



Fotoquelle: Flickr (jayneandd)

Forschungsbericht

Verfälschungstendenzen bei Persönlichkeitsfragebogen

Projektteam Testentwicklung, 2013

Verfasser: Christine Borkhoff & Rebekka Schulz

Projektteam Testentwicklung c/o Dr. R. Hossiep
Ruhr-Universität Bochum
Fakultät für Psychologie
GAFO 04/979
Universitätsstr. 150
44780 Bochum

Telefon: 0234 - 32 2 4623
E-Mail: bip@rub.de
Homepage: www.testentwicklung.de



Link zum PDF

Fragestellung

Gerade bezüglich des Einsatzes von Persönlichkeitsverfahren wird häufig die Befürchtung geäußert, Teilnehmer würden ihre Antworten absichtlich verfälschen, um ein gewisses Bild von sich zu erzeugen, das nicht unbedingt der Realität entspricht. Ein derartiges Antwortverhalten wird unter dem Begriff **soziale Erwünschtheit** geführt, welche die Tendenz beschreibt, bei der Beantwortung von Aussagen in Fragebogen nicht die tatsächlich zutreffende Antwort auszuwählen, sondern jene, von der der Teilnehmer glaubt, dass sie sozialen Normen entspricht (Edwards 1957; Häcker & Stapf, 2009).

Wie stark ein derartiges Verhalten auftritt, hängt sicherlich auch davon ab, in welchem Kontext die Antworten gegeben werden. So scheint eine Verfälschung im Rahmen eines Auswahlprozesses wahrscheinlicher als bei einer individuellen Standortbestimmung. Entsprechend wird z. B. die Frage nach der Loyalität zum Arbeitgeber einen hohen Druck in Richtung sozial erwünschtem Antwortverhalten ausüben, wenn diese innerhalb eines Bewerbungsprozesses vorgelegt wird (Paunonen & LeBel, 2012).

Dennoch impliziert die Tatsache, dass eine Verfälschung generell möglich ist, nicht unbedingt, dass davon auch Gebrauch gemacht wird. So würden laut Hossiep (2007) Teilnehmer häufig allein schon durch die Annahme, der Test könne versuchte Täuschungen aufdecken, genau davon abgehalten. Auch die Erwartung, einen Nachweis erbringen zu müssen, dass die getätigten Angaben korrekt seien, würde zu wahrheitsgetreuen Aussagen führen (Schuler & Höft, 2006).

Zu unterscheiden sind grundsätzlich zwei Arten von Verfälschungstendenzen:

- a) **Self Deception:** eine Selbsttäuschung, bei der die betreffende Person der Überzeugung ist, dass die von ihr gegebenen Antworten tatsächlich auf sie zutreffen (verzerrte Selbstwahrnehmung)
- b) **Impression Management:** ein bewusster Täuschungsversuch, bei dem derart geantwortet wird, dass ein bestimmtes – erwünschtes – Ergebnis daraus hervorgeht.

Unabhängig davon, welche Art der Täuschung und ob ein Täuschungsversuch vorliegt oder nicht: ein Problem tritt im Grunde erst dann auf, wenn z. B. im Rahmen eines Auswahlprozesses die Kandidaten in unterschiedlichem Ausmaß verfälschen, da ansonsten die Rangfolge unter den Kandidaten gleich bliebe (Lautenschlager, 1994). Sollten allerdings Unterschiede in der Verfälschungstendenz auftreten, so ist es umso wichtiger, dass das Persönlichkeitsverfahren nicht für sich steht, sondern daneben weitere Instrumente und Methoden im Sinne der sogenannten **Multimethodalität** angewendet werden (z. B. Bewerbungsunterlagen, Rollenspiele). Im Besonderen das persönliche (Rückmelde-) Gespräch bietet hierbei ausreichend Gelegenheit, um Aussagen zu hinterfragen und Unstimmigkeiten zu klären.

Speziell für das Bochumer Inventar zur berufsbezogenen Persönlichkeitsbeschreibung (BIP, Hossiep & Paschen, 2003) wurde der Frage nach Verfälschungstendenzen im Rahmen der Beantwortung insofern nachgegangen, als dass zusammen mit der Auswertung zugleich ein Feedbackbogen verschickt wurde, der u. a. folgende Fragen enthielt:

- 1) Wenn Sie im Rahmen einer Bewerbung den Fragebogen bearbeiten müssten, wie stark würden Sie Ihre Antworten bewusst verfälschen, um einen bestimmten Eindruck von sich zu vermitteln?
- 2) Haben Sie Ihre Antworten bei Ihrer aktuellen Teilnahme bewusst verfälscht?

Der Feedbackbogen konnte entweder anonym beantwortet werden oder auf Wunsch mit Angabe der eigenen Adresse, die zur Ansprache für weitere Forschungszwecke verwendet und separat von den übrigen Antworten abgespeichert wurde.

Ergebnisse

Nach ihren Verfälschungsabsichten im Rahmen von Bewerbungen gefragt, antworteten 50 % der teilnehmenden Personen, dass sie ihre Antworten im Fragebogen (nahezu) nicht verfälschen würden (Kategorien 1 und 2). 37 % der Befragten würden dies in nicht allzu starkem Maße tun (Kategorien 3 - 5) und die übrigen 13 % würden gemäß Abbildung 1 versuchen, durch eine entsprechende Beantwortung der Fragen ein gewisses Bild von sich zu erzeugen (Kategorien 6 und 7).

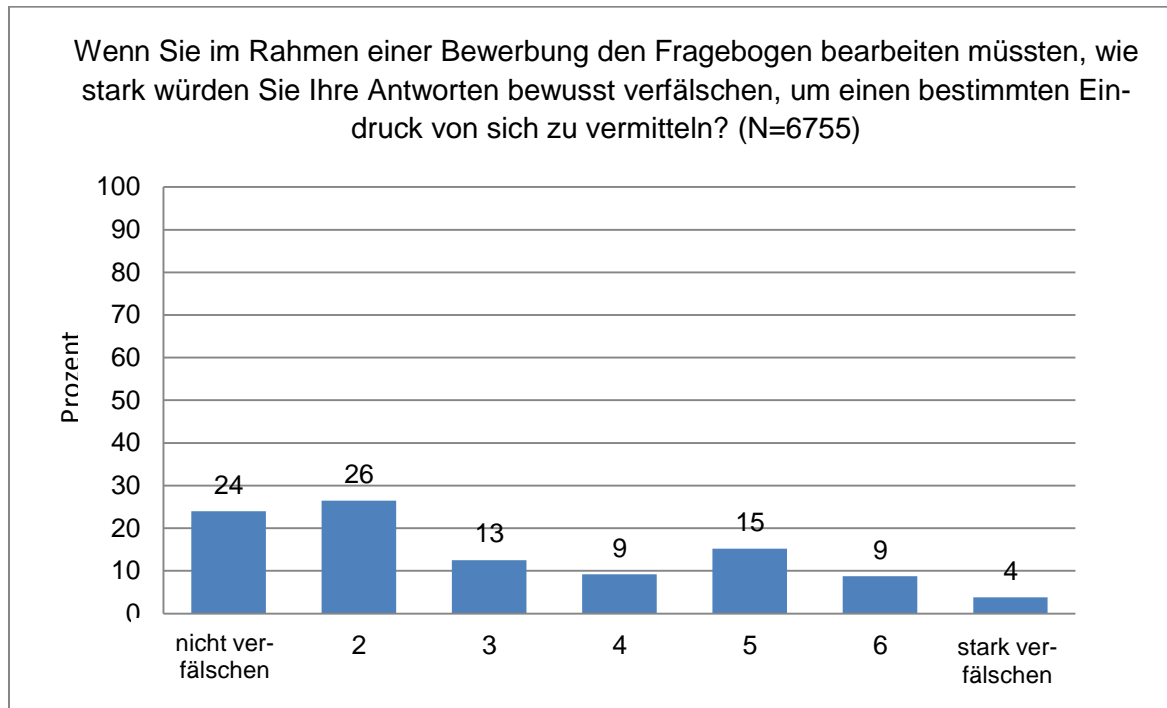


Abb. 1: Verfälschungsabsichten im Bewerbungskontext (Antworten in Prozent).

Neben der Frage, ob der Einzelne bei der Bearbeitung des Fragebogens seine Antworten verfälschen würde, ist sicherlich auch von großem Interesse, inwieweit dies auch tatsächlich getan wird (vgl. Abb. 2). Von den Teilnehmern gaben nahezu alle (Kategorien 1 und 2) an, dass sie gar nicht oder in nur sehr geringem Maße nicht auf sie zutreffende Antworten gegeben hätten.

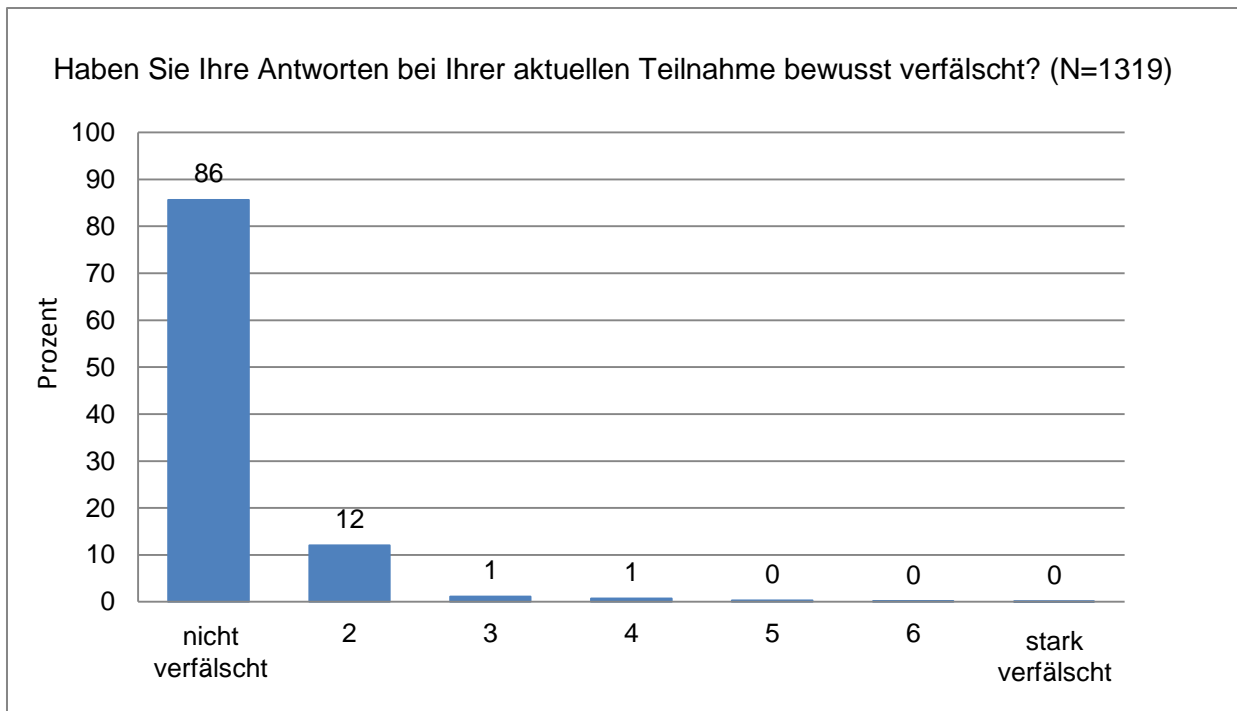


Abb. 2: Absichtliche Verfälschung des BIP (Antworten in Prozent).

Diskussion

Insgesamt zeigt sich auch bei der Prüfung der Verfälschungstendenzen bei der Bearbeitung des BIP, dass die Mehrheit der Befragten angibt, ihre Antworten im BIP nicht bzw. in geringem Maße zu verfälschen.

Hinterfragen lässt sich, inwiefern Mechanismen der Selektion auf die Ergebnisse gewirkt haben. Zum einen kann eine Selbstselektion dergestalt eingetreten sein, dass insbesondere jene Personen Auskunft gaben, die sehr genau und wahrheitsgetreu den Fragebogen bearbeiteten, da es sich immerhin um freiwillige Angaben handelt. Zum anderen ist unklar, ob Personen im Auswahlkontext der Fragebogen überhaupt ausgehändigt wurde und sie somit eine Möglichkeit zur Rückmeldung hatten. Letztlich kann dieser Aspekt nicht gänzlich ausgeschlossen werden.

Es ist aber davon auszugehen, dass es sich in diesem Fall nicht um ein deutlich verzerrtes Bild handelt. Zwei Aspekte sind in diesem Zusammenhang zu berücksichtigen. Zum einen positiv zu bewerten ist die Stichprobengröße von bis zu 6755 Personen. Zum anderen ist zu bedenken, dass diese Angaben wie beschrieben freiwillig gemacht, getrennt vom Fragebogen erhoben und direkt an das Projektteam Testentwicklung gesandt wurden, sodass die Teilnehmer keine negativen Auswirkungen aufgrund ihrer Antworten hinsichtlich des Testergebnisses oder durch den Auftraggeber antizipieren mussten. Daher ist nicht anzunehmen, dass die Antworten auf diese Fragen durch deutliche Verfälschungstendenzen beeinflusst wurden. Dafür spricht zudem, dass bei der Frage, inwiefern in einem Bewerbungsprozess Fragen nicht wahrheitsgemäß beantwortet würden, durchaus Teilnehmer angaben, ihre Antworten z. T. zu verfälschen, was auf eine realistische und ehrliche Auskunft hindeutet.

Insgesamt kann festgestellt werden, dass andere Verfahren, wie z. B. Intelligenztests, im Vergleich zu Persönlichkeitsfragebogen schwerer dahingehend zu verändern sind, dass ein positiveres Bild von der eigenen Person aufgezeigt wird, als es der Realität entspricht. Dennoch sollte vor einer vorschnellen Ablehnung des Einsatzes von Persönlichkeitsverfahren bedacht werden, dass Impression Management auch bei anderen Instrumenten, z. B. Vorstellungsgesprächen, stattfinden kann. Zudem ist davon auszugehen, dass nahezu alle Bewerber bestrebt sind, ein positives Bild ihrer eigenen Person sicherzustellen. Demnach dürften diese Tendenzen keinen großen Einfluss auf die Vergleichbarkeit von Ergebnissen verschiedener Bewerber haben, da sich vermutlich alle Personen etwas positiver darstellen als sie sind und sich somit die Verzerrung in gleichem Maße zeigt.

Ferner weist die aktuelle Forschungslage (Marcus, 2009) darauf hin, dass im Auswahlkontext sowohl validitätsdämpfende als auch -steigernde sowie neutrale Effekte auf bewusste Manipulation zurückzuführen sind.

Literatur

- Edwards, A. L. (1957). *The social desirability variable in personality assessment and research*. New York: Dryden.
- Häcker, H. O. & Stapf, K.-H. (2009). *Dorsch - Psychologisches Wörterbuch* (15. überarb. Aufl.). Bern: Hans Huber.
- Hossiep, R. (2007). Messung von Persönlichkeitsmerkmalen. In H. Schuler & K. Sonntag (Hrsg.), *Handbuch der Arbeits- und Organisationspsychologie* (S. 450-458). Göttingen: Hogrefe.
- Hossiep, R. & Paschen, M. (2003). *Bochumer Inventar zur berufsbezogenen Persönlichkeitsbeschreibung – BIP* (2. Vollständig überarbeitete Aufl.). Göttingen: Hogrefe.
- Lautenschlager, G. J. (1994). Accuracy and faking of background data. In G. S. Stokes, M. D. Mumford & W. A. Owens (Hrsg.), *Biodata Handbook: Theory, research and use of biographical information in selection and performance prediction*. Palo Alto: Consulting Psychologist Press.
- Marcus, B. (2009). ›Faking‹ from the applicant's perspective: A theory of self-presentation in personnel selection settings. *International Journal of Selection and Assessment*, 17, 417-430.
- 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.
- Schuler, H. & Höft, S. (2006). Konstruktorientierte Verfahren der Personalauswahl. In H. Schuler (Hrsg.), *Lehrbuch der Personalpsychologie* (S. 101-144). Göttingen: Hogrefe.

Fotoquelle Deckblatt: <http://www.flickr.com/photos/jayneandd/4849833640/>

Bitte zitieren Sie diesen Artikel wie folgt:

Borkhoff, C. & Schulz, R. (2013). *Verfälschungstendenzen bei Persönlichkeitsfragebogen* (Forschungsbericht). Bochum: Ruhr-Universität, Projektteam Testentwicklung.

Stand 04.03.2013