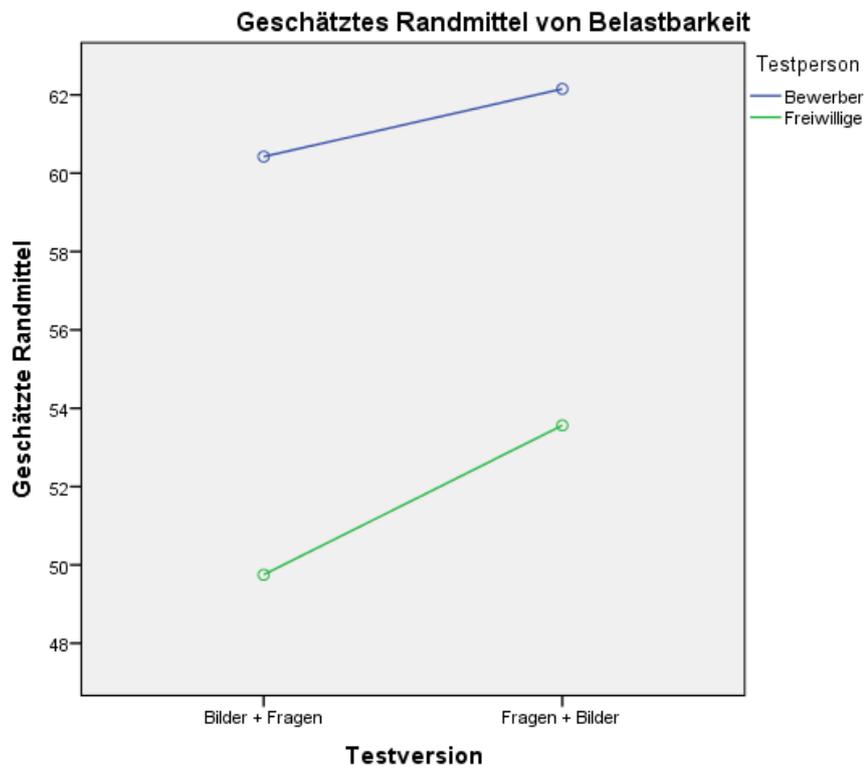
Anhang E - Grafische Darstellung der Skalenmittelwerte

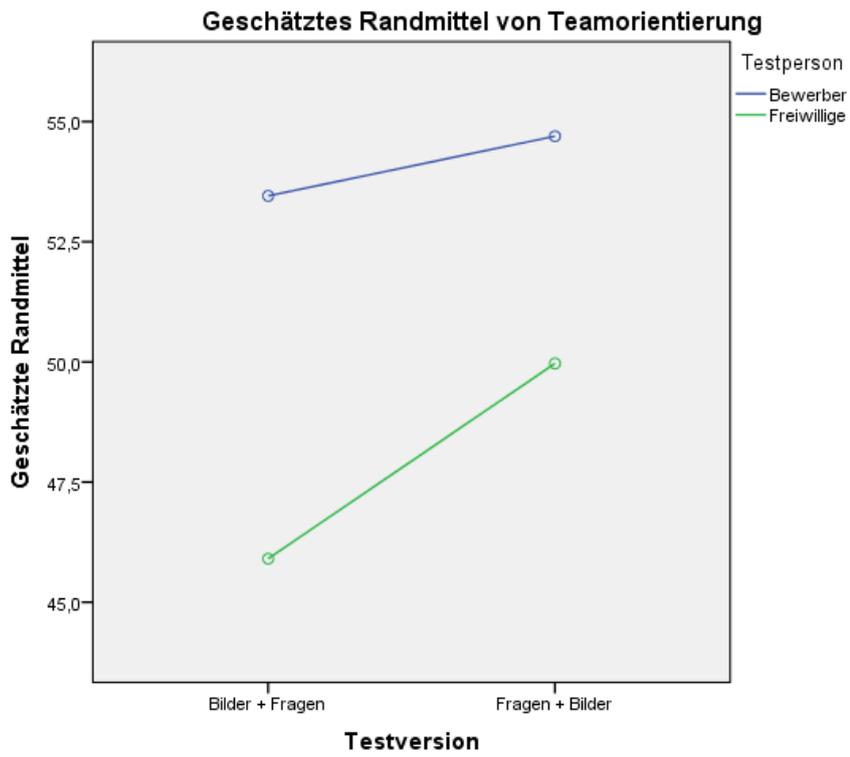


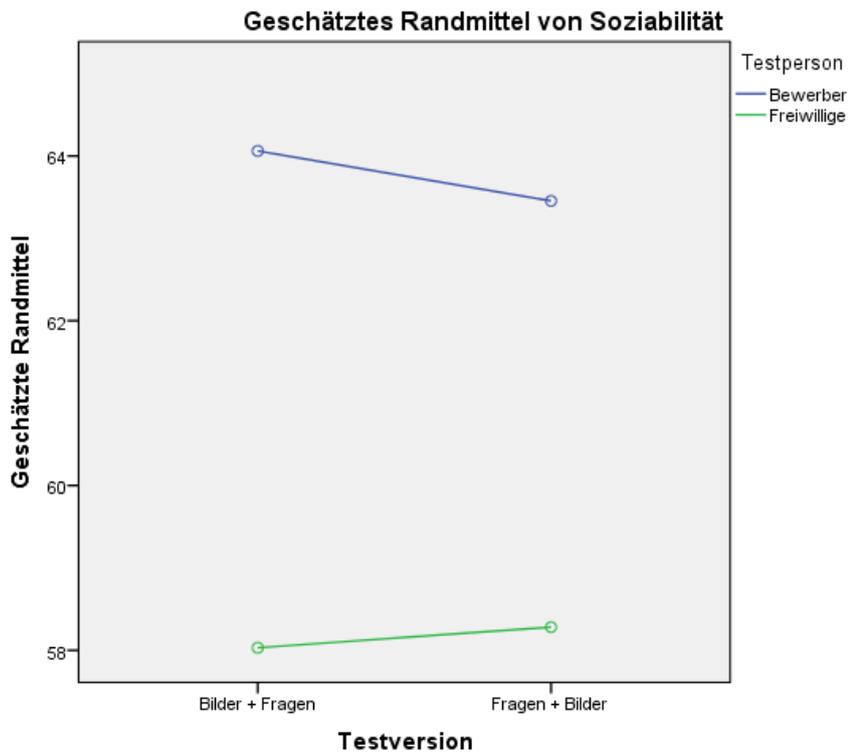
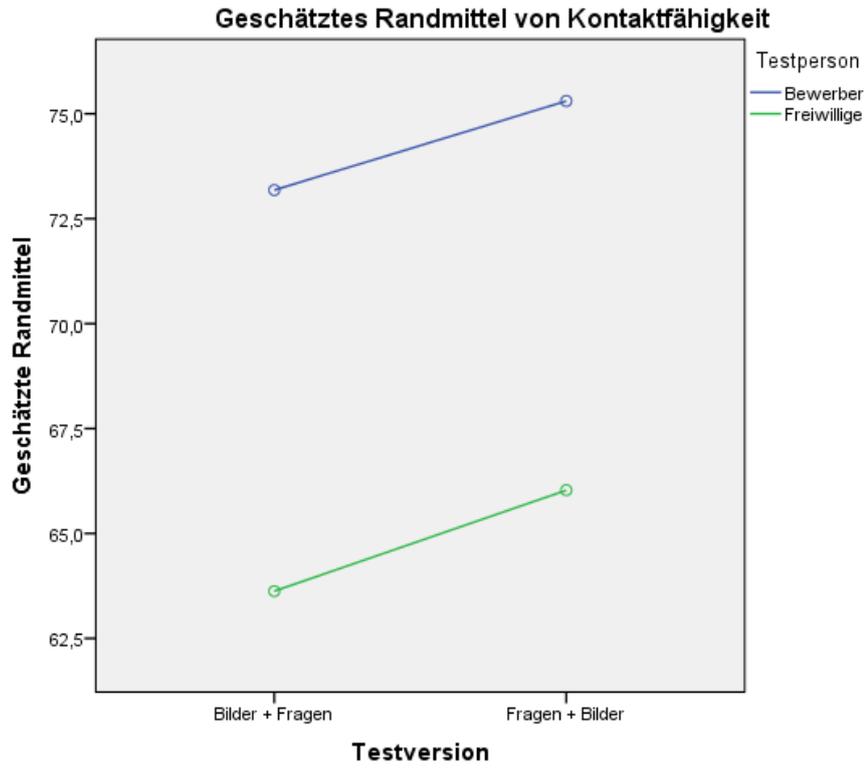












VI. Informationen über die Autorin

PETRA SVACHOVA – CURRICULUM VITAE

AUSBILDUNG

- 2007 - dato **Psychologiestudium**, Universität Wien
- 2006 - 2007 **Post-Matura-Studium**, Sprachschule der Hauptstadt Prag
Abschluss: Goethe-Institut-Zertifikat (Stufe C1); Diplôme d'études en langue française (Stufe B1)
- 1998 - 2006 **Gymnasium Nad Aleji**, Prag 6
Abschluss: Matura

BERUFLICHE ENTWICKLUNG

- 04/13 – 01/14 **Eblinger & Partner, Management- und Personalberatung GmbH**,
Wien
Praktikantin
- 11/08 – 09/13 **Berlitz Sprachschule GmbH**, Wien
Tschechisch-Trainerin
- 06/08 – 12/11 **Kinderbetreuung**, Wien
- 09/06 – 09/07 **Berlitz Česka republika, s.r.o.**, Prag
Tschechisch-Trainerin
- 09/02 – 08/06 **Aushilfe in einer privaten kieferorthopädischen Praxis**, Prag
Empfang, gelegentliche Krankenschwestervertretung

SPEZIELLE FÄHIGKEITEN UND KENNTNISSE

Computerkenntnisse IBM SPSS (sehr gute Kenntnisse)
R (gute Kenntnisse)
Office-Familie (sehr gute Kenntnisse)

Weitere Bildung Führerschein Klasse B (seit 12/04)

SPRACHEN

Muttersprache: Tschechisch

Verhandlungssicher: Deutsch, Englisch, Slowakisch

Gute Kenntnisse: Französisch, Serbisch-Bosnisch-Kroatisch

Grundkenntnisse: Polnisch, Spanisch

FREIZEIT

Sport: Pilates, Snowboarden, Ski fahren, Joggen, Segeln und Schwimmen

Hobbys: Nähen, Handwerk, Kochen, Backen, Reisen

Kultur: Theater, Kunstaustellungen, Literatur, Film, Musik (Blues & Rock)