

# Magazin

erwachsenenbildung.at



Das Fachmedium für Forschung, Praxis und Diskurs

[www.erwachsenenbildung.at/magazin](http://www.erwachsenenbildung.at/magazin)

Ausgabe 17, 2012

## Aspekte betrieblicher Weiterbildung

Zugänge – Ressourcen – Beispiele

## Schubladendenken oder Lerninstrument?

Persönlichkeitstests und deren Anwendung  
in der betrieblichen Weiterbildung

Henriette Lundgren



# Schubladendenken oder Lerninstrument?

## Persönlichkeitstests und deren Anwendung in der betrieblichen Weiterbildung

**Henriette Lundgren**

Lundgren, Henriette (2012): Schubladendenken oder Lerninstrument? Persönlichkeitstests und deren Anwendung in der betrieblichen Weiterbildung.

In: Magazin erwachsenenbildung.at. Das Fachmedium für Forschung, Praxis und Diskurs.

Ausgabe 17, 2012. Wien.

Online im Internet: <http://www.erwachsenenbildung.at/magazin/12-17/meb12-17.pdf>.

Druck-Version: Books on Demand GmbH: Norderstedt.

Schlagworte: betriebliche Weiterbildung, Persönlichkeitstest, ethnographische Feldbeschreibung, Großbritannien

### **Kurzzusammenfassung**

Auf den ersten Blick scheinen Persönlichkeitstests nichts mit den Themen der Erwachsenenbildung zu tun zu haben. In der Weiterbildungspraxis werden sie jedoch vermehrt und variabel als Instrumente der Reflexion eingesetzt. Daraus ergibt sich ein Spannungsfeld zwischen beruflicher Praxis und theoretischem Zugriff, welches in diesem Beitrag beschrieben wird. In drei Abschnitten – Gegenstand, AkteurInnen und Einsatzorte – werden Persönlichkeitstests in der betrieblichen Weiterbildung skizziert. Methode ist die ethnographische Feldbeschreibung. Die gesammelten Daten stammen aus Deutschland und Großbritannien. Im Beitrag wird vorrangig das Persönlichkeitstestfeld in Großbritannien beschrieben. Der Bezug zur österreichischen Situation und mögliche Verbindungen zu Themen der Erwachsenenbildung werden im Fazit aufgezeigt.

06

# Schubladendenken oder Lerninstrument?

## Persönlichkeitstests und deren Anwendung in der betrieblichen Weiterbildung

**Henriette Lundgren**

**Die Reflexion zur eigenen Person ist ein wichtiger Bestandteil für den effektiven Einsatz von Kompetenzen und könnte somit stärker in den Fokus der Erwachsenenbildung rücken.**

### Einleitung

Beobachtungen der betrieblichen Weiterbildungspraxis zeigen, dass Persönlichkeitstests vermehrt und variabel als Lerninstrumente zur Reflexion und zum „Sich-selbst-kennen-lernen“ eingesetzt werden: Testherausgeber und Testverlage sehen die betriebliche Weiterbildung als wachsenden Absatzmarkt für Persönlichkeitstests, mehr und mehr AnwenderInnen werden mit der Durchführung von Persönlichkeitstests konfrontiert und Interessenverbände scheinen den Einsatz von Persönlichkeitstests in der Weiterbildung stärker zu thematisieren.

In der Kognitionspsychologie wird das Konzept der Persönlichkeit als stabil und unveränderbar verstanden. Der situative Kontext und formative Aspekte werden in diesen psychometrischen Verfahren meistens nicht berücksichtigt. Daher ist es auch nicht verwunderlich, wenn Persönlichkeitstests für den Einsatz in der Erwachsenenbildung abgelehnt werden, da Menschen sich nicht gerne „in Schubladen packen“ lassen. Eine Verbindung zwischen Persönlichkeitstests und pädagogischen Themen der Lehr-Lernvermittlung oder zur Kompetenzdiagnostik scheint schwer denkbar. So ergibt sich ein Spannungsfeld zwischen beruflicher Praxis und theoretischem Zugriff.

Dieser Beitrag befasst sich mit der Frage, wie Persönlichkeitstests in der betrieblichen Weiterbildung eingesetzt und wie sie dem pädagogischen Kontext entsprechend angepasst werden. Die den Aussagen zugrunde liegende Methode ist die ethnographische Feldbeschreibung. Im Blickpunkt steht das Persönlichkeitstestfeld in Großbritannien.

### Methode: Ethnographische Feldbeschreibung

Eine Annäherung an das Feld der Persönlichkeitsdiagnostik, das traditionell eher dem psychologischen Diskurs zugeordnet wird, kann helfen, den Gegenstand und mögliche Verbindungen zu Themen der Erwachsenenpädagogik zu beschreiben. Eine Methode für eine solche Beschreibung ist die Ethnographie, welche ihre Ursprünge in der westlichen Anthropologie des 19. Jahrhunderts hat. Unter dem Begriff der Ethnographie verstand man damals eine Beschreibung eines Stammes, einer Kultur oder einer „Community“ meist außerhalb der westlichen Welt (siehe Hammersley/Atkinson 2007). Heute kann die Ethnographie nicht nur als Beschreibung fremder, sondern auch als die der eigenen Kultur verstanden werden. Dementsprechend richtet der/die ForscherIn den Blick nach innen; die Feldbeschreibung

Tab. 1: Exemplarische Darstellung häufig genannter Persönlichkeitstests in Großbritannien

Test	Herausgeber	Ansatz	Persönlichkeitstheorie/-modell
HPI – Hogan Personality Inventory	Psychological Consultancy	Trait	Fünf-Faktoren-Modell von McCrae und Costa (1999) und sozioanalytische Persönlichkeitstheorie von Robert Hogan (1996)
IDPE – Insights Discovery Preference Evaluator	Insights Learning & Development	Type	Persönlichkeitstypen von Carl Jung (1923)
MBTI® – Myers-Briggs Type Inventory	OPP	Type	Persönlichkeitstypen von Katherine C. Briggs und Isabel Briggs Myers (1987), abgeleitet von Carl Jung (1923)
NEO PI-R – Neuroticism, Extraversion, Openness Personality Inventory (Revised)	Hogrefe	Trait	Fünf-Faktoren-Modell von McCrae und Costa (1999)
OPQ32 – Occupational Personality Questionnaire	SHL Group	Trait	Modell menschlichen Handelns mit 32 Dimensionen in drei Bereichen (Brown/Bartram 2006)
16PF® – Sixteen Personality Factor Questionnaire	OPP	Trait	Persönlichkeitstheorie von Raymond Cattell (1965)
TMPQ – Team Management Profile Questionnaire	TMSdi	Type	Persönlichkeitstypen von Carl Jung (1923) und Teamrollen von Meredith Belbin (1981)

Quelle: eigene Darstellung

wird zur „*gesellschaftlichen Selbstbeobachtung*“ (Lüders 2000, S. 390).

Die pädagogische Ethnographie ist eine solche Form der selbstbeobachtenden Ethnographie, bei der die pädagogischen Handlungsfelder in den Mittelpunkt rücken. Nach Jürgen Zinnecker geht es darum, die Gegebenheiten, die Rahmenbedingungen und Handlungspraxen der „lokalen Lebenswelten“ in einem Bericht zu dokumentieren: *„Ein humanwissenschaftlich ausgebildeter Experte besucht auf Zeit eine lokale Lebenswelt, die zum Besuchszeitpunkt nicht seine eigene ist. Er tut das in der Absicht, darüber einen Bericht zu veröffentlichen. Der Bericht soll die Rahmenbedingungen dieses kulturellen Handlungsfeldes benennen, die typischen Handlungspraxen der Lebenswelt-Bewohner dokumentieren und schließlich den Sinnhorizont der dort zusammenlebenden Menschen – aus deren Perspektive – erschließen“* (Zinnecker 2000, S. 382).

Dem ethnographischen Ansatz folgend ist es das Ziel dieses Beitrages, Einblicke in die Anwendung von Persönlichkeitstests in der betrieblichen Weiterbildung zu geben. Dazu begab ich mich als Forscherin selbst ins Feld, um Gegenstand, AkteurInnen und Handlungsorte ausfindig zu machen und in einer Beschreibung zusammenzufassen.

Zur Datensammlung führte ich im Zeitraum von acht Monaten fünfzehn Gespräche, sammelte Zeitungsausschnitte, besuchte Fachmessen und Weiterbildungsveranstaltungen und verfolgte Beiträge in online-Diskussionsforen. Außerdem füllte ich selbst mehrere Persönlichkeitsfragebögen aus, erhielt Persönlichkeitsprofile und Feedbackgespräche zur eigenen Person und fragte nach Erklärungsmodellen.

Die teilnehmenden Beobachtungen und Gespräche wurden in Feldnotizen und Gesprächsprotokollen festgehalten und als nummerierte Felddokumente (kurz: FeldDok) geordnet und thematisch analysiert (siehe Anhang 1). Zeitungsausschnitte und Diskussionen in den online-Foren halfen, aktuelle Themen zu benennen und diese in die Gespräche mit AkteurInnen des Feldes einfließen zu lassen.

Für die Datensammlung und Analyse ist zu betonen, dass die Erhebung im Feld immer auch eine Selektion ist und nie das komplette Geschehen anhand objektiver Kriterien abbilden kann: *„Fieldnotes are always selektive“* (Hammersley/Atkinson 2007, S. 142). Die Datensammlung geschah in zwei Ländern: in Deutschland und in Großbritannien<sup>1</sup>. Aufgrund der hohen Dichte an gesammelten Daten wird im Beitrag vorrangig das Persönlichkeitstestfeld in Großbritannien beschrieben.

1 Im Zeitraum Januar bis August 2012 hielt ich mich zwecks Datensammlung in Großbritannien auf.

## Type oder Trait: Was ist der Gegenstand?

Der Personalauswahl und Personalentwicklung steht eine Vielzahl an kommerziellen Persönlichkeitstests zur Verfügung. Sie unterscheiden sich nach Erhebungsmethode, Anzahl und Format der Items, Auswertung und Verarbeitung der Ergebnisse und Gütekriterien. In Tabelle 1 werden häufig genannte Persönlichkeitstests in Großbritannien kurz benannt, skizziert und entweder dem „trait“- oder dem „type“-Ansatz zugeordnet.

Drei Tests aus Tabelle 1 folgen dem „type“-Ansatz: IDPE, MBTI und TMPQ. Alle drei Tests beschreiben Eigenschaftskombinationen psychologischer Typen; jede/r TestteilnehmerIn wird einem oder mehreren Typen zugeordnet. Das Ergebnis eines TMPQ-Testberichts könnte zum Beispiel den/die TeilnehmerIn als „Systemischen Umsetzer“ in der Hauptrolle bezeichnen und als „Zielstrebigem Organisator“ und „Entdeckenden Promotor“ in den Nebenrollen (FeldDok001). Diese drei Verfahren basieren auf Carl Jungs (1923) Theorie von Persönlichkeitstypen (siehe Jung 1923). Kritik am MBTI und ähnlichen „type“-Tests wird häufig aufgrund der fehlenden empirischen Überprüfbarkeit und der geringen Reliabilität und Validität der Tests geübt (siehe Stricker/Ross 1964; McCrae/Costa 1989).

---

### Zwei Ansätze zur Beschreibung von Persönlichkeit

**Type** – Der „type“-Ansatz beschreibt Menschen nach einer begrenzten Anzahl klar unterscheidbarer Typen, die sich nicht überlappen. Diesem Ansatz liegt ein Klassifikationssystem zugrunde, welches Personen in unterschiedliche Gruppen mit festgelegten Merkmalen einordnet.

**Trait** – Im Unterschied dazu beschreibt der „trait“-Ansatz Persönlichkeit mit Hilfe von Dimensionen, welche Eigenschaften (auf Englisch „traits“) auf einem Kontinuum sichtbar machen. Diese Persönlichkeitseigenschaften können unterschiedlich stark ausgeprägt sein, und es lassen sich Vergleiche zu einer Normgruppe darstellen.

vgl. Gerrig/Zimbardo 2008

Diese Tests stehen im Unterschied zu den vier übrigen „trait“-Tests: HPI, NEO PI-R, OPQ32 und 16PF. Ein Beispiel: Im Testbericht des NEO PI-R wird ein Persönlichkeitsprofil entlang der Persönlichkeitseigenschaften „Neurotizismus“, „Extraversion“, „Verträglichkeit“, „Gewissenhaftigkeit“ und „Offenheit für Erfahrungen“ erstellt. Ein Ausschnitt des Feedbacktexts lautet dann: „Sie beschreiben sich selber als sehr offen für neue Erfahrungen“ und „Sie zeigen ein durchschnittliches Niveau an intellektueller Neugierde“ (FeldDok0014). Der NEO PI-R stützt sich auf Robert McCraes und Paul Costas Fünf-Faktoren-Modell der Persönlichkeit (siehe McCrae/Costa 1999), welches eine Variation der „Big Five“ (siehe Goldberg 1990) ist. Wegen ihrer empirischen Herleitung mittels Faktorenanalyse sind Tests, die sich auf die „Big Five“ beziehen, unter PsychologInnen sehr beliebt (FeldDok004). Doch es gibt auch Kritik an dem „Big Five“-Modell. Diese Kritik bezieht sich vor allem auf dessen untheoretischen Ansatz und die Frage, ob es wirklich genau fünf Persönlichkeitseigenschaften sind, die eine Person beschreiben (siehe Block 2010; McAdams/Walden 2010).

Man könnte vermuten, dass die Persönlichkeitstests mit den besten Qualitätsmerkmalen auch die größte AnwenderInnen-Akzeptanz genießen. Dies ist jedoch nach den Beobachtungen im Feld nicht der Fall. Obwohl keine nationalen Absatzzahlen für den Persönlichkeitstestmarkt in Großbritannien vorliegen, zeigt eine Umfrage des britischen Verbands für Personalentwicklung CIPD, dass der MBTI einen höheren Bekanntheits- und Verbreitungsgrad hat als viele der „trait“-basierten Persönlichkeitstests. So wurde der MBTI von 43% der Befragten, die auf den Fragebogen antworteten, „gelegentlich“ oder „häufig“ eingesetzt (vgl. McGurk/Belliveau 2012, S. 21)<sup>2</sup>. Im Vergleich dazu wurde der OPQ32 nur von 22% der Antwortenden verwendet. Andere Quellen sprechen von 2,5 Millionen Menschen, die jährlich den MBTI-Fragebogen ausfüllen (siehe Paul 2005). Für den OPQ32 und andere „trait“-basierte Verfahren liegen keine veröffentlichten Absatzzahlen vor (FeldDok008), es besteht jedoch die Vermutung, dass „trait“-basierte Persönlichkeitstests seltener in der betrieblichen Weiterbildung Einsatz finden. Dies erklärt ein Anwender wie folgt: „trait“-Fragebögen

---

2 Von den 21.222 angeschriebenen PersonalentwicklerInnen aus Privatwirtschaft, öffentlichem Dienst und sozialen Verbänden wurden nur 766 Antworten zurückerhalten. Bei einer so geringen Rücklaufquote von 3,6% ist ein Bias (statistische Verzerrung; Anm.d.Red.), auf den die Autoren der CIPD-Umfrage nicht eingehen, zu vermuten.

sein häufig länger – 240 Items für den NEO PI-R – und deren Feedbacktexte „sperriger“, wohingegen „type“-Fragebögen im Allgemeinen kürzer seien und deren Feedbacktexte mehr „Wohlfühlcharakter“ haben (FeldDok012).

## Herausgeber, AnwenderInnen und Interessenverbände: AkteurInnen im Feld

Im Feld gibt es verschiedene Personengruppen, die sich mit dem Einsatz von Persönlichkeitstests beschäftigen (siehe Abb. 1).

Zum einen gibt es die Testherausgeber oder Testverlage, deren Hauptanliegen die Konstruktion neuer und die Vermarktung bestehender Tests ist. Zum anderen gibt es drei AnwenderInnengruppen von Persönlichkeitstests: Betriebe, MittlerInnen und TeilnehmerInnen. Betriebe haben das Interesse, Persönlichkeitstests in der Personalauswahl und Personalentwicklung zur besseren Positionierung der MitarbeiterInnen einzusetzen. Unabhängige Personalberatungen, Institute und TrainerInnen werden häufig als MittlerInnen zwischen Testherausgeber und Betriebe gestellt, um Personalentwicklungsmaßnahmen als Externe durchzuführen. Das Interesse der MittlerInnen ist es, Persönlichkeitstests zusammen mit anderen Dienstleistungen möglichst effizient und gewinnbringend einzusetzen. Interesse

der TestteilnehmerInnen – vorausgesetzt ist die freiwillige Teilnahme – könnten die persönliche Entwicklung und das Weiterkommen im Betrieb sein.

### Testherausgeber in UK (exemplarisch)

**Saville and Holdsworth Limited (SHL)** – Weltmarktführer in Assessments mit Hauptsitz in London, der OPQ32 Persönlichkeitstest gehört zu SHLs Persönlichkeitstestportfolio; ansonsten liegt der Fokus bei SHL eher auf kompetenzdiagnostischen Verfahren.

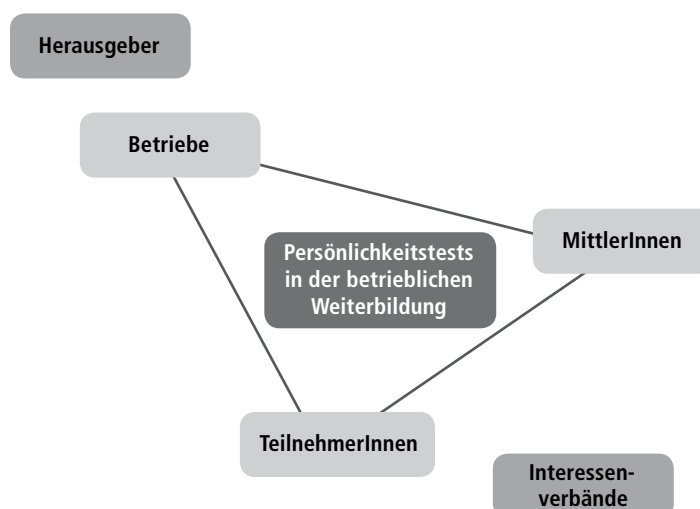
**Oxford Psychological Press (OPP)** – Europäischer Testherausgeber mit Sitz in Oxford, besitzt u.a. die europäische Vertriebslizenz für den MBTI und den 16PF Persönlichkeitstest.

**Hogrefe Ltd.** – Herausgeber von psychologischen Testverfahren, Teil der Hogrefe Gruppe und englische Schwesterfirma des deutschen Hogrefe Verlages (Göttingen), der Marktführer für psychologische Fachbücher und Fachzeitschriften im deutschsprachigen Raum ist. Hogrefe Ltd. vertreibt den NEO PI-R und ist in England relativ unbekannt.

FeldDok008, FeldDok010, FeldDok015

Eine weitere wichtige Rolle im Feld spielen Interessenverbände, zu denen in Großbritannien vor allem

Abb. 1: AkteurInnen im Persönlichkeitstestfeld



Quelle: eigene Darstellung

der britische PsychologInnenverband BPS und der Verband für Personalentwicklung CIPD gehören.

Viele Betriebe, Beratungen und unabhängige TrainerInnen sind Mitglied eines oder beider dieser Verbände. Sowohl Testherausgeber als auch Verbände machen den AnwenderInnen Vorgaben, welche Qualifikationen sie vorweisen müssen, um Persönlichkeitstests als Instrument im Betrieb einsetzen zu können (FeldDok007, FeldDok014). Zum Beispiel müssen AnwenderInnen des NEO PI-R ein eintägiges Seminar beim Herausgeber besuchen. Erst danach können sie Lizenzen bei eben diesem kaufen, um den Test in der betrieblichen Weiterbildung anzuwenden. Zur Qualitätssicherung veröffentlicht der britische PsychologInnenverband BPS außerdem auf seinen Mitgliederseiten Testberichte zum Herunterladen. Zum Zeitpunkt der Datensammlung (Stand: Oktober 2012) waren 152 Testberichte verfügbar, davon 67 aus dem Bereich der Persönlichkeitsdiagnostik (58 „trait“ und 9 „type“)<sup>3</sup>. Diese Berichte werden von Herausgebern auf freiwilliger Basis beantragt und in einem standardisierten Verfahren von dem psychologischen Testzentrum des BPS erstellt.

---

### Interessenverbände in Großbritannien

**BPS** – British Psychological Society, 1901 gegründet. Der britische PsychologInnenverband hat ca. 49.000 Mitglieder. Zu den Ressourcen des BPS zählt auch ein psychologisches Testzentrum, auf dessen Webseiten Testberichte und Qualitätsbeurteilungen veröffentlicht werden (<http://www.psychtesting.org.uk>).

**CIPD** – Chartered Institute of Personnel and Development, ca. 135.000 Mitglieder. Der britische Verband für Personalentwicklung hat seine Ursprünge in der englischen Arbeiterwohlfahrt um 1913 und besitzt seit 2000 den jetzigen „chartered“ Status.

Webseiten der BPS und des CIPD  
(<http://www.bps.org.uk> und <http://www.cipd.com>)

---

Der Verband für Personalentwicklung CIPD veranstaltet einmal im Jahr eine Fachkonferenz und Messe für den Bereich Personalentwicklung, bei

der Testherausgeber ihre Produkte ausstellen und MittlerInnen ihre Dienste anbieten (FeldDok011). Der Verband führt auch Umfragen durch und veröffentlicht Berichte zu aktuellen Themen. So auch der „Learning and Talent Development“-Bericht, der jährlich seit 1998 mittels Umfrage erstellt wird und die neuesten Trends in der Personalentwicklung und betrieblichen Weiterbildung wiedergibt (siehe McGurk/Belliveau 2012). In diesem Jahr (2012) wurde der Umfrage eine neue Rubrik hinzugefügt, die von diagnostischen Verfahren – darunter auch viele Persönlichkeitstests – in der betrieblichen Weiterbildung berichtet. Dieser Aspekt ist interessant, da er ein Indikator dafür ist, dass Persönlichkeitstests von Verbandsseite stärker thematisiert werden.

Zusammenfassend kann angemerkt werden, dass es verschiedene AkteurInnen mit unterschiedlichen Interessen und Ausrichtungen im Persönlichkeits-testfeld gibt. Wie diese miteinander interagieren und welche Maßnahmen TrainerInnen, Personalverantwortliche, LehrerInnen, WeiterbildnerInnen, ManagerInnen und BeraterInnen zur eigenen Qualifizierung und Professionalisierung in diesem Bereich absolvieren, bleiben spannende Forschungsfragen auch für die Erwachsenenbildung.

### Einsatzorte in der betrieblichen Weiterbildung: Wo? Und wozu?

Persönlichkeitstests werden in Betrieben unterschiedlicher Größe für unterschiedliche Zwecke eingesetzt. Bislang zählten internationale Unternehmen und multinationale Konzerne zu den üblichen Einsatzorten, aber zunehmend scheinen sich auch kleinere und mittelständische Unternehmen für den Einsatz von Persönlichkeitstests zu interessieren (siehe Presse Anzeiger 2011). Zu den Einsatzorten im Betrieb zählen die Personalauswahl, die Personaldiversifizierung, die Personaleingewöhnung, die Konfliktbewältigung im Team, das Coaching, die Personalentwicklung und seit Neuestem auch die betriebliche Weiterbildung (FeldDok010).

Die Ziele des Einsatzes von Persönlichkeitstests in der betrieblichen Weiterbildung können mannigfach

---

<sup>3</sup> Die anderen 85 Testberichte beziehen sich auf Instrumente zur Kompetenz- oder Intelligenzerfassung (siehe auch <http://www.psychtesting.org.uk>).

sein: von Organisationsentwicklungsmaßnahmen (FeldDok003) über Potenzialanalysen von ManagerInnen (FeldDok004) bis hin zur Team- und MitarbeiterInnenentwicklung (FeldDok013). Wenn Persönlichkeitstests in der betrieblichen Weiterbildung eingesetzt werden, dann kann dies im Rahmen eines ein- oder mehrtägigen Seminars zum Thema MitarbeiterInnen- und Teamentwicklung geschehen. Ein möglicher Seminarablauf könnte folgendermaßen aussehen:

---

### **Exemplarischer Seminarablauf einer MitarbeiterInnenschulung**

**Vorab:** Ausfüllen des online-Fragebogens

**Tag 1:** Erhalt des Persönlichkeitsprofils, Erklärung des Persönlichkeitsmodells und Ableitung der persönlichen Profile, Übungen zum eigenen Profil und Möglichkeit für Fragen und Antworten

**Tag 2:** Erklärung des Teamprofils, Übungen zum Teamprofil, z.B. in Form von Stärken und Entwicklungsmöglichkeiten, Erarbeiten von Aktionsplänen im Team

FeldDok001

---

Es konnte im Feld auch der Einsatz von Persönlichkeitstests in fachspezifischen Schulungen beobachtet werden, zum Beispiel in MitarbeiterInnenschulungen im Bereich Logistik und Customer Service (FeldDok001).

Die Akzeptanz eines Persönlichkeitstestfeedbacks kann von TeilnehmerIn zu TeilnehmerIn unterschiedlich ausfallen. Nach Berichten eines Trainers findet der Großteil der TeilnehmerInnen das Testfeedback sehr interessant und spannend, während ein kleinerer Teil der TeilnehmerInnen die Tests auch kritisch hinterfragt oder das Feedback ablehnt (FeldDok012). Rückfragen der TeilnehmerInnen können die Themen Messbarkeit von Persönlichkeit, Manipulierbarkeit der Ergebnisse und Ambivalenzen im Antwortformat des Fragebogens betreffen. Es wurde beobachtet, dass bei solchen Rückfragen der Trainer häufig die Aussagen des Feedbacktextes relativiert oder auch variiert: Der Test würde ja nur einen kleinen Bestandteil von Persönlichkeit abfragen und mit dessen Ergebnissen könne man keine umfassenden

Vorhersagen zu Verhalten treffen. So ein Test könne höchstens zur Reflexion anregen und außerdem würde ein Vokabular an die Hand gegeben, mit dem man sich selbst und sein Team besser beschreiben könne (FeldDok012). Diese Aussage eines Anwenders ist interessant, da sie zeigt, dass persönlichkeitsdiagnostische Inhalte an dieser Stelle „umetikettiert“ werden, um sie für den pädagogischen Kontext der betrieblichen Weiterbildung passend zu machen. Auch wird die eingangs erwähnte Kritik der kognitionspsychologischen Definition von Persönlichkeit „ausgeholt“, indem der Profiltext situativ erklärt wird („Das ist auf der Arbeit so, privat könnte das anders sein“) und auch Entwicklungspotenziale aufgezeigt werden („Mit mehr Jahren an Berufserfahrung kann sich auch die Präferenz verändern“).

Wenn Persönlichkeitstests also weniger als absolutes Werturteil oder einmalige Kategorisierung einer Person gesehen werden, sondern stärker der Prozess der Reflexion und der Aufbau von Selbstkompetenz in den Vordergrund rücken, dann ergeben sich daraus spannende Forschungsfelder. Zum Beispiel könnte man individuelle Lern-Prozesse genauer untersuchen, indem man TestteilnehmerInnen nach ihren kognitiven und emotionalen Erfahrungen fragt. Auch die kritische Auseinandersetzung mit dem Testfeedback während der betrieblichen Weiterbildung und die Rolle der Reflexion könnten in diesem Zusammenhang zu pädagogischen Forschungsfragen umformuliert werden.

### **Fazit**

Persönlichkeitstests sind in der Praxis der betrieblichen Weiterbildung angekommen. Auffallend ist, dass PraktikerInnen sowohl den situativen Kontext als auch die Veränderbarkeit in das Erklärungsmodell von Persönlichkeit einbauen. Das heißt, das Konstrukt Persönlichkeit ist in der Theorie fest und unveränderbar, in der Praxis wird es von den AnwenderInnen weitaus flexibler und kontextspezifisch gehandhabt. Dies hat die ethnographische Feldbeschreibung des britischen Persönlichkeitstestmarktes gezeigt.

Auch in Österreich werden Persönlichkeitstests im Weiterbildungskontext eingesetzt. Unter dem Schlagwort „Potenzialanalyse“ bietet zum Beispiel das Wirtschaftsförderinstitut der Wirtschaftskammer



Wien den Einsatz von Persönlichkeitsprofilen als Möglichkeit zur „Weichenstellung und Entwicklung“ für Betriebe an (FeldDok009).

Des Weiteren ist die Debatte über die Einhaltung von Qualitätsstandards und den gewissenhaften Umgang beim Einsatz von diagnostischen Verfahren auch im deutschsprachigen Raum in vollem Gange. So betont Hans Dieter Wolf (2009) in seiner Stellungnahme zur Anwendung von Testverfahren in pädagogischen Handlungsfeldern, „*dass ein Diplom in Psychologie nicht automatisch eine Expertise für die Anwendung psychologischer Tests bedeuten muss*“ (Wolf 2009, S. 240). Vielmehr müssen disziplinübergreifende Standards erarbeitet werden, die in psychologischen und pädagogischen Bereichen der Diagnostik Einsatz finden. Zur Qualitätssicherung beim Einsatz von Persönlichkeitstests gibt es in Österreich bereits die ÖNORM D 4000, welche die Anforderungen an Prozesse und Methoden in der Personalauswahl und Personalentwicklung regeln soll (siehe Österreichisches Normungsinstitut 2005). In Deutschland wurde die DIN 33430 definiert, die Anforderungen an Verfahren und deren Einsatz bei berufsbezogenen Eignungsbeurteilungen stellt (siehe Kersting 2008). Mit Hilfe der DIN 33430 wurden bislang erst drei Persönlichkeitstests überprüft, von denen zwei Verfahren als geeignet (NEO PI-R und OPQ32) und ein Verfahren aus theoretischer, empirischer und pragmatischer Sicht als „unzureichend“ eingestuft wurden (vgl. Höft/Muck 2009, S. 323).

Allerdings hat die Feldbeschreibung auch gezeigt, dass Persönlichkeitstests in der betrieblichen Weiterbildung weniger zur Persönlichkeitsdiagnose, sondern vielmehr als Instrument zum

„Sich-selbst-kennen-lernen“ eingesetzt und somit dem pädagogischen Kontext entsprechend variiert werden. MitarbeiterInnen werden nicht in Schubladen gesteckt, sondern erhalten die Chance zur Selbstreflexion. Der Persönlichkeitstest wird zum Lerninstrument. Dieser Gedanke lässt sich mit der Diskussion zum Kompetenzkonzept in der Erwachsenenbildung in Verbindung bringen. So stellen zum Beispiel Eckhard Klieme und Johannes Hartig die Frage nach den psychischen Prozessen und Strukturen, die die Basis von Kompetenzen bilden (vgl. Klieme/Hartig 2008, S. 18-19). Natürlich werden mit Persönlichkeitstests Dispositionen und keine Kompetenzen gemessen, doch nach Dieter Gnahs sind diese „*wichtige Komponenten beim Einsatz von Wissen und Fertigkeiten zur Bewältigung einer bestimmten situativen Anforderung*“ (Gnahs 2010, S. 89). Präferenzen und daraus resultierende Handlungsweisen scheinen in ähnlicher Weise zur Bewältigung verschiedener „*situativer Anforderungen*“ genutzt zu werden. Das Erkennen und Benennen unterschiedlicher Herangehensweisen kann so für die betriebliche Weiterbildung von Bedeutung sein, wenn es Erwachsenen hilft, Situationen des beruflichen Alltags besser zu bewältigen. Dies bedeutet, dass die Reflexion zur eigenen Person ein wichtiger Bestandteil für den effektiven Einsatz von Kompetenzen ist und somit stärker in den Fokus der Erwachsenenbildung rücken könnte.

Die Ethnographie lebt von der Teilnahme und den Berichten über die Teilnahme; diese Feldbeschreibung des Persönlichkeitstestfeldes in Großbritannien ist ein Anfang, der zu mehr qualitativer Forschung und wissenschaftlichem Diskurs in diesem Feld anregen soll.

Anhang 1: Darstellung der gesammelten Felddokumente und Daten

Dokument	Datum	GesprächspartnerIn	Art der Organisation	Land	Format	Länge (min)	Gesammelte Daten
FeldDok001	17.-28.02.2012	Manager für Weiterbildung und Geschäftsentwicklung	Distributor, Training & Beratung	UK	Telefonat	60	Persönlichkeitsprofil, Gesprächsprotokoll, Testbroschüren
FeldDok002	22.03.2012	Mitarbeiterin Lektorat	Verlag	DE	Telefonat	20	Gesprächsprotokoll
FeldDok003	24.03.2012	Ehemaliger Personalleiter	Betrieb (Mittelstand)	DE	Telefonat	60	Gesprächsprotokoll
FeldDok004	30.03.2012	Leiter Produktmanagement	Distributor, Training & Beratung	DE	Telefonat	70	Gesprächsprotokolle
FeldDok005	03.04.2012	Mitarbeiter Testzentrale	Verband (Psychologie)	UK	Telefonat	10	Gesprächsprotokoll
FeldDok006	03.04.2012	Mitarbeiterin Kundenservice	Verband (Personalarbeit)	UK	Telefonat	5	Notizen
FeldDok007	03.-05.04.2012	Verschiedene MitarbeiterInnen Projektteam Testentwicklung	Verlag	DE	Email	-	Mehrere Emails, Testbroschüren und Präsentationen
FeldDok008	05.04.2012	Produkt Manager	Verlag	UK	Telefonat	35	Gesprächsprotokoll, Report
FeldDok009	12.04.2012	Bildungsexpertin	Anbieter für Fort- und Weiterbildung	A	Telefonat	15	Gesprächsprotokoll
FeldDok010	13.04.2012	Leiterin Forschung und Entwicklung	Verlag, Distributor, Training & Beratung	UK	Telefonat	55	Gesprächsprotokoll
FeldDok011	26.04.2012	Verschiedene AusstellerInnen der CIPD HRD Exhibition in London	Distributoren, Verlage	UK	Persönliche Gespräche	10-30	Notizen, Testbroschüren
FeldDok012	07.05.2012;- 25.07.2012	Trainer	Training & Beratung	DE	Persönliches Gespräch, Telefonat	40	Notizen, Gesprächsprotokoll
FeldDok013	31.05.-15.06.2012	Manager	Verband (Personalarbeit)	UK	Telefonat, Emails	10	Notizen, Survey
FeldDok014	12.06.2012	Psychologe	Verlag	UK	Persönliches Gespräch	60	Persönlichkeitsprofil, Notizen
FeldDok015	12.06.2012	Mitarbeiter Verkauf und Vertrieb	Verlag	UK	Persönliches Gespräch	45	Gesprächsprotokoll, Testbroschüre

Quelle: eigene Darstellung

# Literatur

## Verwendete Literatur

- Gnahn, Dieter (2010):** Kompetenzen – Erwerb, Erfassung, Instrumente. 2. Aufl. Bielefeld: W. Bertelsmann.
- Hammersley, Martyn/Atkinson, Paul (2007):** Ethnography: Principles in Practice. 3. Aufl. New York, NY: Routledge.
- Höft, Stefan/Muck, Peter M. (2009):** TBS-TK Rezension: „Golden Profiler of Personality (GPOP). Deutsche Adaption des Golden Personality Type Profiler von John P. Golden“. In: Report Psychologie, 7/8, S. 322-323.
- Klieme, Eckhard/Hartig, Johannes (2008):** Kompetenzkonzepte in den Sozialwissenschaften und im erziehungswissenschaftlichen Diskurs. In: Prenzel, Manfred/Gogolin, Ingrid/Krüger, Heinz-Hermann (Hrsg.): Kompetenzdiagnostik. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 11-29.
- Lüders, Christian (2000):** Beobachten im Feld und Ethnographie. In: Flick, Uwe/von Kardorff, Ernst/Steinke, Ines (Hrsg.): Qualitative Forschung – Ein Handbuch. Reinbek bei Hamburg: rororo, S. 384-402.
- McGurk, John/Belliveau, Vincent (2012):** Learning and Talent Development 2012. Annual Survey Report. London: Chartered Institute of Personnel and Development (CIPD).
- Wolf, Hans Dieter (2009):** Pädagogische Diagnostik durch Erziehungswissenschaftler/-innen. In: Der Pädagogische Blick, 17(4), S. 239-242.
- Zinnecker, Jürgen (2000):** Pädagogische Ethnographie. In: Zeitschrift für Erziehungswissenschaft, 3(3), S. 381-400.

## Weiterführende Literatur

- Belbin, R. Meredith/Jay, Antony (1981):** Management Teams: Why they Succeed or Fail. London: Heinemann.
- Block, Jack (2010):** The Five-Factor Framing of Personality and Beyond: Some Ruminations. In: Psychological Inquiry, 21(1), S. 2-25.
- Briggs, Katherine C. (1987):** Myers-Briggs Type Indicator. Palo Alto, CA: Consulting Psychologists Press.
- Brown, Anna/Bartram, Dave (2006):** OPQ32 User Manual. Surrey: SHL Group Limited. Online im Internet: <http://www.shlsolution-partner.com/au/resources/NEWOPQ32TechManualsupplement.pdf> [Stand: 2012-10-20].
- Cattell, Raymond (1965):** The Scientific Analysis of Personality. London: Penguin.
- Gerrig, Richard J./Zimbardo, Philip G. (2008):** Psychologie. 18. Aufl. München: Pearson Education.
- Goldberg, Lewis R. (1990):** An Alternative „Description of Personality“: The Big-Five Factor Structure. In: Journal of Personality and Social Psychology, 59(6), S. 1216-1229.
- Hogan, Robert (1996):** A Socioanalytic Perspective on the Five-Factor Model. In: Wiggins, J. S. (Hrsg.): The Five-Factor Model of Personality: Theoretical Perspectives. New York: The Guildford Press, S.163-179.
- Jung, Carl Gustav (1923):** Psychological Types: Or, The Psychology of Individuation. London: Routledge and K. Paul.
- Kersting, Martin (2008):** Qualität in der Diagnostik und Personalauswahl: Der DIN Ansatz. Göttingen: Hogrefe Verlag.
- McAdams, Dan P./Walden, Keegan (2010):** Jack Block, the Big Five, and Personality From the Standpoints of Actor, Agent, and Author. In: Psychological Inquiry, Vol. 21(1), S. 50-56.
- McCrae, Robert R./Costa, Paul T. (1999):** A Five-Factor Theory of Personality. In: Pervin, Lawrence A./John, O. P. (Hrsg.): Handbook of Personality: Theory and Research. New York, NY: The Guildford Press, S. 139-153.
- McCrae, Robert R./Costa, Paul T. (1989):** Reinterpreting the Myers-Briggs Type Indicator From the Perspective of the Five-Factor Model of Personality. In: Journal of Personality, 57(1), S. 17-40.
- Österreichisches Normungsinstitut (2005):** ÖNORM D 4000 – Anforderungen an Prozesse und Methoden in der Personalauswahl und -entwicklung. Wien: Fachnormenausschuss 249 des Österreichischen Normungsinstitutes.

**Paul, Annie Murphy (2005):** The Cult of Personality Testing: How Personality Tests are Leading us to Miseducate our Children, Mismange our Companies, and Misunderstand Ourselves. New York, NY: Free Press.

**Presse Anzeiger (2011):** Trends 2011 beim Einsatz von Persönlichkeitstests. Düsseldorf: Presse Anzeiger. Online im Internet: <http://www.presseanzeiger.de/pa/Trends-2011-beim-Einsatz-von-Persoenlichkeitstests-447973> [Stand: 2012-10-21].

**Stricker, Lawrence J./Ross, John (1964):** An Assessment of some Structural Properties of the Jungian Personality Typology. In: The Journal of Abnormal and Social Psychology, 68(1), S. 62-71.



Foto: K.K.

## Henriette Lundgren, MA MSc

henriette.lundgren@studium.uni-hamburg.de  
<http://www.epb.uni-hamburg.de>  
+44 1865 600781

Henriette Lundgren studierte Betriebswirtschaft und Organisationspsychologie in den Niederlanden, Deutschland und Italien und arbeitet als Trainerin in der betrieblichen Weiterbildung. Zur Zeit lebt sie im englischsprachigen Ausland. Sie ist Doktorandin und freiberufliche Mitarbeiterin an der Fakultät Erziehungswissenschaft, Psychologie und Bewegungswissenschaft der Universität Hamburg, Sektion Berufliche Bildung und Lebenslanges Lernen. Ihre Forschungs- und Arbeitsschwerpunkte liegen in den Bereichen betriebliche Weiterbildung, Einsatz von Lerninstrumenten und diagnostischen Verfahren sowie der Theorie des transformativen Lernens.

# Pigeonholing or Learning Instrument?

## Personality tests and their use in continuing vocational education and training (CVET)

### Abstract

At first glance, personality tests do not have much to do with adult education research. In workplace learning and training, however, they are increasingly used for triggering self-reflection. This article examines the tensions that result from this interplay between professional practice and theoretical approach. In doing so, the practice of personality testing in CVET is depicted in three sections – field, participants, and areas of application. Using ethnographic research methods, the study draws on data collected in Germany and Great Britain with a focus on the latter. The article concludes by relating the analysis to the situation in Austria and by discussing possible connections with the field of adult education research.

# Impressum/Offenlegung



## Magazin erwachsenenbildung.at

Das Fachmedium für Forschung, Praxis und Diskurs

Gefördert aus Mitteln des ESF und des BMUKK  
Projekträger: Bundesinstitut für Erwachsenenbildung  
Koordination u. Redaktion: Institut EDUCON – Mag. Wilfried Hackl

erscheint 3 x jährlich online, mit Parallelausgabe im Druck

Online: [www.erwachsenenbildung.at/magazin](http://www.erwachsenenbildung.at/magazin)

Herstellung und Verlag der Druck-Version:  
Books on Demand GmbH, Norderstedt

ISSN: 1993-6818 (Online)  
ISSN: 2076-2879 (Druck)  
ISSN-L: 1993-6818  
ISBN: 9783848231263

## Medieninhaber



Bundesministerium für Unterricht, Kunst und Kultur  
Minoritenplatz 5  
A-1014 Wien



Bundesinstitut für Erwachsenenbildung  
Bürglstein 1-7  
A-5360 St. Wolfgang

## Herausgeber der Ausgabe 17, 2012

Dr. Arthur Schneeberger (Institut für Bildungsforschung der Wirtschaft)

## HerausgeberInnen des Magazin erwachsenenbildung.at

Mag.<sup>a</sup> Regina Rosc (Bundesministerium für Unterricht, Kunst und Kultur)  
Dr.<sup>in</sup> Margarete Wallmann (Bundesinstitut für Erwachsenenbildung)  
Mag. Wilfried Hackl (Geschäftsführender Hrszg., Institut EDUCON)

## Fachredaktion

Univ.-Prof.<sup>in</sup> Dr.<sup>in</sup> Elke Gruber (Universität Klagenfurt)  
Dr. Christian Kloyber (Bundesinstitut für Erwachsenenbildung)  
Dr. Lorenz Lassnigg (Institut für höhere Studien)  
Dr. Arthur Schneeberger (Institut für Bildungsforschung der Wirtschaft)  
Dr. Stefan Vater (Verband Österreichischer Volkshochschulen)  
Ina Zwirger (ORF Radio Ö1)

## Online-Redaktion

Mag.<sup>a</sup> Bianca Friesenbichler (Institut EDUCON)

## Fachlektorat

Mag.<sup>a</sup> Laura R. Rosinger (Textconsult)

## Übersetzung

Übersetzungsbüro Mag.<sup>a</sup> Andrea Kraus

## Satz

Andreas Brandstätter (/andereseiten / grafik.layout)

## Design

Karin Klier (tür 3))) DESIGN)

## Website

wukonig.com | Wukonig & Partner OEG

## Medienlinie

Das „Magazin erwachsenenbildung.at. Das Fachmedium für Forschung, Praxis und Diskurs“ enthält Fachbeiträge von AutorInnen aus Wissenschaft und Praxis und wird redaktionell betrieben. Es richtet sich an Personen, die in der Erwachsenenbildung und verwandten Feldern tätig sind, sowie an BildungsforscherInnen und Studierende. Jede Ausgabe widmet sich einem spezifischen Thema. Ziele des Magazin erwachsenenbildung.at sind die Widerspiegelung und Förderung der Auseinandersetzung über Erwachsenenbildung seitens Wissenschaft, Praxis und Bildungspolitik. Weiters soll durch das Magazin der Wissenstransfer aus Forschung und innovativer Projektlandschaft unterstützt werden. Die eingelangten Beiträge werden einem Review der Fachredaktion unterzogen. Zur Veröffentlichung ausgewählte Artikel werden lektoriert und redaktionell bearbeitet. Namentlich ausgewiesene Inhalte entsprechen nicht zwingend der Meinung der HerausgeberInnen oder der Redaktion. Die HerausgeberInnen übernehmen keine Verantwortung für die Inhalte verlinkter Seiten und distanzieren sich insbesondere von rassistischen, sexistischen oder sonstwie diskriminierenden Äußerungen oder rechtswidrigen Inhalten.

Als Online-Medium konzipiert und als solches weitergeführt, ist das Magazin erwachsenenbildung.at beginnend mit der Ausgabe 7/8, 2009 zusätzlich in Druckform erhältlich.

## Urheberrecht und Lizenzierung

Wenn nicht anders angegeben, erscheinen die Artikel des „Magazin erwachsenenbildung.at“ unter der „Creative Commons Lizenz“. BenutzerInnen dürfen den Inhalt zu den folgenden Bedingungen vervielfältigen, verbreiten und öffentlich aufführen:

- Namensnennung und Quellenverweis. Sie müssen den Namen des/der AutorIn nennen und die Quell-URL angeben.
- Keine kommerzielle Nutzung. Dieser Inhalt darf nicht für kommerzielle Zwecke verwendet werden.
- Keine Bearbeitung. Der Inhalt darf nicht bearbeitet oder in anderer Weise verändert werden.
- Nennung der Lizenzbedingungen. Im Falle einer Verbreitung müssen Sie anderen die Lizenzbedingungen, unter die dieser Inhalt fällt, mitteilen.
- Aufhebung. Jede dieser Bedingungen kann nach schriftlicher Einwilligung des Rechtsinhabers aufgehoben werden.

Die gesetzlichen Schranken des Urheberrechts bleiben hiervon unberührt. Nähere Informationen unter [www.creativecommons.at](http://www.creativecommons.at).

Im Falle der Wiederveröffentlichung oder Bereitstellung auf Ihrer Website senden Sie bitte die URL und/oder ein Belegexemplar elektronisch an [redaktion@erwachsenenbildung.at](mailto:redaktion@erwachsenenbildung.at) oder postalisch an die angegebene Kontaktadresse.

## Kontakt und Hersteller

Magazin erwachsenenbildung.at  
Das Fachmedium für Forschung, Praxis und Diskurs  
p.A. Institut EDUCON  
Bürgergasse 8-10  
A-8010 Graz  
[redaktion@erwachsenenbildung.at](mailto:redaktion@erwachsenenbildung.at)  
<http://www.erwachsenenbildung.at/magazin>