

Studie zur Glaubwürdigkeit von Chefs

oder

Wie die moderne Psychologie als exakte Wissenschaft robustes Wissen schafft

am Beispiel von

Wahrheitsillusion und Denkvermeidungsmotiv

Zusammenfassung (Executive Summary)

Über das soziale Businessnetzwerk XING und im privaten und beruflichen Umfeld habe ich 238 mir unbekannte Menschen dazu bewegen können, sich vollständig an der Untersuchung zu beteiligen.

Nach Einloggen erhielten die Teilnehmer den fiktiven E-Mail-Text eines Konzern-Vorstandsvorsitzenden, dessen sachlicher Wahrheitsgehalt sich durch eine entsprechende Gestaltung jeglicher rationalen Einschätzung entzog. Im Anschluss schätzten die Teilnehmer auf einer Skala von 1 bis 8 spontan die Glaubwürdigkeit des Textes ein.

Was den Teilnehmern verborgen blieb: es existierten zwei Versionen der textlichen Darstellung des identischen Sachinhaltes. Ein hochwertig aufbereiteter Text mit gut strukturierten Absätzen, fehlerfrei und mit kurzen Sätzen, genannt „**Hohe Lesbarkeit HL**“. Dann eine „rasch hingeworfene“ Version „**Geringe Lesbarkeit GL**“. Folgende Grafik zeigt das wesentliche Ergebnis:

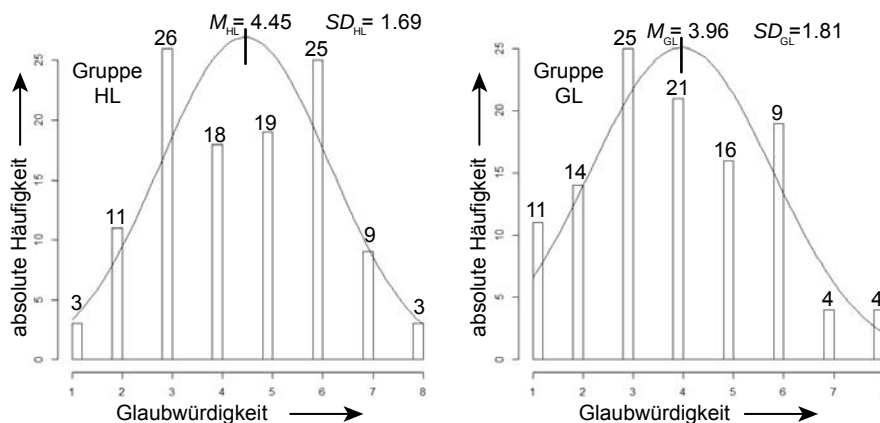


Abb. 1: Häufigkeitsverteilungen der abhängigen Variablen Glaubwürdigkeit für die Gruppen Hohe Lesbarkeit (HL) und Geringe Lesbarkeit (GL)

Es zeigt sich, dass die HL-Gruppe im Mittel dem Text eine höhere Glaubwürdigkeit beimisst, als die GL-Gruppe. Dies ist noch ohne relevante Bedeutung oder Aussage. Es kommt darauf an, ob dieser Unterschied der Mittelwerte auch „signifikant“ ist, ob er also mit mehr als 95 %-iger Wahrscheinlichkeit kein Zufall ist und damit für Mitglieder aus der Gruppe der Wirtschaftstätigen Gültigkeit hat. Dies wird durch eine inferenzmathematische Prüfung, für diesen Fall mittels eines sog. t-Tests, ermittelt. Das Ergebnis in Fachchinesisch:

Die Forschungshypothese der vorliegenden Arbeit wird bestätigt: Die Leser des HL-Textes messen diesem eine signifikant höhere Glaubwürdigkeit bei als diejenigen, denen der mit gleichem Sachinhalt ausgestattete GL-Text zugewiesen wurde ($t_{empirisch}(226) = 2.08, p = .039$). Die Hypothese ist folglich auf dem 5 %-Niveau signifikant, auf dem für erhöhte Anforderungen beispielsweise in der Pharmazie anzusetzenden 1 %-Niveau nicht. Es ist damit sehr viel sinnvoller, an die Forschungs-

hypothese zu glauben und sie anzuwenden, als dies zu unterlassen. Es ist eine gute Idee, sie zur Abfassung von allgemeinen Texten im Wirtschaftsumfeld als Kriterium für Qualität heranzuziehen.

In Verbindung mit der Studienlage, in welche die vorliegende Arbeit eingebettet ist, ergibt sich die Aussage:

Hochwertig gestaltete Texte unterstützen die Glaubwürdigkeit des Inhalts durch einen aus der hochwertigen Gestaltung resultierenden Zusatzeffekt, der sog. „Wahrheitsillusion“.

Dass sich bei der HL-Gruppe zwei distante Maxima ergeben, ist natürlich interessant. Als neue Hypothese wäre denkbar, dass dies an einer grundsätzlich negativen Einstellung gegenüber Konzernen bei einem Teil der Teilnehmer liegt. Dies könnte als Forschungsdesiderat an eine Folgestudie weitergegeben werden und durch eine Abfrage dieser Einstellung vor dem Zeigen des Textes erfasst und damit herausgerechnet werden. Kann die neue Hypothese bestätigt werden, wird das Ergebnis aus dieser Masterarbeit als noch signifikanter einzuschätzen sein, als es sich heute noch darstellt.

Im Rahmen der Auswertung des Standes der Wissenschaft konnte ich rund 20 Einflussfaktoren identifizieren, welche die Glaubwürdigkeit völlig unabhängig von der Wahrheit des Sachinhaltes erhöhen: akzentfreie Sprache, Wiederholungen, die pure Verständlichkeit des Geschriebenen u.v.m. - Wahrheitsillusion eben. Ein fundiertes Plädoyer für HL-Texte im untersuchten Sinn in allen Unternehmensbereichen: Vertrieb, Unternehmensführung und Personalanwerbung. Kosten amortisieren sich.

Weiterhin konnte ich aufzeigen, dass nicht nur der Text mit Skepsis betrachtet wird, sondern auch **Respekt und Vertrauen gegenüber der Führungskraft als Person** leiden. So viel zum wenig revolutionären Ergebnis der Masterarbeit.

Ich stelle sie hier dar, weil sie die aus meiner Sicht **einfachst mögliche Form eines vollständigen psychologischen Experiments** darstellt. Beispielsweise wissen die Teilnehmer nicht, worum es geht (non-reaktiv) und können daher das Ergebnis nicht willentlich verzerren. Die Auswertung erfolgt auf mathematisch sauberer Basis. Der gefundene Puzzlestein passt in die weltweite Forschungslage zu Wahrheitsillusion und vielen weiteren unbewussten Strategien der Denkvermeidung wie z.B. Heuristiken. Sachlogisch denkenden Menschen erschließt sich das psychologische Ergebnis als sachlogisch. Es lassen sich konkrete Verhaltensprognosen und Handlungen ableiten. So soll es sein.

So funktioniert die moderne Psychologie: eine jährlich schier unüberschaubare Anzahl z.T. sehr viel gewitzterer Experimente als meine kleine Masterarbeit mündet in ein sich stets erweiterndes und robuster werdendes Puzzle menschlichen Verhaltens. Sie hat nichts mit der "wilden" Spekulation eines Sigmund Freud oder den oft unbegründeten Tatsachenbehauptungen selbsterklärter Experten zu tun. Eine spontan abweichende Meinung macht genau so viel Sinn wie zu glauben, die Erde sei eine Scheibe und steht im Zentrum des Universums. **Felder wie Arbeits- und Organisationspsychologie, Führungs-, Lern- und Motivationspsychologie** bieten oft keine einfachen Wahrheiten. Eindenken lohnt: denn die gefundenen Puzzlesteine und **Studienlagen sind durch tausende Experimente gefunden und mathematisch belegt**. Sich mit den Ergebnissen in Theorie und Praxis zu befassen, **führt unweigerlich zu Persönlichkeitsentwicklung** und einem besser gelingenden Lebensvollzug.

Wenn Sie von den zu Ihren Themen passend entschlüsselten Erfolgs- und Misserfolgserfahrungen tausender Führungskräfte wirksam profitieren wollen, kommen Sie auf mich zu. Ihnen diese fundiert, klar praxisnah verfügbare und nutzbar zu machen, ist mein Job. Wenn es Ihnen dabei um die Förderung internationaler Zusammenarbeit geht, gerne auch in englischer Sprache.

Danke, dass Sie bis hierher mit Offenheit für Neues gelesen haben, Ihr

Bernd Gems

Dr.-Ing. Maschinentechnik

Wirtschaftspsychologe M.Sc.

European Research & Innovation Funding Professional der Steinbeis-Hochschule Berlin SHB

Staatl. anerk. gepr. Fremdsprachenkorrespondent IHK für Englisch und Französisch

www.accirrus.de 07666-9378338 (bitte ggf. Anrufbeantworter nutzen, ich rufe gern zurück)