

Scheffer, David; Loerwald, D.; Mainz, Dietger

Working Paper

Messung von impliziten Persönlichkeits-Systemen mit Hilfe der visuellen Testmethode des Visual Questionnaire ViQ

Arbeitspapiere der Nordakademie, No. 2009-02

Provided in Cooperation with:

Nordakademie - Hochschule der Wirtschaft, Elmshorn

Suggested Citation: Scheffer, David; Loerwald, D.; Mainz, Dietger (2009) : Messung von impliziten Persönlichkeits-Systemen mit Hilfe der visuellen Testmethode des Visual Questionnaire ViQ, Arbeitspapiere der Nordakademie, No. 2009-02, Nordakademie - Hochschule der Wirtschaft, Elmshorn

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/38595>

Standard-Nutzungsbedingungen:

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

Terms of use:

Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.

You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.

If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.



ARBEITSPAPIERE DER NORDAKADEMIE

ISSN 1860-0360

Nr. 2009-02

Messung von impliziten Persönlichkeits-Systemen mit Hilfe der visuellen Testmethode des Visual Questionnaire ViQ

Scheffer, D., Loerwald, D., Mainz, D.

März 2009

Eine elektronische Version dieses Arbeitspapiers ist verfügbar unter:
<http://www.nordakademie.de/arbeitspapier.html>



Köllner Chaussee 11
25337 Elmshorn
<http://www.nordakademie.de>

Messung von impliziten Persönlichkeits-Systemen mit Hilfe der visuellen Testmethode des Visual Questionnaire ViQ

Scheffer, D., Loerwald, D. & Mainz, D.
NORDAKADEMIE Hochschule der Wirtschaft

Der Visual Questionnaire (ViQ) ist ein visueller Test, der Persönlichkeitsmerkmale anhand von Unterschieden in der Wahrnehmung misst. Er nutzt dazu die starke Verknüpfung, die zwischen Wahrnehmung und Verhalten besteht.

Visuelle Wahrnehmung und Verhalten

Die Art und Weise unserer Wahrnehmung beeinflusst entscheidend unser Verhalten. Weil beständig viel mehr Informationen auf uns einströmen, als das Gehirn tatsächlich verarbeiten kann, werden schon im Moment des Wahrnehmens Filter aktiv. Durch diese wird ein großer Teil der Informationen getilgt, bevor sie überhaupt bewusst werden können. Sie stehen somit auch nicht zur Verfügung, wenn Situationen beurteilt werden oder wenn Entscheidungen über Handlungen getroffen werden. Diese unbewusste Selektion der Informationen, stellt bereits eine Interpretation der Umwelt dar.

Wie diese Interpretation ausfällt, kann von Person zu Person unterschiedlich sein. Sie hängt mit der Persönlichkeit und den bevorzugten Wahrnehmungs- und Entscheidungsfiltern der jeweiligen Person zusammen. Denn Wahrnehmungs- und

Entscheidungsfilter stehen in einer wechselseitigen Beziehung in der Art, dass Signale, die zu den Präferenzen einer Person passen, ein höheres Gewicht bekommen, positiver beurteilt werden und auch schon im unbewussten Selektionsprozess eine größere Chance haben die Filter überhaupt passieren zu können. Diese auf charakteristische Weise vorausgewählten Informationen bedingen und verstärken wiederum die für eine Person typischen Handlungstendenzen.

Verhalten und Typologie

Um die Unterschiede in Verhaltens- und Wahrnehmungsmustern besser fassen zu können ist es sinnvoll sie zu kategorisieren. Dazu bietet die Typenlehre des schweizer Psychologen C.G. Jung (1986) eine theoretische Grundlage, die sich wegen ihrer Griffigkeit seit vielen Jahren in der Praxis bewährt hat. Jung unterscheidet dabei vier Dimensionen, die Antworten auf folgende Fragestellungen geben:

- Woher bezieht eine Person ihre Energie?
- Wie nimmt eine Person ihre Umwelt wahr?
- Wie trifft eine Person Entscheidungen?
- Wie verhält sich eine Person in ihrer Umwelt?

Für jede dieser Fragestellungen gibt es zwei mögliche Richtungen, in die geantwortet werden kann. Die beiden Richtungen werden durch zwei Pole einer Skala markiert. Es entsteht das folgende Modell, das hier in

der international gebräuchlichen englischen Terminologie dargestellt ist:

Extraversion (E) < Energie > (I) Introversion
Sensing (S) < Wahrnehmen > (N) Intuition
Thinking (T) < Entscheiden > (F) Feeling
Judging (J) < Lebensstil > (P) Perceiving

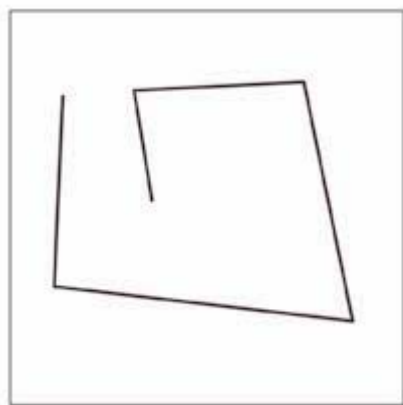
Nach Jungs Theorie nutzt jeder Mensch bevorzugt jeweils einen der Pole einer Skala. Er hat eine Neigung oder, wie es bei Jung heißt, eine Präferenz für eine Seite der Skala. Das bedeutet nicht, dass der Zugang zum anderen Pol vollkommen versperrt wäre, nur fällt es wesentlich schwerer, Verhaltensweisen zu leben, die mit dem weniger bevorzugten Pol in Beziehung stehen.

Visuelle Bestimmung des Persönlichkeitstyps

Zu den typischen Verhaltens- und Wahrnehmungsmustern, die mit der Tendenz zu einer bestimmten Richtung, einem bestimmten Pol, verbunden sind, gibt es jeweils auch visuelle Symbole, die bevorzugt wahrgenommen werden. Dadurch ist es möglich über die Wahrnehmung einer Person eine Zuordnung zu den Jungschen Typen zu treffen.

Auf die Energie-Dimension bezogen bedeutet dies zum Beispiel, dass extravertierte Personen mit ihrer Stimulation-suchenden und lebhaften Art auch eine Wahrnehmung haben, die explorativer und spielerischer mit dem Gesehenen. Ihre Wahrnehmung konstruiert typischerweise aus der Grafik unten eine zusammenhängende Form, das heißt sie sehen darin

ein Viereck. Introvertierte Menschen dagegen sind gewöhnlich in ihrer Wahrnehmung defensiver und sie sehen deshalb das Linienmuster in der Grafik einfach als das was es ist: als eine Linie.

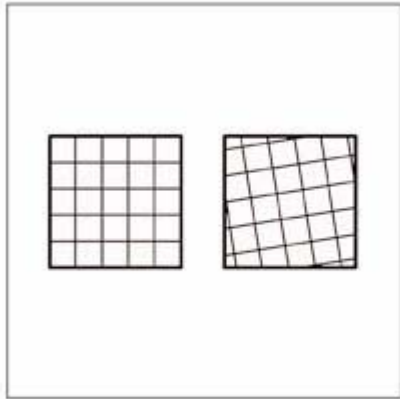


Extraversion: Die offensive Wahrnehmung konstruiert eine geschlossene Form.



Introversion: Die defensive Wahrnehmung erkennt das Muster als Linie.

Die zweite Dimension unterscheidet Menschen danach, ob sie eher intuitiv gesamtheitlich und idealisierend wahrnehmen oder eher detailorientiert genau und gründlich. Die intuitive Wahrnehmung fokussiert auf ungewöhnliche und neue Perspektiven, während die detailorientierte Wahrnehmung, die von Jung als empfindende Wahrnehmung (im englischen "Sensing", abgekürzt "S") bezeichnet wurde, auf das achtet was bekannt ist und in bewährte Schemata passt. Diese Unterschiede führen zu einer größeren Attraktivität des linken bzw. des rechten Musters in der untenstehenden Grafik.



S

Sensing: Geordnete Formen, Abstände und Winkel werden bevorzugt wahrgenommen.

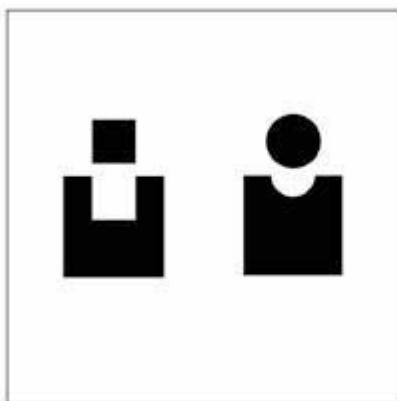


N

iNtuition: Erwartungswidriges wird nicht als störend empfunden, sondern bevorzugt wahrgenommen.



Auch die Art zu entscheiden beeinflusst die Wahrnehmung. Menschen die ihre Entscheidungen am liebsten auf Grundlage analytischen Denkens treffen, nehmen die Dinge als System wahr oder konstruieren sogar Systeme, wo noch keine sind. Menschen die lieber gefühlsmäßig entscheiden, nehmen dagegen eher Dinge wahr zu denen sie einen emotionalen Bezug herstellen können.



T

Thinking: Logisch und objektiv. Das linke Bild wirkt attraktiver, denn es kann als ein zusammengehöriges System gesehen werden.



F

Feeling: Emotional und subjektiv. Das rechte Bild wirkt attraktiver, denn darin kann ein Mensch gesehen werden.



Die Dimension "Lebensstil" schließlich beschreibt, wie ein Mensch seine Energie umsetzt. Werden Herausforderungen eher zielorientiert, also entschlossfreudig und bestimmend oder eher prozessorientiert, also flexibel und abwägend, angegangen? Je nach Neigung zu einer der beiden Umsetzungsstrategien ist auch die Wahrnehmung auf eindeutige und strukturierte bzw. offene und fließende Signale voreingestellt.



Judging: Eindeutige Informationsmuster werden bevorzugt wahrgenommen: Die Schrift wird zuerst erkannt.



Perceiving: Offene und fließende Elemente werden bevorzugt wahrgenommen: Die Farbe wird zuerst erkannt.

Persönlichkeit über die visuelle Wahrnehmung zu erfassen, hat den großen Vorteil, Sprache und damit das bewusste Selbstkonzept zu umgehen (Scheffer & Loerwald, 2008). Denn anders als die Wahrnehmung können sprachliche Prozesse bewusst gesteuert werden und Antworten beispielsweise danach ausgewählt werden, ob sie als erwünscht angesehen werden. Aus den Neurowissenschaften wissen wir jedoch, dass wahrscheinlich bis zu 90% aller menschlichen

Entscheidungen unbewusst oder implizit getroffen werden – und das bewusste Selbstkonzept oft erst im Nachhinein dafür plausible Gründe findet (Scheier, 2006; Scheier und Held, 2007). Auch die Ursachen für Motivation und langfristige KarriereBestrebungen liegen zum Teil in impliziten Schichten, also sozusagen „unter der Spitze des Eisberges“ (Scheffer, 2005). Wie wichtig die Berücksichtigung auch der impliziten Antriebe und Entscheidungsgrundlagen für die Personalentwicklung und Motivation von Mitarbeitern ist, haben Scheffer und Kuhl (2006) am Beispiel des „Flow“-Phänomens aufgezeigt: Menschen kommen nur dann in einen äußerst effizienten und effektiven „Arbeitsfluss“, wenn die Passung zwischen ihren impliziten Persönlichkeits-Systemen und den Anforderungen des Umfeldes hoch ist. Anonsten besteht – zumindest längerfristig – die Gefahr von Demotivation und mangelnder Authentizität.

Im Rahmen des System-Assessment-Centers an der NORDAKADEMIE, in denen der ViQ seit vielen Jahren beforscht wird, werden dessen Aussagen über implizite Persönlichkeits-Systeme als *Ergänzung* zu den expliziten Fragebogentools sowie den Verhaltensbeobachtungen eingesetzt. Unserer Erfahrung nach sagt die vom ViQ erfasste implizite, d.h. zum Teil unbewusste Struktur der Persönlichkeit Bedeutsames über die Motivation und die Karrierewünsche der Teilnehmer aus und ist daher eine wichtige Ergänzung von deren bewusstem Selbstkonzept. Um die Rückmeldung der Feedbackgeber zu erleichtern verwenden wir daher

einen wortbasierten Fragebogen zur Messung des bewussten Selbstkonzept (den GPOP), der genau auf der gleichen Theorie aufbaut wie der ViQ (also auch auf C.G. Jung basiert). So können Diskrepanzen zwischen impliziter und expliziter Persönlichkeit sofort erkannt und angesprochen werden.

Sehr interessant, aber nicht unproblematisch, sind dabei starke Abweichungen zwischen dem bewussten Selbstkonzept (gemessen durch den GPOP) und der impliziten Persönlichkeit (gemessen durch den ViQ). In Feedbackgesprächen sollte dann vorsichtig über die Gründe dieser Diskrepanz reflektiert und eine höhere Kohärenz angestrebt werden. Denn: Beide – implizite und bewusste Persönlichkeit – sind wichtig: Durch das bewusste Selbstkonzept drücken wir aus, wie wir sein wollen bzw. wie unser Umfeld uns gerne haben möchte. Das hat natürlich viele Auswirkungen. Die implizite Persönlichkeit ist aber unser eigentlicher Kern der Verhaltensorientierung, der letztlich berücksichtigt werden muss, auch dann, wenn das Selbstkonzept oder das Umfeld dagegen angehen. Wissenschaftliche Untersuchungen belegen, dass eine hohe Diskrepanz zwischen bewusstem Selbstkonzept und impliziten Persönlichkeitsanteilen zu Stress und anderen negativen Symptomen führen. Interessante Beiträge dazu haben vor allem Prof. Brunstein und Prof. Schultheiss von der Universität Giessen geliefert.

Dass die implizite Persönlichkeit der eigentliche Treiber des Verhaltens ist, belegen übrigens auch quantitative Studien im Rahmen des System Assessment Center.

Details über den theoretischen Hintergrund und die empirischen Befunde dazu können in der Rubrik Forschung/Publicationen auf der Webseite der NORDAKADEMIE im Artikel von Scheffer und Manke (2009) nachgelesen werden.

Fazit

Die bahnbrechenden Befunde der Neurowissenschaften belegen eines ganz eindeutig: Wir müssen unsere implizite Persönlichkeit verstehen, um unser eigenes und das Verhalten anderer treffsicher beurteilen und vorhersagen zu können. Dafür brauchen wir Tools, die auch ohne schriftliche Befragung auskommen.

Dieser Ansatz wird nicht nur in der Personalentwicklung immer wichtiger. Weitere Anwendungsfelder des ViQ liegen in der Markenführung und dem Employer Branding. Sowohl Produkt-Marken als auch Arbeitgeber-Marken müssen psychologisch gesehen ein klares Profil haben, d.h. als kohärent wahrgenommen werden, um langfristig erfolgreich sein zu können (Florack, Scarabis & Primosch, 2007). Mit Hilfe des ViQ kann man auf eine rasche und für die Teilnehmer attraktive Art und Weise das implizite Persönlichkeitsprofil der Zielgruppe erfassen und die Kommunikation sowohl gestalterisch als auch von der Tonlage her darauf ausrichten. Ein Grundlagenartikel über die Einsatzmöglichkeit des ViQ beim Employer Branding kann ebenfalls auf der Webseite der NORDAKADEMIE nachgelesen werden.

Unabhängig vom Anwendungsfeld bietet die Berücksichtigung von impliziten Persönlichkeits-Systemen einen wichtigen Erkenntnisfortschritt, der sich ganz konkret positiv auf die Qualität von Entscheidungen auswirkt.

Literatur

Florack, A., Scarabis, M. & Primosch, E. (2007).

Psychologie der Markenführung. München:
Vahlen.

Jung C.G. (1986). *Psychologische Typen*. Olten: Walter.

Scheier, C. (2006). Das Unbewusste messbar machen.
Absatzwirtschaft – Zeitschrift für Marketing, 10,
S. 42-45.

Scheier, C. & Held, D. (2007). Neue Sichtweisen.

Absatzwirtschaft – Zeitschrift für Marketing, 11,
S. 30-34.