

WESTFÄLISCHE  
WILHELMS-UNIVERSITÄT  
MÜNSTER

Fachbereich 7:  
Psychologie und  
Sportwissenschaft

PD Dr. Meinald T. Thielsch  
Institut für Psychologie

Fachbereich 7 | Psychologie und Sportwissenschaft | Fliednerstr. 21 | 48149 Münster

Fliednerstraße 21  
48149 Münster  
Tel. +49 251 83-38484  
psyweb@uni-muenster.de  
<https://www.uni-muenster.de/PsyWeb/>

## Liebe Interessenten, Liebe Mitglieder von PsyWeb,

mit diesem Bericht möchten wir uns bei Ihnen noch einmal herzlich für Ihre Unterstützung unserer Forschung bedanken! Dank Ihres Engagements ist uns eine fundierte und anwendungsnahe Forschung in der Psychologie möglich! Zudem freuen wir uns wieder sehr über das mediale Echo und die vielen Neuanmeldungen im PsyWeb im Jahr 2013. ☺

PsyWeb ist in 2013 weiter stark gewachsen und hat nun über 12.000 Mitglieder. Dies war Grundlage für eine ganze Reihe von Online-Untersuchungen und Anlass, unsere Website für Sie mit weiteren Informationen erneut zu ergänzen. Im PsyWeb-Team haben sich in 2013 Veränderungen ergeben: Unser geschätzter Kollege Prof. Dr. Fred Rist tritt nun als Senior-Professor etwas kürzer – seiner Position nachgefolgt ist der klinische Psychologe Prof. Dr. Thomas Ehring (siehe <https://psyweb.uni-muenster.de/pages/ueberuns>). Der Support für die PsyWeb-Mitglieder wird seit Ende 2013 nun von Katharina Weber mit unterstützt.

Um Ihnen einen kleinen Einblick in die durchgeführten Studien zu geben, haben einzelne der jeweiligen Forscher auf den folgenden Seiten für Sie zentrale Ergebnisse zusammengestellt. Dort finden Sie auch einige Kernzahlen zur Entwicklung des PsyWebs.

Die andauernde Begeisterung für PsyWeb in 2013 und die vielen Anregungen, besonders in der ersten Mitgliederbefragung im Herbst, haben uns sehr gefreut! Wir hoffen, schon in 2014 viele Ihrer Ideen umsetzen zu können und hoffen, Ihnen weiterhin interessante Studien und Informationen rund um die Psychologie bieten zu können!

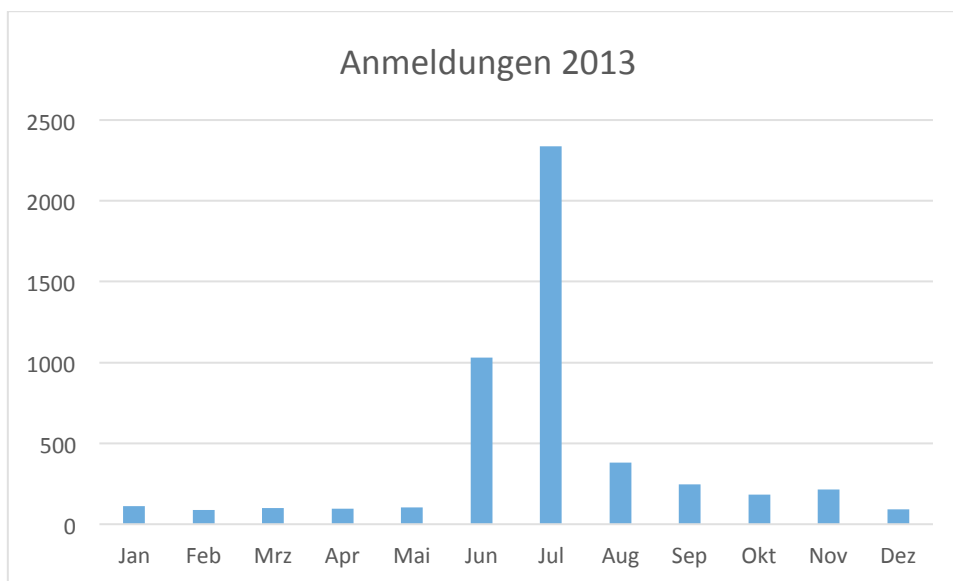
Mit den besten Grüßen aus Leipzig, Münster und Osnabrück  
PD Dr. Meinald Thielsch & das PsyWeb-Team



# PsyWeb 2013: Zahlen und Fakten

(Stand 16.01.2013)

Besucher der PsyWeb-Website:	35.850
Durchschnittliche Besucherzahl:	ca. 2.987 (pro Monat)
Durchschnittliche Aufenthaltsdauer:	4 Minuten 35 Sekunden auf der PsyWeb-Website
Gesamtmitgliederzahl:	12.301
Anmeldungen zum PsyWeb in 2013:	4.983
Durchschnittlich Anmeldezahl:	ca. 415 pro Monat (genauer Anmeldeverlauf in der folgenden Grafik)



Anzahl der über PsyWeb durchgeführten Studien in 2013:	28
Anzahl der im PsyWeb verfügbaren dauerhaften Tests:	6
Anzahl der in 2013 versendeten Studieneinladungen:	124.121
Anzahl der seit Gründung über PsyWeb versendeten Studieneinladungen:	237.280

## Informationen zu ausgewählten PsyWeb-Studien im Jahr 2013

Im Folgenden möchten wir in Kürze Informationen zu einer Reihe von Studien liefern, die in 2013 über das PsyWeb durchgeführt wurden. Diese Informationen wurden uns von den jeweilig verantwortlichen Forschern/innen zur Verfügung gestellt.

---

### Informationen zur Studie „Gesundheitssorgen“

#### Autoren der Studie

Dipl.-Psych. Jens Barenbrügge, M.Sc.-Psych. Lara Staggenborg, M.Sc.-Psych. Theresa Beddig & Prof. em. Dr. Fred Rist; Westfälische Wilhelms-Universität Münster, Institut für Klinische Psychologie und Psychotherapie

#### Befragungszeitraum

18.02.2013 – 11.03.2013

#### Ziel der Studie

Ziel der Studie war es, zu untersuchen, wie Menschen ihre eigenen, persönlichen Sorgen über ihre Gesundheit bewerten und welchen Einfluss diese Bewertung auf das Verhalten und Empfinden hat.

#### Kurzbeschreibung von Studie und Befunden

In Studien zu allgemeinen Sorgen, also Sorgen unabhängig von einem bestimmten thematischen Inhalt, ist gezeigt worden, dass Sorgen unterschiedlich bewertet werden. Einerseits werden Sorgen als belastend und unkontrollierbar erlebt. So geben Menschen an, dass sie nicht mehr aufhören können, sich zu sorgen, wenn sie einmal damit angefangen haben. Oder sie befürchten, dass ihre Neigung, sich zu sorgen, gefährlich für sie ist. Andererseits bewerten sie ihre Sorgen aber durchaus auch positiv, indem sie der Meinung sind, dass Sorgen ihnen dabei helfen, wachsam oder gut vorbereitet zu sein.

Dieses Nachdenken über die eigenen, hier sorgenvollen, Gedanken bezeichnet man als Metakognitionen. In unserer Studie haben wir untersucht, ob 1) diese Metakognitionen auch spezifisch bei Krankheitssorgen vorkommen und 2) welchen Einfluss sie auf unser Empfinden und Verhalten haben.

Wir konnten zeigen, dass es auch bei Krankheitssorgen sowohl negative wie auch positive Metakognitionen gibt, was erste Befunde aus anderen Studien bestätigt. Einerseits werden die eigenen gesundheitlichen Sorgen als belastend, unkontrollierbar und gefährlich erlebt. Dies wird z.B. in der Aussage „Die vielen Sorgen über meine Gesundheit machen mich beinahe krank“ deutlich. Andererseits werden gesundheitliche Sorgen aber auch als sinnvoll angesehen: „Meine Sorgen über meine Gesundheit motivieren mich, rechtzeitig ärztlichen Rat einzuholen“.

Ebenfalls konnten wir zeigen, dass positive Metakognitionen über Krankheitssorgen mit der berichteten Anzahl von Arztbesuchen im vergangenen Jahr einhergehen. Dies traf sowohl für Personen zu, die eine ärztlich diagnostizierte körperliche Erkrankung angaben, wie auch für Personen, die dieses verneinten. Mehr positive Metakognitionen über die Krankheitssorgen hängen aber auch mit mehr Krankheitssorgen und mit mehr negativen Metakognitionen über die Krankheitssorgen zusammen, haben also durchaus auch ihre Kosten. Für die negativen Metakognitionen zeigte sich, dass diese insbesondere mit erhöhter Depressivität und somit emotionaler Belastung einhergehen. Auch dieses Ergebnis war unabhängig davon, ob die Personen eine diagnostizierte körperliche Erkrankung angaben oder nicht.

#### Publikation zur Studie

Barenbrügge, J., Glöckner-Rist, A., & Rist, F. (2013). Positive und negative Metakognitionen über Krankheitssorgen. *Psychotherapeut*, 58(6), 560-568.

#### Ansprechpartner

Dipl.Psych. Jens Barenbrügge; E-Mail: [j.barenbruegge@uni-muenster.de](mailto:j.barenbruegge@uni-muenster.de)

---

## **Informationen zur Studie „Facetten der Depressivität im Zusammenhang mit sportlicher Aktivität“**

### **Autoren der Studie**

durchgeführt von Sanna Lange unter Betreuung von Dipl.-Psych. N. Griese (Gutachter: Prof. Dr. F. Rist und Prof. Dr. T. Ehring)

### **Befragungszeitraum**

2 Wochen im Februar 2013

### **Ziel der Studie**

Zentrales Ziel dieser Studie war es, den Einfluss der verschiedenen Sportfacetten auf die Facetten der Depressivität zu untersuchen. Zudem wurde die Prävalenz depressiver Symptome in der Stichprobe erhoben und die Faktorenstruktur des Gesundheitsfragebogens für Patienten - Depressionsmodul (PHQ-9) geprüft.

### **Kurzbeschreibung von Studie und Befunden**

Hintergrund: Viele Studien beschreiben einen allgemeinen antidepressiven Effekt von sportlicher Aktivität. Zentrales Ziel dieser Studie war es, den Einfluss der verschiedenen Sportfacetten auf die Facetten der Depressivität zu untersuchen. Zudem wurde die Prävalenz depressiver Symptome in der Stichprobe erhoben und die Faktorenstruktur des Gesundheitsfragebogens für Patienten - Depressionsmodul (PHQ-9) geprüft. Methode: 1026 Personen der Allgemeinbevölkerung nahmen an einer Online-Umfrage teil. Anhand des Freiburger Fragebogens zur körperlichen Aktivität (FFkAK) wurde die sportliche Aktivität erhoben. Die Einschätzung der depressiven Symptomatik erfolgte durch den PHQ-9. Für diesen wurde eine explorative und konfirmatorische Faktorenanalyse durchgeführt. Ergebnisse: Für depressive Störungen wurde eine Prävalenz von 23,8 % gefunden und für subsyndromale Symptomatik eine Prävalenz von 33,7 %. Es zeigte sich eine zweifaktorielle Lösung für den PHQ-9, wobei ein Faktor die kognitiv-affektive und einer die körperliche Symptomatik repräsentierte. Sportliche Aktivität hatte einen allgemeinen antidepressiven Effekt. Dieser Effekt schien insbesondere durch die psychosoziale und die biographische Facette vermittelt zu werden. Diskussion: Der antidepressive Effekt von Sport konnte repliziert werden. Es scheinen bedeutsame Unterschiede zwischen den sportlichen Facetten sowie den Facetten der Depressivität zu existieren, die in zukünftigen Studien berücksichtigt werden sollten.

### **Publikation zur Studie**

Sanna Lange (2013) Facetten der Depressivität im Zusammenhang mit sportlicher Aktivität, Masterarbeit im Studiengang M. Sc. Psychologie, Fachbereich Psychologie & Sportwissenschaft, Arbeitseinheit Klinische Psychologie & Psychotherapie, Münster

### **Ansprechpartner**

Prof. Dr. Fred Rist (rist@uni-muenster.de)

Nina Griese (Nina.griese@gmx.de)

---

## **Informationen zur Studie „Personalauswahl aus Sicht der Bewerber“**

### **Autor der Studie**

Uwe Peter Kanning; Hochschule Osnabrück

### **Befragungszeitraum**

Frühjahr 2013

### **Ziel der Studie**

Mit Hilfe der Studie wird untersucht, wie Bewerber sich auf Personalauswahlverfahren vorbereiten, welche Strategien sie einsetzen und wie sie Auswahlverfahren erleben.

### **Kurzbeschreibung von Studie und Befunden**

Mit Hilfe eines umfangreichen Fragebogens wurden mehr als 1000 Menschen zu ihren Bemühungen und Erlebnissen rund um das Thema Personalauswahl befragt. Erstmals wurde umfassend der Frage nachgegangen, wie sich Bewerber auf Auswahlverfahren vorbereiten und welche Strategien sie unternehmen, um möglichst positiv abzuschneiden. Darüber hinaus werden die Studienteilnehmer nach ihren Erlebnissen im Auswahlprozess befragt. Die Ergebnisse sind sehr umfangreich und können hier nur im Ansatz skizziert werden. Es zeigte sich, dass Personen, die sich in den letzten fünf Jahren beworben haben, umfangreich vorbereiten (Ratgeberliteratur lesen, Freunde fragen, Trainings besuchen). Insbesondere beim Verfassen von Bewerbungsunterlagen setzen sie zahlreiche Strategien ein, die in der Ratgeberliteratur empfohlen werden: Soziales Engagement betonen, Hobbys an die Stellenausschreibung anpassen, Lücken im Lebenslauf kaschieren etc. Die weite Verbreitung derartiger Strategien mindert die diagnostische Aussagekraft der Bewerbungsunterlagen. Die Beschreibung der eigenen Erlebnisse im Auswahlprozess sprechen für eine weitgehend unprofessionelle Auswahlpraxis auf Seiten der Arbeitgeber. Dies deckt sich mit früheren Studien. Demnach neigen die Verantwortlichen in den Unternehmen dazu, die Bewerber „aus dem Bauch heraus“ zu bewerten und gehen überwiegend unsystematisch vor. Auch dies mindert die Aussagekraft der Auswahlverfahren.

### **Publikation zur Studie**

Kanning, U. P. (in Vorbereitung). Personalauswahl in Deutschland: Berichte aus einem Entwicklungsland.

### **Websites der Autoren und/oder Websites mit weiterführenden Informationen**

<http://www.wiso.hs-osnabrueck.de/30854.html>

### **Ansprechpartner**

Prof. Dr. Uwe P. Kanning

U.Kanning@hs-osnabrueck.de

### **Informationen zur Studie „Panik“**

#### **Titel der Studie**

Symptomatik von Panikattacken in der Allgemeinbevölkerung und deren Bedeutung für die Nutzung des Gesundheitssystems und Depressivität

#### **Autoren der Studie**

Isabelle Drenckhan, Sara Dannert, Benedikt Liesbrockv & Fred Rist; Arbeitseinheit für Klinische Psychologie, Universität Münster

#### **Befragungszeitraum**

04.03.2013 - 22.03.2013

#### **Ziel der Studie**

Panikattacken in der Allgemeinbevölkerung zu erforschen, besonders die körperlichen und psychischen Symptome von Panikattacken und deren Zusammenhänge mit der Nutzung von Gesundheitseinrichtungen und Depressivität.

#### **Kurzbeschreibung von Studie und Befunden**

Unter einer spontanen Panikattacke versteht man das plötzliche Einsetzen von intensiver Angst, ohne dass ein Auslöser erkennbar ist. Diese Panikattacken werden von verschiedenen körperlichen (z.B. Herzerasen) und psychischen (z.B. Todesangst) Symptomen begleitet. Viele Menschen haben schon einmal eine Panikat-

tacke erlebt, ohne danach stark daran gelitten zu haben. Bei manchen entwickelt sich jedoch eine Panikstörung, bei der es zu wiederholten Panikattacken kommt und auch großer Leidensdruck und Beeinträchtigung besteht. Unklar ist, bei welchen Paniksymptomen genau es zu stärker Beeinträchtigung (z.B. Depressivität) und mehr Unterstützungsbedarf durch das Gesundheitssystem kommt.

In dieser Studie haben 23% der Teilnehmer schon einmal eine Panikattacke erlebt. Die Anzahl und Inhalte der erlebten Symptome waren bei den Teilnehmern unterschiedlich. Es zeigte sich, dass die Anzahl der bisher erlebten Panikattacken mit dem Erleben von depressiver Stimmung zusammenhängt. Auch die Art der Symptome scheint Auswirkung auf Depressivität und Nutzung des Gesundheitssystems zu haben. Bei den körperlichen Symptomen ließen sich vier Gruppen von Symptomen unterscheiden: Herz-Kreislaufsymptome (kardio-respiratorisch), Magen-Darm-Symptome (gastro-intestinal), Schwindelsymptome (vestibulär) und pseudo-neurologische Symptome. Personen mit starken Schwindelsymptomen bei Panikattacken suchten zur Behandlung häufiger Hausärzte auf, während aufgrund von Panikattacken mit Herz-Kreislauf-Symptomen eher Spezialisten zur Behandlung aufgesucht wurden. Personen die bei Panikattacken Angst haben, eine ernsthafte Krankheit zu haben, suchen eher Einrichtungen des Gesundheitssystems auf. Depressive Symptomatik scheint besonders beim Auftreten pseudo-neurologischer Symptome und Angst vor dem Verlust von Kontrolle bei Panikattacken zu bestehen.

### **Publikation(en) zur Studie**

Publikation ist geplant, bisher noch nicht erfolgt

### **Ansprechpartner**

Isabelle Drenckhan (i.drenckhan@uni-muenster.de)

---

## **Informationen zur Studie „Motivierende Effekte von Teamarbeit“**

### **Titel der Studie**

Motivierende Effekte von Teamarbeit: Eine Feldstudie

Die Studie wurde im Rahmen der Masterarbeit von Justina Brahm in der Arbeitseinheit „Organisations- und Wirtschaftspsychologie“ an der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster durchgeführt. Gefördert wurde das Projekt durch die Deutsche Forschungsgemeinschaft.

### **Befragungszeitraum**

08.03.2013 – 31.03.2013

### **Ziel der Studie**

Ziel dieser Studie war es, mithilfe einer Online-Umfrage folgendes zu untersuchen: 1) Sind ArbeitnehmerInnen motivierter, wenn sie zusammen mit Anderen im Team arbeiten oder wenn sie alleine arbeiten? 2) Lässt sich die Motivation in Teamarbeit durch Mechanismen, wie das Vergleichen mit anderen TeamkollegInnen und die Unverzichtbarkeit des eigenen Beitrags zum Teamergebnis, erklären? Welche Rollen spielen z.B. Teamidentifikation, Commitment zum Unternehmen, Stress, Bedeutsamkeit der Aufgabe und Stimmung für die Motivation in Teams?

### **Kurzbeschreibung von Studie und Befunden**

84 Frauen und 64 Männer nahmen an der Online-Befragung teil, deren Arbeitsalltag sowohl aus Einzelarbeit als auch aus Teamarbeit bestand. Die TeilnehmerInnen sollten sich sowohl in drei Einzelsituationen ihres Arbeitsalltages hineinversetzen als auch in drei Teamsituationen. Zu diesen Situationen wurden verschiedene Fragen gestellt (z.B. „Wie motiviert waren Sie in dieser Situation?“). Die Ergebnisse zeigen, dass es ArbeitnehmerInnen gibt, die Einzelarbeit als motivierender empfanden als Teamarbeit und andere, bei denen es sich genau andersrum verhielt. Die Motivation bei Teamarbeit konnte sowohl durch den Vergleich mit anderen TeamkollegInnen als auch durch die Unverzichtbarkeit des eigenen Beitrags zum Teamergebnis erklärt werden: Je stärker sich die ArbeitnehmerInnen mit etwas besseren TeamkollegInnen verglichen

und/oder je stärker sie ihren Beitrag als wichtig für das Teamergebnis empfunden haben, desto höher war ihre Motivation während der Teamarbeit. Allerdings hatte der Vergleich mit anderen TeamkollegInnen weniger Einfluss auf die Motivation in Teamarbeit als die Unverzichtbarkeit des eigenen Beitrags zum Teamergebnis. Ein Grund hierfür könnte sein, dass die TeilnehmerInnen dieser Studie ihre KollegInnen im Team schon länger kennen und sich somit seltener mit diesen vergleichen als wenn man z.B. neu in ein Team kommt. Des Weiteren konnte gezeigt werden, dass die Teamidentifikation, das Commitment zum Unternehmen, die Bedeutsamkeit der Aufgabe und die Stimmung positiv mit der Motivation während Teamarbeit zusammenhängen. Ein Beispiel: Je positiver die ArbeitnehmerInnen gestimmt waren, desto höher war ihre Motivation während der Teamarbeit. Stress hingegen zeigte einen negativen Zusammenhang mit der Motivation in Teamarbeit: Je stärker sich die ArbeitnehmerInnen unter Druck gesetzt fühlten, desto geringer war ihre Motivation während der Teamarbeit.

#### **Publikation(en) zur Studie**

Liegen noch nicht vor.

#### **Websites der Autoren und/oder Websites mit weiterführenden Informationen**

<http://www.uni-muenster.de/OWMS/>

#### **Ansprechpartner**

Prof. Dr. Guido Hertel ([ghertel@uni-muenster.de](mailto:ghertel@uni-muenster.de))

Dipl.-Psych. Katrin Wessolowski ([katrin.wessolowski@uni-muenster.de](mailto:katrin.wessolowski@uni-muenster.de))

---

### **Informationen zur Studie: Lebensmittel und Ernährung**

#### **Titel der Studie**

Geschlechtsspezifische Aspekte bei der Lebensmittelwahl

#### **Autorin der Studie**

Dr. Pamela Kerschke-Risch

Universität Hamburg Fachbereich Sozialwissenschaften / Soziologie

#### **Befragungszeitraum**

26.03.2013 – 10.04.2013

#### **Ziel der Studie**

Hauptziel des Forschungsprojektes ist die Untersuchung der folgenden Fragestellung:

*Wie und aus welchen Gründen unterscheiden sich Männer und Frauen bei der Lebensmittelwahl?*

#### **Kurzbeschreibung von Studie und Befunden**

In der Studie wurden unterschiedliche Fragenkomplexe zum Ernährungshandeln erhoben.

Die Lieblingsgerichte der Befragten zeigen eine große Fleischaffinität, die bei Männern deutlich ausgeprägter als bei Frauen ist. Andererseits zeigt sich auch, dass die Lebensmittelskandale der Vergangenheit einen Umdenkungsprozess in Gang gesetzt haben. Ca. 40% der Befragten gaben an, ihren Fleischkonsum eingeschränkt zu haben, ein knappes Drittel kauft in anderen Geschäften als früher ein.

Von ca. 70% der Befragten wird, unabhängig vom Geschlecht, angenommen, dass ein Zusammenhang zwischen der Gesundheit und der Ernährung besteht. Generell zeigt sich jedoch bei den Frauen ein deutlich stärker ausgeprägtes Gesundheitsbewusstsein. Insgesamt zeigen sich Tendenzen, dass Frauen auch im Bereich der Ernährung risikoaverser, aber gleichzeitig problembewusster sind.

#### **Publikation(en) zur Studie**

In Vorbereitung.

**Websites der Autoren und/oder Websites mit weiterführenden Informationen**

<http://www.wiso.uni-hamburg.de/professuren/institut-fuer-soziologie/personal/postdoc-angestellte-und-wissenschaftliche-mitarbeiterinnen/pamela-kerschke-risch/forschungsprojekt/>

**Ansprechpartner**

Dr. Pamela Kerschke-Risch (Dipl. Soziologin)  
pamela.kerschke-risch@uni-hamburg.de

---

**Informationen zur Studie „Soziale Kompetenzen von Mitarbeitern und Führungskräften“****Titel der Studie**

Passung zwischen sozialen Kompetenzen von Mitarbeitern und ihren Führungskräften

**Autor der Studie**

Uwe Peter Kanning; Hochschule Osnabrück

**Befragungszeitraum**

Sommer 2013

**Ziel der Studie**

Überprüft wird die Frage, ob die Passung der sozialen Kompetenzen von Mitarbeitern und ihren Führungskräften einen Einfluss auf Leistung und Arbeitszufriedenheit nimmt.

**Kurzbeschreibung von Studie und Befunden**

Mehrfach konnte bereits belegt werden, dass sowohl die sozialen Kompetenzen von Mitarbeitern als auch die sozialen Kompetenzen von Führungskräften einen positiven Einfluss auf die Leistung sowie die Arbeitszufriedenheit der Mitarbeiter haben. Im Rahmen einer Studie mit etwa 280 Personen wurde der Frage nachgegangen, ob derartige Effekte noch gesteigert werden können, wenn Mitarbeiter und Führungskraft in der Ausprägung ihrer Kompetenzen stark übereinstimmen, also kompatibel zueinander sind. Die Untersuchungsteilnehmer füllten hierzu einen Fragebogen aus, in dem sie zunächst ihre eigenen und anschließend die sozialen Kompetenzen ihrer direkt vorgesetzten Führungskraft einschätzen mussten. Zusätzlich beantworteten sie Fragen zu ihrer eigenen Arbeitszufriedenheit und Leistung. Im Ergebnis zeigte sich, dass die Kompatibilität keinen nennenswerten Einfluss hat.

**Publikation(en) zur Studie**

bislang nicht geplant

**Websites der Autoren und/oder Websites mit weiterführenden Informationen**

<http://www.wiso.hs-osnabrueck.de/30854.html>

**Ansprechpartner**

Prof. Dr. Uwe P. Kanning, U.Kanning@hs-osnabrueck.de

---



## **Informationen zur Studie „Webseitenstile“**

### **Titel der Studie**

Wirkung unterschiedlicher Designstile von Webseiten

### **Autoren der Studie**

B.Sc. Maria Douneva, Universität Münster, Institut für Psychologie

Dipl.-Psych. Rafael Jaron, Nordlight Research GmbH

PD Dr. Meinald T. Thielsch, Universität Münster, Institut für Psychologie

### **Befragungszeitraum**

17.06.2013 – 27.06.2013

### **Ziel der Studie**

Unterschiede zwischen verschiedenen Designstilen von Webseiten erforschen und daraus Empfehlungen ableiten, wie Webseiten benutzerfreundlicher gestaltet werden könnten.

### **Kurzbeschreibung von Studie und Befunden**

Verschiedene Faktoren beeinflussen den Ersteindruck, den man von einer Webseite hat. Einer davon ist das optische Erscheinungsbild, also das Design. In dieser Studie wurden folgende drei Designkategorien untersucht: „Farben“, „Bilder“ und „Bilder und Text“. Die Teilnehmer sahen zufällig eine von 12 Webseiten, die sich einer dieser Kategorien zuordnen lassen.

Hauptsächlich waren drei Fragestellungen von Interesse: Wie unterscheiden sich die Kategorien hinsichtlich (1) der spontan gebildeten Ersteindrücke, (2) der ästhetischen Bewertung und (3) der Erinnerungsleistung? Für die Beantwortung dieser Fragen wurden die Daten von 458 Teilnehmern ausgewertet.

(1) *Ersteindrücke*: Aufgrund der Ergebnisse einer Reaktionszeitaufgabe lässt sich festhalten, dass Seiten der Kategorie „Bilder und Text“ mit Professionalität und Konventionalität assoziiert werden, genau im Gegensatz zu „Farben“-Seiten. Assoziationen für „Bilder“-Seiten sind nicht so stark ausgeprägt. Beispielsweise werden sie auch mit Konventionalität assoziiert, aber nicht so stark wie „Bilder und Text“-Seiten.

(2) *Ästhetische Bewertung*: Hier schneiden die „Farben“-Seiten in einem Fragebogen deutlich schlechter ab als die anderen beiden Kategorien (Punktwert 3,83 vs. 4,32 und 4,36 von maximal 7).

(3) *Gedächtnisleistung*: Hier sind die „Bilder und Text“-Seiten deutlich im Vorteil gegenüber den beiden anderen Kategorien, d.h. dass sich die Teilnehmer an mehr Eigenschaften dieser Seiten erinnern konnten.

### **Publikation zur Studie**

Douneva, M., Jaron, R. & Thielsch, M.T. (under review). Effects of different website designs on first impressions, aesthetic judgments, and memory performance – an explorative online study with short presentation times.

### **Websites der Autoren und/oder Websites mit weiterführenden Informationen**

<http://www.uni-muenster.de/OWMS/ueber-uns/mitarbeiter/person/meinald-thielsch/>

### **Ansprechpartner**

B.Sc. Maria Douneva: [m.douneva@uni-muenster.de](mailto:m.douneva@uni-muenster.de)

PD Dr. Meinald T. Thielsch: [thielsch@uni-muenster.de](mailto:thielsch@uni-muenster.de)

---

## **Informationen zur Studie „Das schweigende Drittel - Nonresponse in der Lehrevaluation“**

### **Autoren der Studie**

Philipp Deing, M.Sc. Christina Dusend & PD Dr. Meinald Thielsch, Institut für Psychologie, Westfälische Wilhelms-Universität Münster

### **Befragungszeitraum**

25.06.2013 – 22.10.2013

### **Ziel der Studie**

Testung verschiedener Theorien zu Nonresponse aus der Umfrageforschung.  
Untersuchung auf möglichen Nonresponse Bias.  
Ableitung von Verbesserungsvorschlägen für die Lehrevaluation.

### **Kurzbeschreibung von Studie und Befunden**

Anhand eines kurzen Online-Fragebogens wurde der Frage nachgegangen, inwieweit Theorien zu Nonresponse aus der Umfrageforschung zur Erklärung von Nonresponse in der studentischen Lehrevaluation (LVE) beitragen können. Dazu wurden Hypothesen in Anlehnung an Theorien zu folgenden Schlagwörtern formuliert und getestet: Soziale Austauschtheorie, Opportunitätskosten, Umfrageermüdung und Salienz.

Alle Theorien ließen sich letztlich zur Interpretation gefundener Ergebnisse heranziehen, wenngleich z.B. die Salienz besonders großes Aufklärungspotenzial barg, die Rücklaufquoten also wesentlich davon abhängen, wie markant die Evaluation präsentiert wird, und wie sehr sie somit ins Bewusstsein der Studierenden vordringt. Weniger Aufklärungspotenzial ging hingegen von einer Umfrageermüdung bei den Studierenden aus.

Summa summarum wiesen die Daten der Studie daraufhin, dass die Evaluationspraktiken an viele Hochschulen Verbesserungsbedarf haben. Viele Teilnehmer des Online-Fragebogens machten deutlich, dass die LVE an ihrer Hochschule mehr als nötiges Übel, denn als hilfreiches Instrument zur Qualitätssicherung gesehen wird. Die Anonymität der Evaluation sei nicht immer gewährleistet, die Ergebnisse würden nicht transparent kommuniziert und blieben in der Regel ohne jegliche Konsequenz, lauteten die einschlägigen Beschwerden.

Weitere Befunde der Studie deuten darauf hin, dass systematische Unterschiede zwischen Respondern und Nonrespondern befürchtet werden müssen, wodurch die Validität der Evaluationsergebnisse gefährdet wird. Im letzten Abschnitt der Studie werden Empfehlungen zur Verbesserung der LVE aus Studierendenperspektive formuliert.

### **Publikation(en) zur Studie**

In Vorbereitung.

### **Websites der Autoren und/oder Websites mit weiterführenden Informationen**

<http://www.uni-muenster.de/OWMS/ueber-uns/mitarbeiter/person/meinald-thielsch/>  
Allgemeines unter zur Evaluation: [www.uni-muenster.de/PsyEval/](http://www.uni-muenster.de/PsyEval/)

### **Ansprechpartner**

Philipp Deing ([philippdeing@gmx.net](mailto:philippdeing@gmx.net))  
PD Dr. Meinald Thielsch ([thielsch@uni-muenster.de](mailto:thielsch@uni-muenster.de))

---

## **Informationen zur Studie „Inhalte von Webseiten“**

### **Titel der Studie:**

Experimentelle Validierung des Fragebogens zur Wahrnehmung von Website-Inhalten (WWI)

### **Autoren der Studie**

Patrick Boertz (Westfälische Wilhelms-Universität Münster)

PD Dr. Meinald T. Thielsch (Westfälische Wilhelms-Universität Münster)

### **Befragungszeitraum**

09.07.2013 - 20.07.2013

### **Ziel der Studie**

Ziel der Studie war die experimentelle Validierung des Fragebogens zur Wahrnehmung von Website-Inhalten (WWI).

### **Kurzbeschreibung von Studie und Befunden**

In der Studie wurde den Teilnehmern jeweils eine von insgesamt acht verschiedenen Versionen einer Website präsentiert. Die Versionen der Website unterschieden sich hinsichtlich der Qualität ihres Inhalts in den Bereichen *Verständlichkeit*, *Qualität und Nutzen* und *Glaubwürdigkeit*. So enthielten z.B. die unglaubwürdigen Versionen der Website Texte mit einer hohen Zahl von Rechtschreibfehlern, während die glaubwürdigen Versionen fehlerfreie Texte enthielten.

Nach der Präsentation der Website wurden den Teilnehmern der WWI und Fragebögen zur Ästhetik der Website und ihrer Benutzbarkeit (Usability) vorgelegt. Es stellte sich heraus, dass der WWI in der Lage ist, Unterschiede in der Qualität von einzelnen Inhaltsbereichen zu erfassen. Also bewerteten z.B. die Teilnehmer, die eine verständliche Version der Website sahen, diese auch als verständlicher, als die Teilnehmer, die eine unverständliche Version sahen. Der WWI besitzt somit experimentelle Validität.

Wider Erwarten zeigte sich auch, dass die Verschlechterung der Inhaltsqualität in allen Bereichen auch zu einer schlechteren Einschätzung der Benutzbarkeit der Website führte. Zudem wurden die Versionen der Website die von niedriger Qualität und niedrigem Nutzen und/oder niedriger Glaubwürdigkeit waren, auch als weniger ästhetisch eingeschätzt.

### **Publikation(en) zur Studie**

Boertz, P. (2013). *Experimental validation of the questionnaire for perceived quality of content (PQC)*. Nicht publizierte Bachelorarbeit, Westfälische Wilhelms-Universität Münster, Institut für Psychologie.

Eine Sammelpublikation zum Fragebogen zur Wahrnehmung von Website-Inhalten ist zurzeit in Vorbereitung.

### **Websites der Autoren und/oder Websites mit weiterführenden Informationen**

Patrick Boertz: <http://www.uni-muenster.de/PsyIFP/AEBack/members/Boertz.html>

Meinald Thielsch: [www.uni-muenster.de/OWMS/ueber-uns/mitarbeiter/person/meinald-thielsch/](http://www.uni-muenster.de/OWMS/ueber-uns/mitarbeiter/person/meinald-thielsch/)

### **Ansprechpartner**

Patrick Boertz: [patrick.boertz@uni-muenster.de](mailto:patrick.boertz@uni-muenster.de)

PD Dr. Meinald Thielsch: [thielsch@uni-muenster.de](mailto:thielsch@uni-muenster.de)

---

## **Informationen zur Studie „Design von Online-Erhebungen“**

### **Titel der Studie**

„Design von Online-Erhebungen - Der Einfluss von Farbe und Professionalität auf wahrgenommene Ästhetik und Testergebnisse“

### **Autoren der Studie**

Inga Feischen & PD Dr. Meinald Thielsch, WWU Münster

### **Befragungszeitraum**

25. Juli – 12. Aug. 2013

### **Ziel der Studie**

Anhand einer experimentellen Online-Studie wurde untersucht, inwiefern Variationen des Designs von Online-Erhebungen die wahrgenommene visuelle Ästhetik sowie gemessene Leistungen und Einstellungen beeinflussen können.

### **Kurzbeschreibung von Studie und Befunden**

Mittels der Kombinationen von fünf Farben (weiß, blau, grün, rot, pink) mit zwei unterschiedlich professionellen Designs (professionell/unprofessionell) wurden insgesamt zehn Versionen einer Online-Erhebung gestaltet. Das *Visual Aesthetics of Websites Inventory (VisAWI)* (Moshagen & Thielsch, 2010) diente als Grundlage für die verwendeten Design-Variationen. Die Teilnehmer wurden per Zufall auf eine der zehn inhaltlich gleichen Erhebungsversionen verteilt. Diese enthielten Leistungstests zur Messung von Wissen und schlussfolgerndem Denken, Einstellungstests zu Wohlbefinden, Lebensqualität und Produktdesign, den VisAWI sowie einen Test zur Usability. 339 Teilnehmer im Alter von 14 bis 76 Jahren, davon 189 Frauen, wurden ausgewertet. Laut Urteil der Probanden unterschieden sich die zehn erstellten Designs in ihrer visuellen Ästhetik, jedoch nicht in ihrer Gebrauchstauglichkeit.

Die Ergebnisse der Studie legen dar, dass sowohl Farbe als auch Professionalität des Designs Auswirkungen auf die Testergebnisse in Online-Erhebungen haben. Beide Faktoren beeinflussen das ästhetische Urteil. Die in der Website-Forschung gefundene Präferenz für die Farbe Blau zeigte sich tendenziell auch in dieser Untersuchung. Farbe hatte jedoch nur bei niedriger Professionalität einen Effekt auf die wahrgenommene Ästhetik. Durch hohe Professionalität der Gestaltung lassen sich demnach Farbeinflüsse auf den Ästhetikeindruck einer Online-Erhebung reduzieren.

Die Farbe des Hintergrunds beeinflusste darüber hinaus die Leistungen der Männer im Wissenstest. Bei Leistungsmessungen sollte daher besonders auf den Farbeinsatz geachtet oder ganz auf diesen verzichtet werden. Auf die Einstellungstests zeigten beide Manipulationen keine Effekte. Die Studie ergab hingegen, dass die allgemeine Bewertung und Weiterempfehlung der Online-Studie nicht nur mit dem Inhalt, sondern auch mit der Beurteilung des visuellen Designs zusammenhängt. Dies unterstreicht die Bedeutung der optischen Aufbereitung von Online-Erhebungen.

### **Publikation zur Studie**

Feischen, I. (2013). Design von Online-Erhebungen: Der Einfluss von Farbe und Professionalität auf wahrgenommene Ästhetik und Testergebnisse. Unveröffentlichte Diplomarbeit, Westfälische Wilhelms-Universität Münster.

### **Websites der Autoren und/oder Websites mit weiterführenden Informationen**

<http://www.uni-muenster.de/OWMS/ueber-uns/mitarbeiter/person/meinald-thielsch/>

### **Ansprechpartner**

PD Dr. Meinald Thielsch, Westfälische Wilhelms-Universität Münster

---

## **Informationen zur Studie „Ehrenamt und soziale Kompetenz“**

### **Titel der Studie**

Zusammenhang zwischen ehrenamtlichem Engagement und sozialen Kompetenzen

### **Autor der Studie**

Uwe Peter Kanning; Hochschule Osnabrück

### **Befragungszeitraum**

Herbst 2013

### **Ziel der Studie**

Überprüft wird die Frage, inwieweit das soziale Engagement eines Menschen in einem systematischen Zusammenhang zur Ausprägung seiner sozialen Kompetenzen steht.

### **Kurzbeschreibung von Studie und Befunden**

In der Personalauswahl ziehen die Verantwortlichen bei der Sichtung von Bewerbungsunterlagen u. a. Angaben über ehrenamtliche Tätigkeiten zur Einschätzung der Bewerber heran. Dabei wird allgemein angenommen, dass Menschen, die sich sozial engagieren über stark aufgeprägte soziale Kompetenzen verfügen. Dies mag einerseits darauf zurückzuführen sein, dass sich entsprechende Personen mit höherer Wahrscheinlichkeit sozial engagieren, andererseits führt aber möglicherweise auch ein ehrenamtliches Engagement im Laufe der Zeit zu einer Förderung sozialer Kompetenzen. Mithilfe der Studie sollte überprüft werden, ob das ehrenamtliche Engagement tatsächlich eine sinnvolle Grundlage zur Einschätzung sozialer Kompetenzen ist. Die Teilnehmer der Studie wurden gebeten, Angaben zu ihrem ehrenamtlichen Engagement zu machen und einen umfangreichen Fragebogen zur Messung sozialer Kompetenzen auszufüllen. In einer Vorstudie mit ca. 250 Personen konnten nur geringfügige Zusammenhänge gefunden werden. Mit Hilfe der Datenerhebung über PsyWeb konnte die Gesamtstichprobengröße auf mehr als 1000 Personen vergrößert werden. Hierdurch wird es möglich sein, bestimmte Formen sozialen Engagements tiefergehend zu untersuchen. So könnte es z. B. sein, dass sich bei bestimmten Formen des Engagements Zusammenhänge zu sozialen Kompetenzen finden lassen, bei anderen jedoch nicht. Dies wäre für die Praxis der Bewerbungsmappensichtung eine wichtige Erkenntnis.

### **Publikation(en) zur Studie**

Die Daten sind noch nicht ausgewertet

### **Websites der Autoren und/oder Websites mit weiterführenden Informationen**

<http://www.wiso.hs-osnabrueck.de/30854.html>

### **Ansprechpartner**

Prof. Dr. Uwe P. Kanning

U.Kanning@hs-osnabrueck.de

---

## **Informationen zur Studie „Validierung eines Fragebogens“**

### **Titel der Studie**

Überprüfung eines Fragebogens zur Messung positiver Selbstdarstellung

### **Autor der Studie**

Uwe Peter Kanning; Hochschule Osnabrück

### **Befragungszeitraum**

Herbst 2013

## **Ziel der Studie**

Überprüft wird die Aussagekraft eines Fragebogens zur Messung positiver Selbstdarstellung

## **Kurzbeschreibung von Studie und Befunden**

Zur Entwicklung wissenschaftlich abgesicherter Fragebögen müssen zahlreiche Studien durchgeführt werden. Manche dieser Studien dienen der Validierung. Dabei schaut man z. B. ob die Ergebnisse eines neuen Fragebogens in einem sinnvollen Zusammenhang zu den Ergebnissen anderer Fragebögen stehen. Im Rahmen einer Studie mit fast 480 Teilnehmern wurde ein neuer Fragebogen zur Messung positiver Selbstdarstellung einer solchen Überprüfung zugeführt. Unter positiver Selbstdarstellung versteht man die Tendenz vieler Menschen, u. a. beim Ausfüllen eines Fragebogens zur Selbstbeschreibung ein mehr oder minder positiv verzerrtes Bild von sich abzugeben. Mit Hilfe spezifischer Fragebögen lässt sich abschätzen, wie stark ein Mensch hierzu neigt. Die durchgeführte Studie ergab sinnvolle Ergebnisse, die für die Aussagekraft des neuen Fragebogens sprechen. So zeigt sich z. B. ein positiver statistischer Zusammenhang zwischen dem Ausmaß der Selbstdarstellung und der Selbsteinschätzung als sozial verträglicher Mensch. Gleiches galt für die Einschätzung der eigenen Offenheit für neue Dinge.

## **Publikation(en) zur Studie**

in etwa zwei Jahren gemeinsam mit vielen weiteren Befunden zum selben Fragebogen

## **Websites der Autoren und/oder Websites mit weiterführenden Informationen**

<http://www.wiso.hs-osnabrueck.de/30854.html>

## **Ansprechpartner**

Prof. Dr. Uwe P. Kanning

U.Kanning@hs-osnabrueck.de

## **Informationen zur Studie „Wie situational sind Situational Judgment Tests?“**

### **Autoren der Studie**

Stefan Krumm; Psychologische Diagnostik und Differentielle und Persönlichkeitspsychologie, Freie Universität Berlin

Filip Lievens; Department of Personnel Management, Ghent University

Joachim Hüffmeier; Bundesanstalt für Arbeitsschutz und Arbeitsmedizin

Anastasiya Lipnevich; Queens College and the Graduate Center, City University of New York

Hanna Bendels; Organisations- und Wirtschaftspsychologie, WWU Münster

Guido Hertel; Organisations- und Wirtschaftspsychologie, WWU Münster

### **Befragungszeitraum**

Oktober 2013

### **Ziel der Studie**

Ziel der durchgeführten Studien war es, zu prüfen, welchen Einfluss die Situationsbeschreibungen auf die Leistung in Situational Judgment Tests hat.

### **Kurzbeschreibung von Studie und Befunden**

Situational Judgment Tests (SJTs) bestehen in der Regel aus zweigeteilten Fragen. Zunächst wird eine realistische (Arbeits-)Situation geschildert. Daraufhin werden Testteilnehmer gebeten – meist anhand von multiple-choice Antwortoptionen - anzugeben, wie sie sich in dieser Situation verhalten würden. Es existieren derzeit zwei unterschiedliche Auffassungen, was mit solchen Tests gemessen wird: situations-spezifisches oder allgemeines, situations-unspezifisches Wissen über die generelle Effektivität und Sinnhaftigkeit der in den Antwortoptionen genannten Verhaltensweisen. In drei aufeinanderfolgenden Studien ( $N = 1035$  Berufstätige

und Studierende, von denen ein Teil in Rahmen des PsyWeb erhoben wurden) wurden diese beiden Perspektiven getestet. In zwei der drei Studien erhielt ein Teil der Teilnehmer nur SJT-Fragen ohne Situationsbeschreibung. Die Ergebnisse zeigen, dass die Auffassung von SJTs als Messinstrumente, die situationsspezifisches Wissen erfassen, bei 43% bis 71% der Fragen nicht bestätigt werden konnte: Es machte also bei diesen Items keinen bedeutsamen Unterschied, ob die Situationsbeschreibungen gezeigt wurden oder nicht. Auch auf Ebene der SJT-Gesamtwerte zeigte sich nur ein – im Vergleich zu der massiven Veränderung der Items (mit oder ohne Situationsbeschreibung) – vergleichsweise geringer Effekt. Diese Ergebnisse ließen sich über in verschiedenen SJTs und unterschiedlichen Stichproben replizieren. Weiterführende Befragungen von Testteilnehmern in Studie 3 zeigten, dass Antworten in SJT-Fragen, in denen keine Situationsbeschreibungen vorhanden waren, auf Basis von Wissen zur allgemeinen Sinnhaftigkeit von Verhaltensalternativen ausgewählt wurden. Die Ergebnisse dieser Studien haben weitreichende Implikationen, z. B. für die Gestaltung von SJTs.

#### **Publikation(en) zur Studie**

Liegen noch nicht vor.

#### **Ansprechpartner**

Stefan Krumm (stefan.krumm@fu-berlin.de)

---

### **Informationen zur Studie „Allergien und Unverträglichkeiten bei Lebensmitteln“**

#### **Titel der Studie**

Geschlechtsspezifische Aspekte bei der Lebensmittelwahl  
- *Substichprobe Lebensmittelallergien und Lebensmittelunverträglichkeiten* –

#### **Autorin der Studie**

Dr. Pamela Kerschke-Risch  
Universität Hamburg Fachbereich Sozialwissenschaften / Soziologie

#### **Befragungszeitraum**

17.10.2013 – 04.11.2013

#### **Ziel der Studie**

Hauptziel des Forschungsprojektes ist die Untersuchung der folgenden Fragestellung:  
*Wie und aus welchen Gründen unterscheiden sich Männer und Frauen bei der Lebensmittelwahl?*

#### **Kurzbeschreibung von Studie und Befunden**

In der Studie wurden unterschiedliche Fragenkomplexe zum Ernährungshandeln bei Personen, die nach Selbsteinschätzung unter Lebensmittelallergien oder Lebensmittelunverträglichkeiten leiden, erhoben. Besonders wichtig ist für diese Personengruppe die Kennzeichnung der Inhalts- und Zusatzstoffe. Das Desinteresse an Fragen in Zusammenhang mit Ernährung und Lebensmitteln ist deutlich geringer als bei Vergleichsgruppen, die keine gesundheitlichen Einschränkungen durch Allergien oder Unverträglichkeiten aufweisen.

Von ca. drei Viertel der Befragten wird, unabhängig vom Geschlecht, angenommen, dass ein Zusammenhang zwischen der Gesundheit und der Ernährung besteht. Generell zeigt sich jedoch bei den Frauen ein deutlich stärker ausgeprägtes Gesundheitsbewusstsein. Insgesamt zeigen sich Tendenzen, dass Frauen auch im Bereich der Ernährung risikoaverser, aber gleichzeitig problembewusster sind.

#### **Publikation(en) zur Studie**

In Vorbereitung

## **Websites der Autoren und/oder Websites mit weiterführenden Informationen**

<http://www.wiso.uni-hamburg.de/professuren/institut-fuer-soziologie/personal/postdoc-angestellte-und-wissenschaftliche-mitarbeiterinnen/pamela-kerschke-risch/forschungsprojekt/>

## **Ansprechpartner:**

Dr. Pamela Kerschke-Risch (Dipl. Soziologin)  
pamela.kerschke-risch@uni-hamburg.de

---

## **Informationen zur PsyWeb-Mitgliederbefragung**

### **Autor der Studie**

PD Dr. Meinald Thielsch (Westfälische Wilhelms-Universität Münster)

### **Befragungszeitraum**

03.11.2013 bis 08.12.2013

### **Ziel der Studie**

Mit unserer Befragung wollten wir die Zufriedenheit der PsyWeb-Mitglieder erfragen und herausfinden, welche Verbesserungen wir vornehmen können, um diese zu steigern.

### **Kurzbeschreibung von Studie und Befunden**

Der verwendete Fragebogen bestand insgesamt aus 39 Fragen. Die Fragen bezogen sich allgemein auf PsyWeb und die Website, auf die PsyWeb-Studien sowie auf das Feedback, welches die PsyWeb-Mitglieder am Ende mancher Studien erhalten können. Es wurden ja-/nein-Fragen, Fragen mit Einzel- oder Mehrfachauswahl oder Antwortmatrizen. Teilweise konnten Fragen auch frei beantwortet werden. Die Beantwortung der Fragen hat ungefähr 5 bis 10 Minuten in Anspruch genommen.

Mit der Befragung konnte festgestellt werden, dass die Mitglieder im Allgemeinen zufrieden mit PsyWeb und den Studien sind. Überwiegend wird an den Studien teilgenommen, um einen Beitrag zur Forschung zu leisten und aus Interesse an der Psychologie. Darüber hinaus konnte festgestellt werden, dass die Webseite nur wenig in Anspruch genommen wird, sodass viele Bereiche auf der Seite für die Mitglieder unbekannt sind. Einige Mitglieder (38%) wünschen sich, dass die Menge an Einladungen zur Teilnahme an PsyWeb-Studien steigt. Hinsichtlich des Feedbacks wurde verlangt, dass dieses ausführlicher bzw. spezifischer gestaltet wird. Ein weiterer wichtiger Punkt waren die Fragen nach der Anonymität, der Ethik und des Datenschutzes. Hierbei wurden keine Bedenken aus Sicht der Mitglieder geäußert. Die freien Antwortformate wurden zusätzlich berücksichtigt und intern besprochen.

### **Ansprechpartner**

PD Dr. Meinald Thielsch (thielsch@uni-muenster.de)



# Informationen zu ausgewählten PsyWeb-Dauertests im Jahr 2013

## Informationen zum „Fragebogen zur Persönlichkeit“

### Autoren der Studie

Stefan Schmukle, Universität Leipzig & Meinald Thielsch, Universität Münster

### Befragungszeitraum

Seit 2010 andauernd

### Ziel des Fragebogens

Den Teilnehmern wird es ermöglicht, sich selbst im Vergleich zu einer Normierungsstichprobe auf den zentralen fünf Dimensionen der Persönlichkeit (Extraversion, Gewissenhaftigkeit, Verträglichkeit, Offenheit und emotionale Stabilität) einzuschätzen. Die Befragten erhalten hierbei eine kurze Information sowie eine individuell angepasste Einschätzung hinsichtlich dieser fünf Persönlichkeitsmerkmale. Aufgrund der großen Teilnehmerzahl im PsyWeb ist es uns zudem nun möglich, die Angaben aus diesem Fragebogen für weitergehende Forschung zu den Persönlichkeitsdimensionen und einer neuen Normierung des eingesetzten Fragebogens zu nutzen.

### Kurzbeschreibung des Fragebogens

Der eingesetzte Test stützt sich auf ein zentrales Konzept der Persönlichkeitspsychologie: die Big Five. Dies sind fünf Hauptdimensionen der Persönlichkeit: Extraversion, Gewissenhaftigkeit, Verträglichkeit, Offenheit und emotionale Stabilität (letztere wird oft auch als Neurotizismus benannt). Die Forschung zu den Big Five reicht zurück bis in die 1930er Jahre; die Big Five erweisen sich in der Forschung seitdem als sehr stabile und weitgehend kulturunabhängige Persönlichkeitsdimensionen (vgl. Asendorpf, 2012). Diese fünf Persönlichkeitsfaktoren finden sich nicht nur ebenso schon bei Kindern und Jugendlichen, sie sind teilweise auch genetisch bedingt (siehe Buchard & McGue, 2003). Die Big Five umfassen eine Reihe von Unteraspekten (siehe Abbildung im Anhang) und sind entsprechend oftmals Grundlage für weitergehende Forschungen innerhalb und außerhalb der Persönlichkeitspsychologie (vgl. Asendorpf, 2012). Zur Erfassung der Big Five ist der Big Five Inventory (nachfolgend „BFI“) seit vielen Jahren ein zentrales Erhebungsinstrument in einer Vielzahl von Forschungen, was sich auch in den weit über 1.000 Zitationen des englischsprachigen Big Five Inventory (John et al., 1991) zeigt. Im PsyWeb wird eine überarbeitete Form der deutschen Übersetzung des BFI von Lang et al. (2001) verwendet. Der BFI ist international eines der renommiertesten und am häufigsten eingesetzten Fragebogenverfahren aus der Persönlichkeitspsychologie. Die von uns eingesetzte deutsche Version des BFI umfasst ebenso wie das etablierte Originalverfahren insgesamt 44 Fragen.

Hauptanwendungsbereich des BFI ist die allgemeine Persönlichkeitsdiagnostik. Persönlichkeit und hierbei insbesondere die Big Five haben einen nachweislichen Einfluss in vielen Lebensbereichen, sowohl im privaten als auch im beruflichen Kontext (siehe bspw. Barick & Mount, 1991; John & Srivastava, 1999; Specht et al., 2011) und sind teilweise genetisch determiniert (siehe Buchard & McGue, 2003). In der Forschung stellen die Big Five daher ein zentrales Erklärungsmerkmal von menschlichem Verhalten und Erleben dar.

### Publikation(en) zum Fragebogen

Publikationen auf Basis der in PsyWeb erhobenen Angaben im BFI sind derzeit in Vorbereitung bzw. in Begutachtung, wir hoffen auf erste Veröffentlichungen im laufenden Jahr 2014.

### Ansprechpartner

PD Dr. Meinald Thielsch (thielsch@uni-muenster.de)

---

## **Informationen zur Studie „Berufliche Motive“**

### **Autor der Studie**

Uwe Peter Kanning; Hochschule Osnabrück

### **Befragungszeitraum**

Seit 2013 andauernd

### **Ziel der Studie**

Es wird eine möglichst große Anzahl von Menschen benötigt, die den Fragebogen ausfüllen. Das Ziel ist dabei die Erhebung einer sog. „Normstichprobe“. In der späteren Anwendung des Fragebogens werden die Ergebnisse eines einzelnen Menschen mit dem Ergebnis dieser Normstichprobe verglichen, so dass man eine Aussage darüber treffen kann, ob bestimmte Arbeitsmotive bei ihm z. B. unter- oder überdurchschnittlich ausgeprägt sind.

### **Kurzbeschreibung von Studie und Befunden**

Arbeitsmotive sind ein wichtiges Thema in der Berufsberatung sowie in der Personalarbeit. Dabei geht es jeweils um die Frage, was ein Mensch durch seine berufliche Tätigkeit erreichen will (z. B. Ansehen, Wohlstand, Sicherheit, Selbstverwirklichung). In der Personalarbeit kann die Kenntnis der Arbeitsmotive u. a. dabei helfen, Mitarbeiter innerhalb eines Unternehmens besser zu platzieren oder die Organisation so weiterzuentwickeln, dass sie den Bedürfnissen der Arbeitnehmer Stück für Stück weiter entgegenkommt. Hier vor erhofft man sich eine größere Arbeitszufriedenheit und mittelbar auch eine stärkere Bindung der Arbeitnehmer an ihren Arbeitgeber. Der Fragebogen zur Messung von Arbeitsmotiven erfasst 16 Motive, die bei jedem Menschen mehr oder minder unterschiedlich ausgeprägt sein können. Die bisherigen Studien zeigen, dass Frauen und Männer sich nur sehr geringfügig unterscheiden. So finden sich z. B. bei Männern leicht höhere Werte in den Bereichen Macht, während Frauen sicherheitsorientierter sind und ein ausgewogeneres Verhältnis zwischen Beruf und Freizeit anstreben. Bis zur Veröffentlichung des Fragebogens in einem wissenschaftlichen Testverlag sind noch einige Studien geplant. Danach steht das Verfahren auch in der Praxis der Berufsberatung und Personalarbeit zu Verfügung.

### **Publikation(en) zur Studie**

Eine Publikation des Fragebogens ist für das Jahr 2015 vorgesehen.

### **Websites der Autoren und/oder Websites mit weiterführenden Informationen**

<http://www.wiso.hs-osnabrueck.de/30854.html>

### **Ansprechpartner**

Prof. Dr. Uwe P. Kanning

U.Kanning@hs-osnabrueck.de

---

## **Informationen zum „Selbsttest zum Aufschiebeverhalten, Depressivität und Aufmerksamkeitsdefiziten“**

Schon seit Längerem beschäftigen sich Psychologen mit der Frage, warum viele Menschen wichtige Aufgaben immer wieder vor sich herschieben, obwohl sie diese dringend erledigen müssten. Mit diesem dauerhaften Test möchten wir zudem herausfinden, ob ein Zusammenhang zwischen dem Aufschieben und tatsächlich vorhandenen Belastungen und Stress besteht. Oder hilft das Aufschieben sogar, kurzfristig Stress zu vermeiden? Direkt am Ende des Fragebogens erhalten alle Teilnehmer eine individuelle Rückmeldung zum eigenen Aufschiebeverhalten.

### **Ansprechpartner**

Das PsyWeb-Team ([psyweb@uni-muenster.de](mailto:psyweb@uni-muenster.de))

---

### **Informationen zum „Selbsttest zum Alkoholkonsum“**

In diesem dauerhaften Test werden die Trinkhäufigkeiten und Trinkmengen der letzten 30 Tage erfasst. Basierend auf den Angaben haben die Teilnehmer am Ende die Möglichkeit ein automatisch berechnetes Feedback zum eigenen Alkoholkonsum zu erhalten.

#### **Ansprechpartner**

Das PsyWeb-Team (psyweb@uni-muenster.de)

---

### **Informationen zu den „Tests zu Fakten und Mythen der Psychologie“ (Teil 1 und 2)**

#### **Autoren der Studie**

Das PsyWeb-Team (Uwe Kanning, Thomas Ehring, Fred Rist, Stefan Schmukle & Meinald Thielsch)

#### **Befragungszeitraum**

Seit 2011 (Teil 1), bzw. 2013 (Teil 2) andauernd

#### **Ziel der Tests**

Wir möchten allen PsyWeb-Mitgliedern spannende Informationen aus der Psychologie geben – und gleichzeitig erfahren, welche Mythen der Alltagspsychologie noch weit verbreitet sind.

#### **Kurzbeschreibung von Studie und Befunden**

Diese dauerhaften Tests haben wir speziell für Mitglieder des PsyWebs erstellt. Hier kann sich jede/r selbst jeweils anhand von 20 Fragen prüfen, ob man die Wahrheit hinter gängigen Alltagsweisheiten kennt. Kann man die Persönlichkeit aus der Handschrift erkennen? Werden bei Vollmond mehr Straftaten verübt? Steigert Musik von Mozart bei Kleinkindern die Intelligenz? Ausgewählte Ergebnisse dieser Dauerstudie wurden inzwischen veröffentlicht.

#### **Publikationen zu den Tests**

Kanning, U. P., Rist, F., Schmukle, S. & Thielsch, M. T. (2013). Mythen der Alltagspsychologie – Was wissen Laien über (vermeintliche) Forschungsergebnisse? *Skeptiker*, 1/2013, 10-15.

Kanning, U. P., Rist, F., Schmukle, S., Ehring, T. & Thielsch, M. T. (2014). Mythen der Alltagspsychologie II – Aus welchen Quellen speisen Menschen ihr Wissen über vermeintliche Forschungsergebnisse und wie gut sind diese Quellen? *Skeptiker*, 1/2014, 4-12.

#### **Ansprechpartner**

Das PsyWeb-Team (psyweb@uni-muenster.de)