

Self Leadership: Wer bin ich - und wenn ja, wieviele?

Autor: Christoph Schwörer

Datum 17.05.2024 Title

Inhalt

Einleitung.....	3
Theoretischer Hintergrund.....	4
Messinstrumente.....	4
Merkmale Psychologischer Tests	4
Die „Big 5“	5
Motive.....	6
Das „Emotional Intelligence Inventar“ (EI4).....	8
Methodik und Testdurchführung	10
Testergebnisse	12
Diskussion	15
Fazit und Ausblick.....	16
Literaturverzeichnis	17
Ehrenwörtliche Erklärung.....	18

Einleitung

„Wer bin ich – Und wenn ja, wie viele?“ Diese Frage stellt der deutsche Philosoph David Rupert Precht in seinem gleichnamigen Buch. Um diese Frage eingehend zu klären, müssen wir uns selbst beobachten und damit in Einklang bringen wie andere uns Wahrnehmen und Bewerten. Je besser wir darin sind diese zwei Perspektiven in Einklang zu bringen, desto erfolgreicher sind wir im privaten und auch im beruflichen Leben. Die wissenschaftliche Disziplin, die sich mit diesem Thema beschäftigt nennt sich Self-Leadership oder im deutschen Selbstführung und setzt sich zusammen aus Konzepten des Managements und der Psychologie. Sie beschreibt unsere Fähigkeit sich selbst zu bewerten, zu führen, sich Ziele zu setzen und sich selbst zu motivieren. Seit der Prägung des Begriffs Self Leadership im Jahr 1983 durch Charles C. Manz in seinem Buch "The Art of Self-Leadership: Strategies for Personal Effectiveness in your Life and Work" wurde er stetig weiterentwickelt.

Wie aber bewertet man sich selbst richtig. Hierbei ist es wichtig zu wissen nach welchen Kriterien und Merkmalen man sich selbst bewertet. Bereits in den 1930er Jahren begannen Gordon Allport und Henry Odbert mit der Forschung zur Klassifizierung von Persönlichkeitsmerkmalen. Diese Forschung setzte sich fort, bis sie in den 1980er Jahren im *Big5 Modell* mündete. Dieses Modell beschreibt 5 Kernelemente eine Persönlichkeit: Offenheit für Erfahrungen, Gewissenhaftigkeit, Extraversion, Verträglichkeit und Neurotizismus. Den Eigenschaften gemein ist, dass sie gut messbar und sehr stabil sind. Das heißt sie schwanken nicht mit der Tagesform und bleiben in ihrer Ausprägung über lange Jahre gleich beständig.

Eine weitere Möglichkeit einen Charakter zu bewerten ist über seine Emotionale Intelligenz. In seinem Buch "Emotional Intelligence: Why It Can Matter More Than IQ" (1995) beschreibt Daniel Goleman die fünf Hauptkomponenten der Emotionalen Intelligenz: Selbstwahrnehmung, Selbstregulation, Selbstmotivation, Empathie und soziale Fähigkeiten.

Um sich selbst zu bewerten, genügt somit ein standardisierter Test jeweils für die Big 5 und zur emotionalen Intelligenz. Die Beantwortung der eingehenden Frage „Wer bin ich – Und wenn ja, wie viele?“ bleibt aber noch aus. Denn vor allem die Frage „Wie viele?“ zielt nach Ansicht des Autors auf eine weiter greifende Frage. Zeigt eine Person in verschiedenen sozialen Umfeldern oder Rollen auch unterschiedlich starke

Ausprägungen von Charaktereigenschaften. Und wie stark variieren hierbei die Selbst- und die Fremdwahrnehmung voneinander. Um diese Frage zu beantworten, stellt sich der Autor dem Selbstexperiment und bewertet sich selbst in seiner privaten Rolle als Familienvater aber auch in seiner beruflichen Rolle als Führungskraft. Ergänzt wird diese Selbstbewertung um eine Fremdbewertung jeweils aus der Familie und aus dem Arbeitsumfeld.

Theoretischer Hintergrund

Messinstrumente

Psychologische Tests sind standardisierte wissenschaftliche Instrumente, die verwendet werden, um verschiedene psychologische Merkmale, wie Fähigkeiten, Persönlichkeitseigenschaften, Einstellungen und Verhaltensweisen, zu messen. Diese Tests sind so konzipiert, dass sie valide und reliable Ergebnisse liefern, die es ermöglichen, objektive und vergleichbare Daten zu erheben.

Merkmale Psychologischer Tests

Um aussagekräftige und zuverlässige Ergebnisse zu liefern, müssen psychologische Tests bestimmte Merkmale aufweisen [Leong, Bartram (2016); The ITC International Handbook of Testing and Assessment]

Standardisierung

Die Durchführung der Tests erfolgt unter einheitlichen Bedingungen, um Verzerrungen zu minimieren und die Vergleichbarkeit der Ergebnisse zu gewährleisten. Dies beinhaltet gleiche Instruktionen, Testmaterialien und Zeitvorgaben für alle Testpersonen.

Validität

Ein Test ist valide, wenn er tatsächlich das misst, was er zu messen vorgibt. Arten der Validität umfassen Inhaltsvalidität (umfasst das Testmaterial das gesamte Spektrum des zu messenden Konstrukts?), Konstruktvalidität (misst der Test das

zugrundeliegende theoretische Konstrukt?) und Kriteriumsvalidität (sagt der Test ein relevantes externes Kriterium vorher?).

Reliabilität

Die Reliabilität eines Tests bezieht sich auf seine Zuverlässigkeit und Konsistenz. Ein reliabler Test liefert bei wiederholter Durchführung unter gleichen Bedingungen ähnliche Ergebnisse. Dies umfasst interne Konsistenz (wie gut die einzelnen Testitems zusammenhängen), Retest-Reliabilität (Stabilität der Testergebnisse über die Zeit) und Interrater-Reliabilität (Übereinstimmung zwischen verschiedenen Beurteilern).

Objektivität

Ein Test ist objektiv, wenn seine Durchführung, Auswertung und Interpretation unabhängig vom Testleiter sind. Dies stellt sicher, dass die Ergebnisse nicht durch subjektive Einflüsse verzerrt werden.

Die „Big 5“

Auch Ocean Model genannt. Im Folgenden werden die 5 Zentralen Dimensionen der Persönlichkeitsforschung (Offenheit, Gewissenhaftigkeit, Extraversion, Verträglichkeit und Neurotizismus), auch Faktoren genannt, genauer erklärt.

Offenheit für Erfahrungen (engl. Openness)

Dieser Faktor beschreibt die Neigung einer Person offen gegenüber neuen Erfahrungen und Ideen zu sein und kreative Lösungen zu erarbeiten. Personen mit einem hohen Wert an Offenheit werden häufig als wissbegierig, intellektuell, fantasievoll, neugierig oder aufgeschlossen beschrieben. Eine Vorliebe für Kunst, Literatur und Musik wird in (Schwaba et al, 2018) beschrieben. Personen mit einem niedrigen Wert an Offenheit neigen dagegen zu konservativen Einstellungen und werden oft als pragmatisch oder engstirnig beschrieben.

Gewissenhaftigkeit (engl. Conscientiousness)

Dieser Faktor beschreibt die Tendenz einer Person selbst-diszipliniert, selbst-organisiert zu sein. Er beschreibt den Grad an Selbstkontrolle und Zielstrebigkeit einer Person. Personen mit hohen Werten an Gewissenhaftigkeit werden häufig als organisiert, zuverlässig, sorgfältig und effektiv beschrieben. Personen mit niedrigen

Werten an Gewissenhaftigkeit fallen häufig durch spontanes Verhalten auf können aber auch flexibler sein.

Extraversion (engl. Extraversion)

Dieser Faktor beschreibt die Fähigkeit von Personen aktiv auf andere zuzugehen mit ihnen zu kommunizieren und sich durchsetzen zu können. Personen mit einem hohen Wert an Extraversion werden als kontaktfreudig, gesellig, heiter, aber auch durchsetzungsstark beschrieben. Das Gegenteil der Extraversion ist hierbei die Intraversion. Personen mit einem niedrigen Wert an Extraversion (respektive hohen Wert an Introversion) wirken daher eher nachdenklich, verschlossen und zurückhaltend.

Verträglichkeit (engl. Agreeableness)

Dieser Faktor beschreibt, wie gut sich eine Person in einem sozialen Umfeld bewegen und eingliedern kann. Personen mit hohen Werten an Personen mit einem Hohen Wert an Verträglichkeit werden häufig als anerkennen, verständnisvoll, kooperativ und wertschätzend beschrieben. Sie sind allgemein gute Team-Player. Personen mit einem niedrigen Wert an Verträglichkeit sind häufig kritisch, unfreundlich oder streitsüchtig.

Neurotizismus (engl. Neuroticism)

Das Gegenteil dieses Faktors wir im deutschen auch Emotionale Stabilität genannt. Er beschreibt, wie stark ein negatives Ereignis eine Person emotional beeinflussen kann. Personen mit einem hohen Wert an Neurotizismus sind oft angespannt, nervös, unsicher und haben Schwierigkeiten in Stresssituationen. Personen mit einem niedrigen Wert an Neurotizismus sind ich sich selbst gefestigt und wirken ruhig, zufrieden und sicher.

Motive

Die Motivationspsychologie versucht die unterschiedlichen Bedürfnisse und Antriebe von Individuen erklären. Diese Motive beeinflussen, wie Menschen ihre Ziele setzen und verfolgen sowie wie sie in verschiedenen sozialen und beruflichen Kontexten handeln. Im Folgenden werden die 3 wesentlichen Motive näher beschrieben.

Machtmotiv

Das Machtmotiv bezieht sich auf das Bedürfnis eines Individuums, Einfluss auf andere auszuüben, Kontrolle über Ressourcen zu haben und eine dominante Rolle in sozialen oder beruflichen Beziehungen zu spielen. (McClelland, 1987)

Merkmale des Machtmotivs sind:

- Der Wunsch nach Einfluss und Kontrolle über andere
- Das Streben nach Führungspositionen und Entscheidungsbefugnissen
- Die Suche nach Anerkennung und Status
- Die Tendenz, Herausforderungen und Wettbewerb zu suchen

Leistungsmotiv

Das Leistungsmotiv bezieht sich auf das Bedürfnis eines Individuums, hohe Standards zu erreichen, Exzellenz in Tätigkeiten zu zeigen und durch persönliche Fähigkeiten und Anstrengungen erfolgreich zu sein. (Murray, 1938)

- Merkmale des Leistungsmotivs sind:
- Das Streben nach Exzellenz und Perfektion
- Der Wunsch, anspruchsvolle Ziele zu setzen und zu erreichen
- Die Freude an der Bewältigung von Herausforderungen
- Die Präferenz für Aufgaben, die durch persönliches Wissen oder Fähigkeiten erfüllt werden können

Sicherheitsmotiv

Das Anschlussmotiv bezieht sich auf das Bedürfnis eines Individuums nach sozialen Beziehungen, Zugehörigkeit und positiver sozialer Interaktion. (McClelland, 1987)

- Merkmale des Sicherheitsmotivs sind:
- Der Wunsch nach freundschaftlichen und harmonischen Beziehungen
- Das Bedürfnis nach sozialer Anerkennung und Akzeptanz
- Die Freude an gemeinschaftlichen Aktivitäten und Zusammenarbeit
- Die Tendenz, Konflikte zu vermeiden und Kooperation zu fördern

Das „Emotional Intelligence Inventar“ (EI4)

In seinem Buch "Emotional Intelligence: Why It Can Matter More Than IQ" (1995) beschreibt Daniel Goleman die fünf Hauptkomponenten der Emotionalen Intelligenz: Selbstwahrnehmung, Selbstregulation, Selbstmotivation, Empathie und soziale Fähigkeiten. Basierend auf diesen Eigenschaften entwickelt Lars Satow in einem Test Emotional Intelligence Inventar (EI4) die folgenden 4 testbaren Bereiche Emotionaler Intelligenz.

Einfühlungsvermögen

Einfühlungsvermögen oder Empathie ist ein zentraler Bestandteil der emotionalen Intelligenz und umfasst die Fähigkeit, die Emotionen und Perspektiven anderer Menschen zu verstehen und sich in diese hineinzuversetzen. Damit einhergehend ist die Fähigkeit angemessen darauf zu reagieren und so die Kommunikation zu fördern und Konfliktlösung und Zusammenarbeit zu fördern. Eine der grundlegenden Quellen zur Erforschung der emotionalen Intelligenz, einschließlich Empathie, ist das Buch von Daniel Goleman, „Emotional Intelligence: Why It Can Matter More Than IQ“ (1995).

Menschenkenntnis

Menschenkenntnis ist die Operationalisierung des Einfühlungsvermögens auf der kognitiven Ebene. Es beschreibt die Fähigkeit die Charaktereigenschaften, Motive und Ziele anderer Menschen richtig zu verstehen und daraus ihre Handlungen abzuleiten oder vorherzusagen. Menschenkenntnis ist keine inhärent angeborene Fähigkeit, sondern wird im Laufe des Lebens erlernt und verbessert.

Überzeugungskraft

Überzeugungskraft bezieht sich auf die Fähigkeit, andere Menschen durch effektive Kommunikation, Charisma und emotionale Interaktion zu beeinflussen und zu überzeugen. Diese Fähigkeit ermöglicht es einer Person, ihre Ideen und Standpunkte klar und überzeugend darzulegen und andere zu motivieren, ihre Sichtweise zu akzeptieren oder bestimmten Handlungen zu folgen.

Emotionale Selbstkontrolle

Emotionale Selbstkontrolle beschreibt sich auf die Fähigkeit, die eigenen Emotionen bewusst zu regulieren und zu steuern, um angemessen und konstruktiv auf verschiedene Situationen zu reagieren. Diese Fähigkeit ermöglicht es, impulsive

Reaktionen zu vermeiden, stressige Situationen zu bewältigen und nach außen hin ruhig zu wirken, um die eigenen Ziele zu verfolgen.

Methodik und Testdurchführung

In diesem Kapitel wird die Methodik und Durchführung der Big Five Persönlichkeitsmerkmale und des Emotional Intelligence Inventory (EI4) Tests sowohl aus Eigenperspektive als auch aus Fremdperspektive beschrieben. Ziel ist es, ein umfassendes Verständnis der Vorgehensweise bei der Erhebung dieser psychologischen Maße zu vermitteln.

Zur Durchführung der Big 5 und IE4 Tests sollen allgemein anerkannte Tests mit einer großen Gesamtstichprobe verwendet werden. Die Auswahl fällt hierbei auf die Tests von Dr. Lars Satow (2011)

Testumfang

Der „Big 5“-Test von Dr. Satow beinhaltet einen Fragebogen mit 72 Fragen die mit 4 möglichen Antworten auf einer Skala von 1 (Trifft gar nicht zu) bis 4 (trifft genau zu) beantwortet werden können. Es kann jeweils nur eine Antwort angekreuzt werden. Das Ergebnis des Tests sind Werte für die Big 5 (Neurotizismus, Extraversion, Gewissenhaftigkeit, Offenheit, und Verträglichkeit) sowie den damit verbundenen Motiven (Leistungsmotiv, Machtmotiv und Anschlussmotiv). Zudem wird ein Wert für die Ehrlichkeit bei der Beantwortung und eine die damit verbundene Plausibilität ausgegeben.

Für den IE4 Test stehen 28 Fragen zu Auswahl die jeweils auf einer Skala von 1 – 4 beantwortet werden. Als Ergebnis werden Werte für Einfühlungsvermögen, Menschenkenntnis, Überzeugungskraft und Emotionale Selbstkontrolle ausgegeben.,

Zur Durchführung beider Tests gelten folgende Kriterien:

- Die Tests dürfen nur von Erwachsenen Personen älter als 16 Jahren durchgeführt werden.
- Die Teilnehmer sollten ausgeruht sein und dürfen nicht unter Einfluss Bewusstseinsverändernder Drogen oder Medikamente stehen.
- Zur Durchführung der Tests werden die Testbögen in 10-20 Minuten durch den Testteilnehmer möglichst spontan beantwortet.
- Die Teilnehmer sollten ungestört und ohne äußeren Einfluss die Fragen beantworten.

Testdurchführung

Um der Frage nachzugehen, ob sich Selbst- und Fremdwahrnehmung sowie die Bewertung im Kontext verschiedener sozialer Rollen sich voneinander unterscheiden werden 4 Tests durchgeführt.

1. Selbstwahrnehmung
2. Fremdwahrnehmung aus Sicht eines Familienmitglieds
3. Fremdwahrnehmung aus Sicht eines weiteren Familienmitglieds
4. Fremdwahrnehmung aus Sicht des Vorgesetzten auf der Arbeitsstelle

Alle Tests wurden nach den im vorigen Absatz beschriebenen Kriterien durchgeführt, um ein möglichst genaues Ergebnis zu erhalten und eine Einflussnahme des Testsubjekts bei der Fremdwahrnehmung auszuschließen.

Testergebnisse

In diesem Kapitel werden die Ergebnisse zu den „Big 5“ und „EI4“ – Test dargestellt und beschrieben. Zur kompakteren Darstellung wurden die Ergebnisse kumuliert untereinander in einer Tabelle dargestellt.

Big 5

In Abb. 1 sind die Testergebnisse aller durchgeführten Tests zu den Big 5 dargestellt. Wie man erkennt, liegen die Ergebnisse der Fremdwahrnehmung je Merkmal jeweils in einem Cluster mit einer maximalen Abweichung von 2 Graden zur Selbstwahrnehmung. Lediglich beim Merkmal „Extraversion“ gibt es eine Abweichung von 3 Graden.

Die Mittlere Abweichung von der Selbstwahrnehmung stellt sich wie folgt dar:

Eigenschaft / Motiv	N	E	C	O	A	LM	MM	SM	Ø
Mittlere Abweichung Selbstwahrnehmung	0,67	1,67	1,00	0,67	0,33	0,67	0,67	0,67	0,79

EI4

In Abb. 2 sind die Testergebnisse aller durchgeführten Tests zum EI4 dargestellt. Auch hier liegen die Ergebnisse der Selbstwahrnehmung und der Fremdwahrnehmung innerhalb eines Intervalls von 2 Graden um die Selbstwahrnehmung. Die einzige Abweichung ist im Bereich „Überzeugungskraft“ mit einer Abweichung von 3 Graden zu sehen.

Die Mittlere Abweichung von der Selbstwahrnehmung stellt sich wie folgt dar:

Eigenschaft / Motiv	EM	Mk	Ue	eS	Ø
Mittlere Abweichung Selbstwahrnehmung	0,67	0,33	1,00	1,00	0,75

	Normalbereich								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
	4%	7%	12%	17%	20%	17%	12%	7%	4%
Neurotizismus (N)									
Unsicher, labil, ängstlich, nervös, sensibel									
Selbstwahrnehmung			X						
Fremdwahrnehmung Familie 1		X							
Fremdwahrnehmung Familie 2			X						
Fremdwahrnehmung Vorgesetzer		X							
Extraversion (E)									
Aktiv, kontaktfreudig, gesellig, gesprächig									
Selbstwahrnehmung				X					
Fremdwahrnehmung Familie 1							X		
Fremdwahrnehmung Familie 2					X				
Fremdwahrnehmung Vorgesetzer					X				
Gewissenhaftigkeit (C)									
Pflichtbewusst, genau, zuverlässig, organisiert									
Selbstwahrnehmung							X		
Fremdwahrnehmung Familie 1					X				
Fremdwahrnehmung Familie 2							X		
Fremdwahrnehmung Vorgesetzer						X			
Offenheit (O)									
Neugier, wissbegierig, fantasievoll, intellektuell									
Selbstwahrnehmung							X		
Fremdwahrnehmung Familie 1						X			
Fremdwahrnehmung Familie 2							X		
Fremdwahrnehmung Vorgesetzer						X			
Verträglichkeit (A)									
Höflich, freundlich, hilfsbereit, beliebt									
Selbstwahrnehmung							X		
Fremdwahrnehmung Familie 1									X
Fremdwahrnehmung Familie 2						X			
Fremdwahrnehmung Vorgesetzer							X		
Leistungsmotiv (LM)									
Bedürfnis nach Leistung und Anerkennung									
Selbstwahrnehmung				X					
Fremdwahrnehmung Familie 1					X				
Fremdwahrnehmung Familie 2						X			
Fremdwahrnehmung Vorgesetzer			X						
Machtmotiv (MM)									
Bedürfnis nach Macht und Einfluss									
Selbstwahrnehmung							X		
Fremdwahrnehmung Familie 1							X		
Fremdwahrnehmung Familie 2							X		
Fremdwahrnehmung Vorgesetzer					X				
Sicherheitsmotiv (SM)									
Bedürfnis nach Sicherheit, Ordnung und Ruhe									
Selbstwahrnehmung				X					
Fremdwahrnehmung Familie 1						X			
Fremdwahrnehmung Familie 2						X			
Fremdwahrnehmung Vorgesetzer		X							
Ehrlichkeit bei der Beantwortung									
Selbstwahrnehmung				X					
Fremdwahrnehmung Familie 1			X						
Fremdwahrnehmung Familie 2				X					
Fremdwahrnehmung Vorgesetzer		X							

Abbildung 1: Ergebnisse Big 5 Tests

	Normalbereich								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
	4%	7%	12%	17%	20%	17%	12%	7%	4%
Einfühlungsvermögen (Em)									
wenig sensibel und einfühlsam									
Selbstwahrnehmung			X						
Fremdwahrnehmung Familie 1					X				
Fremdwahrnehmung Familie 2				X					
Fremdwahrnehmung Vorgesetzter		X							
Menschenkenntnis (Mk)									
kann andere nur schwer richtig einschätzen									
Selbstwahrnehmung						X			
Fremdwahrnehmung Familie 1							X		
Fremdwahrnehmung Familie 2						X			
Fremdwahrnehmung Vorgesetzter						X			
Überzeugungskraft (Ue)									
kann andere nur schwer von eigenen Ideen und ansichten überzeugen									
Selbstwahrnehmung					X				
Fremdwahrnehmung Familie 1								X	
Fremdwahrnehmung Familie 2						X			
Fremdwahrnehmung Vorgesetzter				X					
Emotionale Selbstkontrolle (eS)									
Neugier, wissbegierig, fantasievoll, intellektuell									
Selbstwahrnehmung									X
Fremdwahrnehmung Familie 1								X	
Fremdwahrnehmung Familie 2								X	
Fremdwahrnehmung Vorgesetzter								X	

Abbildung 2: Ergebnisse EI4 Tests

Diskussion

In diesem Abschnitt werden die Ergebnisse des Big Five Persönlichkeitsmerkmale-Tests und des Emotional Intelligence Inventory (EI4) Tests ausgewertet und interpretiert. Der Fokus liegt dabei auf den durchschnittlichen Abweichungen zwischen Selbst- und Fremdwahrnehmung sowie deren Implikationen.

Die beim Big 5 Test Ausgewerteten Ergebnisse liegen bei der Durchschnittlichen Abweichungen zwischen Selbst- und Fremdwahrnehmung unter 1 Punkt und somit sehr nahe beieinander. Daraus lassen sich zwei Aussagen treffen. Erstens, Die bewertete Person hat eine starke Ausprägung der „Öffentlichen Person“ nach dem JoHari-Fenster [Luft, Ingram (1955)]. Das heißt die verfügbaren Informationen im „öffentlichen Raum“ sind allen Testteilnehmern so gut bekannt, dass die Fragen alle weitestgehend gleich beantwortet werden konnten. Die zweite Aussage ist, dass die getestete Person auch in verschiedenen sozialen Umfeldern (Arbeit / zu Hause) gleich bewertet wird. Die getestete Person zeigt also in den verschiedenen Umfeldern dennoch immer die gleichen Charaktereigenschaften. Die eingängliche These, dass eine Person in verschiedenen Sozialen Umfeldern unterschiedliche Ausprägungen der einzelnen Charaktereigenschaften zeigt, konnte mit diesem Test also nicht nachgewiesen werden. Es zeigt sich sogar, dass die Charaktereigenschaften sehr stabil sind und nicht schwanken.

Auch die Ergebnisse des Emotional Inventory 4 bestätigen dieses Bild, Denn auch hier liegen die durchschnittlichen Abweichungen zwischen Selbst- und Fremdwahrnehmung unter 1 Punkt. Dies deutet auf eine stabile Emotionale Basis die die Selbstwahrnehmung bestimmt sowie eine gute Kommunikation der Emotionen nach außen so, dass sich die Fremdwahrnehmung mit den tatsächlich empfundenen Emotionen deckt.

Fazit und Ausblick

Die Frage „Wer bin ich, und wenn ja wie viele?“ die darauf hinauszielen soll, dass man sich als Person in verschiedenen Umfeldern auch unterschiedlich verhält kann nach dieser Studie nur mit „Man ist, wer man ist“ beantwortet werden. Konkret zeigt sich dies in der sehr geringen Schwankung der Ergebnisse bei der Charaktereigenschaft der Big5 oder auch der Emotionalen Komponenten im Emotional Inventory 4 zwischen privatem und beruflichem Umfeld.

Bezogen auf das Thema „Self-Leadership“ sollte man sich also darüber im Klaren sein, dass man ein Charaktereigenschafts-bedingtes Verhalten in allen Situationen an den Tag legt. Möchte man sich also selbst führen und nachhaltig verbessern ist es dabei wichtig dies auf alle Situationen anzuwenden und nicht nur Umfeldbezogen.

Kritik an der Methodik dieser Studie kann man daran üben, dass bei der Auswertung der Antworten nicht nach spezifischen Kriterien der befragten Personen unterschieden wurde. Es wurde also bei der Auswertung keine Rücksicht auf das Alter, das Geschlecht oder den Bildungsstand der Antwortenden genommen. Der Vorschlag für eine Folgestudie zur Ermittlung relevanter Faktoren bei der Fremdwahrnehmung liegt daher nahe. Die Frage, die sich hierbei stellt, ist, ob die Bewertung von bestimmten Kriterien und deren Gewichtung abhängig von persönlichen Faktoren sind. So wäre zum Beispiel zu klären ob Frauen bestimmte Fragen in der Fremdwahrnehmung anders gewichten als die selbstwahrnehmende männliche Person.

Literaturverzeichnis

Precht, R.D. (2007) Wer bin ich – und wenn ja, wie viele?

Allport, G. W., & Odbert, H. S. (1936). "Trait-names: A psycho-lexical study." Psychological Monographs, 47(1), i-171.

Michael G. Goldsby, Elizabeth A. Goldsby, Christopher B. Neck, Christopher P. Neck and Rob Mathews „Self-Leadership: A Four Decade Review of the Literature and Trainings

Goldberg, L. R. (1981). "Language and individual differences: The search for universals in personality lexicons." Review of Personality and Social Psychology, 2, 141-165.

Daniel Goleman (1995). „Emotional Intelligence: Why It Can Matter More Than IQ“

Leong, Bartram (2016). „The ITC International Handbook of Testing and Assessment“

Luft, J.; Ingham, H. (1955). "The Johari window, a graphic model of interpersonal awareness". Proceedings of the Western Training Laboratory in Group Development. Los Angeles: University of California, Los Angeles.

Ehrenwörtliche Erklärung

Hiermit erkläre ich, Christoph Schwörer, dass ich die vorliegende Arbeit mit dem Titel „Self Leadership: Wer bin ich - und wenn ja, wieviele?“ selbstständig und ohne unerlaubte Hilfe angefertigt habe. Ich habe keine anderen als die angegebenen Hilfsmittel verwendet und alle Quellen, die ich wörtlich oder sinngemäß übernommen habe, sind als solche kenntlich gemacht.

Ich versichere, dass ich die Arbeit noch keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt und mich auch noch keinem anderen Prüfungsverfahren mit dieser Arbeit unterzogen habe.

Falls die Arbeit personenbezogene Daten enthält, erkläre ich hiermit, dass ich die Datenschutzbestimmungen eingehalten und die Daten nur mit ausdrücklicher Zustimmung der Betroffenen verwendet habe.

Biberach, 26.06.2024

Christoph Schwörer