



universität
wien

Diplomarbeit

Titel der Arbeit

Charakteristika von Vortragenden und ihr Effekt auf die
Bewertung des gehörten Vortrages

Verfasserin

Martina List

Magistra der Naturwissenschaften (Mag. rer. nat.)

Wien, im April 2010

Studienkennzahl: 298

Studienrichtung: Psychologie

Betreuer: Univ.-Prof. Dr. Erich Kirchler

Meinen Eltern und meiner Schwester gewidmet.

Danksagung

Ich möchte diese Gelegenheit nutzen und mich an dieser Stelle bei meinen Eltern für die jahrelange Unterstützung bedanken. Ein besonderer Dank gilt meiner Studienkollegin Katharina Peham für die jahrelange Zusammenarbeit, die moralische Unterstützung, den Zusammenhalt und ihre Freundschaft.

Des Weiteren möchte ich mich für die Betreuung von Herrn Univ.-Prof. Dr. Erich Kirchler und Mag.^a Ingrid Wahl, sowie für die Unterstützung des wirtschaftspsychologischen Instituts und der Kollegenschaft im Diplomanden/innenseminar bedanken. Ohne sie wäre diese Arbeit nicht möglich gewesen.

Inhaltsverzeichnis

Anmerkung.....	11
Abstract	13
 I. EINLEITUNG.....	 15
 II. THEORETISCHER TEIL	 17
1. Irradiationsphänomene	17
2. Der Halo-Effekt.....	17
2.1 Definition.....	17
2.2 Entstehung, Natur und Konsequenzen des Halo-Effekts	19
2.3 Ist der Halo-Effekt ein unbewusstes Phänomen?	22
2.4 Umkehr oder Verschwinden des Halo-Effekts.....	23
2.5 Der Halo-Effekt in der Praxis.....	25
3. Schemata, Skripts und Stereotype	29
3.1 Soziale Schemata.....	29
3.2 Skripts.....	31
3.3 Stereotype.....	31
3.3.1 Geschlechtsstereotype	34
3.3.1.1 Praktische Relevanz	36
3.3.1.2 Männer, Frauen und Führung.....	38
3.4 Die Bildung sozialer Eindrücke	46
4. Theoretiker und Praktiker.....	49
5. Verbale und nonverbale Kommunikation im Vortrag.....	51
5.1 Kommunikation allgemein	51
5.2 Der Vortrag.....	53
5.3 Ausdrucksverhalten	58
 III. EMPIRISCHER TEIL	 60
1. PLANUNG.....	60
1.1 Hypothesen.....	60

2. PRETESTS.....	63
2.1 Die Beschreibung der vortragenden Person	63
2.1.1 Stichprobe.....	63
2.1.2 Material.....	63
2.1.3. Durchführung	64
2.1.4 Ergebnisse.....	64
2.2 Der Vortragstext	67
2.2.1 Stichprobe.....	67
2.2.2 Material.....	67
2.2.3 Durchführung	68
2.2.4 Ergebnisse.....	68
2.3 Die Stimme der vortragenden Person.....	69
2.3.1 Stichprobe.....	69
2.3.2 Material.....	69
2.3.3 Durchführung	70
2.3.4 Ergebnisse.....	70
3. HAUPTTEST	75
3.1 Methode.....	75
3.1.1 Stichprobe.....	75
3.1.2 Material.....	77
3.1.2.1 Personenbeschreibung.....	77
3.1.2.2 Tonbänder	77
3.1.2.3 Konstruktion des Fragebogens zum Vortrag.....	77
3.1.2.4 Konstruktion des Fragebogens zum Vortragenden	78
3.1.2.5 Manipulation-Check.....	78
3.1.2.6 Demographische Daten	79
3.1.3 Durchführung	79
3.2 Ergebnisse	82
3.2.1 Vorbereitende Analysen	82
3.2.1.1 Faktorenanalyse und Reliabilitätsanalyse	82
3.2.1.2 Normalverteilung und Levene-Test	83
3.2.1.3 Korrelationen und Identifizierung möglicher Kovariaten.....	84
3.2.2 Haus vs. Labor.....	85
3.2.3 Exploration - Multivariate Varianzanalyse der Vortragsbeurteilung	86

3.2.3.1 Das Geschlecht der Versuchspersonen	87
3.2.3.2 Personenbeschreibung und Geschlecht des/der Vortragenden	87
3.2.3.3 MANOVA mit allen drei unabhängigen Variablen	90
3.2.4 Kovarianzanalyse	91
3.2.5 Die Beurteilung des/der Vortragenden	92
3.2.6. Präferenz der Teilnehmer/innen	94
IV. DISKUSSION.....	97
V. ZUSAMMENFASSUNG.....	104
VI. LITERATUR.....	105
VII. ANHANG	114

Anmerkung

Diese Arbeit entstand in enger Zusammenarbeit mit meiner Kollegin Katharina Peham. Aus diesem Grund sind Überschneidungen mit ihrer Arbeit „Der Halo-Effekt im transkribierten Vortrag“ gegeben und auch erwünscht. Die Arbeiten wurden jedoch unabhängig voneinander abgefasst.

Abstract

In dieser Studie wurde untersucht, ob der Halo-Effekt und Gendereffekte bei akustischen Vorträgen beobachtbar sind. Der Halo-Effekt ist ein Urteilsfehler bei dem sich eine Person einen Gesamteindruck aufgrund eines hervorstechenden Merkmals bildet. Der Einfluss des Geschlechts auf ein Urteil wird hier als Gendereffekt verstanden. Die Versuchspersonen hörten einen Vortrag auf Tonband, der entweder von einer Frau oder einem Mann gehalten wurde. Vorher erhielten die Teilnehmer/innen eine Personenbeschreibung des oder der Vortragenden. Im ersten Fall wurde die vortragende Person als jemand dargestellt, der einer praktischen Tätigkeit nachgeht. Im zweiten Fall ging sie einer theoretischen Arbeit nach. Anschließend sollte der Vortrag eingeschätzt werden. Tatsächlich zeigte sich bei der Untersuchung ein Halo-Effekt, da der Vortrag, wenn er von einer vermeintlich praktisch arbeitenden Person gehalten wurde, auch als eher praktisch eingeschätzt wurde, und umgekehrt nahmen ihn die Probanden/innen theoretischer wahr, wenn der oder die Vortragende einen theoriebezogenen Beruf ausübte. Der Halo-Effekt trat unabhängig vom Geschlecht des/der Vortragenden und vom Geschlecht des/der Urteilenden auf. Gendereffekte oder geschlechtsspezifische Vorurteile konnten nicht beobachtet werden.

I. EINLEITUNG

Der Halo-Effekt zählt zu den Urteilsfehlern und ist nach Cialdini (2006) der Gesamteindruck, den sich eine Person aufgrund eines hervorstechenden Merkmales bildet. Der Halo-Effekt begegnet uns im Alltag in unterschiedlichsten Situationen. Den wenigsten Menschen ist dabei bewusst, dass sie diesem oder anderen Urteilsfehlern unterliegen. Zu Entstehung und Auswirkung des Halo-Effekts gibt es bereits zahlreiche Untersuchungen. Ob der Effekt auch bei Vorträgen eine Rolle spielt, scheint jedoch in der Forschung bislang unberücksichtigt geblieben zu sein.

Vorträge spielen im Berufsleben eine wichtige Rolle. Sei es bei (Fach-)Tagungen, in Schulen, an der Universität oder in der Erwachsenenbildung. Vorinformationen über die vortragende Person könnten bei der Wahrnehmung des Vortrages nicht unbedeutend sein. Was ein/e Zuhörer/in aus einem Vortrag mitnimmt, könnte durch solche Vorinformationen beeinflusst werden. Eine solche Vorinformation ist möglicherweise der berufliche Background des/der Vortragenden. Für die vorliegende Arbeit schien vor allem die praktische oder theoretische Färbung der Arbeit von Bedeutung, denn je nach Vorinformationen über den Beruf des/der Vortragenden könnte sein/ihr Vortrag aufgrund des Halo-Effekts anders vom Publikum beurteilt werden. Bislang ist in der Literatur noch nicht untersucht worden, ob ein praktischer oder theoretischer Beruf einen Einfluss auf die Wahrnehmung des Vortrages hat.

In der vorliegenden Diplomarbeit soll also der Frage nachgegangen werden, ob der Halo-Effekt auch einen Einfluss auf die Wahrnehmung von akustischen Vorträgen hat. Im theoretischen Teil wird die einschlägige Literatur präsentiert. Definitionen des Halo-Effekts, sowie Entstehung und Auswirkungen auf den Alltag werden dabei beleuchtet. Zusätzlich werden im theoretischen Teil Informationen über Kommunikation und Vorträge, sowie ein kurzer Abriss über theoretische und praktische Arbeit gegeben. Auch mögliche Stereotype, im Besonderen Geschlechtsstereotype, werden nicht außer Acht gelassen und im theoretischen Teil erarbeitet. Diese könnten ebenso einen Einfluss auf die Beurteilung eines akustischen Vortrages haben.

Im empirischen Teil findet man eine genaue Beschreibung der durchgeführten Untersuchungen und deren Ergebnisse. Abschließend werden die Resultate in Bezug auf Urteilsfehler bzw. den Halo-Effekt interpretiert und diskutiert.

II. THEORETISCHER TEIL

1. Irradiationsphänomene

Unter Irradiationsphänomenen versteht man den Einfluss anderer, paralleler Wahrnehmungen auf Urteile über Objekte. Hierzu zählen also nicht alleine Kontexteffekte (Einfluss des wahrgenommenen Kontextes auf die Objektbeurteilung), sondern auch Sinnestäuschungen und die Wirkung von Stimmungen auf Bewertungen. Zum Beispiel beeinflusst alleine die Information über das Herkunftsland die Produktwahrnehmung und –bewertung (Hong & Wyer, 1989). Geprägt wurde der Begriff „Irradiationsphänomen“ von Spiegel (1970). Beispiele für Irradiationsphänomene sind die Art des Verpackungspapiers, aufgrund der man Rückschlüsse über die Frische des Brotes zieht oder die Größe des Lautsprechers, die für Klangqualität stehen kann. Beim Halo-Effekt werden automatisch und rasch alle möglichen verknüpften Informationen zugänglich, die von Personen nicht auf deren Gültigkeit überprüft werden (Felser, 2007).

2. Der Halo-Effekt

2.1 Definition

Der „Halo-Effekt“ oder „Hofeffekt“ wurde erstmals von Wells (1907) entdeckt und von Thorndike (1920) benannt. In der Literatur finden sich aber auch zahlreiche synonyme Bezeichnungen wie „Halofehler“ oder schlicht „Halo“ (z.B. Murphy, Jako & Anhalt, 1993). Halo ist das englische Wort für Schein. Bortz und Döring (2003) zählen diesen Effekt zu den sogenannten Urteilsfehlern. Damit sich Menschen in einer komplexen Umwelt zurechtfinden – es ist unmöglich, alle notwendigen Informationen zu verarbeiten, sofern diese überhaupt zur Verfügung stehen – müssen sie ein Urteil aufgrund weniger Informationen bilden. Hierbei greift man häufig auf einfache Informationsverarbeitungs- und Urteilsbildungsmechanismen wie den Halo-Effekt zurück, die jedoch fehlerhaft sein können, da sie die Realität nicht adäquat abbilden. Als weitere Urteilsfehler führen Bortz und Döring (2003) unter anderem die

Tendenz zur Mitte nach Korman (1971, zitiert nach Bortz und Döring, 2003), wobei vor allem wenig bekannte Urteilsobjekte im mittleren Bereich einer Skala zu bewerten und extremere Ausprägungen zu vermeiden oder der Primacy-Recency-Effekt (Scheuring, 1991, Kane 1971), wobei Urteile von der sequentiellen Position des zu bewertenden Objektes abhängen, z.B. werden Objekte, die als Erstes dargeboten werden, besser erinnert oder deren Urteil beeinflusst die Urteile der nachfolgenden Objekte, an. Weitere Urteilsfehler sind nach Tversky und Kahneman (1974, zitiert nach Kirchler & Schrott, 2003) sogenannte Heuristiken. Dazu zählen die Repräsentativitätsheuristik, die Verfügbarkeitsheuristik und die Verankerungs- und Anpassungsheuristik. Bei der Repräsentativitätsheuristik wird der Grad an Übereinstimmung zwischen Objekten oder Personen überschätzt. Die Verfügbarkeitsheuristik bezeichnet das Phänomen, dass Informationen, die leicht aus dem Gedächtnis abgerufen werden können, für wahrscheinlicher gehalten werden. Bei der Verankerungs- und Anpassungsheuristik orientieren sich Personen an einer Bezugsgröße, wenn sie ein Urteil bilden.

Der Halo-Effekt beschreibt die Tendenz, das Urteil über Merkmale eines Objektes von einem Pauschalurteil abhängig zu machen, die nicht vorhandene Kompetenz oder Bereitschaft des/der Urteilers/in auf verschiedene Ausprägungen mehrerer Merkmale zu achten oder dass ein/e Urteiler/in ein Objekt hinsichtlich vieler Merkmale gleich einstuft (Bernardin, 1977; Borman, 1975; de Cotiis, 1977). Vereinfacht gesagt, ist es dem/der Urteiler/in nicht möglich unterschiedliche und unabhängige Merkmale in einem Urteil zu berücksichtigen. Der Halo-Effekt tritt dann gehäuft auf, wenn ein einzuschätzendes Merkmal schwer zu beobachten, ungewöhnlich oder schlecht definiert ist (Bernardin & Walter, 1977) und Urteile schnell gefällt werden müssen (Klauer & Schmeling, 1990).

Cialdini (2006) beschreibt den Halo-Effekt hingegen etwas einfacher als den Gesamteindruck, den eine Person von einer anderen aufgrund eines markanten Merkmals bildet. Zum Beispiel werden einer attraktiven Person auch andere positive Eigenschaften, wie Ehrlichkeit, Freundlichkeit oder Kompetenz zugeschrieben. So entsteht ein positiver Gesamteindruck, der aufgrund eines Merkmals – nämlich Attraktivität – geformt wird.

Unter Halo- oder Hofeffekt verstehen Krech, Crutchfield, Livson, Wilson und Parducci (1997), die Tendenz, dass Beurteiler/innen aufgrund eines ersten Eindrucks die anderen Charaktermerkmale entsprechend passend zu beurteilen.

Es scheint also so, dass die Einschätzung von Objekten oder Personen stark vom/von der Beobachter/in abhängt. Zimbardo (1995) schreibt: „Ein wichtiger Nachteil von Fremdbeurteilungen ist, dass die Urteile über eine andere Person möglicherweise mehr über

den Beurteiler oder über die Beziehung des Beurteilers zu der Person, die beurteilt werden soll, sagen als über die wahren Merkmale dieser Person.“ (S. 527)

Er beschreibt den Halo-Effekt als Urteilsverzerrung, bei der man versucht sein könnte, jemanden, den man mag, auch in anderen Dimensionen günstiger zu beurteilen und seine Fehler zu übersehen.

Felser (2007) meint zum Halo-Effekt: „Das Eigenschaftsprofil wird homogener, gleichförmiger wahrgenommen als es in Wirklichkeit ist.“ (S. 191)

Diese Wahrnehmung betrifft sowohl negative als auch positive Eigenschaften. Laut Felser (2007) ist die physische Attraktivität am stärksten vom Halo-Effekt beeinflusst, da attraktiven Menschen alle möglichen positiven Merkmale zugeschrieben werden, für die es keine zureichenden Hinweise gibt. Am wichtigsten scheint der erste Eindruck zu sein. Dieser wirkt auf alle nachfolgenden Eindrücke ein.

Schmitt (1992) versteht unter dem Halo-Effekt die Tendenz, „faktisch unabhängige oder nur mäßig korrelierte Eigenschaften von Personen oder Sachen fälschlich als zusammenhängend wahrzunehmen“. (S. 476)

Es wird vermutet, dass der erste Eindruck auf die Wahrnehmung nachfolgender Eindrücke und Merkmale abfärbt (z.B. Thorndike, 1920). Dies wurde in zahlreichen Experimenten beobachtet (z.B. Nisbett & Wilson, 1977, Landy & Sigall, 1974).

Für die vorliegende Arbeit soll die Definition von Cialdini (2006) dienen, wonach der Halo-Effekt als Gesamteindruck beschrieben wird, den sich eine Person aufgrund eines hervorstechenden Merkmals bildet.

2.2 Entstehung, Natur und Konsequenzen des Halo-Effekts

Fisicaro und Lance (1990) unterscheiden drei Modelle des Halo-Effekts:

1. Das Model des generellen Eindrucks („the general impression model“)

Wenn mehrere Urteile abzugeben sind, werden sie von einem generellen Eindruck beeinflusst. Bei spezifischen Arbeiten könnte ein genereller Eindruck von der Arbeit selber oder von früherem Wissen über den/die Verfasser/in abgeleitet werden. Ist der/die Verfasser/in dem/der Beurteiler/in bekannt, fließen auch interpersonale Affekte in die Bewertung ein, zum Beispiel wenn in der Schule ein Deutschaufsatz eines/r Schülers/in beurteilt wird.

2. Das Modell der hervorstechendsten Dimension („the salient dimension model“)

Urteile von Merkmalen werden beeinflusst durch Urteile über hervorstechende Merkmale. Diese hervorstechenden Merkmale können für eine Arbeit, die von einer Person mit einem hervorstechenden Merkmal getätigt wurde, wichtig sein, müssen aber nicht; wie zum Beispiel Charaktereigenschaften des/der Verfassers/in.

3. Das Modell der inadäquaten Diskrimination („the inadequate discrimination model“)

Dieses Modell besagt, dass es Urteilern/innen nicht gelingt, zwischen unterschiedlichen Aspekten einer Arbeit zu unterscheiden und dann von anderen Aspekten beeinflusst werden. Dies könnte der Fall sein, wenn sehr viele unterschiedliche Merkmale eingeschätzt werden sollen.

Es scheint kontextabhängig, ob diese Modelle auf den Halofehler angewendet werden können (Lance, LaPointe & Fisicaro, 1994). Nach Dennis (2007) ergeben sich Probleme bei der Untersuchung des Halos dadurch, dass man Urteile braucht, die nicht mit dem Halo gefärbt sind um eine Diskrepanz feststellen zu können. Er meint, dass Einschätzungen mehrerer Urteiler/innen und die Anwendung des „multitrait-multimethod framework“ nach Campbell und Fiske (1959) dieses Problem lösen müssten. Die Ergebnisse seiner Studie, bei der Projekte von Studenten/innen bewertet wurden, sprechen gegen das Modell des generellen Eindrucks. Dennis (2007) fand Hinweise, dass der Halo unabhängig von interpersonalem Affekt ist. Er räumt aber ein, dass das Wissen, dass noch eine andere Person die Arbeit beurteilt, den interpersonalem Affekt ausgeschaltet haben könnte. Dennis (2007) konnte außerdem zeigen, dass der Halofehler am deutlichsten ist, wenn unterschiedliche Einschätzungen über verschiedene Eigenschaften einer Arbeit verlangt werden. Am schwächsten ist der Halo, wenn Einschätzungen über verschiedene Teile einer Arbeit gefordert sind. Werden schriftliche Arbeiten beurteilt, deren Verfasser/in anonym ist, werden viele Fehler – darunter auch der Halo – beseitigt.

Laut Schmitt (1992) stellt sich die Frage, welche psychologischen Mechanismen den Halo-Effekt verursachen und ob diese Ursachen über Situationen und Personen hinweg konstant sind und ob in jedem Fall der Halo-Effekt einen Urteilsfehler darstellt. Er meint, dass nicht nur der erste Eindruck ausschlaggebend sein kann, sondern auch stereotype Verhaltens- und Persönlichkeitstheorien. Das Prozessmodell von Cooper (1981) lässt den Schluss zu, dass der Halo-Effekt kein einheitliches Phänomen ist, sondern durch verschiedene kognitive und motivationale Verfälschungsfaktoren hervorgerufen werden kann. Motivationale

Verfälschungsfaktoren sind nach Schmitt (1992) das Konsistenzmotiv von Schneider-Düker und Schneider (1977), das Vorhersagbarkeitsmotiv (Bem & Allen, 1974), das Bedürfnis nach sparsamen Beschreibungssystemen (Schmitt & Borkenau, 1992; zitiert nach Schmitt, 1992) und die Voreingenommenheit gegenüber Urteilsobjekten, die zu selektiver Wahrnehmung von urteilsbestätigenden Informationen führt (Lord, Ross & Lepper, 1979).

Kognitive Verfälschungsfaktoren sind das Abschätzen von Zusammenhängen aufgrund mangelhafter oder falscher Informationen (Tversky & Kahneman, 1971), die Suche nach konsistenten Informationen (Snyder & Swann, 1978) oder das Anwenden falscher Urteilstkriterien (Shweder, 1982; zitiert nach Schmitt, 1992).

Wenn jemand ein Individuum auf mehreren Dimensionen einschätzen muss, wird sein Urteil vom Gesamteindruck beeinflusst, das der/die Urteiler/in über jemanden hat (Cooper, 1981). Es gibt viele Definitionen und Untersuchungen zum Halo-Effekt (z.B. Thorndike, 1921; Balzer & Sulsky, 1992), die alle zeigen, dass es Einstimmigkeiten in Bezug auf die Natur und Konsequenzen des Halos gibt. Erstens ist der Halo-Effekt alltäglich und normal (Feldman, 1986; Jacobs & Kozlowski, 1985). Zweitens spiegelt der Effekt die Unfähigkeit oder den Widerwillen des/der Urteilenden wider, zwischen unterschiedlichen Merkmalen einer Person zu unterscheiden (Cooper, 1981; Feldman, 1986). Drittens beinhaltet ein beobachteter Halo-Effekt einen wahren oder validen und einen illusorischen oder invaliden Halo (Bartlett, 1983; Bingham, 1939). Unter dem wahren Halo-Effekt versteht man eine reale Überschneidung der beurteilten Dimensionen, während der illusorische Halo-Effekt Fehler in der Messung und der Beobachtung, sowie Gedächtnisfehler seitens des/der Urteilers/in subsumiert. Viertens sind beim Halo-Effekt Korrelationen zwischen den beurteilten Merkmalen überhöht dargestellt. Fünftens beeinflusst der Gesamteindruck des/der Urteilers/in die Urteile über spezifische Attribute. Weiters mutet sechstens der Halo-Effekt einen negativen Einfluss auf die Qualität der Urteile an und darum scheint es siebentens sinnvoll, den Halo-Effekt auszuschalten (Cooper, 1981; Bernardin & Beatty, 1984; zitiert nach Murphy, Jako & Anhalt, 1993). Die Autoren Murphy, Jako und Anhalt (1993) sehen diese sieben Punkte als problematisch und führen in ihrer Literaturanalyse an, dass (a) in Studien beobachtete Korrelationen häufiger geringer sind als tatsächliche Korrelationen (Fisicaro & Lance, 1990; Lance, Fisicaro & LaPointe, 1990), (b) der Halo-Effekt die Validität und Genauigkeit der Urteile erhöht und ohne ihn die psychometrische Qualität gemindert ist (Cooper, 1981; Murphy & Balzer, 1989) und (c) die Grenze zwischen wahren und illusorischem Halo-Effekt in der Praxis nicht klar gezogen werden kann.

Sie zeigen also, dass der Halo-Effekt nicht allgegenwärtig ist, dass überhöhte Korrelationen nicht die Norm sind und dass Top-down-Theorien, das sind allgemeine bzw. übergeordnete Theorien, die spezifischere Theorien beinhalten können, nicht immer geeignete Erklärungen für generelle und spezifische Urteile sind. Außerdem finden sie Hinweise, dass der Halo-Effekt Urteile nicht automatisch verschlechtert und unter Umständen sogar verbessern kann. Bereits Cooper (1981) bezeichnete dieses Phänomen als „halo-accuracy paradox“.

Murphy, Jako und Anhalt (1993) argumentieren, dass es in den meisten Settings unmöglich ist, den validen Halo-Effekt zu untersuchen, und wenn es doch möglich ist, seien die Effekte sehr gering. Die Autoren und die Autorin merken an, dass weitere Untersuchungen notwendig sind, um herauszufinden, in welchen Situationen der Halo-Effekt auftritt und zu genauen oder ungenauen Urteilen führt.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass noch nicht genau geklärt ist, unter welchen Umständen der Halofehler genau auftritt (Murphy, Jako & Anhalt, 1993). Es scheint jedoch, dass der Halo vermindert werden kann, wenn Urteile unmittelbar abgegeben werden oder der/die Urteiler/in über großes Fachwissen verfügt (Kozlowski & Kirsch, 1987). Jedoch konnte der Halo bisher nicht ausgeschaltet werden, wenn es um die Beurteilung spezifischer (schriftlicher) Arbeiten geht, auch wenn Expertenwissen vorhanden war und die Urteile unmittelbar erfolgten, sodass keine Gedächtnisfehler auftreten konnten (Marsh & Ball, 1989).

2.3 Ist der Halo-Effekt ein unbewusstes Phänomen?

Der Halo-Effekt scheint dem Menschen unbewusst zu sein. Es gibt Studien, bei denen die Teilnehmer/innen Urteile, die dem Halo-Effekt unterlagen, falsch begründen oder rekonstruieren (Nisbett & Wilson, 1977), die zeigen, dass Bewertungsprozesse automatisch ablaufen (Klauer, 1991) und bei denen der Hinweis, den Effekt zu vermeiden, unzulänglich war (Thorndike 1920). Nach Schmitt (1992) widerspricht der Halo-Effekt außerdem einer wichtigen Norm unseres Kulturkreises, nämlich Menschen unvoreingenommen und neutral zu bewerten. Bei subjektiven Urteilen, die Folgen für sich oder andere haben, z.B. bei Leistungsbeurteilungen jeglicher Art, bei der Partner/inwahl oder in der Politik, wird die praktische Bedeutung des Effekts sichtbar. Auch Cialdini (2006) merkt an, dass Menschen solche Beurteilungen unbewusst vornehmen.

2.4 Umkehr oder Verschwinden des Halo-Effekts

Der Halo-Effekt kann ausgeschaltet und sogar umgekehrt werden, wenn man Versuchspersonen auf ihn aufmerksam macht. Sie sind sich dann des Effekts bewusst und damit bemüht, den Halo zu unterbinden. Felser (2007) nennt diesen Ausgleich den „Wasservogel-Effekt“ nach einer Geschichte über den hässlichen Schüler Wasservogel, der vom Lehrer immer gelobt und positiv beurteilt wurde, nur damit der Junge nicht auf die Idee käme, er würde wegen seiner Hässlichkeit benachteiligt. In mehreren Untersuchungen fand man Belege für das Ausschalten des Halo-Effekts. Schmitt (1992) stellte fest, dass der Halo-Effekt bei der Bewertung eines Textes nicht auftrat, wenn zuvor ein Text bewertet wurde, der seinerseits dem Halo-Effekt unterlag. Die Personen versuchten anscheinend einen Ausgleich zu schaffen und einen ersten Einschätzungsfehler wieder gut zu machen.

Außerdem scheint der Effekt durch das Erzeugen von Selbstaufmerksamkeit gedämpft zu werden. Wenn Personen ihr Urteil öffentlich machen oder abgeben müssen, scheint der Halo-Effekt weniger zum Tragen zu kommen als bei anonymen Urteilen oder wenn sie ihr Urteil nicht rechtfertigen müssen (Tetlock, 1983; Patzer, 1985; zitiert nach Felser, 2007). Anscheinend ist es aber auch schon genug, die Versuchspersonen darauf hinzuweisen, dass sie objektive Urteile fällen und sich nicht durch einen ersten Eindruck beirren lassen sollen (Eagly, Ashmore, Makhijani & Longo, 1991).

Schmitt (1992) führte mehrere Experimente durch, bei denen es um die Leistungsbeurteilung von Personen in Abhängigkeit eines ersten Eindruckes geht, der experimentell vermittelt wurde. In seinem ersten Experiment replizierte der Autor eine Untersuchung von Landy und Sigall (1974) bei der den Probanden/innen ein kurzer Aufsatz samt einem Foto des/der Autors/in vorgegeben wurde. In einer Bedingung zeigte das Foto eine attraktive und in der anderen eine unattraktive Person. Die Versuchspersonen bewerteten denselben Aufsatz besser, wenn er vermeintlich von der attraktiven Person geschrieben wurde. In der Replikation von Schmitt (1992), die im deutschen Sprachraum durchgeführt wurde, wurde dieses Ergebnis nicht gefunden. Hier wurde die attraktive Person zwar bei der Vergabe eines Arbeitsplatzes vorgezogen, jedoch der Text der attraktiveren Person schlechter bewertet als jener der unattraktiven. Dies widerspricht der Theorie zum Halo-Effekt und weist auf einen Kontrasteffekt, bei dem Unterschiede bei direkten Vergleichen übertrieben wahrgenommen werden, hin. Schmitt (1992) untersuchte in einem zweiten Experiment, ob sich dieser Umstand nur bei Attraktivitätsstudien oder auch bei Studien, bei denen man sich aufgrund anderer Merkmale einen ersten Eindruck bilden kann, nachweisen lässt. Hierfür sollten die Verfasser/innen eines Textes und deren Text ohne Foto aufgrund eines Lebenslaufes und

eines polizeilichen Führungszeugnisses beurteilt werden. Es wurden dieses Mal zwar keine Kontrasteffekte gefunden, jedoch auch kein Halo-Effekt.

Der Autor vermutete, dass das Verschwinden des Halo-Effekts damit zu tun hat, dass die Probanden/innen möglicherweise aufgrund des Fotos oder Lebenslaufs eine Erwartung bezüglich der zu beurteilenden Person gebildet hatten. Bei der attraktiven Person könnten die Teilnehmer/innen auf Basis ihrer Erwartung von der Qualität des Textes enttäuscht gewesen sein, wohingegen sie bei der unattraktiven Person positiv überrascht gewesen sein könnten. Um dieser Hypothese nachzugehen, führte er ein drittes Experiment durch, bei dem jedoch weder eine Erwartungsbildung noch eine Diskrepanz zwischen Erwartung und Leistung nachgewiesen werden konnte.

Im vierten Experiment untersuchte er, ob die „Wiedergutmachungshypothese“ eine Erklärung für den Halo-Effekt darstellt. Wenn die Versuchspersonen wissen, dass sie ein unfaires Beurteilungskriterium herangezogen haben, könnten sie motiviert sein, diesen Umstand in folgenden Urteilen wieder gut zu machen (Strack, 1992; zitiert nach Schmitt, 1992). Um dies zu überprüfen, gab er den Versuchspersonen wieder den Lebenslauf einer Person vor, ließ sie aber nur einen vermeintlich von dieser Person verfassten Text beurteilen und nicht die Person selbst. Wenn die Hypothese angenommen werden kann, müsste sich nun in der Textbeurteilung ein Halo zeigen. Es fand sich zwar kein signifikanter Unterschied bei der Beurteilung des Textes, jedoch zeigten die Ergebnisse eine Wiedergutmachungstendenz, die Schmitt (1992) in zwei weiteren Experimenten, bei denen er das Wiedergutmachungsmotiv verstärkte, noch weiter untersuchte. Obwohl sich im Ganzen kein signifikanter Unterschied zeigte, fand man in neun von zehn Urteilsdimensionen einen konsistenten Halo-Effekt, wenn die Leistung nicht aber zuvor die Person selbst beurteilt wurde. Dass der Halo-Effekt in Bezug auf die Leistung nicht so stark war wie in Bezug auf die Person, führt der Autor darauf zurück, dass die Leistung möglicherweise mehr objektiv urteilsrelevante Informationen enthält als die Personenbeschreibung. Wurde das Wiedergutmachungsmotiv verstärkt, ergaben sich zwar nach wie vor keine signifikanten Unterschiede, jedoch änderten sich die Beurteilungen im Sinne der Wiedergutmachungshypothese. Dem Autor erscheinen weitere Untersuchungen notwendig, schon alleine deshalb, weil das Wiedergutmachungsmotiv der Hypothese widerspricht, dass sich der Halo unbewusst vollzieht.

Zusammenfassend kann man feststellen, dass Personen zwar aufgrund ihrer Attraktivität positive oder negative Persönlichkeits- und Leistungsmerkmale zugeschrieben werden, dies aber keinen Einfluss auf nachfolgende tatsächliche Leistungsbeurteilungen hat. Für das

Ausbleiben des Halos scheinen Erwartungen nicht relevant, wohl aber Wiedergutmachungstendenzen.

2.5 Der Halo-Effekt in der Praxis

Der Halofehler gilt nach Dennis (2007) als ein kognitiver Bias, der die Kovarianzen von unterschiedlichen Einschätzungen eines/r Urteilers/in erhöht und zwar relativ zu den Kovarianzen, die resultieren würden, wenn es den Bias nicht gäbe. Diese Einschätzungen können in den unterschiedlichsten Bereichen wie Beruf, Schule und Sport erfolgen und die Leistung oder das Verhalten über einen bestimmten Zeitraum hinweg, eine spezifische Leistung oder ein spezifisches Verhalten oder einen Ausschnitt davon betreffen. Der Halofehler ist also in allen Situationen, in denen es um Feedback geht, von Bedeutung. Urteiler/innen, die verschiedene Aspekte einer Arbeit einschätzen sollen, unterbewerten Unterschiede zwischen Leistungen auf unterschiedlichen Dimensionen. Außerdem führt der Halofehler dazu, dass vom/von der Beurteiler/in Leistungsunterschiede etwa bei mehreren Arbeiten einer Person über die Zeit unterschätzt werden. Damit enthält das Feedback eines/r Urteilers/in weniger Qualität und könnte die Motivation des/der Beurteilten mindern.

Der Halo-Effekt ist ebenso in der Berufswelt und sogar in der Rechtsprechung anzutreffen. So konnte gezeigt werden, dass das Aussehen bei Bewerbungsgesprächen eine größere Bedeutung hatte als die beruflichen Qualifikationen der Bewerber/innen. Trotzdem gaben die Personen, die die Einstellungsgespräche mit den Bewerbern/innen geführt haben, an, dass das Äußere nur eine kleine Rolle für ihre Entscheidung gespielt hat (Mack & Rainey, 1990). Auch bei der Bezahlung profitieren attraktive Menschen. Hammermesh und Biddle (1994) geben an, dass das Einkommen von attraktiven Personen 12 bis 14 Prozent über jenem von unattraktiven Personen liegt. Eine Untersuchung von Efran und Patterson (1976, zitiert nach Cialdini, 2006) über die kanadischen Parlamentswahlen im Jahre 1974 zeigte, dass attraktive Kandidaten/innen deutlich mehr Stimmen als unattraktive erhielten und somit klar im Vorteil waren.

Es deutet vieles darauf hin, dass gut aussehende Menschen auch in der Rechtsprechung bevorzugt behandelt werden. So wurden attraktive Männer zu signifikant leichteren Strafen verurteilt. Ihnen wurde fast doppelt so häufig eine Gefängnisstrafe erspart als unattraktiven Männern (Steward, 1980; zitiert nach Cialdini, 2006).

Kurtzburg, Safar und Cavior (1968, zitiert nach Cialdini, 2006) führten ein kriminalpsychologisches Experiment durch. Einige unattraktive Inhaftierte eines

Gefängnisses in New York unterzogen sich einem plastisch-chirurgischen Eingriff. Andere, die ähnlich unattraktiv waren, taten dies nicht. Ein Jahr nach ihrer Entlassung zeigte sich, dass jene Insassen, die den Eingriff machen ließen, signifikant weniger erneut inhaftiert wurden. Einige Kriminologen meinten, dass man unattraktiven Kriminellen statt teuren Rehabilitationsmaßnahmen eine Schönheitsoperation anbieten könne. Aus der Studie von Steward (1980) könnte man jedoch ableiten, dass die Kriminellen nicht weniger Straftaten begehen, sondern „nur“ geringere Strafen erhalten und bevorzugt behandelt werden (Cialdini, 2006).

Weitere Studien zeigen, dass gut aussehenden Menschen eher geholfen wird (Benson, Karabenic & Lerner, 1976) und dass bereits Kinder in der Schule von ihren Lehrern/innen differenziert bewertet werden. So wird hübschen Kindern eine höhere Intelligenz zugeschrieben und negative Handlungen werden als weniger verwerflich angesehen (Dion, 1972; Ritts, Patterson & Tubbs, 1992).

Krech, Crutchfield, Livson, Wilson und Parducci (1997) führen mehrere Studien an, bei denen Personen hinsichtlich ihrer Merkmale nicht zutreffend beurteilt werden konnten. Jedoch ergab sich, dass je mehr das zu beurteilende Merkmal im Verhalten der Person sichtbar wurde, je mehr nonverbales Verhalten diese Person also zeigte, desto richtiger fielen die Urteile über sie aus (Estes, 1937, Taft, 1955, Schneider, Hastorf & Ellsworth, 1979; zitiert nach Krech et al., 1997).

Klauer und Schmeling (1990) untersuchten, ob Urteile über Persönlichkeitseigenschaften stärker vom Halo-Effekt gefärbt sind, wenn sie schnell getroffen werden müssen. Die Ergebnisse zeigen, dass unter Zeitdruck die Anzahl der systematischen Halofehler anstieg, nicht aber der Anteil unsystematischer Fehler.

Schüler/innen mit guten Leistungen werden auch in anderen Bereichen als gut wahrgenommen, während schlechte Schüler/innen unterschätzt werden. Aus diesem Grund werden Versuche unternommen, Beurteilungsprozesse zu standardisieren, so zum Beispiel im Wechsler Intelligenztest. Sattler, Hillix und Neher (1970) untersuchten, ob der Halo-Effekt trotz dieses Tests auftritt. Zu diesem Zweck bildeten sie drei Bedingungen. Die Versuchspersonen in der ersten Bedingung galten als klug, die in der zweiten als dumm und in der dritten wurden keine Informationen über die Teilnehmer/innen zur Verfügung gestellt. Es zeigte sich, dass als klug klassifizierte Personen bessere Ergebnisse erzielten als die anderen Teilnehmer/innen.

Borg (2003) fand, dass Einzelaspekte einer Einheit negativer beurteilt wurden als die gesamte Einheit selbst und zwar in unterschiedlichen Themenbereichen. So findet sich dieser Umstand bei der Bewertung von Bezahlung und in allen Bereichen der Arbeitszufriedenheit. Dies widerspricht klassischen Theorien (z.B. Ajzen, 1988; Feger, 1980; zitiert nach Borg, 2003), wonach der Mittelwert der Bewertungen aller Einzelaspekte die Gesamtbewertung eines Einstellungsobjekts ergibt. Borg (2003) vermutete ein übergeordnetes Einstellungsobjekt, das auf andere Einstellungsobjekte überstrahlt. Er fasste seine Überlegungen in der sogenannten „Sandwich-Theorie“ zusammen. Sie besagt, dass übergreifende Affekte kognitiv schneller verfügbar sind als Bewertungen einzelner Aspekte eines Einstellungsobjektes (Schwarz, Strack, Kommer & Wagner, 1987). Bei der Bewertung von Bezahlung beispielsweise bildete die allgemeine (positive) Arbeitszufriedenheit eine Art affektiven Halo und führte dazu, dass die Bezahlung in ihrer Gesamtheit positiver als ihre Einzelaspekte (Höhe der Bezahlung, Gerechtigkeit der Bezahlung, usw.) beurteilt wurde. Ist also die allgemeine Arbeitszufriedenheit hoch, wird die Zufriedenheit mit der Bezahlung, die in die Arbeitszufriedenheit einfließt, ins Positive verzerrt. Ist das übergeordnete Einstellungsobjekt negativ beurteilt, werden auch untergeordnete Einstellungsobjekte ins Negative verzerrt. Jedoch reicht der Halo nicht bis zu detailreichen Einzelaspekten wie der Höhe der Bezahlung.

In Organisationen wird die Bildung von Teams in den letzten Jahren immer mehr bevorzugt (LaFasto & Larson, 2001; Thompson, 2000; zitiert nach Naquin & Tynan, 2003). Teams liefern die qualitativ hochwertigste Arbeit in einer Zeit, in der der Markt stark vom Wettbewerb beherrscht wird. Außerdem vereinen sie die Fähigkeiten ihrer Mitglieder und können so erfolgreicher sein als es ein/e Mitarbeiter/in alleine wäre (Katzenbach & Smith, 1993). Es gibt allerdings auch Studien, die die Effektivität von Teams in Frage stellen. Zum Beispiel zeigt Steiner (1972, zitiert nach Naquin & Tynan, 2003), dass dynamische Gruppenprozesse und unzureichende Entscheidungsfindung zu schlechterem Output von Gruppen führen als wenn die Teammitglieder alleine agieren würden. Naquin und Tynan (2003) argumentieren, dass ohne Wissen, wie Teams funktionieren und Konflikte vermieden werden können, Teams kaum adäquat arbeiten können. Gleichzeitig merken sie an, dass negative Berichte über Teams fehlen und führen als mögliche Erklärung an, dass Erfolge eher dem Kollektiv und Misserfolge eher einzelnen Mitgliedern zugeschrieben werden. Dies bezeichnen die Autoren als „team halo effect“. Sie meinen, dass dieser Umstand deshalb eintritt, weil Menschen, wenn sie Misserfolge erleben, sich ein alternatives Verhalten und damit einen alternativen Ausgang (Erfolg) vorstellen und es somit einfacher ist, festzustellen,

was ein Individuum hätte anders machen müssen, damit Erfolg eintritt, als bei einer ganzen Gruppe. Dieser Effekt wird vermindert, wenn Wissen über Teamarbeit und Teamdynamik oder Teamerfahrung vorhanden ist.

Zusammenfassend kann man sagen, dass der Halo-Effekt bereits in den unterschiedlichsten Bereichen und auf unterschiedlichste Weise untersucht worden ist. Einige Fragen, wie zum Beispiel ob dieser Effekt unbewusst auftritt und ob er ausgeschaltet werden kann, sind dabei noch nicht eindeutig geklärt. Ebenso ungeklärt ist, ob der Halo-Effekt auch bei akustischen Vorträgen auftritt, wenn den Zuhörern/innen vorher Informationen über den/die Redner/in gegeben werden, die als hervorstechendes Merkmal fungieren. Dies soll mit der vorliegenden Arbeit überprüft werden.

3. Schemata, Skripts und Stereotype

3.1 Soziale Schemata

Menschliches Wissen ist in Schemata gespeichert. Schemata sind generelle Wissensstrukturen oder Wissenspakete, die Wissen und Vorannahmen über Menschen, Gegenstände und Situationen und deren Beziehungen zueinander enthalten. Aus diesem Grund werden Erwartungen impliziert, allein wenn man einen Begriff nur hört (Zimbardo, 1995).

Ein Schema stellt eine kognitive Struktur dar, die die Verarbeitung von Informationen bestimmt. Bem (1981b) definiert den Begriff Schema wie folgt: „... a network of associations that organizes and guides an individual's perception ... and functions as an anticipatory structure, a readiness to search for and to assimilate incoming information in schema-relevant terms.” (S. 355)

Zum Beispiel verfügt jeder Mensch über ein Schema zu dem Begriff „Restaurant“. Darin sind alle Annahmen über ein Restaurant, und was jemanden in solchem erwarten könnte, enthalten. Schemata organisieren also unser Wissen, beeinflussen darüber hinaus unser Erinnern und das Speichern und Interpretieren neuer Informationen. Dabei scheint Konsistenz eine wichtige Rolle zu spielen. Wenn man versucht, etwas zu erinnern oder Neues abzuspeichern, das nicht mit dem vorhandenen Schema konsistent ist, könnte das Gedächtnis die Informationen in Richtung Konsistenz verzerren. Bartlett (1932, zitiert nach Zimbardo, 1995) führte ein Experiment durch, bei dem er Menschen westlicher Kultur ein indianisches Märchen vorlas, das sie nach einiger Zeit reproduzieren sollten. Die erinnerte Geschichte unterschied sich erheblich von der Vorgelesenen. Vermutlich waren Teile der Geschichte den Versuchspersonen aufgrund des kulturellen Hintergrundes unklar gewesen und sie hatten sie in Richtung Konsistenz verändert, d.h. sie veränderten die Geschichte so, dass sie zu ihren Kulturvorstellungen passte. Bartlett nahm kognitive Prozesse zwischen Input und Output an und identifizierte drei Arten der Verzerrung:

- Nivellieren („leveling“) – Informationen werden vereinfacht.
- Akzentuieren („sharpening“) – Details werden hervorgehoben und betont.
- Assimilieren („assimilation“) – Einzelheiten werden so verändert, dass sie zum vorhandenen Wissen passen.

Außerdem verfügt der Mensch über personenbezogene Schemata. Nach Cantor und Mischel (1977) beeinflussen sie, wie Menschen Menschen wahrnehmen und was sie über sie erinnern, auch wenn sie sich nicht wirklich gegenüberstehen sondern nur beschrieben werden. Beispielsweise verfügt jemand über ein Schema für Schuhverkäufer/in. Wenn jemandem nun eine Person, die er nicht kennt, aber dieser Kategorie angehört, vorgestellt wird, so regt ihn sein Schema zu der Annahme an, dass bestimmte Persönlichkeitseigenschaften bei dieser Person vorhanden wären. Sie bestimmen unsere Zuneigung oder unsere Ablehnung der Person gegenüber. Hingegen ist es möglich, mehr Informationen und Details über unbekannte Personen zu erinnern, wenn sie mit einem vorhandenen Schema organisiert werden. Auch unvollständige, zu komplexe oder mehrdeutige Informationen bekommen Sinn, wenn sie auf gespeicherte Schemata bezogen und damit eingeordnet werden können. Das Erfassen von neuen Informationen geschieht offenbar mithilfe zweier Prozesse (Zimbardo, 1995):

1. die neue, konsistente Information wird in bereits vorhandenes Wissen bzw. Schemata integriert, und
2. Diskrepanzen zwischen neuer Information und Schema werden eliminiert durch Veränderung dieses Schemas und durch Veränderung oder Ignorieren der neuen Information.

Norman und Rumelhart (1975) sehen Schemata als primäre Bedeutungseinheiten im Informationsverarbeitungssystem. Die Autoren meinen, dass menschliches Wissen ein Netzwerk solcher miteinander verknüpfter Schemata darstellt.

Nach Felser (2007) erreicht man unter anderem eine Aktivierung durch Werbung, wenn man schematisch vorgeformte Bilder vorgibt. Die Bilder erzeugen beim/bei der Betrachter/in bereits nach kurzer Zeit eine große Anzahl von Assoziationen. Schemata werden also wachgerufen. Die Assoziationen bestehen aus Wissensinhalten und Gefühlen, wobei dasselbe Schemabild unterschiedliche emotionale Bedeutungen erzeugen kann. Einige Schemata scheinen schon aus biologischen Gründen zu existieren und sind angeboren wie zum Beispiel im sexuellen Bereich. Auch das „Kindchen-Schema“, d.h. große Augen wie beim Löwenkind Simba aus „Der König der Löwen“, oder das Darstellen von Kindern führen zu positiven Gefühlsassoziationen. Andere Schemata scheinen kulturabhängig oder durch Mythen und Märchen entstanden zu sein wie „die gute Fee“ oder „die böse Stiefmutter“. Einige Schemata zeichnen sich erst in jüngster Zeit ab und sind neu, wie beispielsweise der Pate mit seiner röchelnden Stimme. Diese Figuren rufen bestimmte Vorstellungen beim/bei der Betrachter/in wach, die bereits nach kurzer Darbietung geweckt werden.

3.2 Skripts

Skripts stellen laut Zimbardo (1995) das Wissen über Abläufe von Ereignissen und Handlungen dar. Er erklärt, dass Skripts prozedurales Wissen, also Wissen über Abläufe, organisieren, während Schemata deklaratives Wissen, d.h. Wissen über Fakten und Inhalte, organisieren. Bleiben wir bei dem Beispiel „Restaurant“. Die meisten Menschen verfügen über ein Skript, das den Ablauf eines Restaurantbesuches organisiert. Sie wissen, dass der/die Kellner/in sie zum Tisch bringt, ihnen eine Speisekarte vorlegt, sie bestellen, das Essen daraufhin serviert wird, usw. Vergleichsweise liefert das Schema „Restaurantbesuch“ etwa die Informationen, wie ein Restaurant aussieht, also dass es Tische und Stühle in großer Anzahl gibt, dass Kellner/innen an der einheitlichen Bekleidung erkennbar sind, oder dass in der Speisekarte Getränke und Speisen aufgelistet sind. Wenn Menschen über die gleichen Skripts verfügen, fühlen sie sich behaglich, da jeder von ihnen glaubt, die Situation richtig verstanden zu haben und adäquate Handlungen und Reaktionen setzt. Unbehaglich fühlen sich Menschen immer dann, wenn sich die Skripts unterscheiden oder sie mit neuen Situationen konfrontiert sind, für die es noch kein Skript gibt (Zimbardo 1995).

Zimbardo (1995) unterscheidet drei Arten von Skripts:

- Situationsgesteuerte Skripts

Gespeicherte Wissensabläufe beziehen sich auf die Kontrolle von Situationen wie zum Beispiel den Restaurantbesuch.

- Rollengesteuerte Skripts

Skripts werden durch Rollen bestimmt, von denen erwartet wird, dass wir sie in einer bestehenden Gesellschaft einnehmen, z.B. Student/in, Mutter, Schwester.

- Personengesteuerte Skripts

Diese stellen einen Ausdruck des persönlichen Stils dar und gelten für informelle Situationen ohne Rollenerwartungen. Sie hängen vom Selbstkonzept eines Menschen ab. Zum Beispiel gibt es „Hilfsbereitschafts“-Skripts und „Freundlichkeits“-Skripts.

3.3 Stereotype

Stereotype stellen Überzeugungen über Persönlichkeitseigenschaften und Fähigkeiten von Personen und Gruppen dar und spielen eine große Rolle bei der Bildung des ersten Eindrucks (Zimbardo, 1995). Aufgrund ihrer Eigenschaften werden Personen so einer sozialen Gruppe

zugeordnet. Stereotype können somit zu Schemata gerechnet werden und sollen helfen, unbekannte Menschen einzuschätzen. Dies vereinfacht im Allgemeinen ein Zurechtkommen in der Umwelt, kann jedoch auch zu Vorurteilen (negative Stereotype) führen.

Menschen machen sich auf unterschiedliche Weise ein Bild von der Welt. Sie greifen auf altes Wissen oder frühere Erfahrungen zurück, um neue Ereignisse zu verstehen und sie einzuordnen. Man nutzt bestimmte kognitive Strategien um zu Urteilen und Einschätzungen zu gelangen. In der Kognitionspsychologie werden Menschen häufig so gesehen, dass sie nur geringe Anstrengungen unternehmen und schnell zu ihren Urteilen gelangen wollen. Dies sollte jedoch nicht als Schwäche angesehen werden, sondern uns vielmehr dafür sensibilisieren, dass dieselben kognitiven Prozesse, die meistens zuverlässig und effizient arbeiten, zu Fehltritten führen können. Zum Beispiel ist es kognitiv effizient, bei anderen Personen wenige bedeutsame Merkmale herauszufiltern und unsere Einschätzungen und Reaktionen darauf zu gründen. Man bildet also Stereotype. Jedoch sollte nicht vergessen werden, dass sich Stereotype auf fehlerhafte, falsche oder auf zu wenige Informationen beziehen können. Auf jeden Fall üben Stereotype einen starken Einfluss darauf aus, wie wir andere Menschen einschätzen und wir uns ihnen gegenüber verhalten (Zimbardo, 1995).

Die Urteile, zu denen wir über eine Person und/oder ihr Verhalten gelangen, können durch äußere Eindrücke verzerrt werden. Oft genügen ein paar Sekunden um sich ein Urteil darüber zu bilden, wie eine Person ist. Nach Zimbardo (1995) ist das äußere Erscheinungsbild einer Person meist alles, was wir brauchen, um ihr Verhalten, ihre Eigenschaften, Fähigkeiten und Fertigkeiten und unsere Sympathie ihr gegenüber einzuschätzen. Manchmal kann eine Einschätzung aufgrund des ersten Eindrucks vernünftig sein. Vor allem zur Sicherung des eigenen Lebens und zum Schutz der Familie könnte es schon in grauer Vorzeit von großer Bedeutung gewesen sein, dass man schnell einschätzen kann, wer Freund oder Feind ist. Eine schnelle Einschätzung von Personen, ihrem Verhalten oder Objekten scheint also grundsätzlich sinnvoll. Jedoch gelangt man häufig durch eine solch schnelle Einschätzung zu Fehltritten und ungerechtfertigten Vorurteilen.

Zimbardo (1995) meint, dass spontane erste Eindrücke auf rassistischen, sexistischen und anderen Gruppenstereotypen basieren, die entweder falsch oder grobe Entstellungen der Wirklichkeit sind: „Ein soziales Stereotyp spiegelt die Überzeugung wider, die Menschen in Bezug auf Persönlichkeitseigenschaften und Fähigkeiten hegen, die üblicherweise bei einzelnen Mitgliedern einer bestimmten sozialen Gruppe zu finden sind.“ (S. 701)

Weiters schreibt er: „Stereotype spielen eine große Rolle bei der Bildung erster Eindrücke“ (S. 701). Für gewöhnlich erfährt man zuallererst etwas über die Gruppenzugehörigkeit eines

Menschen, bevor man ihn näher kennenlernt. Alter, Geschlecht und Ethnizität sind auf einen Blick auszumachen. Solche Merkmale geben einen raschen Überblick, wenn sonst keine Informationen zur Verfügung stehen. Häufig ist dieser erste Eindruck konsistent und wird auch durch nachfolgende Informationen nicht geändert (Primacy-Effekt). Der erste Eindruck ist meist ein bleibender Eindruck, weil Personen die Wahrnehmung über jene Person, von der sie sich einen ersten Eindruck gebildet haben, so verzerren, dass sie zum ersten Eindruck passt. Schließlich können sie das Verhalten der Person im Sinne einer selbst erfüllenden Prophezeiung beeinflussen. Ein weiterer Prozess, der zu Primacy-Effekten führt, ist der Umstand, dass man widerlegende, nachfolgende Eindrücke äußeren Ursachen zuschreibt. Wenn zum Beispiel ein Mensch, der einem sympathisch ist, schlecht bei einer Prüfung abschneidet, wird dieses Ergebnis eher einer zu schweren oder ungerechten Prüfung zugeschrieben als mangelndem Wissen oder Einsatz dieses Menschen. Oder Personen, die einem unsympathisch sind und als gehässig gelten, werden, wenn sie freundlich sind, als „falsch“ angesehen. Häufig werden Personen, die man negativ einschätzt, gemieden, sodass keine Möglichkeit besteht, die vorgefasste Meinung zu ändern. Dies ist ein Grund, weshalb sich viele Vorurteile so hartnäckig halten (Zimbardo, 1995).

Raven und Rubin (1976) argumentieren, dass vorgefasste Ideen über Attribute einer Gruppe von Personen oft sehr vereinfacht, rigide und unvoreilhaft sind. Wird eine Person einmal mit einer Gruppe identifiziert, wird ihre Individualität übersehen und ihr werden größtenteils die Merkmale der Gruppe zugeschrieben.

Häufig wird „Stereotypisierung“ bzw. der „Stereotypen-Effekt“ zu den Beurteilungsfehlern gezählt. Unter Stereotypisierung verstehen Krech et al. (1997) eine Tendenz Menschen jene Charaktermerkmale zuzuschreiben, die sie nach Meinung des/der Beurteilers/in aufgrund ihrer Gruppenzugehörigkeit besitzen müssen. Zum Beispiel beurteilen Personen einen arbeitslosen Menschen als faul, obwohl dies natürlich nicht zutreffen muss, da Arbeitslosigkeit auf verschiedene Ursachen wie eine schlechte Marktlage oder finanzielle Probleme eines Unternehmens zurückgeführt werden kann. Zimbardo (1995) versteht unter dem Stereotypen-Effekt:

Wenn ein Beurteiler glaubt, die meisten Menschen einer bestimmten Kategorie (Schwarze, Juden, Italiener, Frauen) verfügen über bestimmte Merkmale, dann „sieht“ er diese möglicherweise in jedem Einzelnen, von dem er weiß, dass er zu einer solchen Gruppe gehört. (S. 527)

Stereotype entstehen nach Ashmore und DelBoca (1981, zitiert nach Bierhoff, 1986) durch folgende Mechanismen, die entweder einen wertenden Charakter haben oder nicht:

Ohne Wertung

- *Generalisierung*: Durch Vereinheitlichung oder Homogenisierung in der Personenwahrnehmung kommt es zu einer Vereinfachung der sozialen Informationsverarbeitung.
- *Begriff*: Stereotype sind im normalen Denken des Menschen verankert und helfen dabei, Begriffe voneinander abzugrenzen. Zum Beispiel werden Texte nicht geschlechtsneutral formuliert, da auch nicht geschlechtsneutral gedacht wird.
- *Falsches Lernen*: Es werden durch verzerrte oder unbegründete induktive Schlüsse falsche Ansichten über Gruppen von Menschen gebildet, die aufgrund des gegebenen „Inputs“ nicht gerechtfertigt sind.

Mit Wertung

- *Übergeneralisierung*: Aus vorliegenden Informationen werden übertriebene Schlussfolgerungen gezogen.
- *Faktisch falsch*: Es werden realitätsferne Ansichten über Gruppen von Menschen, geglaubt.
- *Rigidität*: Darunter wird starres Schwarz-Weiß-Denken verstanden, bei dem (neue) Informationen nicht angemessen bei der Revision von Urteilen berücksichtigt werden oder neue Informationen keine Änderung des Urteils bewirken.

3.3.1 Geschlechtsstereotype

Forschungen zur sozialen Rollentheorie haben gezeigt, dass Menschen weniger geschlechtsstereotyp über andere urteilen, wenn sie neben dem Wissen über deren Geschlecht auch Wissen zu den sozialen Rollen der Personen haben. Männer und Frauen werden stereotyp beurteilt, wenn keine Informationen über soziale Rollen zur Verfügung stehen (Bosak, Sczesny & Eagly, 2007). Dabei werden Frauen mehr expressive Persönlichkeitseigenschaften wie Einfühlsamkeit und Hilfsbereitschaft und Männern mehr instrumentelle Merkmale wie Durchsetzungsfähigkeit und Risikofreude zugeschrieben (Eagly & Steffen, 1984). Frauen und Männer, die im Haushalt arbeiten oder berufstätig sind, unterscheiden sich jedoch nicht bezüglich zugeschriebener Expressivität und Instrumentalität. Die soziale Rollentheorie geht davon aus, dass Geschlechtsstereotype durch die unterschiedliche Verteilung der Geschlechter auf bestimmte soziale Rollen entstehen (Eagly,

1987; Eagly, Wood & Diekmann, 2000). Zum Beispiel tragen Frauen immer noch die Verantwortung für Kindererziehung und Haushalt, während Männer sich um das Haushaltseinkommen kümmern. Man kann also in der Gesellschaft immer wieder Männer und Frauen in diesen bestimmten Rollen beobachten und man könnte darum zu dem Schluss kommen, dass Männer verstärkt instrumentelle und Frauen expressive Eigenschaften besitzen (Cejka & Eagly, 1999). Diese Geschlechtsstereotype werden schon sehr früh in der Kindheit durch soziales Training, Erwartungen, Rollenmodelle und die Medien vermittelt (Santrock, 1994). Nach Eagly und Steffen (1984) sollten Stereotype ausgeschaltet werden, wenn für beide Geschlechter dieselben Informationen zur sozialen Rolle in der Gesellschaft oder Rolleninformationen vorgegeben werden, die dem Geschlechtsstereotyp widersprechen.

Nach dem „Shifting-Standards-Modell“ von Biernat (2003) greifen Personen bei Beurteilungen auf Standards zurück, die abhängig von der sozialen Kategorie sind, in die die zu beurteilende Person gehört. Je nach Geschlecht bewerten Menschen Männer oder Frauen gemäß ihrer Geschlechtszugehörigkeit. Soll zum Beispiel die Dominanz einer Person beurteilt werden und man schätzt Männer gemäß vorliegender Standards als dominant ein und Frauen als weniger dominant, dann könnte man, obwohl Personen objektiv dieselbe Dominanz zeigen, sie je nach Geschlechtszugehörigkeit als unterschiedlich dominant beurteilen. Außerdem legen Befunde von Deal und Stevenson (1998) den Schluss nahe, dass Männer stärker geschlechtsstereotyp urteilen als Frauen. Bosak, Sczesny und Eagly (2007) nahmen an, dass Männer und Frauen in derselben Rolle (Hausmann/Hausfrau, berufstätig, keine Rolle) ähnlich hinsichtlich instrumenteller (dominant, aggressiv, wettbewerbsfähig, wagemutig, abenteuerlustig) und expressiver (liebvoll, unterstützend, mitfühlend, sensibel, sanftmütig) Eigenschaften wahrgenommen werden, und dass sich ähnliche Personenbeurteilungen eher bei weiblichen Urteilenden zeigen als bei männlichen. Um eine Beurteilung nach Geschlechtszugehörigkeit zu vermeiden haben die Autorinnen ihre Probanden/innen Männer und Frauen direkt miteinander vergleichen lassen. Die Ergebnisse zeigen einen deutlichen Einfluss der Rollenbeschreibung auf die Personenbeurteilung. Hausmänner/Hausfrauen und berufstätige Männer und Frauen wurden ähnlicher hinsichtlich instrumenteller und expressiver Merkmale wahrgenommen als Männer und Frauen ohne Rollenbeschreibung. Wie erwartet wurde dieser Effekt durch das Geschlecht des Beurteilenden moderiert. Weibliche Urteilende schätzten die beschriebenen Charaktere ähnlicher ein als männliche.

3.3.1.1 Praktische Relevanz

Die Präferenzen von Klienten/innen bei der Auswahl von Beratern/innen kann als dynamischer, kognitiver Prozess gesehen werden. Zu diesem Prozess zählt die Entscheidungsfindung gefolgt von Erwartungen und Affekten, die wiederum mit der Entscheidungsfindung interagieren. Diese Komponenten beeinflussen den Therapieprozess und den Therapieerfolg. Personen bilden ein mentales Bild von einem/r Berater/in, das ihre Erwartungen über die Person widerspiegelt, mit der sie zusammenarbeiten wollen (Grantham & Gordon, 1986; zitiert nach DeHeer, Wampold & Freund, 1992). Tatsächlich konnte nachgewiesen werden, dass Erwartungen mit dem Beratungserfolg zusammenhängen (Borghi, 1968; zitiert nach DeHeer, Wampold & Freund, 1992).

Das salienteste Merkmal eines/r Beraters/in ist sein/ihr Geschlecht. Obwohl meist die Vorliebe von Klienten/innen für Berater/innen mit dem Geschlecht erklärt wurde (z.B. Yanico & Hardin, 1985; Walker & Stake, 1978), wird der Gender-Schema-Theorie nach Bem (1981b) erst seit kurzem Aufmerksamkeit geschenkt. Sie geht davon aus, dass Menschen ein Genderschema besitzen. Unterschiede zwischen Männern und Frauen sind laut Bem (1979) nicht nur biologischer Natur, sondern manifestieren sich ebenso im Verhalten, in der Kleidung und in den Persönlichkeitsmerkmalen. Beim „gender schematic processing“ (Bem, 1981a) werden Verhalten, Eigenheiten und Personen in maskuline oder feminine Kategorien eingeteilt oder nach solchen Kategorien bewertet.

Gemäß der Gender-Schema-Theorie haben geschlechtsstereotype Menschen, das sind Menschen, die alle Merkmale ihres Geschlechts tragen, also Frauen mit femininen Merkmalen und Männer mit maskulinen Merkmalen, ein stereotypes Bild von der Welt. Diese Menschen verarbeiten die Informationen, die sie bekommen, eher durch das Genderschema. Nicht-geschlechtsstereotype oder androgyne Menschen, das sind solche, die sowohl feminine als auch maskuline Merkmale in hoher Ausprägung haben, besitzen ein weniger dominantes Genderschema und benutzen daher Non-Gender-Daten, also Daten ohne geschlechtsspezifischen Hintergrund bei der Informationsverarbeitung. Somit sind Informationen über das Geschlecht wenig relevant für androgyne Menschen (DeHeer et al., 1992). Die Autoren merken an, dass bei Untersuchungen des Genderschemas keine Informationen über die Geschlechtsrolle der dargestellten Personen gegeben werden darf, da diese bei den Probanden/innen ein Netzwerk von stereotypen Verallgemeinerungen aktivieren und das Ergebnis dadurch verfälscht werden würde. Bei der Darstellung einer Frau sollte man also auf stereotype Beschreibungen, wie zum Beispiel „die Person näht gerne“ oder „die Person kauft gerne Schuhe ein“, verzichten. DeHeer et al. (1992) untersuchten, ob

geschlechtsstereotype oder androgyne Personen Präferenzen über andere Personen aufgrund der Gender-Schema-Theorie bilden. Dabei gaben sie neben der Information über das Geschlecht auch Informationen über die Kompetenz. Ob die Probanden/innen nun androgyn oder geschlechtsstereotyp waren, wurde mittels des Bem Sex Role Inventory (BSRI; Bem 1981a) erhoben. Anschließend gaben sie den Probanden/innen sechs Beschreibungen über Berater und sechs Beschreibungen über Beraterinnen, in jeweils zwei Beschreibungen hatten die Berater/innen eine hohe Kompetenz, in zwei eine mittlere und in zwei eine niedrige Kompetenz. Es zeigten sich keine Unterschiede in der Bewertung zwischen geschlechtsstereotyp und androgyn eingeschätzten Versuchspersonen und damit auch keine Hinweise, dass die Gender-Schema-Theorie angenommen werden kann. Beide bevorzugten die Berater/innen mit der höheren Kompetenz unabhängig vom Geschlecht.

Wheless und Potorti (1989) untersuchten die Einstellung von Schülern/innen zum Lernen und erhoben dafür drei Variablen, nämlich Geschlechtsunterschiede zwischen den Lehrern/innen, Geschlechtsunterschiede zwischen den befragten Schülern/innen und die Beurteilung der Schüler/innen der geschlechtsrollenspezifischen Orientierung der Lehrer/innen. Grundlage der Studie war die „Sex Role Congruency Hypothesis“ oder „Geschlechterrollen-Kongruenz-Theorie“ von Schein (1975), die besagt, dass Geschlechterrollen konformes Verhalten positiver bewertet wird als Verhalten, das nicht der Geschlechterrolle entspricht. Mehrere Untersuchungen (z.B. Harris, 1975, Rubin, 1981) haben gezeigt, dass es spezifische Eigenschaften gibt, die einem/r typischen maskulinen Lehrer/in (selbstbewusst, unabhängig, objektiv, logisch/rational, entscheidungsfreudig, wohlüberlegt, Kontrolle aufrechterhaltend, aktiv und aggressiv) und einem/r typischen femininen Lehrer/in (fürsorglich, bewusst, behutsam, taktvoll, passiv, emotional unterstützend, verstehend, unmittelbar, nicht dominant, sensibel für Gefühle und Betroffenheit gegenüber anderen sowie das Zeigen von Gefühlswärme) zugeschrieben werden. Die Ergebnisse der Autorinnen zeigen, dass das Geschlecht der Lehrer/innen im Zusammenhang mit geschlechtsstereotypen Verhalten keinen Einfluss auf das Lernen hat. Ebenso hat das Geschlecht der Schüler/innen im Zusammenhang mit dem Geschlecht der Lehrer/innen keinen Einfluss. Lediglich „androgyne“ Lehrer/innen, das sind solche, die sowohl maskuline als auch feminine Eigenschaften haben, erzeugen eine positivere Einstellung zum Lernen.

Rosenkrantz, Vogel, Bee, Broverman und Broverman (1968) untersuchten Stereotype mittels Eigenschaftspaaren und fanden, dass männliche Stereotype im Allgemeinen positiver bewertet werden als weibliche. Männliche Attribute lassen sich durch den Überbegriff

„Kompetenz“ zusammenfassen, während weibliche Eigenschaften unter der Bezeichnung „Wärme“ subsumiert werden (Spence, Helmreich & Stapp, 1975). Eigenschaften, die üblicherweise Männern zugeschrieben und positiv bewertet werden, sind: Aggressiv, dominant, objektiv, abenteuerlustig, selbstbewusst, ehrgeizig, entscheidungsfreudig, nicht beeinflussbar, nicht emotional, logisch. Positive Eigenschaften von Frauen sind: Taktvoll, ruhig, sanft, äußert leicht Gefühle, gute Manieren.

3.3.1.2 Männer, Frauen und Führung

Frühere Studien (z.B. Dodge et al., 1995; Heilman et al., 1989) haben gezeigt, dass Manager die Führungsqualitäten von Frauen schlechter einschätzen. Jedoch hat sich das Bild, das Frauen von Managerinnen haben, dramatisch geändert. Nicht nur dass sie meinen, Frauen seien keine schlechteren Führerinnen als Männer, sondern die besseren. Häufig zeigte sich, dass Frauen Frauen als Führungsperson bevorzugen und Männer Männer. Eagly, Makhijani und Klonsky (1992, zitiert nach Sczesny, 2003) erklären, dass Männer Führerinnen negativer bewerten als Frauen. Eine Erklärung dafür könnte von Deal und Stevenson (1998) stammen, die fanden, dass Frauen weniger von Geschlechtsstereotypen bei ihren Urteilen beeinflusst werden. Eagly und Karau (2002) finden, dass Führerinnen deshalb schlechter bewertet werden, da sie von ihrer Genderrolle abweichen.

Die meisten Modelle zu Führungseigenschaften enthalten aufgabenorientierte Eigenschaften wie Zielstrebigkeit, Durchsetzungsvermögen und Organisationstalent, die „initiating structure“ genannt werden und eher maskulin attribuiert sind. Aber auch personenorientierte, eher weiblich attribuierte Eigenschaften wie Kommunikationsfähigkeit, Rücksichtnahme und die Fähigkeit, andere zu motivieren; auch „consideration“ genannt (Fleishman, 1953). Diese Eigenschaften werden als „soft skills“ bezeichnet; im Gegensatz zu „hard skills“ zu denen die erforderlichen Fachkompetenzen (z.B. Datenauswertung, Geschäftsplanung) gehören (Sczesny, 2003; Sczesny & Bosak, 2007).

Sczesny und Bosak (2007) ließen Versuchspersonen die aufgabenorientierten (Zielstrebigkeit, Risikobereitschaft, Eigeninitiative) und personenorientierten (Kooperationsfähigkeit, Fairness, Fähigkeit, andere zu motivieren) Eigenschaften von Führungskräften einschätzen. Ebenso sollten die Führungskräfte selber angeben, inwieweit sie über diese Eigenschaften verfügen. Die Ergebnisse der Fremdwahrnehmung zeigten, dass vermutet wird, dass aufgabenorientierte Eigenschaften weiter verbreitet sind als personenorientierte. Außerdem

wurden beide Arten von Eigenschaften als gleich wichtig bewertet. In der Selbstwahrnehmung gaben die Führungskräfte an, personenorientierte Merkmale sehr viel häufiger zu besitzen als in der Fremdwahrnehmung.

In vielen Studien konnte nachgewiesen werden, dass Führungseigenschaften eher mit den stereotypen Eigenschaften eines Mannes als einer Frau übereinstimmen (vgl. Schein 1975, 1973, 2001). Aber auch Frauen selber beschreiben sich als weniger passend und weniger über die nötigen Eigenschaften einer Führungskraft verfügend als Männer (Bosak & Sczesny, 2008). Um zu überprüfen, ob diese Wahrnehmungen noch zutreffen, ließen die Autorinnen den typischen Führer und die typische Führerin einschätzen. Dabei wurden weiblichen Führungskräften eine höhere soziale Kompetenz zugeschrieben (Personenorientierung). Sowohl personenorientierte als auch aufgabenorientierte Eigenschaften werden als ähnlich wichtig für weibliche und männliche Führungskräfte bewertet. In Bezug auf die Selbstwahrnehmung ließen sich keine Unterschiede finden. Männer und Frauen gaben an, beide Führungseigenschaften im gleichen Maße zu besitzen und dass sie auch in gleichem Maße wichtig für die eigene Person sind.

Nach Heilman (1983, zitiert nach Sczesny, 2003) werden die Erwartungen über den Erfolg eines Menschen in einer bestimmten beruflichen Position durch die Passung der zugeschriebenen Merkmale dieses Menschen mit den beruflich erforderlichen Fähigkeiten bestimmt. Eine geringe oder fehlende Passung wird von der Autorin als "lack of fit" bezeichnet. Sie argumentiert, dass ein "lack of fit" bei Frauen vorprogrammiert sei, da sie gemäß des weiblichen Geschlechtsstereotyps vornehmlich mit femininen Merkmalen assoziiert werden, während Anforderungen an eine Führungskraft überwiegend mit männlichen Attributen charakterisiert werden. Eine mangelnde Übereinstimmung führt zu der Erwartung eines Misserfolgs der wahrgenommenen Person und daraus resultierend möglicherweise zu negativen Leistungsbeurteilungen.

Sczesny (2003) konnte zeigen, dass Frauen im Vergleich zu Führungskräften im Allgemeinen seltener aufgabenorientierte (und damit eher maskuline) und häufiger personenorientierte (eher feminine) Fähigkeiten zugeschrieben werden. Weiblichen Führungskräften wird eine besonders ausgeprägte personenorientierte Führungskompetenz zugesprochen. Gleichzeitig zeigte ihre Befragung von Führungskräften eine androgynere Sicht von Führung, bei der kaum in der Wichtigkeit personen- und aufgabenorientierter Fähigkeiten für Frauen und Männer unterschieden wurde. Die weiblichen und männlichen Führungskräfte beschrieben sich hinsichtlich der beiden Arten von Führungsfähigkeiten in ähnlicher Weise als kompetent,

wobei weibliche Führungskräfte die Bedeutung personenorientierter Fähigkeiten für ihre eigene Person betonten. Da das weibliche Geschlechtsstereotyp mehr soziale Fertigkeiten beinhaltet, werden Frauen generell mehr soziale Kompetenzen zugeschrieben, was ihnen beruflich einen Vorteil verschaffen sollte, wenn sie neben fachlicher auch soziale Kompetenz mitbringen. Trotzdem werden sie dominanter und weniger einfühlsam als ihre männlichen Mitstreiter gesehen (Steffens & Mehl, 2003).

Bei der Klassifikation von Personen stellt das Geschlecht eine Basiskategorie dar (Deaux & LaFrance, 1998). Wenn sich eine Person entgegen durch das Geschlecht bestimmten Rollenerwartungen verhält, kann das negative Auswirkungen haben. Nach Deaux und LaFrance (1998) werden Geschlechtsstereotype automatisch aktiviert. In der Literatur werden Männer hauptsächlich über leistungsbezogene (agency) Merkmale definiert, die als typisch maskulin betrachtet werden, wie Ehrgeiz und Unabhängigkeit. Frauen werden anhand sozialer und interpersonaler (communion) Merkmale charakterisiert, die als typisch feminin gelten, wie Sensibilität und Fürsorglichkeit (Matlin, 1993). Erfolgreichen Führern werden generell typisch männliche Eigenschaften zugeschrieben. Dies könnte eine mögliche Erklärung dafür sein, dass Frauen in Führungspositionen unterrepräsentiert sind. In den letzten Jahren wird auch immer wieder betont, dass „soft skills“ wie Sensibilität im Umgang mit Konflikten zu der Rolle von Führungskräften gehören; Fähigkeiten, die weiblich akzentuiert sind. Um herauszufinden, ob diese Umkehr ein Vorteil für Frauen ist, müssen auch Substereotype von Frauen berücksichtigt werden (Steffens & Mehl, 2003). Eckes (1994) fand heraus, dass „Karrierefrauen“ als ehrgeizig, aktiv, egoistisch, dominant und stark gesehen werden und dieser Subtyp damit in starkem Kontrast zum weiblichen Geschlechtsstereotyp steht. Außerdem werden einige dieser Eigenschaften negativ bewertet, während dem „Karrieremann“ durchwegs positive Attribute zugeschrieben werden.

Rudman (1998) beobachtete in seiner Studie, dass zielsicheres, dominantes Auftreten von Frauen in Bewerbungssituationen zu einer geringeren Bewertung ihrer sozialen Kompetenz führt und nannte dieses Phänomen „backlash effect“. Rudman und Glick (2001) zeigen, dass Androgynität diesen Effekt ausschaltet. Wenn eine Frau „agency“, sowie die erwartete soziale Kompetenz signalisiert, wurde sie als geeignet wahrgenommen.

Steffens und Mehl (2003) weisen auf Mängel in Rudmans und Glicks Untersuchung hin, die die Inszenierung der Vorstellungsgespräche und die Stellenbeschreibung (typischer Männerberuf) betrafen, und haben die Ergebnisse erneut überprüft. Sie fanden, dass zielstrebige „agency“ Bewerber und Bewerberinnen im Vergleich zu androgynen als fachlich

kompetenter und diese wiederum fachlich kompetenter als soziale „communion“ Bewerber/innen angesehen wurden. Die geringste Sozialkompetenz wurde zielstrebigen Personen zugeteilt, androgyne erhielten positivere Urteile und soziale Personen die höchste Kompetenz. Frauen wurde durchschnittlich eine höhere soziale Kompetenz zugetraut als Männern. Zielstrebige Bewerberinnen wurden als sozial kompetenter eingestuft als zielstrebige Männer, wobei für androgyne und soziale keine Unterschiede bestanden.

Glick, Zion und Nelson (1988) zeigten, dass der negative Einfluss von Stereotypen dadurch kompensiert werden kann, dass zusätzliche Informationen über die Qualifikation der Bewerber/innen gegeben werden. Steffens und Mehl (2003) argumentieren: „Die Selbstdarstellung als zielstrebig und gleichzeitig sozial führte zu den höchsten Erfolgschancen für Bewerberinnen und Bewerber“ (S. 183). Es ergaben sich keine Hinweise darauf, dass „Karrierefrauen“ sozial weniger kompetent als „Karrieremänner“ wahrgenommen werden.

Personen streben nach Martell und DeSmet (2001) höhere Positionen in einer Organisation an, weil sie gerne von anderen als Führer/in wahrgenommen werden möchten. Diesen Führern/innen schreibt man üblicherweise eine Reihe von Fähigkeiten zu, die zum Unternehmenserfolg beitragen. Sie genießen den Status und die Position, die mit Erfolg einhergehen. Studien, die sich mit der Frage beschäftigen, wieso Frauen in höheren Positionen unterrepräsentiert sind, zeigen, dass dies auf Stereotype über Managerinnen zurückzuführen ist, die besagen, dass Frauen einen Mangel an Führungsfähigkeiten haben. Die Autoren untersuchten Genderstereotype in höheren Positionen durch die Überprüfung, ob Frauen im Vergleich zu Männern alle notwendigen Fähigkeiten haben, die ein/e Führer/in braucht. Sie meinen, dass eine erfolgreiche Führung einen Mix unterschiedlichen Verhaltens benötigt, das nicht notwendigerweise typisch männlich oder weiblich sein muss:

[...] leadership ability is a complex construct, and limiting judgements to a single evaluation of overall leadership ability or to a small number of abstract behaviors may produce an incomplete and possibly misleading picture of gender stereotyping in the leadership domain. (S. 1224)

Sie zogen darum eine große Bandbreite führungsrelevanten Verhaltens (14 Kategorien: Inspirieren, Delegieren, intellektuelle Stimulation, Mentoring, Modelling, Monitoring, Networking, Problemlösen, Belohnen, Unterstützen, höherreichender Einfluss, Consulting, Planen und Teambildung) für ihre Untersuchung heran. Die Kategorisierungstheorie (Deaux, Winton, Crowley & Lewis, 1985) besagt, dass konträre stereotype Informationen

Stereotypisierungen vermindern. Wenn zum Beispiel eine Person erfährt, dass eine Managerin erfolgreich ist, könnte das dazu führen, dass diese Personen ihre globalen Stereotype (über Frauen) unterdrücken und stattdessen einen Gendersubtyp (Managerin) benutzen. In dieser alternativen Kategorisierung sind alle Fertigkeiten, die eine erfolgreiche Managerin haben sollte, zusammengefasst. Unterschiede zwischen Managern und Managerinnen könnten auf diese Weise verschwinden. In der Untersuchung von Martell und DeSmet (2001), bei der 151 Manager und Managerinnen unterschiedlicher Positionen teilnahmen, konnte gezeigt werden, dass die Manager die Eigenschaften Mentoring, Modeling, Monitoring, Planen, Belohnen, Unterstützen und höherreichender Einfluss frei von Genderstereotypisierung sehen, also diesen weder männliche noch weibliche Attribute zugeschrieben werden. Delegieren, Inspirieren, intellektuelle Stimulation und Problem lösen schreiben sie eher Männern als Frauen zu. Die Einschätzung von Networking, Teambildung und Consulting war von der Position abhängig, die die männlichen Probanden innehatten. Managerinnen sahen die folgenden Kategorien als frei von Stereotypen: Intellektuelle Stimulation, Modeling, Monitoring, Networking, höherreichender Einfluss, Teambildung und Planen. Delegieren sahen sie als männerdominant an, Inspirieren, Mentoring, Problem lösen, Belohnen und Unterstützen sahen sie hingegen als frauendominant. Die Einschätzung des Consultings zeigte sich als einziges abhängig von der Managerposition, die die Frauen innehatten.

Diese Untersuchung leistet einen Beitrag dazu, wie Frauen im Unternehmen von Führungskräften gesehen werden. Stereotype erklären, warum Frauen mit leichteren Aufgaben mit weniger Verantwortung betraut werden und damit auch den bekannten „glass ceiling“ Effekt oder „Glasdeckeneffekt“. Der Glasdeckeneffekt beschreibt das Phänomen, dass es nur wenige Frauen in der Führungsspitze in Unternehmen gibt. Scheinbar gibt es eine durchsichtige Barriere („Glasdecke“), die Frauen nur schwer durchbrechen können, um in der Karriereleiter nach oben zu kommen (Morrison & van Glinow, 1990).

Führung ist nach Eagly und Karau (2002) ein von Männern dominierter Bereich vor allem in den politischen, militärischen und wirtschaftlichen Sektoren. Obwohl Frauen mittlerweile vermehrt Zugang zu Supervisory-Positionen und Positionen des mittleren Managements haben, sind sie unter den Top- und Elitemanagern/innen immer noch rar vertreten. Um dieses Phänomen zu erklären, entwickelte sich in der Wissenschaft die Theorie des Glasdeckeneffektes. Um einen Beitrag zu diesem Problem zu leisten, stellten die Autorin und der Autor eine Theorie über Vorurteile gegenüber Führerinnen auf.

Eine Erklärung des Glasdeckeneffektes rührt möglicherweise von der Rarität weiblicher Führungspersonen her, trotz Gleichberechtigung oder annähernder Gleichberechtigung der Geschlechter in anderen Bereichen. Zum Beispiel besitzen Frauen laut U.S. Bureau of Labor Statistics (zitiert nach Eagly & Karau, 2002) 51 % der Bachelorgrade und 45 % andere Graduierungen und stellen 45 % aller Angestellten im exekutiven, administrativen und Managerbereich in den Vereinigten Staaten. In den Toppositionen sind sie allerdings wenig vertreten: 13 % der Senatoren/innen, 2 % militärische Offiziere, 4 % der Höchstverdienenden in den 500 führenden Betrieben der USA (Quelle: Catalyst, 2000; Center of the American Woman and Politics, 2001; U.S. Department of Defense, 1998; zitiert nach Eagly & Karau, 2002). Diese Umstände wurden auf familiäre Verpflichtungen und mangelnde Fähigkeiten und Motivation der Frauen zurückgeführt (z.B. Greenhaus & Parasuraman 1999). Eagly und Karau (2002) meinen, dass die Zulänglichkeit dieser Erklärung geprüft und untersucht werden sollte, ob nicht vielmehr Vorurteile zu dieser Situation geführt haben.

Soziale Rollen sind sozial geteilte Erwartungen, die an eine bestimmte Person, die möglicherweise eine bestimmte Position innehat oder einer bestimmten sozialen Gruppe angehört, gestellt werden. Genderrollen sind konsensuale Glaubenssätze über Attribute von Männern und Frauen (Sarbin & Allen, 1968).

Eagly (1987) stellte die „Social Role Theory“ auf, die besagt, dass Stereotype entstehen, wenn Personen andere Personen in ihren sozialen Rollen beobachten. Da es kaum Führerinnen gibt, können Frauen in dieser sozialen Rolle nicht beobachtet werden und gelten als ungewöhnlich. Eine Frau als Führerin wird schlicht nicht erwartet. Eagly (1987) bemerkte in ihrer Theorie: “These beliefs are more than beliefs about the attributes of women and men: Many of these expectations are normative in the sense that they describe qualities or behavioral tendencies believed to be desirable for each sex.” (S. 13) Im Allgemeinen können Vorurteile nach Eagly und Karau (2002) durch das Verhältnis von Charakteristika von Mitgliedern zu Charakteristika einer sozialen Gruppe resultieren. Wenn also jemand ein Stereotyp über eine soziale Gruppe hat, das inkongruent mit den Attributen ist, die für den Erfolg einer bestimmten sozialen Rolle erforderlich sind, können Vorurteile entstehen. Vorurteile Frauen gegenüber erfolgen durch die mangelnde Übereinstimmung zwischen Charakteristika von Frauen und den Erfordernissen einer Führungsrolle, die von vielen Menschen geteilt werden. Genderstereotype resultieren also aus der Beobachtung von Personen in geschlechtstypischen sozialen Rollen; speziell werden Männer als Brötchenverdiener und mit höherem sozialem

Status gesehen, hingegen Frauen als Hausfrauen und mit geringerem Status (Eagly et al., 2000).

Menschen glauben, dass jedes Geschlecht typische und damit auch divergente Merkmale und Verhaltensweisen besitzt (z.B. Broverman et al., 1972; Diekmann & Eagly, 2000). Eine Schlüsselposition der Social Role Theory ist, dass die Mehrheit dieser Glaubensansätze über Geschlechter „kommunale“ (communal) und „handelnde“ (agentic) Attribute betreffen (Eagly, 1987). Kommunale Charakteristika werden eher Frauen zugeschrieben und betreffen das Wohlbefinden anderer Menschen wie Hilfsbereitschaft, Sympathie, Sensibilität, Herzlichkeit, Freundlichkeit, Fürsorglichkeit und Sanftmut. Im Kontrast dazu stehen die handelnden Charakteristika, die hauptsächlich Männern zugeschrieben werden und eine bestimmende, kontrollierende und selbstsichere, überzeugende Tendenz aufweisen wie zum Beispiel dominant, ambitioniert, aggressiv, unabhängig, energisch, konsequent, selbstsicher und die Neigung wie ein Führer zu handeln. Genderstereotype werden leicht und automatisch aktiviert und beeinflussen wie andere Menschen eingeschätzt werden.

Die Rollen-Kongruenz(Übereinstimmungs)-Theorie „role congruence theory“ reicht nach Eagly und Karau (2002) weiter als die Social Role Theory und berücksichtigt die Übereinstimmung zwischen Genderrollen und anderen Rollen, speziell Führungsrollen, sowie Schlüsselfaktoren und -prozesse, die die Vorstellungen der Übereinstimmung und ihre Konsequenzen für Vorurteile und vorurteilsbehaftetes Verhalten beeinflussen. Menschen haben dieselben Vorstellungen über Führungspersonen und Männer, aber unterschiedliche zwischen Frauen und Führungspersonen. Menschen nehmen erfolgreiche Angehörige des mittleren Managements eher männlich als weiblich wahr und schreiben ihnen auch eher handelnde Charakteristika zu (Schein, 1973). Managerinnen werden auch mehr handelnd als kommunal von Beobachtern/innen wahrgenommen und widersprechen damit sozusagen ihrer Genderrolle und werden vermutlich dadurch als eher feindselig oder als „Drachenlady“ eingestuft (Heilman et al., 1995). Dadurch, dass die Unterscheidung von männlichen und weiblichen Rollen im täglichen Leben in fast jeder Situation eine Rolle spielen, werden die Informationen über Genderrollen praktisch dauernd im Gedächtnis gespeichert und können jederzeit leicht abgerufen werden, auch in der Arbeitswelt.

Demnach gibt es laut Eagly und Karau (2002) zwei Formen der Vorurteile gegenüber Frauen:

1. Frauen werden im Vergleich zu Männern als Führer/in schlechter bewertet, weil Führungsanforderungen mehr dem männlichen Stereotyp entsprechen als dem weiblichen und

2. das Führungsverhalten von Frauen wird schlechter bewertet, weil solches Verhalten als weniger erwünscht bei Frauen als bei Männern wahrgenommen wird.

Aufgrund dieser Vorurteile haben Frauen weniger Zugang zu höheren Positionen und mehr Hindernisse zu überwinden, wenn sie in einer Führungsrolle erfolgreich sein wollen.

Bedingungen, die Vorurteile mindern (Eagly & Karau, 2002) können, sind:

- a) Wenn Führungsrollen weniger maskulin definiert werden, sprich weniger handelnde und mehr kommunale Attribute aufweisen, dürften Frauen nicht mehr als weniger geeignet gesehen werden.
- b) Individuelle Unterschiede (z.B. Geschlecht) zwischen den Beobachtern/innen oder Bewertern/innen können die Nicht-Übereinstimmung zwischen Führungsrolle und Genderrolle beeinflussen, z.B. nehmen Männer Führungskräfte als maskuliner wahr als Frauen, da diese stärker geschlechtsstereotyp urteilen (Deal & Stevenson, 1998).
- c) Kulturelle Einflüsse: In afroamerikanischen Gemeinden stimmen Führungsrollen und weibliche Genderrollen mehr überein als in anderen Gemeinden.
- d) Da Frauen in Führungspositionen in der Minderheit sind, ziehen sie mehr Aufmerksamkeit auf sich und aktivieren dadurch Stereotype und verursachen damit Nachteile wie die Abwertung von Führerinnen.
- e) Das Hinzufügen von kommunalen Führungsverhalten zu Profilen von Führungskräften könnte dazu führen, dass Frauen sowohl als feminin und trotzdem als gute Führerin wahrgenommen werden.

Forsythe, Drake und Cox (1985) untersuchten, wie sich Kleidung auf die Bewertung von Frauen auswirkt, die sich für eine Manager/inposition bewerben. Feminine Kleidung senkte die Chance, eingestellt zu werden. Im Einklang mit der Rollen-Kongruenz-Theorie wurden auch Frauen, die extrem maskulin gekleidet waren als negativ bewertet, weil sie zu sehr dem Bild eines Führers ent- und ihrer Genderrolle zu sehr widersprachen. Am besten wurden die Frauen bewertet, die sich moderat maskulin kleideten.

Durch das Fehlen von handelnden Charakteristika in der weiblichen Genderrolle, müssen Frauen besser als Männer sein, um als kompetent wahrgenommen zu werden. Carli (1990) fand in ihrer Untersuchung heraus, dass zaghafte weibliche Vortragende vertrauenswürdiger bei einem männlichen Auditorium ankommen als selbstsichere, wohingegen die Zaghaftigkeit von männlichen Vortragenden keinen Einfluss hatte. Jedoch hat auf eine weibliche Zuhörer/innenschaft ein/e selbstsichere/r Vortragende/r mehr Einfluss als ein/e zaghafte/r, unabhängig von seinem/ihrem Geschlecht. In Experimenten haben Frauen mehr Einfluss auf

männliche Partner, wenn sie Kompetenz auch mit Freundlichkeit und Wärme kombinieren (Carli, LaFleur & Loeber 1995).

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass dem Profil einer Führungskraft eher maskuline Attribute (handelnd, initiating structure) zugeschrieben werden. Es wird vermutet, dass einer weiblichen Führungskraft demnach auch maskuline Attribute zugeschrieben werden. Gleichzeitig wird sie allerdings auch negativer bewertet als Männer in der gleichen Position, da sie dadurch ihrer Genderrolle widerspricht. Diese negative und maskuline Zuordnung wird jedoch überwiegend von Männern vorgenommen. Frauen unterliegen bei der Wahrnehmung von Führungskräften weniger einem geschlechtsstereotypen Einfluss und bewerten Frauen positiver. Im Allgemeinen zeigt sich jedoch in jüngster Zeit die Tendenz Führungskräfte androgyn zu sehen, da sie sowohl über maskuline als auch über feminine Attribute verfügen. Im Folgenden werden stereotype Einschätzungen von Männern und Frauen in Abhängigkeit vom Geschlecht der Urteilenden als „Gendereffekt“ bezeichnet.

3.4 Die Bildung sozialer Eindrücke

Soziale Eindrucksbildung hilft dem Menschen, seine Umwelt einschätzen zu können. Sie bestimmt das Verhalten, das Erleben, steuert die Kommunikation und Interaktion und ist damit für das gegenseitige Verstehen von zentraler Bedeutung. Kordowski (1999) definiert soziale Eindrucksbildung als einen Kategorisierungsprozess, im Besonderen als die kategorial-geprägte Zuordnung von Personen zu bestimmten Wertorientierungen, die für Interaktionen als relevant empfunden werden. Die Zuordnung zu Kategorien wird von bisherigen Lebenserfahrungen bestimmt und ist innerhalb kürzester Zeit möglich; wie bei einem ersten flüchtigen Eindruck. Diese Zuordnung ermöglicht es, Wahrnehmungen zu strukturieren und auf sein Gegenüber zu reagieren. In der Personenwahrnehmung wird also innerhalb kurzer Zeit ein erster Eindruck gebildet. Dabei konnte Asch (1946) zeigen, dass hier bestimmte zentrale oder periphere Merkmale, die Wirkung des Kontextes, Reihenfolgeeffekte und Komplettierungsstrategien (wie zum Beispiel die Stereotyp-Aktualisierung) die Eindrucksbildung determinieren und organisieren.

Bruner und Tagiuri (1954) meinen, dass Menschen aufgrund von Beurteilungsfehlern falsche Personenurteile bilden und dass solche Fehler einheitlich und häufig gemacht werden. Als häufige Fehler kristallisierten sich der Logische Irrtum (Personen ziehen zwar logische, aber trotzdem falsche Schlüsse), der Halo-Effekt, der Milde-Effekt (bekannte Personen werden

milder beurteilt als unbekannte), projektive Ähnlichkeiten (Personen schreiben bei ihrer Beurteilung anderen Personen Eigenschaften zu, die sie selber besitzen) und Stereotypisierung heraus. Sie schließen daraus, dass die Wahrnehmung anderer nicht darauf beruht, wie die zu beurteilende Person tatsächlich ist, sondern, dass sie von den Persönlichkeitstheorien abhängt, die der/die Beurteiler/in hat. Implizite Persönlichkeitstheorien nach Cronbach (1955) beschreiben zum Beispiel wie sich Personen aufgrund ihrer bisherigen Erfahrung andere Menschen vorstellen.

Eindrucksbildung ist ein aktiver, konstruktiver Prozess, der dem Individuum mit Hilfe von Kategorienbildung und –aktualisierung ermöglicht, aus vielen von einem Objekt dargebotenen Reizen auszuwählen um rasch zu einem Eindruck zu gelangen. Als Primärkategorien, die in der ersten Eindrucksbildung automatisch aktiviert werden, kann man das Geschlecht und das Alter der beurteilten Person ansehen. Beide Merkmale können mit Stereotypisierungen verbunden sein; zum Beispiel werden Männer als dominant und Frauen als warmherzig beschrieben. Die Kategorisierungen führen durch Vereinfachung und Verkürzungen oder Verzerrungen zu einem raschen Eindruck.

Zusätzlich gehen wahrgenommene Einstellungsähnlichkeiten mit hohen Sympathiewerten einher. Nimmt man eine Person als einem selbst ähnlich wahr, findet man diese Person auch sympathisch, da man davon ausgeht, dass die Person die gleichen Einstellungen, Wertvorstellungen und Werte hat (Heider, 1946, 1977).

Menschliche Interaktionen zeichnen sich durch eine Kommunikation mittels eindeutigen Symbolen aus (Kordowski, 1999). Mit Symbolen sind Reize (Worte, Gesten, usw.) gemeint, die eine erlernte Bedeutung für den Menschen besitzen. Nach dieser Bedeutung orientieren sich auch das Erleben und Verhalten einer Person. Die Fähigkeit, sich in andere Menschen hineinzusetzen, sich vorstellen zu können, wie andere auf diese Symbole reagieren und festzustellen, wie andere diese Symbole meinen, ist die Grundlage für die Kommunikation mittels Symbolen. Bei der generalisierten Eindrucksbildung unbekannter, fremder Personen werden diesen zunächst neutrale Verhaltens- oder Eigenschaftsbewertungen zugeschrieben (Fassheber & Krohn, 1990; zitiert nach Kordowski, 1999). Diese neutrale Bewertung ist im Sinne der Kategorisierungsstrategien so zu sehen, dass spezifische Kategorien nicht salient oder aktualisiert werden. Es wird vielmehr eine durchschnittliche Bewertung aller dem/der Urteiler/in zur Verfügung stehenden Kategorien vorgenommen (Kordowski, 1999). Die kategorialen Zuordnungen verschieben sich bis zum Beginn einer Interaktion von einer neutralen Bewertung in Richtung aktualisierte Sozialstereotype. Dieser Veränderungsprozess

ist abhängig vom Sozialstereotyp, der in einer bestimmten Kultur vorherrscht, und ist mit Sympathie- und Zielorientierungszuschreibungen und gleichzeitig geringem Machterleben verbunden. In dieser Phase werden Personen nach den automatisch aktivierten Primärkategorien, z.B. Geschlecht und Alter, einem entsprechenden Stereotyp zugeordnet und nach diesem bewertet (Kordowski, 1999).

Menschliches Wissen ist also in Schemata und Skripts geordnet. Neue Informationen werden in ein vorhandenes Schema oder Skript integriert. Stereotype können als Sonderform eines Schemas verstanden werden, in dem das Wissen über Personen gespeichert und Gruppen zugeordnet werden, wie zum Beispiel Geschlechtergruppen. So gibt es ein Stereotyp für Frauen und Männer, in dem alle typischen Eigenschaften, die man dem jeweiligen Geschlecht zuschreibt, gespeichert sind. Darum werden gemäß dem Genderstereotyp Männer und Frauen auch in Bezug auf ihren Beruf unterschiedlich beurteilt. Führerinnen und Führern werden andere Eigenschaften zugeschrieben und ihre Arbeit unterschiedlich bewertet. Dieser Unterschied könnte auch einen Einfluss auf die hier durchgeführte Untersuchung haben. Der/Die Vortragende könnte bei den Urteilenden den Genderstereotyp aktivieren und diese auch den Vortrag gemäß dem Stereotyp bewerten lassen. Da Informationen über die Genderrolle das Ergebnis verfälschen können, sollen ausschließlich Informationen über die Berufsrolle des/der Vortragenden gegeben werden. Außerdem ist interessant, ob der Halo-Effekt unabhängig vom Geschlecht der Versuchspersonen und unabhängig vom Geschlecht des/der Vortragenden auftritt. Der Frage, ob der Halo-Effekt sowohl bei Männern als auch bei Frauen auftritt, scheint in diesem Zusammenhang ebenfalls interessant.

4. Theoretiker und Praktiker

Unter „Praktiker/in“ verstehen einschlägige Lexika (Duden, 1996; Digitales Onlinelexikon der deutschen Sprache, Online: 20.06.2009) eine Person die praktisch arbeitet oder praktische Erfahrung hat. Der/die Praktiker/in wird dabei als Gegensatz zum/r Theoretiker/in gesehen, also eine Person, die theoretisch arbeitet.

Das Wort Praxis kommt aus dem Griechischen (prâxis), bedeutet Handlung, Tat, Durchführung und stellt das Gegenstück zur Theorie dar. Laut Meyers Lexikon (1979) ist die Praxis eine gegenständliche Tätigkeit des Menschen, in objektiver Weise die Realität materiell umzugestalten und umfasst somit produktive, experimentelle, künstlerische und andere materielle Tätigkeiten und bereichert so die menschliche Erkenntnis. Per Definition wird die Praxis damit eindeutig von der Theorie abgegrenzt, die sich im Denken und im menschlichen Geist manifestiert.

Außerdem bezeichnet „Praxis“ auch Geschäftsräume von Ärzten/innen und Juristen/innen. Noch näher verwandt mit dem Begriff des/r Praktikers/in ist das Wort „Praktik“. Dies bezeichnet eine Tätigkeit, die Ausübung einer (praktischen) Handlung; also etwas wird getan.

Ein/e Theoretiker/in ist jemand der Theorien entwickelt und Probleme mithilfe von Theorien zu lösen versucht (digitales Wörterbuch der deutschen Sprache, 2009). Er/Sie lebt in einer abstrakten Gedanken- und Vorstellungswelt und kann theoretisches Wissen und Kenntnis über praktische Vorgänge haben.

Das Wort „Theorie“ kommt ebenfalls aus dem Griechischen (theōría) und bedeutet zuschauen, Betrachtung, Untersuchung. Es bezeichnet die Betrachtung der Wahrheit durch reines Denken. Die Gedanken und Vorstellungen müssen nicht notwendigerweise realistisch oder realisierbar sein.

Laut Wortschatzlexikon der Universität Leipzig (2009) ist eine Theorie ein Ausschnitt aus der Wirklichkeit, der diesen zu erklären versucht und daraus Prognosen und Handlungsempfehlungen ableiten kann. Jeder Theorie liegen Annahmen zugrunde, die alltäglich bis wissenschaftlich sein können. Theorien werden in der Praxis verwirklicht und können so widerlegt oder bestätigt werden.

In der Literatur findet man zu den Bezeichnungen „Theoretiker/in“ und „Praktiker/in“ weder eindeutige Begriffsabgrenzungen, noch Untersuchungen, die die beiden Begriffe bzw. die Konstrukte, die diesen Begriffen zugrunde liegen, zum Thema haben. Demnach ist auch bislang noch nicht untersucht worden, ob ein Halo-Effekt in Bezug auf Theoretiker/innen und

Praktiker/innen auftritt, also ob ein Output eines/r Praktikers/in auch als praktischer wahrgenommen wird und umgekehrt der eines/r Theoretikers/in auch theoretischer.

5. Verbale und nonverbale Kommunikation im Vortrag

5.1 Kommunikation allgemein

Sprache ist wichtig, um sich anderen Menschen mitteilen zu können. Seinen Gefühlen und Gedanken kann so Ausdruck verliehen werden.

Zimbardo (1995) definiert:

„Der zentrale Prozess bei der Kommunikation ist die Umwandlung persönlicher Gedanken und Gefühle in Symbole, Zeichen oder Wörter, die andere erkennen und wieder in Vorstellungen und Ideen zurückverwandeln können.“ (S. 386)

Siegmán und Feldstein (1985, zitiert nach Zimbardo, 1995) unterscheiden vier Kommunikationssysteme:

1. Natürliche Sprache

Sie stellt eine komplexe kognitive Fertigkeit dar, bei der mittels Wörter bestimmte Inhalte übermittelt werden.

2. Künstliche Sprache

Spezifische Informationen werden mittels vereinbarter Systeme wie Symbolen, Zeichen und Formeln dargestellt, z.B. mathematische Gleichungen.

3. Visuelle Kommunikation

Hierzu zählen Bilder und Diagramme, die eingesetzt werden, um Ideen und Emotionen zu übertragen.

4. Nonverbale Kommunikation

Dazu zählen Körperbewegungen wie Körperhaltung, Gestik, Mimik, Augenkontakt, sowie nichtlinguistische Merkmale der Sprache wie Stimmlage, Sprechgeschwindigkeit und Lautstärke. Nonverbale Kommunikation wird nicht zufällig in bestimmten Interaktionsprozessen gezeigt. Nonverbales Verhalten stellen zusätzliche Informationen dar, die die Interaktionspartner/innen zur Interpretation des Gesagten heranziehen können. Dies ermöglicht eine Einschätzung von Redner/innen und wie das Gesprochene gemeint ist.

Nach Schulz von Thun (2008) gibt es drei Grundvoraussetzungen der menschlichen Kommunikation. Erstens muss es eine/n Sender/in geben, der/die zweitens eine Botschaft mithilfe bekannter Signale aussendet. Dritte Voraussetzung ist ein/e Empfänger/in, der/die die Botschaft aufnimmt und entschlüsselt. Während dieses gesamten Kommunikationsprozesses kann es zu Störungen und folglich zu Missverständnissen kommen.

Weiters unterscheidet der Autor zwischen vier Seiten einer Nachricht:

1. Sachinhalt

Nachrichten enthalten Sachinformationen, z.B. „Die Ampel ist rot.“

2. Selbstoffenbarung

In jeder Nachricht stecken Informationen über den/die Sender/in, z.B. Der/Die Sender/in erkennt die Farben der Ampel und verfolgt aufmerksam den Verkehr. Zur Selbstoffenbarung zählen auch die freiwillige Selbstdarstellung und die unfreiwillige Selbstenthüllung.

3. Beziehung

Der Beziehungsaspekt einer Nachricht zeigt, wie der/die Sender/in zum/r Empfänger/in steht. Dies zeigt sich häufig in der Formulierung der Nachricht, im Tonfall oder in anderen nonverbalen Ausdrucksmitteln. Der/Die Empfänger/in ist für diese Signale sehr empfindlich, da sie ausschlaggebend dafür sind, wie er/sie sich behandelt fühlt. Im Beispiel mit der roten Ampel könnte es heißen, dass der/die Sender/in dem/r Empfänger/in nicht zutraut, mit dem Auto zu fahren.

4. Appell

Auf den/die Empfänger/in soll Einfluss genommen und er/sie soll zu einem bestimmten Verhalten angehalten werden. Die meisten Nachrichten enthalten auch einen Appell, z.B. „Halte das Auto an!“

Eine Nachricht ist ein Paket mit sprachlichen und nichtsprachlichen Anteilen und kann eine oder mehrere Botschaften enthalten, die wiederum implizit oder explizit sein können. Explizit heißt, dass die Botschaft direkt formuliert wurde, während implizit meint, dass Informationen indirekt formuliert sind und in das Gesagte hineininterpretiert werden können. Implizite Botschaften werden meistens nonverbal ausgedrückt, d.h. über die Stimme, Mimik und Gestik. Bereits Watzlawick (1969) betonte, dass man nicht nicht kommunizieren kann.

Infolgedessen lässt sich sagen, dass jedes Verhalten Mitteilungscharakter hat und es nicht notwendig ist, etwas zu sagen um etwas auszudrücken.

Die Tatsache, dass Nachrichten sprachliche und nichtsprachliche Anteile haben, führt dazu, dass Inhalte besser verstanden werden, aber auch widersprüchlich sein können. Sind die Signale stimmig, spricht man von Kongruenz. Widersprechen sie sich, sind sie inkongruent. Nichtsdestotrotz bleibt es dem/der Empfänger/in überlassen, auf welche Teile der Nachricht er/sie reagiert (Schulz von Thun, 2008).

5.2 Der Vortrag

Es gibt mehrere Möglichkeiten, sich einem Publikum mitzuteilen, u. a. in einer Rede, einer Ansprache, einem Statement, einem Vortrag, einem Referat, einem Lehrgespräch oder einer Predigt. Bei einem Fachvortrag, der auch in Form eines Referates oder einer Vorlesung gehalten werden kann – hierbei sind die Übergänge sehr fließend – wird von einem/r Experten/in ausführlich ein Sachthema vor einer größeren Zuhörer/innenschaft vorgetragen und erörtert, z.B. ärztliche Fachvorträge bei einem Kongress, Dia-Vorträge bei Abendveranstaltungen, Darstellung von Geschäftsberichten, Vorlesungen an der Universität, Referate in der Schule.

Bei einem Vortrag wird von Zuhörer/innen eine sachliche Information erwartet, die emotionsfrei dargelegt wird. Die Form der Rede wird nicht nur durch den Anlass bestimmt, sondern auch durch die Zielsetzung von Rednern/innen. Dieser Kommunikationsprozess betrifft die zwischenmenschliche Kommunikation, also die direkte Kommunikation mittels Sprache, Mimik, Ausdruck usw. sowie die indirekte Kommunikation mittels Telekommunikation, etc. und muss nach Zuschlag (1994) drei Voraussetzungen erfüllen.

1. Die Gedanken oder Absichten des/der Senders/in müssen in ein kommunizierbares Zeichensystem umgewandelt werden (Sprache oder Schrift).
2. Die Zeichen müssen in physikalische Signale transformiert werden (Laut, Ton, Funk).
3. Der/Die Empfänger/in muss die empfangenen Zeichen deuten, interpretieren und verstehen können.

Je mehr Übereinstimmung zwischen Sender/in und Empfänger/in besteht, umso größer ist die Verständigungsmöglichkeit durch Kommunikation. Codierung und Decodierung der Botschaft können fehlerhaft sein, wenn sich der/die Sender/in nicht wie gewollt ausdrücken kann oder der/die Empfänger/in Informationen falsch versteht.

Nach Zuschlag (1994) steht beim Vortrag, dem Referat und der Vorlesung der fachliche Inhalt, den der/die Redner/in zu übermitteln versucht, mehr im Vordergrund. Es besteht ein Informationsgefälle vom/von der Redner/in zum/r Zuhörer/in. Aus diesem Grund gelten Vorträge eher als Monologe, können sich aber zu Dialogen entwickeln, wenn das Publikum soweit eingebunden ist, dass es mit dem/r Redner/in mit Signalen (z.B. durch Kopfnicken wird Zuhören und Zustimmung signalisiert) kommuniziert.

Die Zielsetzung eines Vortrages hat für den/die Redner/in besondere Bedeutung. Zuhörer/innen sollen über einen bestimmten Sachverhalt informiert werden.

Zuschlag (1994) führt einige Punkte an, die bei Vortragstechniken als störend empfunden wurden:

- der/die Redner/in steht im Dunkeln, da der Saal schlecht beleuchtet ist. Man kann deshalb Mimik, Gestik und Körpersprache nicht erkennen
- der/die Vortragende stellt sich nicht vor und wird auch von anderen nicht vorgestellt
- das Vortragsthema wird nicht genannt
- unpassendes Auftreten des/der Redners/in (z.B. Kleidung)
- beim Vortragen des Skripts verhaspelt sich der/die Redner/in und/oder verliert den Faden und macht eine lange Pause, liest an falscher Stelle weiter oder liest den Text doppelt
- zu schnelles Vorlesen
- lange Sprechpausen während des Vortrages, sodass bei den Zuhörer/innen die Befürchtung geweckt wird, der/die Redner/in verliert den Faden
- der/die Vortragende verliert den Faden und stockt oder gerät sogar in Panik
- falsche Lautstärke, zu leises oder zu lautes Reden
- häufiges Verwenden von Füllwörtern wie „Ähm“
- umständliche und unverständliche Ausdrucksweise
- der/die Redner/in benutzt Fremdwörter falsch (da er deren Bedeutung offensichtlich nicht kennt), spricht sie falsch aus und verwendet sie unnötig häufig um kompetent zu wirken
- der/die Vortragende wirkt überheblich und nutzt die Gelegenheit zur Selbstdarstellung
- zu starke mundartliche Ausdrucksweise, sodass von den Zuhörer/innen starke Konzentration gefordert ist, um etwas zu verstehen
- unlesbare Folien
- fehlender Blickkontakt

– unverständliche Scherze und Anspielungen

Der Autor merkt an, dass ungeschicktes Auftreten und Verhalten bereits eine Voreingenommenheit beim Publikum erzeugen oder eine bereits vorhandene verstärken kann. Auch bei der Darstellung der Thematik können unterschiedlichste Fehler auftreten. Zum Beispiel wenn die Vortragenden den Eindruck erwecken, sie hätten den Inhalt schlecht vorbereitet (da eventuell nicht gut recherchiert) oder sie kennen sich nicht wirklich mit dem Thema aus. Auch das Fehlen von Gliederungen oder eines „roten Fadens“, sowie Themenverfehlungen wiegen schwer. Außerdem ist es problematisch, wenn der/die Redner/in falsche Schlüsse aus dem Inhalt zieht, kurzerhand bereits gefestigten Fachtermini neue Bedeutungen zuschreibt oder Fakten mit Meinungen verwechselt. Der Vortrag sollte für das Publikum so weit als möglich angenehm sein und keine geistige Schwerstarbeit darstellen. Je nach Themeninhalt kann eine seriöse bis unterhaltende Darstellung gewählt werden.

Der Begriff Rhetorik kommt aus dem Griechischen und bedeutet Vortragstechnik und könnte auch als Redekunst bezeichnet werden. Sie umfasst die Fähigkeit bei öffentlichen Reden einen Standpunkt überzeugend zu vertreten und gleichermaßen die Wissenschaft dieser Kunst (Zuschlag, 1994). Bezüglich der Stimme des/der Vortragenden postuliert der Autor, dass der Inhalt und die Überzeugungskraft der Botschaft entscheidender sind als die Stimme selbst. Der/Die Redner/in muss glaubwürdig und präsent sein. Eine schöne Stimme ist also für eine erfolgreiche Rede nicht unbedingt erforderlich.

Die Sprache besteht aus oder beinhaltet unterschiedliche Betonungen und Akzentuierungen, sowohl innerhalb von Wörtern als auch von Sätzen. Sie tragen wesentlich zum Sprachverständnis bei. Ein kommunikationsfreudiger, nicht gestellter Ausdruck, bei dem etwa Silben über- oder unterbetont werden, ist daher essentiell. Trotzdem ist eine klare und genaue Aussprache der Worte zu empfehlen. Beispielsweise ist darauf zu achten, dass ähnliche Konsonanten (z.B. d-t, b-p, g-k) deutlich betont werden um Missverständnisse zu vermeiden. Aus einem „Kern“ sollte kein „gern“ und aus einem „dir“ kein „Tier“ werden. Auf eine korrekte Aussprache ist auch bei Fremdwörtern, Namen und fremdsprachigen Wörtern zu achten.

Das Sprachtempo eines/r Redners/in ist dann richtig, wenn sein Vortrag von den Zuhörern/innen verstanden wird und sie seine Intentionen übernehmen können. Ein pauschales Patentrezept scheint es für die optimale Redegeschwindigkeit nicht zu geben. Ein zu schnelles Reden überfordert das Auditorium auf jeden Fall und könnte dazu führen, dass es

aus dem Thema „aussteigt“. Spricht ein/e Vortragende/r hingegen zu langsam, schleicht sich schnell eine gewisse Monotonie ein und die Zuhörer/innen werden gelangweilt. Jeder Mensch scheint ein individuelles Sprechtempo zu haben. Es hilft in den meisten Fällen, sich dieses Tempos bewusst zu werden um seine Stärken rhetorisch einzusetzen. Personen mit schnellem Sprechtempo könnten für sich und ihrem Publikum gelegentliche Denk- und Ruhepausen einplanen, während Personen mit langsamen Sprechtempo schnellere Stellen einbauen könnten, z.B. durch das Bringen von Beispielen oder das Erklären von Bildern, Grafiken, etc. Gerade durch das Wechseln des Sprechtempos kann der/die Redner/in die Aufmerksamkeit seiner/ihrer Zuhörerschaft steuern und wichtige Passagen hervorheben. Auf jeden Fall sollte das Sprechtempo der Auffassungsgabe des Auditoriums angepasst sein und Besonderheiten der Thematik berücksichtigen. Leicht verständliche Passagen können ruhig etwas schneller präsentiert werden, während komplizierte Inhalte mehr Zeit und Denkpausen erfordern. Beim freien Sprechen erreichen Redner/innen am besten ihr natürliches Sprechtempo, weil sie da gezwungen sind, ihre Gedanken für die Zuhörer/innen zu ordnen und sie verständlich zu formulieren. Das Ablesen von Texten ist nicht zu empfehlen, da hier häufig komplexe Inhalte kompliziert dargestellt werden und das Publikum so überfordert wäre.

Sprechpausen sollten unauffällig in den Redefluss integriert werden. Sie entstehen atemphysiologisch, denn die Sprache bildet sich nur beim Ausatmen im Kehlkopf nicht aber beim Einatmen. Erfahrene Redner/innen sprechen nie unaufhörlich, sondern gliedern vorweg vernünftig ihre Sätze. Dadurch entstehen natürliche Pausen, die genügend Zeit zum Nachdenken und Einatmen lassen und dem Auditorium das Zuhören und Verstehen erleichtert. Die Atmung selbst erfolgt reflexartig ohne bewusste Steuerung. Der Redefluss sollte einer natürlichen Atmung angepasst werden und nicht umgekehrt. So entstehen natürliche Atempausen, wo sie auch die Zuhörer/innen erwarten würden. Häufig setzen kompetente Vortragende Sprechpausen auch gezielt ein. Vor einem Wort oder Satz eingesetzt, verstärkt eine Sprechpause dessen Wirkung. Außerdem wird dadurch die Erwartungsspannung bei den Zuhörern/innen erhöht. Ebenso betonend wirken Pausen nach Wörtern und Sätzen. Die meisten Redner/innen haben Angst vor Sprechpausen, da sie immer nur dann damit konfrontiert sind, wenn sie während des Vortrages den Faden verlieren. Hier liegt jedoch eine Diskrepanz zwischen der Wahrnehmung des/der Redners/in und der Wahrnehmung des/r Zuhörers/in. Diese empfinden die Pause meist nicht als störend, sondern als willkommene Denkpause und auch nicht als so lange andauernd wie der/die Vortragende. Darum sollte auch er/sie die Zeit nutzen um sich zu ordnen und den Faden wiederzufinden.

Gelingt ihm/ihr dies nicht, könnte er/sie unbemerkt, da durch eine Pause getrennt, zum nächsten Thema oder Gedanken übergehen.

Das menschliche Ohr kann eine Schallfrequenz zwischen 100 und 7000 Hz und eine Schallintensität von ca. 30 bis 75 dB wahrnehmen, jedoch bestehen altersabhängige und individuelle Unterschiede. Für die Kommunikation ist es wichtig, dass die zu übermittelnde Information innerhalb dieser Schallfrequenz und Schallintensität liegt, damit sie von den Zuhörern/innen aufgenommen werden kann. Leises Sprechen erfordert hohe Konzentration beim Publikum, während eine hohe Lautstärke unangenehm ist und sogar Schmerzen erzeugen kann. Die Wahrnehmung der Sprache hängt außerdem von Umgebungsgeräuschen, den Erwartungen der Zuhörer/innen und der Deutlichkeit der Sprache ab. Der/die Vortragende sollte in jedem Fall so sprechen, dass er/sie im ganzen Raum von der ersten Reihe bis zur letzten gehört und verstanden wird. Sollte dies aus irgendeinem Grund nicht möglich sein, sollte er/sie ein Mikrofon und gegebenenfalls Lautsprecher benutzen, damit die Lautstärke gleichmäßig im Raum verteilt ist. Das Variieren der Lautstärke kann als rhetorisches Mittel eingesetzt werden und einen monotonen Vortrag auflockern.

Bei Vorträgen wird gefordert, dass die Redner/innen hochdeutsch reden und die einschlägige Fachsprache benutzen. Ohne die Verwendung von Fachtermini wird die Sprache möglicherweise umständlich und missverständlich. Fachbegriffe vereinheitlichen besonders im wissenschaftlichen Bereich die Sprache und erleichtern die Kommunikation zwischen Fachleuten. Werden in Fachkreisen diese bestimmten Begriffe nicht verwendet, gilt der/die Redner/in leicht als unseriös und unqualifiziert. Jedoch steigt immer mehr der Trend zur einfachen und allgemein verständlichen Sprache.

Wortwahl und Satzbau hängen vom persönlichen Stil des/der Redners/in ab. Auch hier war es ein Zeichen von Kompetenz, wenn man besonders verschachtelte oder grammatikalisch aufwändige Sätze formulierte. Heute werden kurze und prägnante Sätze bevorzugt, die in erster Linie das Verständnis des Auditoriums unterstützen.

Zusammenfassend kann man feststellen, dass sich Redner/innen auf den Inhalt ihres Vortrages, eine einfache, verständliche Sprache und den kommunikativen Kontakt mit dem Publikum konzentrieren sollten und weniger auf korrektem Sprachverhalten, der korrekten Mimik, Gestik und Körpersprache verharren sollten um ein persönlichkeitsadäquates Sprechen zu ermöglichen (Zuschlag, 1994). Sollen sich zwei Redner/innen also weitestgehend gleichen, sollten sie sich in ihrem persönlichkeitsadäquaten Sprechen möglichst ähneln.

5.3 Ausdrucksverhalten

Auch das Ausdrucksverhalten spielt laut Zuschlag (1994) im Kommunikationsprozess eine wichtige Rolle. Hierzu zählen vor allem Mimik, Gestik und Körpersprache. Diese sollen den sprachlichen Inhalt unterstreichen und verdeutlichen und das Verständnis bei den Zuhörern/innen erleichtern. Den Gesichtsausdruck einer Person bzw. ihr Mienenspiel bezeichnet man als Mimik. Dieser mimische Eindruck entsteht automatisch, ohne dass sich der/die Vortragende besonders darum bemühen müsste. Die Hauptfunktion der Mimik liegt darin, innere Gefühle anderen Menschen gegenüber auszudrücken und die Kommunikation dadurch zu unterstützen. Eine gute Mimik sollte weder künstlich übersteigert werden, sodass der Vortrag fast theatralisch wirkt, noch herabgesetzt werden um ein „Pokerface“ aufzusetzen. Gestik zeigt sich in Körperbewegungen, wobei vorwiegend die Arme und Hände Beachtung finden und kann bewusst oder unbewusst eingesetzt werden. Auch die Gestik soll wie die Mimik das Gesprochene lediglich unterstreichen und nicht über- oder untertrieben werden. Jedoch sollten Gesten und Rede stimmig sein und zusammenpassen. Mögliche Gesten sind Daumen nach oben als Zeichen für „alles in Ordnung“ oder „gut gemacht“, die Hände falten als Zeichen von Ruhe oder einer abwartenden Haltung, zu der auch das Armeverschränken gehört und Klatschen, welches Zustimmung und Begeisterung darstellt.

Körpersprache ist nicht immer eindeutig und teilweise auch kulturabhängig. Es gibt Völker, bei denen Kopfschütteln nicht „nein“ sondern „ja“ bedeutet, nach außen gerichtete Handflächen sind in Europa eine einladende, freundliche Geste, während sie im asiatischen Raum negativ behaftet ist. Auch hier führen Diskrepanzen zwischen Gesprochenem und Körpersprache zu Irritationen und Missverständnissen in der Kommunikation. Der/Die Zuhörer/in oder in diesem Fall besser der/die Zuschauer/in könnte dies als unecht empfinden, als würde der/die Redner/in ihm/ihr etwas vorspielen. Beispiele für körpersprachlichen Ausdruck sind das Wippen oder Wackeln von Füßen, welches Unruhe, Anspannung, Nervosität aber auch Erwartung darstellen kann, eine Verneigung symbolisiert Begrüßung oder Untertänigkeit und das Schräghalten des Kopfes zeigt Aufmerksamkeit und Nachdenklichkeit (Zuschlag, 1994).

Zusammenfassend kann man sagen, dass ein Vortrag das Ziel hat, Sachinformationen an ein Publikum weiterzugeben. Dafür muss ein Zeichen- bzw. Sprachsystem benutzt werden, das vom Publikum verstanden wird. Außerdem sind vom/von der Redner/in einige Dinge zu beachten, wie zum Beispiel das Sprechtempo und die Verwendung von Fachtermini. Diese Informationen wurden bei der Erstellung des Tonbandes, das für die vorliegende

Untersuchung verwendet wurde, berücksichtigt. Außerdem wurde das nonverbale Ausdrucksverhalten durch die Verwendung eines Tonbandes ausgeschlossen, da es einen Einfluss auf die Beurteilung des/der Vortragenden und des Vortrages haben und einen möglichen Halo-Effekt stören könnte. Informationen über den/die Vortragenden, die aufgrund des Ausdruckverhaltens gewonnen werden, fehlen den Versuchspersonen.

Lässt man die dargestellte Literatur Revue passieren, kann man zusammenfassend sagen, dass die Bedingungen, unter denen der Halo-Effekt auftritt, noch nicht eindeutig geklärt sind. Ob Vorinformationen über den Beruf eines/r Redners/in die Beurteilung dessen/deren Vortrages beeinflusst, und damit auch in diesem Bereich ein Halo-Effekt auftritt, wurde in der Literatur bislang noch nicht erforscht. Aus diesem Grund wurde die nachfolgende Studie durchgeführt. Dabei wurde Rücksicht auf mögliche Geschlechtsstereotype und auf Empfehlungen zur Vortragsgestaltung genommen. In diesem Zusammenhang soll darauf hingewiesen werden, dass die Teilnehmer keine Informationen erhalten, die ein Mensch durch nonverbale Körpersignale wie Gestik, Mimik oder Körperhaltung, gewinnen würde. Da ihnen ein Tonband vorgespielt wird, sind die nichtlinguistischen Merkmale einer Sprache die einzige Quelle, die nonverbale Kommunikation vermittelt.

Abgeleitet von der Theorie soll nun untersucht werden, ob Vorinformationen über eine/n Vortragende/n das Publikum und damit deren Einschätzung des Vortrages beeinflussen. Dazu wird den Versuchspersonen eine Audioaufzeichnung eines Vortrages dargeboten, welche sie anschließend bewerten sollen. Zusätzlich erhalten die Teilnehmer/innen Vorinformationen über den/die Vortragende/n. In der ersten Bedingung wird der oder die Vortragende als Theoretiker bzw. Theoretikerin und in der zweiten Bedingung als Praktiker bzw. Praktikerin dargestellt. Außerdem gibt es eine Kontrollgruppe, der keine Vorinformationen zur Verfügung stehen.

Weiters finden sich in der Literatur Hinweise darauf, dass männliche und weibliche Vortragende möglicherweise unterschiedlich wahrgenommen werden. Um dies zu überprüfen, werden den Teilnehmern/innen einmal männliche und einmal weibliche Vortragende präsentiert.

Schlussendlich zeigt die Literatur, dass auch das Geschlecht des/der Beurteilers/in eine Rolle spielen könnte, weshalb diese Variable in die Untersuchung mit aufgenommen wird.

III. EMPIRISCHER TEIL

1. PLANUNG

In dieser Untersuchung soll überprüft werden, ob die Vorinformationen über eine/n Vortragende/n über seinen Beruf einen Einfluss darauf haben, wie der Vortrag wahrgenommen wird, und damit, ob es auch in diesem Fall einen Halo-Effekt gibt. Weiters könnten Stereotype (Gendereffekte) einen Einfluss auf die Vortragsbeurteilung haben. Aus diesem Grund wurde eine Tonbandaufzeichnung mit einer männlichen und weiblichen Stimme erstellt, bei der jeweils ein und derselbe Vortragstext aufgezeichnet wurde. Diese Aufzeichnung wurde den Teilnehmern/innen vorgespielt und deren Einschätzung mittels Fragebogen gemessen. Auf der Zielsetzung, Sachinformationen zu übermitteln, hat der/die dargestellte Redner/in auf dem in der Arbeit eingesetzten Tonband seinen/ihren Vortrag aufgebaut. Das Publikum soll seinen/ihren Ausführungen folgen können und sie verstehen. Dementsprechend muss er/sie sein/ihr Referat vorbereiten und den Inhalt, den Umfang und das Niveau auf die Erwartungen und die Auffassungsgabe der Zuhörerschaft ausrichten. Da ein Tonband eingesetzt wird, haben die Teilnehmer/innen keine nichtsprachlichen Ausdrucksmittel zur Verfügung um ihr Bild vom/von der Redner/in oder dem Gesagten zu vervollständigen, sie müssen also auf diese Zusatzinformationen verzichten.

1.1 Hypothesen

In der Literatur findet sich ein Phänomen, welches als Halo-Effekt (Thorndike, 1920) bezeichnet wird und beschreibt, dass sich Personen einen Gesamteindruck aufgrund eines hervorstechenden Merkmales bilden (Cialdini, 2006). Dieser Effekt spielt in der Personenwahrnehmung und –beurteilung eine große Rolle, z.B. werden attraktive Personen in vielen Bereichen bevorzugt (z.B. Cialdini, 2006; Benson, Karabenic & Lerner, 1976). Obwohl der Halo-Effekt ein Zurechtkommen in der Umwelt erleichtert, da Personen schnell eingeschätzt werden können, kann er auch zu fehlerhaften Urteilen über Personen führen und wird darum nach Bortz und Döring (2003) zu den Urteilsfehlern gezählt. Dies könnte auch in der Arbeitswelt eine Rolle spielen. Zum Beispiel könnten Vorinformationen über Vortragende dazu führen, dass sie selbst oder auch ihr Vortrag in Abhängigkeit der Vorinformation anders

wahrgenommen werden. Solche Vorinformationen könnten den Berufsbackground des/der Vortragenden betreffen und ihn/sie als Praktiker/in oder Theoretiker/in erscheinen lassen. Vom Publikum könnte ein Vortrag deshalb auch als eher praktisch oder theoretisch empfunden werden. Dies soll deshalb Gegenstand der vorliegenden Untersuchung sein. Da es keine Hinweise in der Literatur gibt, ob das Merkmal „praktisch“ als Information über eine Person hervorsteicht und auch auf andere Merkmale oder den Output dieser Person überstrahlt, wird hier keine gerichtete Hypothese formuliert. Gleiches gilt für das Merkmal „theoretisch“. A priori kann also nicht angenommen werden, dass ein Vortrag eines/r Praktikers/in auch praktischer und der Vortrag eines/r Theoretikers/in als theoretischer wahrgenommen wird.

H1: Es gibt einen Unterschied in der Bewertung des Vortrages je nach Vorinformation über den/die Vortragende/n.

Mit Hypothese 1 soll der Halo-Effekt überprüft werden. Die Vorinformation, ob die vortragende Person ein/e Theoretiker/in oder Praktiker/in ist, sollte einen Einfluss auf die Beurteilung des Vortrages haben.

Die Möglichkeit, dass Unterschiede in der Beurteilung des Vortrages, nicht von einem Halo sondern von einem Gendereffekt stammen könnten, soll mit Hypothese 2 abgedeckt werden. Zum Beispiel könnte der Vortrag einer Frau generell als theoretisch bzw. der eines Mannes als praktisch gelten und umgekehrt. Durch Geschlechtsstereotype könnten Vorurteile aktiviert werden, die das Urteil verzerren. Zum Beispiel führen Eagly und Karau (2002) an, dass Frauen in Führungspositionen schlechter bewertet werden, da der Beruf nicht zum vorherrschenden Frauenstereotyp passt.

H2: Es gibt einen Unterschied in der Bewertung des Vortrages in Abhängigkeit vom Geschlecht des/der Vortragenden.

Nach Deal und Stevenson (1980) beurteilen Männer stärker geschlechtsbezogen als Frauen. Martell und DeSmet (2001) merkten an, dass Männer bei Urteilen eher Männer bevorzugen und Frauen eher Frauen. Ob das Geschlecht des/der Urteilers/in auch einen Einfluss auf die Beurteilung des Vortrages hat, soll in dieser Studie geprüft werden. Zum Beispiel könnten Frauen Vorträge generell theoretischer oder Männer diese eher praktisch beurteilen.

H3: Es gibt einen Unterschied in der Bewertung des Vortrages je nach Geschlecht des/der Zuhörenden.

A priori können keine Wechselwirkungshypothesen angenommen werden, da es dazu keine Hinweise aus der Literatur gibt. Es ist jedoch angebracht, diese Möglichkeit nicht außer Acht zu lassen und bei der Auswertung zu berücksichtigen, z. B. könnten Vorträge von Frauen nur von Männern eher theoretisch wahrgenommen werden.

2. PRETESTS

In der hier vorliegenden Untersuchung gibt es drei Pretests und einen Haupttest. Die Stimme des/der Vortragenden, der Vortragstext und die Beschreibung der Vortragenden Person wurden in Voruntersuchungen dahingehend überprüft, ob sie die notwendigen Voraussetzungen erfüllen, um für den Haupttest verwendet werden zu können.

Der Vortragstext und die Stimme der Vortragenden sollten von den Versuchspersonen als neutral empfunden werden. Die Probanden/innen sollten außerdem die Beschreibung der Vortragenden Person richtigerweise einem/einer Theoretiker/in bzw. einem/einer Praktiker/in zuordnen können. Beim Haupttest sollte die Vorinformation auf den Vortragstext gemäß dem Halo-Effekt wirken und dieser damit nicht mehr neutral wahrgenommen werden.

2.1 Die Beschreibung der Vortragenden Person

Mit diesem Pretest wird untersucht, ob die Personenbeschreibungen in die gewünschte Richtung gehen; d.h. ob die Versuchspersonen den/die Theoretiker/in als Theoretiker/in und den/die Praktiker/in als Praktiker/in erkennen.

2.1.1 Stichprobe

Versuchspersonen waren Studenten/innen der Universität Wien. Insgesamt wurden 92 Personen befragt, davon waren 17 männlich, der Rest ($n = 75$) weiblich. 45 Personen beurteilten den/die Theoretiker/in und 47 Personen den/die Praktiker/in.

2.1.2 Material

Den Versuchspersonen wurde eine Personenbeschreibung vorgegeben, die sie dann mittels Fragebogen einschätzen mussten (Personenbeschreibungen und Fragebogen befinden sich im Anhang).

Hierbei gab es 4 Bedingungen:

1. Theoretikerin
2. Praktikerin
3. Theoretiker
4. Praktiker

Aus Gründen der Vergleichbarkeit sind die Beschreibungen zum Vortragenden ident mit den Beschreibungen zur Vortragenden. Also die Beschreibung des Theoretikers ist genau gleich der Beschreibung für die Theoretikerin. Das Gleiche gilt für die Praktiker/inversion. Inhaltlich wurden keine Informationen zu Geschlechterrollen gegeben, da nach DeHeer, Wampold und Freund (1992) dies zu einer Aktivierung von stereotypen Verallgemeinerungen führen und dies die Ergebnisse verfälschen könnte. Dadurch wird gewährleistet, dass die Wirtschaftspsychologin mit dem Wirtschaftspsychologen und die Abteilungsleiterin mit dem Abteilungsleiter verglichen werden kann und kein Geschlecht benachteiligt ist.

Im Fragebogen gab es mehrere Items, die überprüfen sollten, ob die beschriebene Person eher ein/e Praktiker/in (kommt aus der Praxis, sachbezogen, arbeitet praktisch, weiß über praktische Vorgänge Bescheid, ist ein/e Praktiker/in) oder ein/e Theoretiker/in (theoriegebunden, weltfremd, an Forschung interessiert, weiß über wissenschaftliche Theorien Bescheid, ist ein/e Theoretiker/in) ist.

Die Items waren auf einer 5-stufigen Skala von „trifft eindeutig nicht zu“ (mit 1 kodiert) bis „trifft eindeutig zu“ (mit 5 kodiert) zu bewerten.

2.1.3. Durchführung

Den Teilnehmern/innen, die am Universitätsgelände rekrutiert wurden, wurde jeweils eine Personenbeschreibung gegeben. Ein/e Teilnehmer/in erhielt entweder die Beschreibung zum Praktiker, zum Theoretiker, zur Praktikerin oder zur Theoretikerin. Nachdem sie die Beschreibung durchgelesen hatten, wurden die Zettel eingesammelt und der Fragebogen im Papier-Bleistift-Format zur Personenbeschreibung ausgeteilt, den die Teilnehmer/innen im Anschluss ausgefüllt haben. Es gab beim Durchlesen oder der Bearbeitung des Fragebogens kein Zeitlimit.

2.1.4 Ergebnisse

Vorbereitende Analysen

Für die Faktorenanalyse und die Reliabilitätsanalyse wurden die gesamten Daten, also die Bewertungen der männlichen und der weiblichen Personenbeschreibungen herangezogen.

Die Faktorenanalyse wurde nach dem Prinzip der Varimaxrotation berechnet und zeigt zwei Faktoren, von denen einer als Faktor „Theoretiker/in“ und einer als „Praktiker/in“ bezeichnet werden kann. Die Faktorladungen in Tabelle 1 zeigen, dass die Items wie a priori

angenommen den Faktoren zugeordnet werden können und tatsächlich die beiden Konstrukte messen. Aufgrund der negativen Faktorladung, werden die Items „weltfremd“ und „theoriegebunden“ ausgeschlossen und gehen nicht in die Reliabilitätsanalyse (mit diesen Items würde die Reliabilität nur mehr .72 betragen) ein. Es ergeben sich also zwei Faktoren: Der Faktor „Praktiker/in“ mit den Items „kommt aus der Praxis“, „sachbezogen“, „arbeitet praktisch“, „weiß über praktische Vorgänge Bescheid“ und „ist ein/e Praktiker/in“, sowie den Faktor „Theoretiker/in“ mit den Items „arbeitet wissenschaftlich“, „an Forschung interessiert“, „weiß über wissenschaftliche Vorgänge Bescheid“ und „ist ein/e Theoretiker/in“. Insgesamt können 56.28 % der Varianz mit den beiden Faktoren erklärt werden.

Tabelle 1: Faktorladungen der Items zur Personenbeschreibung

	<i>M</i>	<i>SD</i>	Faktoren	
			Praktiker/in	Theoretiker/in
kommt aus der Praxis	3.09	1.28	0.62	-0.22
theoriegebunden*	3.23	1.19	-0.54	0.28
weltfremd*	1.70	0.97	-0.67	-0.09
sachbezogen	4.00	0.93	0.69	0.26
arbeitet wissenschaftlich	3.59	1.32	-0.03	0.83
an Forschung interessiert	3.48	1.37	0.05	0.82
arbeitet praktisch	3.82	1.05	0.67	-0.04
weiß über wissenschaftliche Theorien Bescheid	3.95	1.13	-0.05	0.83
weiß über praktische Vorgänge Bescheid	3.80	0.99	0.79	0.00
ist ein/e Praktiker/in	3.23	1.20	0.77	-0.28
ist ein/e Theoretiker/in	3.14	1.18	-0.49	0.58

* wird ausgeschlossen

Die Reliabilitätsanalyse wurde für die beiden Faktoren durchgeführt. Für den Faktor „Theoretiker/in“ beträgt das Cronbachs Alpha .80 und für den Faktor „Praktiker/in“ .78. Die Normalverteilung der Skalen wurde mittels *Kolmogorov-Smirnov-Test* überprüft und gilt als gegeben.

Ergebnisse

Hier sollte festgestellt werden, ob die Personenbeschreibung und damit die Zuordnung zu einem/einer Theoretiker/in oder einem/einer Praktiker/in gewirkt haben. Für die *MANOVA* wurden die Skalen als abhängige Variable und das Geschlecht der vortragenden Person und die Personenbeschreibung als unabhängige Variablen herangezogen. Die Berechnungen ergeben einen hoch signifikanten Unterschied in der Personenbeschreibung, $F(2, 87) = 20.32$, $p < .01$. Das heißt, es gibt einen Unterschied in der Beurteilung der Personenbeschreibungen.

Nach Durchsicht der Between-Subject Effects zeigt sich ein signifikanter Unterschied in der Skala „Theoretiker/in“, $F(1) = 40.34, p < .01$, und ein nicht signifikanter Unterschied in der Skala „Praktiker/in“, $F(1) = 3.52, p = .06$. Die Mittelwerte und Standardabweichungen in Tabelle 2 zeigen, dass in der Skala „Theoretiker/in“ die Person, die als Theoretiker/in beschrieben wurde, durchschnittlich höhere Werte erzielt hat (Praktiker/in: $M = 2.99, SD = 0.89$ vs. Theoretiker/in: $M = 4.11, SD = 0.74$) und damit eher als Theoretiker/in wahrgenommen wurde. In der Skala „Praktiker/in“ gilt dies nicht. Hier kann jedoch ebenfalls eine Tendenz in die richtige Richtung beobachtet werden, nämlich dass auf dieser Skala der/die Praktiker/in höhere Werte erzielt haben (Praktiker/in: $M = 3.74, SD = 0.78$ vs. Theoretiker/in: $M = 3.43, SD = 0.79$).

Weiters zeigte sich kein Unterschied zwischen der weiblichen und der männlichen Personenbeschreibung, $F(2, 87) = 0.34, p = .71$, und keine Wechselwirkung, $F(2, 87) = .01, p = .99$.

Tabelle 2: Mittelwerte und Standardabweichungen der „Skalen Praktiker/in“ und „Theoretiker/in“ für die Personenbeschreibungen

Skala	Personen- beschreibung	Geschlecht der beschriebenen Person	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>N</i>
Theoretiker/in	Praktiker/in	weiblich	2.97	0.84	27
		männlich	3.03	0.98	20
		Total	2.99	0.89	47
	Theoretiker/in	weiblich	4.10	0.73	25
		männlich	4.11	0.76	20
		Total	4.11	0.74	45
	Total	weiblich	3.51	0.97	52
		männlich	3.57	1.03	40
		Total	3.54	0.99	92
Praktiker/in	Praktiker/in	weiblich	3.79	0.80	27
		männlich	3.67	0.78	20
		Total	3.74	0.78	47
	Theoretiker/in	weiblich	3.50	0.63	25
		männlich	3.34	0.96	20
		Total	3.43	0.79	45
	Total	weiblich	3.65	0.73	52
		männlich	3.51	0.88	40
		Total	3.59	0.80	92

Das Ergebnis zeigt, dass die Personenbeschreibungen für die Hauptuntersuchung geeignet sind, da die Theoretikerin als Theoretikerin, die Praktikerin als Praktikerin, der Theoretiker als Theoretiker und der Praktiker als Praktiker erkannt wird und es außerdem keine Unterschiede zwischen der männlichen und weiblichen Personenbeschreibung gibt.

2.2 Der Vortragstext

Im zweiten durchgeführten Pretest wird untersucht, ob der Vortragstext sowohl für den Vortrag eines/r Praktikers/in als auch für den Vortrag eines/r Theoretikers/in geeignet ist. Der Vortragstext beinhaltet Informationen aus der Arbeits- und Organisationspsychologie. Es werden Job enlargement, Job enrichment und Job rotation beschrieben.

2.2.1 Stichprobe

Die Teilnehmer/innen waren 25 weibliche und 19 männliche Studenten/innen der Universität Wien. Dabei handelt es sich um eine andere Stichprobe als jener für die Personenschreibung.

2.2.2 Material

Der gesamte Vortragstext und ein vollständiger Fragebogen sind im Anhang dargestellt. Mit dem Fragebogen soll überprüft werden, ob der Text von einem/einer Theoretiker/in, einem/einer Praktiker/in oder neutral bewertet wird. Hierfür wurden Items konstruiert, die als typische Eigenschaften für einen praktischen bzw. theoretischen Vortrag gelten.

Die „praktischen“ Items sind: Der Text ist...

praxisrelevant, arbeitsanleitend, nützlich, praktisch fundiert und relevant für praktische Tätigkeiten.

Die „theoretischen“ Items sind: Der Text ist...

abstrakt, informativ, theoretisch fundiert, relevant für theoretische Tätigkeiten, hypothetisch und vermittelt fachliches Wissen.

Weiters wird gefragt, ob der Text von einem Theoretiker, von einem Praktiker oder sowohl als auch stammen könnte. Anhand dieser Eigenschaften ist der Text ebenfalls auf der 5-stufigen Skala (1 = „trifft eindeutig nicht zu“; 5 = „trifft eindeutig zu“) bewertet worden. Bei der vorletzten Frage, ob der Text sowohl von einem Theoretiker als auch von einem Praktiker stammen könnte, war ein „ja“ oder „nein“ von den Versuchspersonen anzukreuzen.

Die letzte Frage, von wem der Text am ehesten stammen könnte, war nur zu beantworten, wenn die vorletzte Frage mit einem „nein“ beantwortet wurde, um einen Hinweis darauf zu erhalten, in welche Richtung der Text verändert werden muss, um als neutral zu gelten.

2.2.3 Durchführung

Den Versuchspersonen, die ebenfalls am Universitätsgelände rekrutiert wurden, wurde ein Zettel mit dem Vortragstext gegeben, den sie eigenständig durchlesen sollten. Anschließend mussten sie den dazugehörigen Papier-Bleistift-Fragebogen ausfüllen. Es gab kein Zeitlimit, jedoch dauerte die Bearbeitung im Durchschnitt nicht länger als 15 Minuten.

2.2.4 Ergebnisse

Die Auswertung des Fragebogens erfolgte mittels Berechnung von Konfidenzintervallen. Da die Versuchspersonen einen Wert von 1 (trifft eindeutig nicht zu) bis 5 (trifft eindeutig zu) vergaben, streuen auch die Mittelwerte in diesem Bereich. Liegt der Mittelwert eines Items nun in der Mitte der Skala (3) und ist noch genug Spielraum nach oben und unten gegeben, kann gesagt werden, dass der Text im Bezug auf das jeweilige Item als neutral (und damit weder praktisch noch theoretisch) eingeschätzt wird. Die Mittelwerte liegen in einem Bereich von 2.59 bis 3.70 und die Konfidenzintervalle in einem Bereich von 2.27 bis 4.01 (Tabelle 3). Damit ist der gewünschte Spielraum nach oben und unten gegeben und es kann angenommen werden, dass der Text neutral hinsichtlich der „praktischen“ und „theoretischen“ Items gelten kann, dass also der Text weder zu praktisch noch zu theoretisch ist.

Lediglich das Item „informativ“ weist einen Mittelwert von 4.30 und ein oberes Konfidenzintervall von 4.53 auf. Hier wird der Spielraum als zu gering erachtet. Besonders wichtig sind die beiden Fragen, ob der Text von einem Praktiker bzw. ob der Text von einem Theoretiker stammen könnte. Die Mittelwerte (2.98 und 3.15) der beiden Fragen zeigen, dass auch diesbezüglich Neutralität und damit kein großer Unterschied wahrgenommen wurde und der Text somit weder theoretisch noch praktisch vorgefärbt ist. Auch der Umstand, dass sich die Konfidenzintervalle der beiden Fragen überschneiden, spricht dafür, dass der Text sowohl von einem/einer Theoretiker/in als auch von einem/einer Praktiker/in stammen könnte. Dies ist für die vorliegende Untersuchung von großer Wichtigkeit, da der Text an sich neutral sein und erst nach entsprechenden Vorinformationen über den/die Vortragende/n aufgrund des Halo-Effekts anders wahrgenommen werden sollte.

Die Frage, ob der Text sowohl von einem Praktiker als auch von einem Theoretiker stammen könnte, beantworteten 82 % mit „ja“ und 18 % mit „nein“. Dieses Ergebnis spricht ebenso für eine Neutralität des Textes.

Tabelle 3: Konfidenzintervalle, Mittelwert und Standardabweichung der Items zum Vortragstext

Items	<i>M</i>	<i>SD</i>	Konfidenzintervall	
			unten	oben
praxisrelevant	3.70	0.95	3.41	3.99
arbeitsanleitend	2.59	1.06	2.27	2.91
nützlich	3.70	1.00	3.40	4.01
abstrakt	3.00	1.22	2.63	3.37
informativ	4.30	0.80	4.05	4.54
theoretisch fundiert	3.18	1.26	2.80	3.57
praktisch fundiert	2.80	1.11	2.46	3.13
relevant für praktische Tätigkeiten	3.25	0.97	2.96	3.54
relevant für theoretische Tätigkeiten	3.48	1.02	3.17	3.79
vermittelt fachliches Wissen	2.98	1.05	2.66	3.30
hypothetisch	3.16	1.22	2.79	3.53
Text könnte von Praktiker stammen	2.98	1.13	2.63	3.32
Text könnte von Theoretiker stammen	3.25	1.24	2.87	3.63

2.3 Die Stimme der vortragenden Person

Der dritte und letzte Pretest betrifft die Stimme der vortragenden Person. Im Haupttest hören die Versuchspersonen den Vortragstext, der entweder von einer Frau oder einem Mann gesprochen wird. Da auch die Stimme einen Einfluss auf die Beurteilung des Vortrages im Haupttest haben könnte, sollen sich die männliche und die weibliche Stimme so ähnlich wie möglich sein, um mögliche Störvariablen auszuschalten und eine standardisierte Situation bieten zu können.

2.3.1 Stichprobe

Zweiundzwanzig Studenten/innen der Universität Wien haben in diesem Pretest die männliche Stimme beurteilt. Davon waren zwei Personen männlich und 20 weiblich. Die weibliche Stimme wurde von 23 Studenten/innen bewertet. Zwei Personen davon waren männlich, der Rest ($n = 21$) weiblich. Die Stichprobe ist nicht identisch mit jener zum Vortragstext oder zur Personenbeschreibung. Es haben andere Personen an der Untersuchung teilgenommen.

2.3.2 Material

Um den Vortrag akustisch darbieten zu können, haben sowohl ein Mann als auch eine Frau den Vortragstext auf Band gesprochen. Die Länge des Tonbandes betrug ca. vier Minuten. Die Stimmen waren erneut mit einem Fragebogen zu bewerten, der sich im Anhang befindet. Der erste Teil des Fragebogens sollte überprüfen, ob die Versuchspersonen das Geschlecht des/der Redners/in richtig erkannten. Anschließend wurden sie zu einer Einschätzung des/der

Redners/in gebeten. Auf einer 5-stufigen Skala von „trifft eindeutig nicht zu“ bis „trifft eindeutig zu“, sollten die Teilnehmer/innen angeben, ob der/die Redner/in aus der Praxis kommt, theoriegebunden, weltfremd, sachbezogen und an Forschung interessiert ist, und ob er/sie wissenschaftlich oder praktisch arbeitet und ob er/sie über wissenschaftliche oder praktische Vorgänge Bescheid weiß.

Danach folgten drei Items (sympathisch, angenehm, selbstsicher) anhand derer man die Stimme einschätzen sollte. Abschließend wurde gefragt, ob der/die Redner/in ein/e Praktiker/in oder ein/e Theoretiker/in sein könnte. Diese Frage war mit „ja“ oder „nein“ zu beantworten.

2.3.3 Durchführung

Der Vortragstext wurde im wirtschaftspsychologischen Labor der Universität Wien vorgespielt. Anschließend wurde den Personen der Papier-Bleistift-Fragebogen ausgeteilt.

2.3.4 Ergebnisse

Ergebnisse männliche Stimme

Auch hier wurden wie beim Vortragstext Konfidenzintervalle ($p = 0.05$) berechnet. Die Ergebnisse sind in Tabelle 4 dargestellt. Insgesamt zeigt sich noch ein neutrales Bild bei den Theoretiker/in- und Praktiker/in-Fragen. Die Items „theoriegebunden“ und „arbeitet wissenschaftlich“ wurden allerdings sehr häufig mit höheren Urteilen versehen, da sie ein oberes Intervall von über vier aufweisen. Auch die letzten beiden Fragen lassen noch einen ausreichenden Spielraum nach oben und unten zu, zeigen allerdings eine Tendenz in Richtung Theoretiker [3.30, 4.20].

Fünzig Prozent der Befragten gaben an, dass es sich bei der Stimme sowohl um die Stimme eines Theoretikers als auch eines Praktikers handeln könnte. Die restlichen Teilnehmer/innen ordneten die Stimme zu 22 % eher einem Praktiker und zu 78 % eher einem Theoretiker zu.

Tabelle 4: Konfidenzintervalle der Urteile über die männliche Stimme

Items	<i>M</i>	<i>SD</i>	Konfidenzintervall	
			unten	oben
kommt aus der Praxis	2.90	1.07	2.40	3.40
theoriegebunden	4.00	1.21	3.43	4.57
weltfremd	2.85	1.04	2.36	3.34
sachbezogen	3.05	1.15	2.51	3.59
arbeitet wissenschaftlich	3.70	1.03	3.22	4.18
an Forschung interessiert	3.40	1.19	2.84	3.96
arbeitet praktisch	2.45	1.00	1.98	2.92
weiß über wissenschaftliche Theorien				
Bescheid	3.55	0.95	3.11	3.99
weiß über praktische Vorgänge Bescheid	2.80	0.77	2.44	3.16
könnte von einem Praktiker stammen	2.55	1.23	1.97	3.13
könnte von Theoretiker stammen	3.75	0.97	3.30	4.20

In Tabelle 5 sind die Konfidenzintervalle der Items dargestellt, die die Wahrnehmung der Stimme abfragen. Alle drei Items liegen eher in der Mitte der Skala und wurden somit neutral beurteilt.

Tabelle 5: Konfidenzintervalle der Urteile über die männliche Stimme in Bezug auf die Items „sympathisch“, „angenehm“ und „selbstsicher“

Items	<i>M</i>	<i>SD</i>	Konfidenzintervall	
			unten	oben
sympathisch vs. unsympathisch	2.82	1.13	2.31	3.32
angenehm vs. unangenehm	2.91	1.33	2.40	3.42
selbstsicher vs. unsicher	2.86	1.84	2.26	3.46

Ergebnisse weibliche Stimme

Für die Items wurden wieder die Konfidenzintervalle (95 %) berechnet (Tabelle 6). Es kann davon ausgegangen werden, dass die weibliche Stimme eher als neutral empfunden wird. Es lässt sich eine leichte Tendenz in Richtung „Theoretikerinnenstimme“ feststellen, da das obere Intervall von den Items „theoriegebunden“ und „weiß über wissenschaftliche Theorien Bescheid“ über vier liegt. Interessant erscheinen wieder die letzten beiden Fragen, ob die Stimme von einer Theoretikerin oder von einer Praktikerin stammen könnte. Hier lassen die Konfidenzintervalle einen genügend großen Spielraum nach oben und unten zu. Außerdem überschneiden sich die Intervalle der beiden Fragen, was ein Hinweis darauf sein kann, dass sich die Antworten auf die beiden Fragen nicht unterscheiden.

Auf die Frage, ob die Stimme sowohl einer Praktikerin als auch einer Theoretikerin gehören kann, antworten rund 70 % der Befragten mit „ja“.

Die Konfidenzintervalle zu den Items zur Wahrnehmung der Stimme sind in Tabelle 7 dargestellt. Auch hier ist genügend Spielraum nach oben und unten gegeben, was für

Neutralität spricht, jedoch scheinen sich die Urteile eher aus höheren Werten zusammenzusetzen.

Tabelle 6: Konfidenzintervalle der Urteile über weibliche Stimme

Items	<i>M</i>	<i>SD</i>	Konfidenzintervall	
			unten	oben
kommt aus der Praxis	2.61	0.99	2.18	3.04
theoriegebunden	3.91	1.00	3.48	4.34
weltfremd	2.17	0.72	1.86	2.48
sachbezogen	3.48	0.67	3.19	3.77
arbeitet wissenschaftlich	3.70	0.88	3.32	4.07
an Forschung interessiert	3.48	0.95	3.07	3.89
arbeitet praktisch	2.70	0.82	2.34	3.05
weiß über wissenschaftliche Theorien				
Bescheid	3.87	0.87	3.49	4.25
weiß über praktische Vorgänge Bescheid	3.30	0.93	2.90	3.70
könnte von einer Praktikerin stammen	2.83	0.98	2.40	3.25
könnte von einer Theoretikerin stammen	3.39	0.89	3.01	3.78

Tabelle 7: Konfidenzintervalle der Urteile über die weibliche Stimme in Bezug auf die Items „sympathisch“, „angenehm“ und „selbstsicher“

Items	<i>M</i>	<i>SD</i>	Konfidenzintervall	
			unten	oben
sympathisch vs. unsympathisch	4.00	0.85	3.63	4.37
angenehm vs. unangenehm	3.61	0.99	3.18	4.04
selbstsicher vs. unsicher	3.22	1.00	2.79	3.65

Vergleich männliche und weibliche Stimme

Bis auf die Daten der Items „arbeitet wissenschaftlich“, „an Forschung interessiert“ und „weiß über wissenschaftliche Theorien Bescheid“ ist laut *Kolmogorov-Smirnov-Test* eine Normalverteilung gegeben. Die Berechnung des *Levene-Tests* ergab, dass alle Varianzen bis auf jene des Items „sachbezogen“ ($p = .01$) homogen sind. Bühl (2008) schlägt in diesem Fall vor, für signifikante Ergebnisse ein Alpha von .01 anzunehmen.

Die Berechnung mittels *MANOVA*, bei der das Geschlecht des/der Redners/in (Stimme) als unabhängige Variable und die Items als abhängige Variable eingesetzt wurden, hat ergeben, dass sich die männliche und die weibliche Stimme nicht signifikant voneinander unterscheiden; $F(11, 31) = 1.47, p = 0.19$. Das heißt, dass die beiden Stimmen und damit die beiden Tonbänder von vorneherein nicht unterschiedlich wahrgenommen werden und sich somit für die Hauptuntersuchung eignen. Die Mittelwerte und Standardabweichungen der Items sind in Tabelle 8 dargestellt.

Tabelle 8: Deskriptive Statistik: Mittelwerte und Standardabweichungen der Items als Funktion des Geschlechts des Redners.

Item	Geschlecht/Stimme	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>N</i>
kommt aus der Praxis	männlich	2.90	1.07	20
	weiblich	2.61	0.99	23
	Total	2.74	1.03	43
theoriegebunden	männlich	4.00	1.21	20
	weiblich	3.91	1.00	23
	Total	3.95	1.09	43
weltfremd/weiß nichts über Realität	männlich	2.85	1.04	20
	weiblich	2.17	0.72	23
	Total	2.49	0.94	43
sachbezogen/ kennt den Bezug zur Realität	männlich	3.05	1.15	20
	weiblich	3.48	0.67	23
	Total	3.28	0.93	43
arbeitet wissenschaftlich	männlich	3.70	1.03	20
	weiblich	3.70	0.88	23
	Total	3.70	0.94	43
an Forschung interessiert	männlich	3.40	1.19	20
	weiblich	3.48	0.95	23
	Total	3.44	1.05	43
arbeitet praktisch	männlich	2.45	1.00	20
	weiblich	2.70	0.82	23
	Total	2.58	0.91	43
weiß über wissenschaftliche Theorien Bescheid	männlich	3.55	0.94	20
	weiblich	3.87	0.87	23
	Total	3.72	0.91	43
weiß über praktische Vorgänge Bescheid	männlich	2.80	0.77	20
	weiblich	3.30	0.93	23
	Total	3.07	0.88	43
Theoretiker/in	männlich	3.75	0.97	20
	weiblich	3.39	0.89	23
	Total	3.56	0.93	43
Praktiker/in	männlich	2.55	1.23	20
	weiblich	2.83	0.98	23
	Total	2.70	1.10	43

Der Klang der Stimme wurde mit den drei Eigenschaftswörtern angenehm, sympathisch und selbstsicher erfragt. Beim Vergleich von männlicher und weiblicher Stimme anhand dieser Items mittels *MANOVA* konnte ein signifikanter Unterschied festgestellt werden; $F(3, 41) = 5.45, p < .01$. Nach Durchsicht der Between-Subjects Effects und der Mittelwerte (Tabelle 9) kann festgestellt werden, dass die weibliche Stimme als angenehmer und sympathischer empfunden wird (sympathisch: $F(1) = 15.61, p < .01$; angenehm: $F(1) = 4.80, p = .03$; selbstsicher: $F(1) = 1.00, p = .32$). Da dies jedoch keine Auswirkung darauf zu haben scheint, wie die Person ansonsten wahrgenommen wird – also als Theoretiker/in oder Praktiker/in – kann dieses Ergebnis außer Acht gelassen und die Tonbänder verwendet werden. Für die Hauptuntersuchung werden diese Eigenschaften jedoch zur Kontrolle erneut miterhoben.

Tabelle 9: Mittelwerte und Standardabweichungen der Wahrnehmung der Stimmen als Funktion der Stimmen auf dem Tonband

Item	Geschlecht/Stimme	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>N</i>
sympathisch - unsympathisch	männlich	2.82	1.14	22
	weiblich	4.00	0.85	23
	Total	3.42	1.16	45
angenehm - unangenehm	männlich	2.91	1.15	22
	weiblich	3.61	0.99	23
	Total	3.27	1.12	45
selbstsicher - unsicher	männlich	2.86	1.36	22
	weiblich	3.22	1.00	23
	Total	3.04	1.19	45

3. HAUPTTEST

3.1 Methode

3.1.1 Stichprobe

Insgesamt haben 361 Personen an der Studie teilgenommen, davon waren 109 Personen männlich und 252 weiblich. Das durchschnittliche Alter betrug 26 Jahre ($SD = 7.58$). Die jüngste Person war 18, die älteste 65 Jahre alt. Berufstätig waren 192 der 361 Personen, dies entspricht einem Prozentsatz von 53.2. Die restlichen 169 Personen übten zur Zeit der Befragung keinen Beruf aus. Die meisten Teilnehmer/innen (227 Personen, ca. 63 %) gaben Matura als höchste abgeschlossene Ausbildung an. Die zweitgrößte Gruppe stellte die Gruppe der Universitätsabgänger/innen mit ca. 25 % (91 Personen). Danach folgten Hauptschule und Gymnasium (18 Personen), Sonstiges (14 Personen) und Lehre (11 Personen).

Jedoch mussten 118 Personen von der Auswertung ausgeschlossen werden, die die Fragen im Manipulation-Check falsch beantwortet haben. Diese Personen haben entweder das Geschlecht des/der Vortragenden nicht erkannt oder die Personenbeschreibung nicht verstanden und den/die Vortragenden deshalb nicht als Theoretiker/in oder Praktiker/in erkannt oder beides. Von den 118 ausgeschlossenen Personen waren 32 männlich und 86 weiblich. Im Durchschnitt waren diese Personen 25.44 ($MD = 24$, $SD = 7.23$) Jahre alt. Zirka 55 % (65 Personen) waren berufstätig. Auch hier hatten die meisten Personen Matura (total 71, ca. 60 %) und wurden von den Studienabgängern/innen gefolgt (31 Personen). Danach folgen Hauptschul- und Gymnasiumabschluss mit 8 Personen und Sonstiges und Lehre mit jeweils 4 Personen.

Die Daten von 243 Teilnehmern/innen wurden ausgewertet. Davon waren 77 männlich und 166 weiblich. Die Personen waren zwischen 18 und 65 Jahre alt, wobei das Durchschnittsalter bei 26.37 Jahren ($SD = 7.58$) lag. 52.3 % der Teilnehmer/innen waren berufstätig. Die meisten Personen (insgesamt 156) haben eine höhere Lehranstalt besucht und mit Matura abgeschlossen. Am zweithäufigsten verfügen die Teilnehmer/innen über einen Studienabschluss, nämlich zu 25 %.

Die Personen, die ausgeschlossen wurden, unterscheiden sich in den demographischen Daten nicht signifikant von jenen Personen, deren Daten für den Haupttest verwendet wurden. Für die Berechnungen werden parametrische Verfahren verwendet, obwohl die Daten nicht

normalverteilt sind, da nach Bortz (2003) diese Verfahren bei genügend großen Stichproben angewendet werden können. Ein Altersvergleich der beiden Gruppen mit dem *t-Test* ergibt ein $t(359) = -1.12$ und ein $p = .27$ (eingeschlossene Personen: $M = 26.37$, $SD = 7.58$, ausgeschlossene Personen: $M = 25.44$, $SD = 7.23$). Unterschiede zwischen Geschlecht und Schulbildung der beiden Personengruppen wurden mittels *Chi²-Test* nach Pearson überprüft und wurden nicht signifikant (Geschlecht: $\chi^2_{(.05; 1, N=361)} = .78$, $p = .38$, Bildung: $\chi^2_{(.05; 4, N=361)} = 1.59$, $p = .81$)

Die Versuchspersonen nahmen online von zu Hause und einmal online vom Labor aus an der Studie teil, wobei 124 von den insgesamt 243 Teilnehmern/innen im Labor befragt wurden. Dies entspricht 51 % der Teilnehmer/innen. Das Alter der beiden Gruppen unterscheidet sich laut *t-Test* signifikant, $t(191.93) = 3.35$, $p < .01$ (Labor: $M = 24.80$, $SD = 5.43$, Haus: $M = 28.02$, $SD = 9.04$). In Bezug auf das Geschlecht unterscheidet sich die „Laborgruppe“ nicht signifikant von der „Hausgruppe“. Dies wurde mittels *Chi²-Test* nach Pearson überprüft, $\chi^2_{(.05; 1, N=243)} = 2.13$, $p = .14$. Jedoch ergaben weitere Berechnungen mittels *Chi²-Test*, dass sich die beiden Gruppen in der Schulbildung von einander unterscheiden, $\chi^2_{(.05; 4, N=243)} = 24.83$, $p < .01$.

Tabelle 10: Kreuztabelle Schulbildung vs. Hause und Labor in absoluten Werten

Schulbildung		Haus	Labor	Total
Hauptschule/Gymnasium	beobachtet	6	4	10
	erwartet	4.90	5.10	10
Matura	beobachtet	59	97	156
	erwartet	76.40	79.60	156
Lehre	beobachtet	7	0	7
	erwartet	3.43	3.57	7
Studium	beobachtet	40	20	60
	erwartet	29.38	30.62	60
Sonstiges	beobachtet	7	3	10
	erwartet	4.90	5.10	10
Total	beobachtet	119	124	243
	erwartet	119	124	243

Wie aus Tabelle 10 ersichtlich, gaben in der „Hausgruppe“ weniger Personen als erwartet (59 vs. 76.40) und in der „Laborgruppe“ mehr als erwartet (97 vs. 79.60) an, dass sie einen Maturaabschluss besitzen. Umgekehrt gaben mehr Teilnehmer/innen, die von zu Hause aus teilgenommen haben, als erwartet (40 vs. 29.38) und weniger Teilnehmer/innen, die im Labor an der Studie teilgenommen haben, als erwartet (20 vs. 30.62) an, sie hätten einen Studienabschluss.

3.1.2 Material

3.1.2.1 Personenbeschreibung

Bevor die Teilnehmer/innen den Vortrag auf Tonband hörten, erhielten sie eine Personenbeschreibung zur vortragenden Person. Mittels Pretest wurde die Personenbeschreibung bereits auf ihre Verwendbarkeit für den Haupttest überprüft. Sämtliche Personenbeschreibungen sind im Anhang zu finden.

3.1.2.2 Tonbänder

Der Vortragstext, der auch auf seine Tauglichkeit für die Hauptuntersuchung überprüft wurde, befindet sich ebenfalls im Anhang und wurde bereits im Kapitel „Pretests“ beschrieben. Inhaltlich enthält er Informationen über Job enlargement, Job enrichment und Job rotation. Dieser Text wurde von einer Frau und einem Mann auf Tonband gesprochen, welches eine Länge von jeweils ca. vier Minuten hat. Auch die beiden Tonbänder wurden mittels Pretest überprüft und können für die Hauptuntersuchung verwendet werden.

3.1.2.3 Konstruktion des Fragebogens zum Vortrag

Wie bereits erwähnt, gibt es in der Literatur bisher keine Untersuchungen zu Theoretikern/innen und Praktikern/innen. Aus diesem Grund mussten die nachfolgenden Items zur Vortragsbewertung selbst konstruiert werden. Hierfür wurden Eigenschaften herangezogen die empirisch eher dem einen oder dem anderen zugeordnet werden können. Die Items, die eher einen theoretischen Bereich abdecken sollen und in der hier vorliegenden Untersuchung zum Einsatz gekommen sind, lauten:

- abstrakt
- theoretisch fundiert
- relevant für theoretische Tätigkeiten
- vermittelt fachliches Wissen
- hypothetisch

Die Items zur praktischen Bewertung des Vortrages sind:

- praxisrelevant
- nützlich
- informativ

- praktisch fundiert
- relevant für praktische Tätigkeiten

Außerdem wurden noch vier weitere Items konstruiert, die eher weibliche (mitarbeiterorientiert, gefühlsbetont) und eher männliche (vernunftbetont, orientiert sich an Unternehmenszielen); also geschlechtsbezogene Attribute des Vortrages herausstellen sollten. Grundlage dieser Items war die Literatur, bei der gezeigt wurde, dass Männern und Frauen andere Attribute zugeschrieben wurden (z.B. Matlin, 1993; Sczesny & Bosak, 2007; Spence, Helmreich & Stapp, 1975).

Sämtliche Items wurden mit einer 7-stufigen Skala (1 = „trifft eindeutig nicht zu“ bis 7 = „trifft eindeutig zu“) bewertet.

3.1.2.4 Konstruktion des Fragebogens zum Vortragenden

Abschließend sollte auch der/die Vortragende selbst bzw. seine/ihre Stimme beurteilt werden um zu sehen, ob diese Bewertung einen Einfluss auf die Daten und damit auf das Ergebnis haben. Die Items, die hierfür konstruiert wurden, waren:

Der/Die Vortragende klingt...

- sympathisch
- kompetent
- angenehm
- selbstsicher

Auch diese Items wurden mit einer 7-stufigen Skala (1 = „trifft eindeutig nicht zu“ bis 7 = „trifft eindeutig zu“) bewertet.

3.1.2.5 Manipulation-Check

Hier wurde gefragt, welches Geschlecht die vortragende Person („männlich“ oder „weiblich“) und welchen beruflichen Hintergrund („Person, die theoretisch arbeitet“ vs. „Person, die praktisch arbeitet“) ihre Arbeit hat. Diese beiden Fragen dienen der Überprüfung, ob die Vorinformation gewirkt hat, d.h. ob die Beschreibung des/der Theoretikers/in und des/der Praktikers/in bei den Teilnehmern/innen angekommen ist.

Es folgten Fragen zum Namen des/der Vortragenden (mit den Antwortmöglichkeiten Kammerhofer und Großbichler), zum Studium des/der Vortragenden (Antwortmöglichkeiten: Psychologie, Betriebswirtschaft, Wirtschaftsinformatik, Publizistik, Medizin), zur Arbeitsstelle (Antwortmöglichkeiten: bei einer Zeitung, in einer Forschungseinrichtung, als Abteilungsleiter/in im Bereich Human Resources, als Manager/in eines Hotels) und Fragen zu behandelten Themen im Vortrag (Antwortmöglichkeiten: Job enlargement, Werbung, Job rotation, Produktverkauf, Finanzierung, Kostenrechnung).

Außerdem gab es noch die Frage, wie sehr der Vortrag gefallen hat, die ebenfalls auf einer 7-stufigen Skala mit Smileygesichtern zu beantworten war.

In der Kontrollgruppe fielen die Fragen zum beruflichen Hintergrund, sowie die Fragen zum/zur Vortragenden weg, da sie diese Informationen nicht erhalten hat und folglich gar nicht beantworten konnte.

3.1.2.6 Demographische Daten

Abschließend wurden Informationen zu den Teilnehmern/innen erfragt. Erfasst wurden das Alter, das Geschlecht, die höchste abgeschlossene Ausbildung der Probanden/innen und ob sie derzeit berufstätig sind.

Außerdem gab es zwei weitere Fragen, die für diese Untersuchung interessant erschienen, nämlich, von wem die Versuchspersonen im Allgemeinen lieber Vorträge hören und womit sie sich im Allgemeinen lieber beschäftigen.

Das Material wurde online gestellt. Screenshots befinden sich im Anhang.

3.1.3 Durchführung

Bei der hier vorliegenden Untersuchung handelt es sich um ein Between-Subjects-Design mit den unabhängigen Variablen „Geschlecht des/der Vortragenden“, „Personenbeschreibung des/der Vortragenden“ und „Geschlecht der Versuchspersonen“.

Die Versuchsperson hörte entweder eine männliche oder eine weibliche Stimme und bekam zu dieser Stimme eine Beschreibung über den/die Redner/in. Die Beschreibung über den/die Redner/in ist die unabhängige Variable „Personenbeschreibung“ oder die Bedingung, in die die Versuchspersonen randomisiert wurden. Insgesamt gab es drei Bedingungen oder Personenbeschreibungen. Einmal wurde der Redner als Praktiker bzw. die Rednerin als Praktikerin beschrieben, einmal als Theoretiker bzw. Theoretikerin und einmal gab es keine

Beschreibung (Kontrollgruppe). Die abhängige Variable ist die Beurteilung des Vortrages. Eine Übersicht über die Bedingungen befindet sich in Abbildung 1.

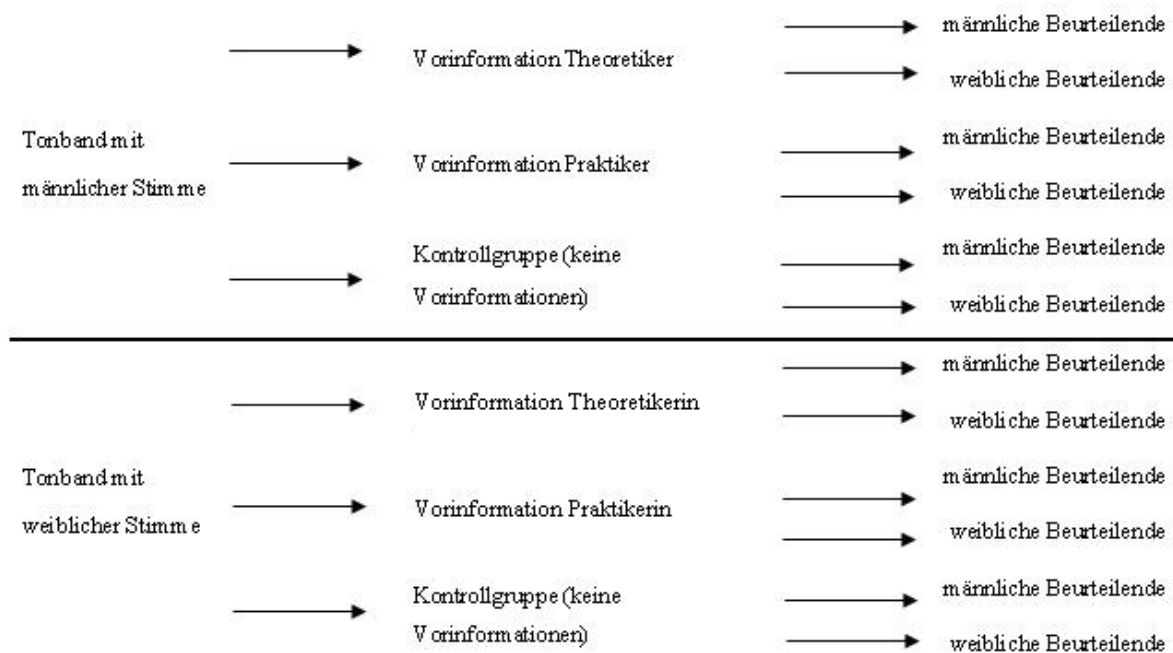


Abbildung 1: Übersicht der Bedingungen

Der Onlinefragebogen, der den Teilnehmern/innen vorgegeben wurde, umfasst fünf Teile. Im ersten Teil wurden sie begrüßt und erhielten eine oder keine Beschreibung des/der Vortragenden und wurden so einer von drei Bedingungen zugeordnet. Im zweiten Teil hörten die Versuchspersonen den Vortrag auf Tonband. Drittens wurde den Probanden/innen ein Manipulation-Check vorgegeben, der gewährleisten sollte, dass die Versuchspersonen das Geschlecht und den beruflichen Background des/der Vortragenden richtig erkannt haben. Anschließend folgten die Items zur Vortragsbewertung. Eine Beurteilung des/der Vortragenden erfolgte im vierten Teil. Abschließend wurden die demographischen Daten, sowie Präferenzen für Vorträge erfragt.

Die Daten wurden auf zwei Arten gewonnen. Einmal online von zu Hause aus und einmal im Labor. Auch im Labor füllten die Probanden/innen den Fragebogen online am Computer aus. Sie nahmen vor dem PC Platz und starteten mit der Instruktion, so wie es auch die Personen getan haben, die zu Hause an der Studie teilnahmen. Sie bekamen keine zusätzlichen Anweisungen.

Die Onlinestudie erreichte man über den Link www.arbeitgebercheck.at/studie_vorlesung. Dieser URL wurde per Mail mittels Schneeballsystem verschickt und in diversen

Internetforen gepostet. Hierfür wurden Foren von Universitäten herangezogen (z.B. www.studentenpoint.univie.ac.at) aber auch Themen- und Unterhaltungsforen (z.B. www.geizhals.at, www.szene1.at, www.esoterikforum.at). Alle Teilnehmer/innen klickten ihre Urteile mit der Maus an.

3.2 Ergebnisse

3.2.1 Vorbereitende Analysen

3.2.1.1 Faktorenanalyse und Reliabilitätsanalyse

Die explorative unrotierte Faktorenanalyse zeigt, dass den Daten insgesamt vier Faktoren zu Grunde liegen. Wie in Tabelle 11 ersichtlich ist, laden die Items auf die Faktoren 1 und 2 am höchsten. Das Item „gefühlsbetont“ lädt als einziges auf den dritten Faktor und wird darum bei der Skalenbildung nicht berücksichtigt. Die Items zum Vortrag werden also wie in Tabelle 11 dargestellt auf die ersten beiden Faktoren aufgeteilt. Diese beiden Faktoren erklären 44,36 % der Varianz.

Tabelle 11: Faktoren und Faktorladungen zu Vortragsitems

	M	SD	Faktoren			
			1 („praktisch“)	2 („theoretisch“)	3	4
der Vortrag ist praxisrelevant	5.05	1.48	0.75	-0.12	0.04	0.25
der Vortrag ist gefühlsbetont*	2.13	1.40				
der Vortrag ist arbeitsanleitend	4.05	1.62	0.14	0.12	0.79	0.26
der Vortrag ist nützlich	4.96	1.44	0.55	0.30	0.34	-0.37
der Vortrag ist abstrakt*	3.47	1.77	0.81	0.06	-0.06	0.28
der Vortrag ist vernunftbetont	5.09	1.33	-0.55	0.38	-0.08	0.21
der Vortrag ist informativ	5.60	1.32	0.27	0.48	-0.43	-0.28
der Vortrag ist theoretisch fundiert	5.08	1.52	0.69	0.12	-0.28	0.26
der Vortrag ist mitarbeiterorientiert	5.06	1.46	0.05	0.68	-0.04	-0.20
der Vortrag ist praktisch fundiert	4.62	1.55	0.60	0.12	0.24	-0.21
der Vortrag ist relevant für praktische Tätigkeiten	5.01	1.48	0.69	-0.19	0.14	-0.07
der Vortrag orientiert sich an Unternehmenszielen	4.99	1.54	0.84	-0.16	-0.06	0.09
der Vortrag ist relevant für theoretische Tätigkeiten	3.85	1.71	0.43	0.26	0.03	-0.51
der Vortrag vermittelt fachliches Wissen	4.87	1.52	-0.12	0.70	0.13	0.27
der Vortrag ist hypothetisch	3.73	1.67	0.40	0.53	-0.22	0.37
			-0.47	0.48	0.23	0.04

* Items werden bei der Skalenbildung ausgeschlossen

Inhaltlich passt die Bezeichnung „praktisch“ auf den ersten Faktor, da bei einem hohen Score auf dieser Skala der Vortrag als eher praktisch empfunden wurde, und die Bezeichnung „theoretisch“ auf den zweiten Faktor, da ein hoher Wert auf dieser Skala bedeutet, dass der Vortrag als eher theoretisch bewertet wurde. Die vier Items, die geschlechtsbezogene

Attribute des Vortrages messen sollten bilden keinen eigenen Faktor, sondern verteilen sich auf den ersten und zweiten Faktor.

Eine Reliabilitätsanalyse soll die Messgenauigkeit der beiden gefundenen Skalen überprüfen. Die Skala „praktisch“ weist dabei eine hohe Reliabilität von .84 und die Skala „theoretisch“ eine geringere Reliabilität von .55 auf. Das Item „abstrakt“ müsste aufgrund der Faktorladung zum ersten Faktor gezählt werden, verringert dessen Reliabilität jedoch von .84 auf .71. und wird darum ausgeschlossen.

Im Fragebogen gab es vier Fragen zur vortragenden Person, die explorativ erhoben und ausgewertet wurden. Es wurde gefragt, ob der Vortragende sympathisch, selbstsicher, kompetent und angenehm klingt. Eine explorative Faktorenanalyse dieser Items zeigt, dass alle auf einen Faktor laden (Tabelle 12), der 68.47 % der Varianz erklärt.

Tabelle 12: Faktorladungen

Items	Faktor 1
der/die Vortragende wirkt sympathisch	0.84
der/die Vortragende wirkt kompetent	0.80
der/die Vortragende wirkt selbstsicher	0.81
der/die Vortragende wirkt angenehm	0.86

Das Cronbachs Alpha dieses Faktors beträgt .85. Der Faktor wird in weiterer Folge „Wahrnehmung des/der Vortragenden“ genannt.

3.2.1.2 Normalverteilung und Levene-Test

Eine Überprüfung der Daten mit dem *Kolmogorov-Smirnov-Test* sowie einer graphischen Darstellung hat ergeben, dass die Daten nicht normalverteilt sind. Dies betrifft sowohl alle Items zum Vortrag als auch alle Items zum/zur Vortragenden. Die Skala „theoretisch“ deutet mit $p = .24$ auf eine Normalverteilung hin, wohingegen dies für die Skala „praktisch“ ($p = .04$) nicht gilt. Auch die Skala „Wahrnehmung des/der Vortragenden“ ist normalverteilt ($p = .41$). Aufgrund testtheoretischer und empirischer Überlegungen kann jedoch eine Normalverteilung in der Grundgesamtheit angenommen werden, weshalb parametrische Berechnungen gerechtfertigt sind. Zusätzlich gelten die hier verwendeten Verfahren als relativ robust gegenüber Verletzungen der Normalverteilung vor allem bei großen Stichproben (Bortz, 2005).

Der *Levene-Test* zur Überprüfung der Homogenität der Varianzen gilt nach Bortz (2005) ebenfalls als unempfindlich gegen Verletzungen der Normalverteilung. Da nach Bortz (2005)

die Varianzanalyse als relativ unempfindlich gegen Verletzungen der Homogenität gilt, kann dennoch auch parametrisch gerechnet werden. Bühl (2008) schlägt jedoch für diesen Fall vor, ein α von .01 statt .05 zu wählen. Wenn also von einer Inhomogenität der Varianzen auszugehen ist, soll in der hier beschriebenen Studie für $p < .01$ gelten, damit ein Ergebnis als statistisch signifikant betrachtet wird. Ansonsten wird ein $p < .05$ angenommen.

3.2.1.3 Korrelationen und Identifizierung möglicher Kovariaten

Um mögliche Kovariaten zu identifizieren, wurden die Skalen „theoretisch“ und „praktisch“ mit in Frage kommenden Variablen korreliert. Diese sind die Skala „Wahrnehmung des/der Vortragenden“ und das Item „Wie sehr hat Ihnen der Vortrag gefallen?“. Die Korrelationen nach Pearson ergeben einen signifikanten positiven Zusammenhang der Skala „praktisch“ mit der Skala „Wahrnehmung des/der Vortragenden“ ($r = .30, p < .01$) und dem Item „Wie sehr hat ihnen der Vortrag gefallen“ ($r = .44, p < .01$). Auch die Wahrnehmung des Vortragenden korreliert mit dem Gefallen des Vortrages ($r = .60, p < .01$). Tabelle 13 gibt einen Überblick der Korrelationen.

Tabelle 13: Korrelationen nach Pearson

		Skala „praktisch“	Skala „theoretisch“	Skala „Wahrnehmung des/der Vortragenden“	Item „Wie sehr hat der Vortrag gefallen“
Skala „praktisch“	Korrelation	1	0.06	0.30	0.44
	p (2-seitig)		0.38	0.00	0.00
Skala „theoretisch“	Korrelation	0.06	1	0.10	-0.02
	p (2-seitig)	0.38		0.14	0.79
Skala „Wahrnehmung des/der Vortragenden“	Korrelation	0.30	0.10	1	0.60
	p (2-seitig)	0.00	0.14		0.00
Item „Wie sehr hat der Vortrag gefallen“	Korrelation	0.44	-0.02	0.60	1
	p (2-seitig)	0.00	0.79	0.00	

Für die weiteren Korrelationen muss aufgrund des Skalenniveaus (Die Variablen sind ordinalskaliert) eine Punktbiseriale Korrelation gerechnet werden. Da diese Korrelation im SPSS nicht realisiert ist, schlägt Bühl (2008) Kendalls Tau vor. Für die Präferenzen des Vortragsinhalts und des Geschlechts des/der Vortragenden resultierte kein signifikanter Zusammenhang mit den Skalen „theoretisch“ oder „praktisch“. Auch der Ort, an dem der Fragebogen bearbeitet wurde (Haus oder Labor) hängt nicht mit den Skalen zusammen. Die Korrelationen und Signifikanzen sind in Tabelle 14 dargestellt.

Tabelle 14: Kendalls Tau

		Skala „praktisch“	Skala „theoretisch“	Online oder Labor	Präferenz „Geschlecht des/der Vortragenden“	Präferenz „lieber beschäftigen“
Skala „praktisch“	Korrelation	1	0,02	0,03	0,03	-0,04
	<i>p</i> (2-seitig)		0,61	0,64	0,60	0,42
Skala „theoretisch“	Korrelation	0,02	1	0,10	0,03	0,04
	<i>p</i> (2-seitig)	0,61		0,07	0,61	0,47
Online oder Labor	Korrelation	0,03	0,10	1	-0,09	0,05
	<i>p</i> (2-seitig)	0,64	0,07		0,14	0,42
Präferenz „Geschlecht des/der Vortragenden“	Korrelation	0,03	0,03	-0,09	1	0,09
	<i>p</i> (2-seitig)	0,60	0,61	0,14		0,15
Präferenz „lieber beschäftigen“	Korrelation	-0,04	0,04	0,05	0,09	1
	<i>p</i> (2-seitig)	0,42	0,47	0,42	0,15	

Aufgrund der Ergebnisse werden die Wahrnehmung des Vortragenden und das Gefallen des Vortrages als mögliche Kovariaten in die Analyse einbezogen.

3.2.2 Haus vs. Labor

Insgesamt haben 119 Versuchspersonen über den heimischen PC und 124 im Labor teilgenommen. Um einen möglichen Unterschied zwischen diesen beiden Gruppen zu bestimmen, wurde eine *MANOVA* für die Skalen „theoretisch“ und „praktisch“ gerechnet. Es gab keinen signifikanten Unterschied zwischen den Gruppen ($F(2, 240) = 1.41, p = .25$). Mittelwert und Standardabweichung der Skalen sind in Tabelle 15 dargestellt.

Tabelle 15: Mittelwerte und Standardabweichungen der Skalen „theoretisch“ und „praktisch“ als Funktion der Erhebungsarten Labor vs. Haus

Skala	Erhebungsart	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>N</i>
praktisch	Haus	4.90	1.00	119
	Labor	4.94	1.03	124
	Total	4.92	1.01	243
theoretisch	Haus	4.42	0.90	119
	Labor	4.62	0.95	124
	Total	4.52	0.93	243

Mittels *ANOVA* wurde überprüft, ob der Ort, an dem der Fragebogen ausgefüllt wurde (Haus vs. Labor = unabhängige Variable) einen Einfluss auf die Wahrnehmung des/der Vortragenden hat (= abhängige Variable). Auch bei der Skala zur Wahrnehmung des/der Vortragenden war kein signifikanter Unterschied feststellbar ($F(1) = .98, p = .32$). Mittelwerte und Standardabweichungen (Haus: $M = 4.13, SD = 1.30$, Labor: $M = 4.30, SD = 1.41$) unterscheiden sich nicht und sind in Tabelle 16 ersichtlich.

Tabelle 16: Mittelwerte und Standardabweichungen der Skala zur Wahrnehmung des/der Vortragenden als Funktion der Erhebungsarten Labor vs. Haus

	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>N</i>
Haus	4.13	1.30	119
Labor	4.30	1.41	124
Total	4.22	1.36	243

Eine Überprüfung mittels *t-Test* zeigte, dass den beiden Gruppen (Haus und Labor) der Vortrag gleich gut gefallen hat, $t(241) = -.30$, $p = .76$ (Haus: $M = 3.83$, $SD = 1.49$, Labor: $M = 3.89$, $SD = 1.36$). Sie unterscheiden sich auch nicht dahingehend, von wem sie lieber Vorträge hören, $t(240.23) = 1.478$, $p = .14$ (Haus: $M = 2.55$, $SD = .80$, Labor: $M = 2.40$, $SD = .88$), oder mit welchen Inhalten sie sich lieber beschäftigen, $t(241) = -.89$, $p = .38$ (Haus: $M = 2.13$, $SD = .76$, Labor: $M = 2.22$, $SD = .71$).

Aufgrund der Ergebnisse kann man davon ausgehen, dass sich die Personen, die den Onlinefragebogen zu Hause ausgefüllt haben, nicht von jener Gruppe an Teilnehmern/innen unterscheiden, die den Onlinefragebogen im Labor ausgefüllt haben. Somit können beide Gruppen problemlos gemeinsam ausgewertet werden.

3.2.3 Exploration - Multivariate Varianzanalyse der Vortragsbeurteilung

Nachfolgende Tabelle (Tabelle 17) zeigt die Verteilung der Versuchspersonen auf die Bedingungen unter Berücksichtigung des Geschlechts der Versuchspersonen. Man ersieht daraus zum Beispiel, dass 17 Männer das Tonband mit der männlichen Stimme gehört und keine Personenbeschreibung (Kontrollgruppe) erhalten haben. Weiters haben beispielsweise 16 Frauen das Tonband mit der weiblichen Stimme gehört und die Personenbeschreibung der Praktikerin erhalten. Aus dieser Tabelle wird ein Problem sichtbar. Nur 3 männliche Personen haben den Vortrag der Frau gehört und die Beschreibung der Praktikerin erhalten. Da darauf geachtet wurde, dass sich die Teilnehmer/innen gleichmäßig auf die Bedingungen verteilen, erklärt sich dieser Umstand dadurch, dass zufälligerweise aus dieser Zelle viele Personen ausgeschlossen werden mussten, da sie die Vorinformation nicht richtig aufgenommen haben. Aufgrund der mangelhaften Personenaufteilung auf die Bedingungen wird das Geschlecht der Versuchspersonen gesondert untersucht. Die Bedingungen (Theoretiker/in, Praktiker/in, Kontrollgruppe) und das Geschlecht des Vortragenden (männlich, weiblich) werden gemeinsam ausgewertet. Zur vollständigen Übersicht und Stützung der gefundenen Ergebnisse sollen fallweise abschließend trotzdem alle drei unabhängigen Variablen gemeinsam in die Berechnung eingehen und mit den vorangegangenen Auswertungen verglichen werden.

Tabelle 17: Verteilung der Versuchspersonen auf die Personenbeschreibungen (Bedingungen)

Geschlecht der VP	Geschlecht Vortragender	Bedingung			Total
	Kontrollgruppe	Theoretiker	Praktiker		
männlich	männlich	17	12	13	42
	weiblich	16	16	3	35
	Total	33	28	16	77
weiblich	männlich	40	29	18	87
	weiblich	40	23	16	79
	Total	80	52	34	166
Total		113	80	50	243

3.2.3.1 Das Geschlecht der Versuchspersonen

Mittels *MANOVA* sollte nun festgestellt werden, ob das Geschlecht des/der Urteilers/in einen Einfluss auf seine/ihre Beurteilung des Vortrages hat. Dabei wird mit dem Geschlecht der Versuchspersonen als unabhängige Variable und den Skalen „theoretisch“ und „praktisch“ als abhängige Variable gerechnet. Da $F(2, 240) = 1.87$, $p = 0.16$ ist, kann man davon ausgehen, dass kein Einfluss des Geschlechts besteht. Die Mittelwerte und Standardabweichungen, die in Tabelle 18 dargestellt sind, unterscheiden sich demnach nicht.

Tabelle 18: Deskriptivstatistik der Skalen „theoretisch“ und „praktisch“ nach dem Geschlecht der Versuchspersonen

Skala	Geschlecht der VP	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>N</i>
theoretisch	männlich	4.53	0.96	77
	weiblich	4.52	0.92	166
	Total	4.52	0.93	243
praktisch	männlich	4.74	1.04	77
	weiblich	5.00	0.99	166
	Total	4.92	1.01	243

3.2.3.2 Personenbeschreibung und Geschlecht des/der Vortragenden

Der *Levene-Test* ergab, dass die Varianzen der Skala „praktisch“ nicht homogen sind, weshalb $p < .01$ sein muss, damit das Ergebnis als signifikant gilt. Bei der Berechnung mittels *MANOVA* mit der Personenbeschreibung und dem Geschlecht des/der Vortragenden als unabhängige und den Skalen als abhängige Variable wird deutlich, dass das Geschlecht keinen Einfluss auf die Beurteilung des Vortrages hat, $F(2, 236) = 1.44$, $p = .24$. Anders sieht es bei der Personenbeschreibung aus. Hier wird das Ergebnis signifikant, $F(4, 474) = 5.70$, $p < .01$. Die Between-Subjects Effects zeigen für die Skala „theoretisch“: $F(2) = 3.39$, $p = .04$, und für die Skala „praktisch“: $F(2) = 7.76$, $p < .01$. Es ist also davon auszugehen, dass die Personenbeschreibung die Vortragsbeurteilung beeinflusst. Da keine Wechselwirkung

zwischen Geschlecht und Personenbeschreibung gefunden wurde ($F(4, 474) = .65, p = .63$), existiert dieser Einfluss scheinbar unabhängig davon, ob der/die Vortragende ein Mann oder eine Frau war. Lediglich die Beschreibung, ob der/die Vortragende theoretisch oder praktisch arbeitet, bedingt Urteilsunterschiede des Vortrages.

Wirft man einen Blick auf die Mittelwerte in Tabelle 19, sieht man, dass der Mittelwert der Skala „praktisch“ für die Personenbeschreibung Praktiker/in am höchsten ist ($M = 5.33, SD = 0.75$), d.h. dass der Vortrag als praktischer bewertet wurde, wenn der/die Vortragende als Praktiker bzw. Praktikerin beschrieben worden ist. Umgekehrt hat bei dieser Skala der/die Theoretiker/in den niedrigsten Mittelwert ($M = 4.64, SD = 1.20$). Die Kontrollgruppe liegt mit einem Mittelwert von 4.93 und einer Standardabweichung von 0.91 dazwischen. Bei der Skala „theoretisch“ zeigt sich ein genau umgekehrtes Bild. Der/die Theoretiker/in hat einen höheren Mittelwert auf dieser Skala als der/die Praktiker/in ($M = 4.65, SD = 0.93$ vs. $M = 4.23, SD = 0.92$). Hier wurde der Vortrag also eher theoretisch gesehen. Die Kontrollgruppe liegt auch auf dieser Skala zwischen dem/der Theoretiker/in und dem/der Praktiker/in ($M = 4.57, SD = 0.91$).

Tabelle 19: Deskriptive Statistik der Skalen „praktisch“ und „theoretisch“ als Funktion von Geschlecht des Vortragenden und der Personenbeschreibung (Bedingung)

Skala	Geschlecht		M	SD	N
	Vortragender	Bedingung			
praktisch	männlich	Kontrollgruppe	4.92	0.96	57
		Theoretiker	4.72	1.25	41
		Praktiker	5.27	0.79	31
		Total	4.94	1.04	129
	weiblich	Kontrollgruppe	4.95	0.87	56
		Theoretikerin	4.55	1.15	39
		Praktikerin	5.43	0.67	19
		Total	4.89	0.99	114
	Total	Kontrollgruppe	4.93	0.91	113
		Theoretiker/in	4.64	1.20	80
		Praktiker/in	5.33	0.75	50
		Total	4.92	1.01	243
theoretisch	männlich	Kontrollgruppe	4.70	0.88	57
		Theoretiker	4.70	0.98	41
		Praktiker	4.25	0.96	31
		Total	4.59	0.95	129
	weiblich	Kontrollgruppe	4.44	0.93	56
		Theoretikerin	4.59	0.87	39
		Praktikerin	4.19	0.89	19
		Total	4.45	0.91	114
	Total	Kontrollgruppe	4.57	0.91	113
		Theoretiker/in	4.65	0.93	80
		Praktiker/in	4.23	0.92	50
		Total	4.52	0.93	243

Diese Beobachtung wird durch den *Post hoc Test nach Scheffé* gestützt. In Tabelle 20 sieht man, dass sich in der Skala „praktisch“ die Mittelwerte der Bedingung „Theoretiker/in (I)“ signifikant von den Mittelwerten der Bedingung „Praktiker/in (J)“ mit einem p von $< .01$ unterscheiden. Der Praktiker/in-Mittelwert ist auf dieser Skala um 0.69 höher als der Theoretiker/in-Mittelwert. Analog unterscheidet sich natürlich auch der Praktiker/in-Mittelwert (I) vom Theoretiker/in-Mittelwert (J). In der Skala „theoretisch“ wird wegen des Anspruchs $p < .01$ der Unterschied nicht signifikant, $p = .04$. Die Kontrollbedingung unterscheidet sich in der Skala „praktisch“ weder von dem/der Theoretiker/in ($p = .12$) noch von dem/der Praktiker/in ($p = .07$) signifikant. Gleiches gilt in der Skala „theoretisch“ (Theoretiker/in: $p = .84$, Praktiker/in: $p = .10$)

Tabelle 20: Post hoc nach Scheffé

Skala	(I) TPK	(J) TPK	Mittelwerts- differenz (I-J)	SE	p
praktisch	Kontrollgruppe	Theoretiker/in	0.30	0.14	0.12
		Praktiker/in	-0.40	0.17	0.07
	Theoretiker/in	Kontrollgruppe	-0.30	0.14	0.12
		Praktiker/in	-0.69	0.18	0.00
	Praktiker/in	Kontrollgruppe	0.40	0.17	0.07
		Theoretiker/in	0.69	0.18	0.00
theoretisch	Kontrollgruppe	Theoretiker/in	-0.08	0.13	0.84
		Praktiker/in	0.34	0.16	0.10
	Theoretiker/in	Kontrollgruppe	0.08	0.13	0.84
		Praktiker/in	0.42	0.17	0.04
	Praktiker/in	Kontrollgruppe	-0.34	0.16	0.10
		Theoretiker/in	-0.42	0.17	0.04

Die Tabellen 21 und 22 zeigen die Mittelwerte der Personenbeschreibung für die jeweiligen Skalen. Dabei unterscheiden sich die Mittelwerte innerhalb eines Subsets nicht signifikant. In der Skala „praktisch“ unterscheidet sich die Kontrollgruppe weder von den Theoretikern/innen noch von den Praktikern/innen, jedoch unterscheiden sich die beiden letztgenannten Gruppen. In der Skala „theoretisch“ unterscheiden sich die Praktiker/innen von den Theoretiker/innen und der Kontrollgruppe.

Tabelle 21: Post hoc nach Scheffé - Mittelwertaufteilung für die Skala „praktisch“

Bedingung (TPK)	N	Subset	
		1	2
Theoretiker/in	80	4.64	
Kontrollgruppe	113	4.93	4.93
Praktiker/in	50		5.33
p		0.19	0.06

Tabelle 22: Post hoc nach Scheffé – Mittelwertaufteilung für die Skala „theoretisch“

Bedingung (TPK)	N	Subset	
		1	2
Praktiker/in	50	4.23	
Kontrollgruppe	113	4.57	4.57
Theoretiker/in	80		4.65
<i>p</i>		0.09	0.87

3.2.3.3 MANOVA mit allen drei unabhängigen Variablen

Zusätzlich sollen noch zur Vervollständigung alle drei unabhängigen Variablen (Geschlecht des/der Vortragenden, Geschlecht der Versuchsperson und Personenbeschreibung) und die Skalen „theoretisch“ und „praktisch“ als abhängige Variablen in die Berechnung mittels MANOVA eingehen. Auch hier zeigt sich ein Einfluss der Personenbeschreibung auf die Vortragsbeurteilung. Bei $F(4, 462) = 3.66$ ist das p .01 (Skala „theoretisch“: Kontrollgruppe: $M = 4.57$, $SD = 0.91$, Theoretiker/in: $M = 4.65$, $SD = 0.93$, Praktiker/in: $M = 4.23$, $SD = 0.92$; Skala „praktisch“: Kontrollgruppe: $M = 4.93$, $SD = 0.91$, Theoretiker/in: $M = 4.64$, $SD = 1.20$, Praktiker/in: $M = 5.33$, $SD = 0.75$). Dies steht für ein hoch signifikantes Ergebnis. Das Geschlecht des/der Vortragenden ($F(2, 230) = 0.05$, $p = .95$; Skala „theoretisch“: weiblich: $M = 4.45$, $SD = 0.91$, männlich: $M = 4.59$, $SD = 0.95$; Skala „praktisch“: weiblich: $M = 4.89$, $SD = 0.99$, männlich: $M = 4.94$, $SD = 1.04$) und der Versuchspersonen ($F(2, 230) = 1.49$, $p = .23$; Skala „theoretisch“: weiblich: $M = 4.52$, $SD = 0.92$, männlich: $M = 4.53$, $SD = 0.96$; Skala „praktisch“: weiblich: $M = 5.00$, $SD = 0.99$, männlich: $M = 4.74$, $SD = 1.04$) haben keinen Einfluss auf die Vortragsbeurteilung. Außerdem konnten keine Wechselwirkungen beobachtet werden. Die Wechselwirkungen zwischen dem Geschlecht der Versuchspersonen und des/der Vortragenden ($F(2, 230) = .75$, $p = .47$), zwischen dem Geschlecht der Versuchsperson und der Bedingung ($F(4, 462) = .69$, $p = .60$), zwischen dem Geschlecht des/der Vortragenden und der Bedingung ($F(4, 462) = 0.93$, $p = .45$), sowie zwischen allen drei Variablen, also der Bedingung, dem Geschlecht des/der Vortragenden und der Versuchspersonen

($F(4, 462) = 1.94$, $p = .10$) sind nicht signifikant. Sämtliche Mittelwerte und Standardabweichungen befinden sich in Tabelle 23 im Anhang. Somit konnte gezeigt werden, dass auch die Auswertung mit allen drei unabhängigen Variablen das Ergebnis stützt, dass ein Vortrag, der von einem/einer Theoretiker/in gehalten wurde, auch als theoretischer und ein Vortrag von einem/einer Praktiker/in auch als praktischer beurteilt wird und zwar unabhängig vom Geschlecht des/der Vortragenden oder der Versuchspersonen.

3.2.4 Kovarianzanalyse

Anschließend wird ein möglicher Einfluss des Gefallens des Vortrages und der Wahrnehmung des/der Vortragenden auf den Halo-Effekt untersucht. Diese beiden Variablen wurden im Kapitel 3.2.1.3 Korrelationen und Identifikation möglicher Kovariaten als mögliche Einflussgrößen identifiziert. Für die Berechnung der MANCOVA dienten die Skala „praktisch“ und „theoretisch“ als abhängige Variablen, das Geschlecht der Versuchspersonen und des/der Vortragenden sowie die Personenbeschreibung als unabhängige Variablen und das Item „Wie sehr hat Ihnen der Vortrag gefallen“ und die Skala „Wahrnehmung des Vortragenden“ als Kovariaten. Die Ergebnisse zeigen, dass es sich bei der Skala „Wahrnehmung des/der Vortragenden“ um keine Kovariate handelt, $F(2, 228) = 2.77, p = .07$, hingegen stellt das Gefallen des Vortrages eine Kovariate dar, $F(2, 228) = 14.29, p < .01$. Die Between-Subject Effects zeigen, dass die Kovariate einen Einfluss auf die Skala „praktisch“ ($F(1) = 26.31, p < .01$) hat, jedoch nicht auf die Skala „theoretisch“ ($F(1) = 0.94, p = 0.29$). Trotz Einfluss einer Kovariate bleibt die Personenbeschreibung signifikant ($F(4, 458) = 3.23, p = .01$) und ein Halo-Effekt scheint gegeben (Skala „praktisch“: Kontrollgruppe: $EM = 4.88, SE = 0.09$, Theoretiker/in: $EM = 4.67, SE = 0.11$, Praktiker/in: $EM = 5.30, SE = 0.16$; Skala „theoretisch“: Kontrollgruppe: $EM = 4.60, SE = 0.10$, Theoretiker/in: $EM = 4.61, SE = 0.11$, Praktiker/in: $EM = 4.37, SE = 0.17$). Auch hier ist der Mittelwert der/des Praktikers/in in der Skala „praktisch“ am höchsten, der des/r Theoretikers/in am niedrigsten und die Kontrollgruppe liegt dazwischen. In der Skala „theoretisch“ unterscheiden sich die Mittelwerte von Kontrollgruppe und Theoretiker/in nicht. Jedoch liegen beide über dem Mittelwert des/der Praktiker/in (siehe Tabelle 24 im Anhang). Somit kann angenommen werden, dass der Vortrag praktischer beurteilt wurde, wenn er von einem/r Praktiker/in gehalten wurde und umgekehrt wurde er theoretischer bewertet, wenn es sich bei der Vortragenden Person um eine/n Theoretiker/in gehalten hat. Das Geschlecht der Versuchsperson ($F(2, 228) = 1.29, p = 0.30$) und des/der Vortragenden ($F(2, 228) = 0.70, p = .50$) bleiben nicht signifikant. Ebenso ergeben sich keine Wechselwirkungen (Geschlecht des Vortragenden und der Versuchspersonen: $F(2, 228) = 0.94, p = .39$; Geschlecht des/der Vortragenden und Personenbeschreibung: $F(4, 458) = 0.80, p = .53$; Geschlecht der Versuchspersonen und Personenbeschreibung: $F(4, 458) = 0.73, p = .57$; Personenbeschreibung, Geschlecht der Versuchspersonen und des/der Vortragenden: $F(4, 458) = 1.63, p = .16$)

Das heißt, dass die erste Hypothese, dass ein Unterschied in der Bewertung des Vortrages je nach Vorinformation über den/die Vortragende/n sichtbar wird, angenommen werden und die dazugehörige H_0 verworfen werden kann. Ein Halo-Effekt kam zum Vorschein. Das Geschlecht des/der Vortragenden und der Versuchspersonen hatte keinen Einfluss und somit werden die zweite und dritte Hypothese verworfen.

3.2.5 Die Beurteilung des/der Vortragenden

An dieser Stelle soll untersucht werden, ob die drei unabhängigen Variablen einen Einfluss auf die Wahrnehmung des/der Vortragenden haben, wobei das Geschlecht der Versuchspersonen wieder separat analysiert wird. Zur Berechnung diente eine ANOVA mit dem Geschlecht der Versuchspersonen und der Wahrnehmung des/der Vortragenden, bei der sich kein Einfluss herauskristallisierte ($F(1) = 1.78$, $p = .18$; männlich: $M = 4.05$, $SD = 1.19$, weiblich: $M = 4.30$, $SD = 1.43$). Ob ein Einfluss des Geschlechts des/der Vortragenden und der Bedingung auf die Wahrnehmung des/der Vortragenden vorhanden ist, wurde ebenfalls mittels ANOVA ermittelt. Dabei zeigte sich, dass die Personenbeschreibung keinen Einfluss hat, $F(2) = .55$, $p = .58$ (Kontrollgruppe: $M = 4.33$, $SD = 1.24$, Theoretiker/in: $M = 4.22$, $SD = 1.39$, Praktiker/in: $M = 3.97$, $SD = 1.54$). Jedoch wird je nach Geschlecht des/der Vortragenden, diese/r unterschiedlich bewertet, $F(1) = 13.67$, $p < .01$. Die weibliche Vortragende erhielt höhere Bewertungen von den Versuchspersonen (männlich: $M = 3.92$, $SD = 1.29$, weiblich: $M = 4.55$, $SD = 1.36$). Tabelle 25 gibt einen Überblick über die Mittelwerte. Dabei zeigt sich, dass die Mittelwerte der Vortragenden in allen Bedingungen höher sind als jene des Vortragenden, d.h. dass die Vortragende höhere Scores bei den Items erzielt hat und somit positiver bewertet wurde. Es konnte keine Wechselwirkung festgestellt werden, $F(2) = .60$, $p = .55$.

Um zu sehen, bei welchen Items die Vortragende besser bewertet wurde als der Vortragende, wurde eine MANOVA gerechnet, bei der die Items der Skala als abhängige Variable und das Geschlecht des/der Vortragenden als unabhängige Variable dienten. Nach Durchsicht der Between-Subject-Effects wurde ein signifikanter Unterschied bei den Items „sympathisch“, $F(1) = 23.40$, $p < .01$, und „angenehm“, $F(1) = 32.09$, $p < .01$, deutlich. Die Items „kompetent“, $F(1) = 2.10$, $p = .15$, und „selbstsicher“, $F(1) = .17$, $p = .68$ wurden nicht signifikant. Die Mittelwerte und Standardabweichungen sind in Tabelle 26 dargestellt.

Tabelle 25: Mittelwerte und Standardabweichungen der Wahrnehmung des Vortragenden als Funktion der Personenbeschreibung und des Geschlechts des/der Vortragenden

Personenbeschreibung	Geschlecht Vortragender	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>N</i>
Kontrollgruppe	männlich	4.09	1.14	57
	weiblich	4.57	1.31	56
	Total	4.33	1.24	113
Theoretiker/in	männlich	3.93	1.42	40
	weiblich	4.52	1.31	39
	Total	4.22	1.39	79
Praktiker/in	männlich	3.60	1.34	31
	weiblich	4.58	1.68	19
	Total	3.97	1.54	50
Total	männlich	3.92	1.29	128
	weiblich	4.55	1.36	114
	Total	4.22	1.36	242

Tabelle 26: Mittelwerte und Standardabweichungen der Items zum/r Vortragenden als Funktion des Geschlechts des/der Vortragenden

Items	Geschlecht Vortragender	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>N</i>
der/die Vortragende wirkt sympathisch	männlich	3.81	1.48	128
	weiblich	4.75	1.55	114
	Total	4.26	1.58	242
der/die Vortragende wirkt kompetent	männlich	4.54	1.59	128
	weiblich	4.83	1.58	114
	Total	4.68	1.59	242
der/die Vortragende wirkt selbstsicher	männlich	3.94	1.68	128
	weiblich	4.03	1.67	114
	Total	3.98	1.68	242
der/die Vortragende wirkt angenehm	männlich	3.41	1.54	128
	weiblich	4.60	1.70	114
	Total	3.97	1.72	242

Es zeigt sich also, dass die Vortragende sowohl sympathischer ($M = 4.75$, $SD = 1.55$) als der Vortragende ($M = 3.81$, $SD = 1.48$) als auch angenehmer (weiblich: $M = 4.60$, $SD = 1.70$ vs. männlich: $M = 3.41$, $SD = 1.54$) auf die Urteiler/innen gewirkt hat und zwar unabhängig davon, ob sie als Theoretikerin oder Praktikerin beschrieben wurde.

3.2.6. Präferenz der Teilnehmer/innen

Mit zwei Fragen wurden die Präferenzen (womit beschäftigen sich die Versuchspersonen lieber und von wem hören sie Vorträge lieber) der Teilnehmer/innen explorativ miterhoben. Auf die Frage, womit sich die Versuchspersonen lieber beschäftigen, antworten 44 %, dass sie sich lieber mit praktischen Inhalten und 19 % lieber mit theoretischen Inhalten auseinandersetzen. Der Rest (37 %) steht diesem Gebiet neutral gegenüber.

Bei der Frage, ob man lieber einen Vortrag von einem Mann oder einer Frau hört, gibt der Großteil der Versuchspersonen – nämlich 70 % – an, dass sie in Bezug auf das Geschlecht des Vortragenden neutral eingestellt sind. Dennoch kreuzt knapp ein Viertel (23 %) der Versuchspersonen an, dass sie lieber Vorträge von Männern hören. Demgegenüber stehen 7 % der Teilnehmer/innen, die Frauen präferieren.

Untersucht man nun die Häufigkeiten zwischen dem Geschlecht der Versuchspersonen und der Präferenz für das Geschlecht des Vortragenden mittels *Chi²-Test* nach Pearson, tritt ein signifikantes Ergebnis auf; $\chi^2_{(.05; 2, N=243)} = 6.45, p = .04$. Aus Tabelle 27 lässt sich entnehmen, dass weniger Männer und mehr Frauen als erwartet lieber Vorträge von Männern hören. Außerdem sind mehr Männer und weniger Frauen dem Geschlecht des/der Vortragenden gegenüber neutral eingestellt als erwartet.

Tabelle 27: Erwartete und beobachtete Anzahl der Versuchspersonen und ihre Präferenz in Bezug auf das Geschlecht des Vortragenden

Antwort		Geschlecht der VP	
		männlich	weiblich
Männer	beobachtet	10	46
	erwartete	17.74	38.26
Frauen	beobachtet	6	10
	erwartete	5.07	10.93
neutral	beobachtet	61	110
	erwartete	54.19	116.81
Total	beobachtet	77	166
	erwartete	77	166

Das Geschlecht der Versuchspersonen und die Präferenz für theoretische bzw. praktische Inhalte zeigen knapp keinen statistisch signifikanten Zusammenhang; $\chi^2_{(.05; 2, N=243)} = 6.21, p = .05$. Trotzdem zeigt sich die Tendenz, dass sich weniger Frauen als erwartet lieber mit theoretischen Inhalten beschäftigen, hingegen mehr als erwartet lieber mit praktischen. Bei Männern ist das jedoch genau umgekehrt (Tabelle 28).

Tabelle 28: Erwartete und beobachtete Anzahl der Versuchspersonen und ihre Präferenz in Bezug auf theoretische und praktische Inhalte

Antwort		Geschlecht der VP	
		männlich	weiblich
theoretisch	beobachtet	22	25
	erwartete	14.89	32.11
praktisch	beobachtet	29	77
	erwartete	33.59	72.41
neutral	beobachtet	26	64
	erwartete	28.52	61.48
Total	beobachtet	77	166
	erwartete	77	166

Die Probanden/innen wurden zusätzlich gefragt, wie sehr ihnen der Vortrag gefallen habe. Dabei hat sich gezeigt, dass das Gefallen des Vortrages mit dem Geschlecht des Vortragenden zusammenhängt. Die Berechnung mittels ANOVA zeigt mit $F(1) = 5.25$ und $p = .02$ ein signifikantes Ergebnis. Die Mittelwerte in Tabelle 29 lassen vermuten, dass den Teilnehmern/innen der Vortrag besser gefallen hat, wenn er von einer Frau gehalten wurde (Vortragende: $M = 4.11$, $SD = 1.36$, Vortragender: $M = 3.64$, $SD = 1.44$). Das Geschlecht der Versuchspersonen, welches wiederum separat ausgewertet wurde, ($F(1) = .80$, $p = .37$) oder die Bedingung ($F(2) = 2.25$, $p = .11$) spielten bei diesem Urteil keine Rolle. Schließlich gab es auch keine Wechselwirkung zwischen der Bedingung und dem Geschlecht des/der Vortragenden, $F(2) = .18$, $p = .84$.

Tabelle 29: Deskriptive Statistik des Items „Wie sehr hat Ihnen der Vortrag gefallen“ als Funktion der Bedingung und des Geschlechts des/der Vortragenden

Geschlecht		M	SD	N
Vortragender	Bedingung			
männlich	Kontrollgruppe	3.75	1.29	57
	Theoretiker/in	3.37	1.58	41
	Praktiker/in	3.77	1.52	31
	Total	3.64	1.44	129
weiblich	Kontrollgruppe	4.32	1.13	56
	Theoretiker/in	3.85	1.51	39
	Praktiker/in	4.05	1.61	19
	Total	4.11	1.36	114
Total	Kontrollgruppe	4.04	1.24	113
	Theoretiker/in	3.60	1.56	80
	Praktiker/in	3.88	1.55	50
	Total	3.86	1.42	243

Zusammenfassend kann man feststellen, dass die Vorinformation über den/die Vortragende/n einen Einfluss auf die Beurteilung des Vortrages hat. Das Gefallen des Vortrages stellt zwar eine Kovariate dar, die den gefundenen Halo-Effekt jedoch nicht beeinträchtigt. Somit konnte

ein Halo-Effekt beobachtet und Hypothese 1 angenommen werden. Sowohl das Geschlecht des/der Vortragenden als auch das Geschlecht des/der Urteilers/in hatten keinen Einfluss darauf, wie der Vortrag bewertet wurde. Deshalb gelten die Hypothesen 2 und 3 als verworfen. Außerdem zeigten sich keine Wechselwirkungen.

IV. DISKUSSION

Nach Cialdini (2006) ist der Halo-Effekt ein Phänomen, bei dem sich Personen ein Gesamturteil aufgrund eines hervorstechenden Merkmals bilden. Dabei wurde der Halo-Effekt bereits in den unterschiedlichsten Bereichen untersucht, jedoch bislang noch nicht bei Vorträgen. In der vorliegenden Arbeit wurde deshalb überprüft, ob der Halo-Effekt auch in akustischen Vorträgen beobachtet werden kann. Hervorstechendes Merkmal war dabei der berufliche Background des/der Vortragenden, der/die einmal als Praktiker/in und einmal als Theoretiker/in beschrieben wurde. Zusätzlich sollte dabei erwähnt werden, dass es bisher noch keine Untersuchungen zu Theoretikern/innen und/oder Praktiker/innen im Allgemeinen und im Zusammenhang mit dem Halo-Effekt im Besonderen gibt.

Aus diesem Grund überprüft die erste Hypothese, ob es einen Halo-Effekt im akustischen Vortrag gibt. Dafür bewerteten die Versuchspersonen einen akustischen Vortrag, der entweder von einer Frau oder einem Mann gesprochen wurde, die jeweils wiederum einmal als Theoretiker/in oder Praktiker/in vorgestellt wurden. Zusätzlich gab es eine Kontrollgruppe, bei der den Teilnehmern/innen keine Vorinformationen über den Redner oder die Rednerin gegeben wurden. Wenn sich ein Halo-Effekt zeigt, dann muss sich ein Unterschied in der Bewertung des Vortrages zwischen diesen beiden Gruppen ergeben. Der Beruf der Vortragenden Person sollte also so hervorstechend sein, dass er auf andere Merkmale überstrahlt. Die Ergebnisse zeigen genau diesen Effekt. In der Tat wurde der Vortrag eher als theoretisch beurteilt, wenn die Probanden/innen die Vorinformation erhalten haben, die Vortragende Person würde theoretisch arbeiten. Andererseits wurde der Vortrag, der von einer vermeintlich praktisch arbeitenden Person gehalten wurde, auch als eher praktisch wahrgenommen. Somit kann diese Hypothese angenommen werden.

Es kann also gesagt werden, dass der Halo-Effekt auch bei akustischen Vorträgen auftritt, wenn Vorinformationen über den Beruf des/der Redners/in gegeben werden. Dabei stellte der Halo-Effekt einen Urteilsfehler, wie von Bortz und Döring (2003) beschrieben, dar, da er je nach Vorinformationen zu einem falschen Urteil über den Vortrag geführt hat. Auch in dieser Untersuchung wurden die Urteile unmittelbar abgegeben und haben den Halo-Effekt dennoch nicht ausgeschaltet. Dieses Ergebnis deckt sich mit jenen von Marsh und Ball (1989).

Aufgrund der Personenbeschreibung hatten die Teilnehmer vermutlich einen ersten Eindruck gebildet, der durch spätere Eindrücke, die sie vielleicht durch den Text oder die Stimme gewonnen haben könnten, nicht oder kaum mehr verändert wurde.

Der Halo-Effekt trat dabei unabhängig vom Geschlecht auf. Sowohl das Geschlecht des/der Urteilenden als auch das Geschlecht des/der Vortragenden beeinflussten die Vortragsbeurteilung nicht. Die Teilnehmer/innen bedienten sich also angesichts komplexer Informationen einfacher Urteilsmechanismen und stuften auch nachfolgende Inputs aufgrund eines hervorstechenden Merkmals (Personenbeschreibung) ein; der Halo-Effekt kam bei Männern und Frauen zum Vorschein. Mittels Korrelationen wurde überprüft, ob Kovariaten zu finden sind. Überprüft wurden die Präferenzen, das Gefallen des Vortrages, die Wahrnehmung des Vortragenden und der Ort, an dem der Fragebogen bearbeitet wurde (Haus vs. Labor). Korrelationen und Kovarianzanalyse identifizierten das Gefallen des Vortrages als mögliche Einflussgröße. Diese beeinträchtigt den Halo-Effekt jedoch nicht.

Das gefundene Ergebnis kann in den unterschiedlichsten praktischen Bereichen Bedeutung haben. Zum einen darf angenommen werden, dass auch Personen mit Sehschwäche, die sich vorwiegend aufgrund akustischer Informationen in der Umwelt zurechtfinden müssen, einem Halo-Effekt unterliegen. Es ist also besonders bei dieser spezifischen Personengruppe auf Vorinformationen zu achten, die über eine/n Vortragende/n bei einem Vortrag gegeben werden. Dies gilt jedoch für jeden Vortrag, der rein akustisch übermittelt wird.

Auch in der Radiowerbung könnte der Halo zum Tragen kommen, etwa bei der Wahl eines Testimonials. Bei prominenten Sprechern/innen etwa sollte darauf geachtet werden, welche Vorinformationen bei den Kunden/innen vorhanden sind, die hervorstechen und eventuell auch auf die Produktbeurteilung überstrahlen können.

Ob Gendereffekte einen Unterschied in der Bewertung des Vortrages erklären können, wurde in den Hypothesen 2 und 3 überprüft. Die zweite Hypothese betrifft das Geschlecht des/der Vortragenden. In der Literatur fanden sich Hinweise darauf, dass aufgrund von Vorurteilen je nach Geschlecht des/der Redner/in der Vortrag anders eingeschätzt werden könnte. In dieser Arbeit war dies jedoch nicht der Fall. Unabhängig davon, ob der/die Vortragende ein Mann oder eine Frau war, wurde der Vortrag gleich eingeschätzt.

Auch das Geschlecht der Versuchspersonen hatte keinen Einfluss auf die Bewertung des Vortrages, weshalb Hypothese 3 verworfen wurde.

Zusätzlich sind explorativ noch weitere Beobachtungen gemacht worden. Weitere Analysen haben gezeigt, dass weniger Männer und mehr Frauen als erwartet lieber Vorträge von Männern hören. Auf die Frage ob praktische oder theoretische Inhalte bevorzugt werden, verteilen sich Männer ungefähr gleich auf die Antwortmöglichkeiten „theoretische Inhalte“,

„praktische Inhalte“ oder „neutral“. Bei Frauen zeigt sich, dass sie sich deutlich lieber mit praktischen als mit theoretischen Inhalten auseinandersetzen, wenn sie diesem Thema nicht neutral gegenüberstehen.

Die Befunde von Deal und Stevenson (1998), wonach Männer stärker geschlechtsstereotyp urteilen, können durch die hier gefundenen Ergebnisse nicht gestützt werden. Eine mögliche Ursache könnte sein, dass die Personenbeschreibung keine Informationen zur Genderrolle der Personen beinhaltete und darum die Gendersubtypen, wie sie auch Martell und DeSmet (2001) postulieren, für Manager bzw. Managerinnen bei den Teilnehmern/innen aktiviert wurde. Diese beiden Gendersubtypen könnten einander ähnlich und weniger mit stereotypen Vorurteilen belastet sein. Die Personenbeschreibung, die Informationen über die Berufsrolle des/der Vortragenden gab, war für den Vortragenden und die Vortragende in der jeweiligen Berufsrolle identisch, was zu ähnlichen Beurteilungen führt wie sie bereits Bosak, Sczesny und Eagly (2007) fanden.

Ebenso wurde der Vortragende in der Skala „Wahrnehmung des Vortragenden“ unabhängig vom Geschlecht der Teilnehmer/innen beurteilt. Insgesamt war zwar die weibliche Stimme angenehmer und sympathischer als die männliche, jedoch empfanden dies sowohl männliche als auch weibliche Probanden gleich. Vortrag und Vortragende/r sind also unabhängig vom Geschlecht der Teilnehmer/innen beurteilt worden.

Die Vortragende in dieser Studie wurde also nicht schlechter bewertet als der Vortragende, wie es Eagly und Karau (2002) postulieren. Im Gegenteil, sie wurde sympathischer und angenehmer wahrgenommen. Da sich diese Einschätzung im Pretest, bei dem es keine Vorinformationen gab, und im Haupttest, bei dem die Stimmen als Führungspersonen beschrieben wurden, zeigen, kann man ableiten, dass Frauen in Führungspositionen nicht notwendigerweise schlechter bewertet werden als Männer und das unabhängig vom Geschlecht der beurteilenden Person. Dies widerspricht den Ergebnissen von Eagly, Makhijani und Klonsky (1992, zitiert nach Sczesny, 2003), die fanden, dass Männer Führerinnen negativer beurteilen. Das in dieser Studie gefundene Ergebnis könnte jedoch so erklärt werden, dass die weibliche Stimme zufällig aber objektiv betrachtet sympathischer und angenehmer geklungen hat.

Die Studie von Martell und DeSmet (2001), wonach Frauen eher Frauen und Männer eher Männer bevorzugen, wird also durch die Ergebnisse der hier vorliegenden Arbeit ebenfalls nicht gestützt. Auch geschlechtsbezogenere Urteile seitens der Männer wurden nicht gefunden (Deal & Stevenson, 1980). Eine mögliche Erklärung dafür wäre, dass sich

Geschlechtsstereotype in Bezug auf Vorträge in einer jüngeren und gebildeten Generation in Richtung Gleichstellung von Männern und Frauen geändert haben. Die Stichprobe war mit einem Alter von durchschnittlich 24 Jahren recht jung und gebildet; 90 % haben mindestens einen Maturaabschluss (höchste abgeschlossene Ausbildung Matura oder Studium). Außerdem waren viele Teilnehmer/innen Studenten/innen, vor allem jene, die im Labor der Universität teilgenommen haben. Gerade Studenten/innen haben viel Erfahrung im Hören von Vorträgen, sowohl von Professoren als auch Professorinnen. Diese Erfahrung könnte dazu geführt haben, dass die Teilnehmer/innen sehr gut zwischen Kompetenz und Sympathie des/der Vortragenden unterscheiden können und zwar unabhängig von deren Geschlecht und dem des/der Vortragenden. Auch Eagly (1987) argumentiert, dass Vorurteile gegenüber Frauen in Führungsrollen dadurch entstehen könnten, dass sie in Führungspositionen wenig vertreten sind und darum weniger in dieser Rolle beobachtet werden können. Die Teilnehmer/innen könnten als Schüler/innen Lehrer und Lehrerinnen und als Studenten/innen Professoren und Professorinnen als Führer erlebt und darum weniger Vorurteile gegenüber Frauen in Führungspositionen ausgebildet haben.

Hieraus könnte man für den Verkauf und die Werbung im Radio ableiten, dass im Allgemeinen sowohl Verkäufer als auch Verkäuferinnen akzeptiert werden und zwar unabhängig vom Geschlecht einer jungen und gebildeten Zielgruppe. Da der Vortrag besser gefallen hat, wenn er von der Frau gehalten wurde; vermutlich deshalb, weil die weibliche Stimme als angenehmer und sympathischer empfunden wurde; wird empfohlen, dass Stimmen für andere akustische Aufzeichnungen (Hörbücher, Radiospots, etc.) diese Eigenschaften ebenso besitzen sollten. Dieser Befund widerspricht der Publikation von Zuschlag (1994), wonach die Stimme nicht beeinflussend ist und es lediglich auf die übermittelte Botschaft ankommt, nicht. Die Botschaft (eventuell die Werbebotschaft) ist ausschlaggebend, jedoch gefällt den Zuhörern/innen der Spot vermutlich besser, wenn ihnen auch die Stimme gefällt. Dies könnte die Akzeptanz seitens der Zuhörer/innen erhöhen und den Absatz des Produktes fördern.

Der Fragebogen sollte ursprünglich drei Aspekte des Vortrages abdecken und prüfen, ob er eher theoretisch, praktisch oder geschlechtsbezogen gefärbt erscheint. Die Faktorenanalyse zeigte jedoch keinen Faktor „geschlechtsbezogen“. Vielmehr wurden die Items auf die Skala „theoretisch“ und „praktisch“ aufgeteilt. Vermutlich waren die Items nicht treffend gewählt und waren zu wenig von den anderen beiden Skalen abgrenzbar. Ein anderer Kritikpunkt könnte sein, dass insgesamt zu wenige Items für jede Skala ausgewählt wurden. Faktoren- und

Reliabilitätsanalyse zeigen, dass die Skala „praktisch“ relativ gut gesichert scheint, bei der Skala „theoretisch“ scheint dies hingegen nicht der Fall zu sein (Cronbachs Alpha = 0.58). Obwohl es naheliegend schien, dass die Items zur theoretischen Skala passen, da sie als Gegenstück zu den Items der „praktisch“ Skala formuliert wurden, erwiesen sie sich als ungeeignet. Für weitere Untersuchungen sollten also die Items dieser Skala erneuert und überarbeitet werden.

Es scheint weiters notwendig, erst einmal die Begriffe „Theoretiker/in“ und „Praktiker/in“ einzugrenzen. Es wird vermutet, dass diese beiden Konstrukte in der Praxis nicht deutlich getrennt werden, denn ein/e Theoretiker/in kommt in der Regel nicht ganz ohne praktisches Wissen aus und ein/e Praktiker/in nicht ohne theoretisches Wissen. Außerdem könnte ein/e Praktiker/in auch Eigenschaften besitzen, die ein/e Theoretiker/in haben sollte und umgekehrt. Dies würde auch erklären, weshalb so viele Teilnehmer/innen die Personenbeschreibung nicht richtig zuordneten und darum ausgeschlossen werden mussten. Vor allem für die Konstruktion der Items und Skalen wären vorab Studien zu Eigenschaften, die diesen beiden „Berufssparten“ zugeschrieben werden, notwendig gewesen. Diese Erklärung machen auch die ähnlichen Ergebnisse von der Theoretiker/in-Bedingung und Kontrollgruppe wahrscheinlich.

Ein weiterer Kritikpunkt der Studie betrifft die Pretests. Obwohl bei den Konfidenzintervallen genügend Spielraum nach oben und unten gegeben ist, liegt bei einigen Items der Skalenmittelpunkt (3) nicht im Konfidenzintervall. Wenngleich der Text in schriftlicher Form neutral wahrgenommen wurde, gilt dies weniger für die Tonbandaufnahmen, die den selben Text in gesprochener Form beinhalten. Die weibliche Stimme wird von den Probanden (70 %) so eingeschätzt, als könnte sie sowohl von einer Theoretikerin als auch von einer Praktikerin stammen. Bei der männlichen Stimme sehen das allerdings nur mehr 50 % der Befragten so. Irritierend in diesem Zusammenhang ist, dass sich der männliche nicht vom weiblichen Vortrag unterscheidet und die beiden Tonbänder als ähnlich und vergleichbar wahrgenommen werden. Kritisch anzumerken ist, dass die Personen für die Aufnahmen den Text abgelesen haben und es sich nicht um einen tatsächlichen Mitschnitt eines Vortrages handelt. Darum könnte ein eigentlich neutraler Text eher theoretisch beim Vortragen wirken. Auch hier scheinen die Items nicht optimal gewählt worden zu sein, was zu einer eher theoretischen Beurteilung des Vortrages beigetragen haben könnte. Die Items, die zwischen Theoretiker/in und Praktiker/in unterscheiden hätten sollen, scheinen dies nicht zielführend getan zu haben.

Dies legt die Vermutung nahe, dass in der Population nicht in der Weise zwischen Theoretiker/in und Praktiker/in unterschieden wird, wie vermutet. Diese Theorie würde auch die schlechten Ergebnisse der Faktoren- und Reliabilitätsanalyse der Skala „theoretisch“ erklären. Für weitere Untersuchungen empfiehlt sich daher, zu erheben, wodurch sich für die Population ein/e Theoretiker/in von einem/r Praktiker/in eindeutig unterscheidet und umgekehrt. Tatsächlich scheint es so zu sein, dass diese beiden Begriffe „verwischt“ sind und die Theorie nicht ohne Praxis auskommt und umgekehrt. Dies scheinen auch die Probanden/innen dieser Studie so zu sehen und darum wurden die Vorträge (Text und Tonband) sowie die Personenbeschreibungen entsprechend uneindeutig bewertet.

Interessant ist das Ergebnis zum Haus-Labor-Vergleich. Eine Hälfte der Versuchspersonen hat online von zu Hause, die andere im Labor teilgenommen. Die Personen, die vom heimischen Computer aus an der Studie teilgenommen haben, sind über Foren oder das „Schneeballsystem“ per E-Mail erreicht und zur Teilnahme bewegt worden. Die Urteile der Probanden/innen unterscheiden sich nicht. Dies könnte ein Hinweis darauf sein, dass die Menschen online dem Fragebogen die gleiche Aufmerksamkeit geschenkt haben und ihn wie gebeten ohne Unterbrechung und aufmerksam durchgearbeitet haben, wie die Probanden/innen im Labor auch. Auch den Manipulation-Check haben die Versuchspersonen ähnlich fehlerhaft bearbeitet. Achtundsechzig Personen, die online teilgenommen haben, und 51 Personen aus dem Labor mussten ausgeschlossen werden, da sie das Geschlecht des/der Vortragenden am Tonband und/oder den beruflichen Background der beschriebenen Vortragenden Person nicht richtig erkannt haben. Der Grund, weshalb so viele Teilnehmer/innen ausgeschlossen werden mussten, liegt anscheinend nicht am Ort, an dem man den Fragebogen ausgefüllt hat. Warum allerdings so viele Personen die Schlüsselfragen falsch beantwortet haben, scheint rätselhaft. Natürlich könnten die Teilnehmer/innen unaufmerksam und uninteressiert gewesen sein, jedoch vermittelten die Teilnehmer/innen im Labor während der Testung dies nicht. Außerdem erklärt Unaufmerksamkeit und Desinteresse nicht, wieso das Geschlecht des/der Vortragenden nicht richtig erkannt wurde, was aber beim Pretest kein Problem zu sein schien. Eine Erklärung, die noch übrig bleibt, ist, dass sich die Versuchspersonen bei der Frage, ob die Vortragende Stimme männlich oder weiblich war, verklickt haben. Aber selbst das scheint äußerst unwahrscheinlich, da es sich um eine Stichprobe handelt, die versiert im Umgang mit dem Internet und dem PC ist.

Es könnte außerdem sein, dass die Versuchspersonen den Vortragstext zu theoretisch wahrgenommen haben und diese Information könnte so präsent gewesen sein, dass sie die

Personenbeschreibung im Gedächtnis der Teilnehmer/innen „überstrahlt“ hat und sie daher fälschlicherweise angenommen haben, es würde sich um einen Theoretiker oder eine Theoretikerin handeln, obwohl sie in der Bedingung mit der Personenbeschreibung des Praktikers bzw. der Praktikerin waren.

V. ZUSAMMENFASSUNG

In dieser Arbeit ist untersucht worden, ob der Halo-Effekt auch bei akustischen Vorträgen auftritt. Unter Halo-Effekt versteht man den Gesamteindruck, den sich eine Person aufgrund eines hervorstechenden Merkmals macht. Hier wurde den Teilnehmern/innen Informationen über den Beruf des/der Vortragenden gegeben, die als hervorstechendes Merkmal dienen sollten. Einmal wurde der/die Redner/in als Praktiker/in, einmal als Theoretiker/in vorgestellt und einmal wurden keine Vorinformationen (Kontrollgruppe) gegeben. In der Literatur finden sich aber auch Hinweise darauf, dass Gendereffekte die Beurteilung eines Vortrages beeinflussen könnten. Dabei könnte der Vortrag je nach Geschlecht des/der Vortragenden und je nach Geschlecht des/der Zuhörers/in anders wahrgenommen werden. Die unabhängigen Variablen in dieser Studie waren also die Bedingung (Theoretiker/in, Praktiker/in, Kontrollgruppe), das Geschlecht des/der Vortragenden und das Geschlecht der Teilnehmer/innen. Die abhängige Variable stellte die Beurteilung des Vortrages dar, der einmal von einer weiblichen und einmal von einer männlichen Stimme gesprochen, den Zuhörern/innen vorgespielt wurde.

Die Ergebnisse zeigen, dass der Vortrag je nach Bedingung anders beurteilt wurde. Wurde der Redner oder die Rednerin als Praktiker/in dargestellt, wurde der Vortrag auch praktischer wahrgenommen. Wurden sie als Theoretiker/in vorgestellt, erschien der Vortrag auch theoretischer. Darum kann gesagt werden, dass der Halo-Effekt auch bei einem akustischen Vortrag aufgetreten ist. Mögliche Präferenzen der Teilnehmer/innen oder die Wahrnehmung des/der Vortragenden hatten keinen Einfluss und konnten den Halo-Effekt nicht mindern. Auch das Geschlecht des/der Vortragenden und der Teilnehmer/innen konnte als Erklärung für Wahrnehmungsunterschiede ausgeschlossen werden. Gendereffekte hatten also keinen Einfluss auf die Beurteilung des Vortrages.

Mit dieser Studie konnte also ein Beitrag dazu geleistet werden, Bedingungen und Situationen zu identifizieren, unter denen der Halo-Effekt auftreten könnte.

VI. LITERATUR

- Ajzen, I. (1988). *Attitudes, personality, and behavior*. Chicago: Dorsey.
- Asch, S. (1946). Forming impression of personality. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 41, 258-290.
- Ashmore, R.D. & DelBoca, F.K. (1981). Conceptual Approaches to Stereotypes and Stereotyping. In D.L. Hamilton (Hrsg.), *Cognitive Processes in Stereotyping and Intergroup Behavior*. (S. 1-35). Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Balzer, W. K. & Sulsky, L. M. (1992). Halo and performance appraisal research: A critical exmaination. *Journal of Applied Psychology*, 77, 975-985.
- Bartlett, C. J. (1983). What's the difference between valid and invalid halo? Forced-choice measurement without forcing a choice. *Journal of Applied Psychology*, 68, 218-226.
- Bartlett, F. C. (1932). *Remembering: A study in experimental and social psychology*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Bem, D. J. & Allen, A. (1974). On predicting some of the people some of the time: The search for cross-situational consistency in behaviour. *Psychological Review*, 81, 506-520.
- Bem, S. L. (1979). Theory and measurement of androgyny: A reply to the Pedhazur-Tetenbaum and Locksley-Colten critiques. *Journal of Personality and Social Psychology*, 37, 1047-1054.
- Bem, S. L. (1981a). *Bem Sex Role Inventory: Professional manual*. Palo Alto, CA: Consulting Psychologists Press.
- Bem, S. L. (1981b). Gender schema theory: A cognitive account of sex-typing. *Psychological Review*, 88, 354-364.
- Benson, P. L., Karabenic, S. A. & Lerner, R. M. (1976). Pretty please: The effects of physical attractiveness on race, sex, and receiving help. *Journal of Experimental Social Psychology*, 12, 409-415.
- Bernardin, H. J. & Beatty, R. W. (1984). *Performance appraisal: Assessing human behavior at work*. Boston: Kent
- Bernardin, H. J. (1977). Behavioral expectation scales versus summated ratings: A fairer comparison. *Journal of Applied Psychology*, 62, 422-427.
- Bernardin, H. J. & Walter, C. S. (1977). Effects of rater training and diary-helping on psychometric error in ratings. *Journal of Applied Psychology*, 62, 64-69.
- Bierhoff, W. (1986). *Personenwahrnehmung. Vom ersten Eindruck zur sozialen Interaktion*. Berlin: Springer

- Biernat, M. (2003). Toward a broader view of social stereotyping. *American Psychologist*, 58, 1019–1027.
- Bingham, W. V. (1939). Halo, invalid and valid. *Journal of Applied Psychology*, 23, 221-228.
- Borg, I. (2003). Affektiver Halo in Mitarbeiterbefragungen. *Zeitschrift für Arbeits- und Organisationspsychologie*, 47, 1-11.
- Borghi, J. (1968). Premature termination of psychotherapy and patient-therapist expectations. *American Journal of Psychotherapy*, 22, 460-473.
- Borman, W. C. (1975). Effects of instructions to avoid error on reliability and validity of performance evaluation ratings. *Journal of Applied Psychology*, 60, 556-560.
- Bortz, J & Döring, N. (2003). *Forschungsmethoden und Evaluation*. Berlin: Springer.
- Bortz, J. (2005). *Statistik für Human- und Sozialwissenschaftler*. 6. überarbeitete und aktualisierte Auflage. Heidelberg: Springer
- Bosak, J. & Sczesny, S. (2008). Am I the right candidate? Self-ascribed fit of women and men to a leadership position. *Sex Roles*, 58, 682-688.
- Bosak, J., Sczesny, S. & Eagly, A.H. (2007). Die Bedeutung von Informationen zur sozialen Rolle für die Reduktion geschlechtsstereotypen Urteilens. *Zeitschrift für Sozialpsychologie*, 38 (4), 277-284.
- Broverman, I. K., Vogel, S. R., Broverman, D. M., Clarkson, F. E. & Rosenkratz, P. S. (1972). Sex-role stereotypes: A current appraisal. *Journal of Social Issues*, 28 (2), 59-78.
- Browne, K. (1999). *Divided labours: An evolutionary view of women at work*. New Haven, CT: Yale University Press.
- Bruner, J. S. & Tagiuri, R. (1954). Person perception. In G. Lindzey (Ed.), *Handbook of Social Psychology*: Vol. 2. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Bühl, A. (2008). *SPSS 16*. München: Pearson Studium.
- Cialdini, R. B. (2006). *Die Psychologie des Überzeugens*. Bern: Verlag Hans Huber.
- Campbell, D. T. & Fiske, D. W. (1959). Convergent and discriminant validation by the multitrait-multimethod matrix. *Psychological Bulletin*, 56, 81-105.
- Cantor, N. & Mischel, W. (1977). Traits as prototypes: Effects on recognition memory. *Journal of Personality and Social Psychology*, 35, 38-48.
- Carli, L. L. (1990). Gender, language, and influence. *Journal of Personality and Social Psychology*, 59, 941-951.
- Carli, L. L., LaFleur, S. J. & Loeber, C. C. (1995). Nonverbal behavior, gender, and influence. *Journal of Personality and Social Psychology*, 68, 1030-1041.

- Cejka, M. A. & Eagly, A. H. (1999). Gender-stereotypic images of occupations correspond to the sex segregation of employment. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 25, 413-423.
- Cooper, W. H. (1981). Ubiquitous halo. *Psychological Bulletin*, 90, 218-244.
- Cronbach, L. J. (1955). Processes affecting scores on "understanding of others" and "assumed similarity". *Psychological Bulletin*, 52, 177-193.
- Das digitale Wörterbuch der deutschen Sprache des 20. Jahrhunderts. Berlin-Brandenburgische Akademie der Wissenschaft. Online: <http://www.dwds.de/> [Stand: 20.06.2009]
- de Cotiis, T. A. (1977). An analysis of the external validity and applied relevance of three rating formats. *Organizational Behavior and Human Performance*, 19, 247-266.
- Deal, J. & Stevenson, M. A. (1998). Perceptions of female and male managers in the 1990s. *Sex Roles*, 38, 287-300.
- Deaux, K. & LaFrance, M. (1998). Gender. In D. T. Gilbert, S. T. Fiske & G. Lindzey (Eds.), *The handbook of social psychology* (Vol. 1, 4th ed, pp 788-827). Boston, MA: McGraw-Hill.
- Deaux, K., Winton, W., Crowley H. & Lewis, L. L. (1985). Level of categorization and content of gender stereotypes. *Social Cognition*, 3, 145-167.
- DeHeer, N. D.; Wampold, B. E. & Freund, R. D. (1992). Do Sex-Typed and Androgynous Subjects prefer Counselors on the Basis of Gender or Effectiveness? They prefer the best. *Journal of Counseling Psychology*, 39 (2), 175-184.
- Dennis, I. (2007). Halo Effects in Grading Student Projects. *Journal of Applied Psychology*, 92 (4), 1169-1176.
- Diekmann, A. B. & Eagly, A. H. (2000). Stereotypes as dynamic constructs: Women and men of the past, present, and future. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 26, 1171-1188.
- Dion, K. K. (1972). Physical attractiveness and evaluation of children's transgressions. *Journal of Personality and Social Psychology*, 24, 207-213.
- Dodge, K. A., Gilroy, F. D. & Fenzel, L. M. (1995). Requisite management characteristics revisited: Two decades later. *Journal of Social Behavior and Personality*, 10, 253-254.
- Duden (1996). *Die deutsche Rechtschreibung*. Mannheim: Bibliographisches Institut & F. A. Brockhaus AG.
- Eagly, A. H. (1987). *Sex differences in social behavior: A social-role interpretation*. Hillsdale, NJ. Erlbaum.
- Eagly, H., Ashmore, D., Makhijani, M. & Longo, C. (1991). What is beautiful is good: Ameta-analytic review of research on the physical attractiveness stereotype. *Psychology Bulletin*, 110, 107-128.

- Eagly, A. H. & Karau, S. J. (2002). Role Congruity Theory of Prejudice Toward Female Leaders. *Psychological Review*, 109 (3), 573-598.
- Eagly, A.H., Makhijani, M.G., Klonsky, B.G. (1992). Gender and the evaluation of leaders: a meta-analysis. *Psychological Bulletin*, 111, 3-22.
- Eagly, A. H. & Steffen, V. J. (1984). Gender stereotypes stem from the distribution of women and men into social roles. *Journal of Personality and Social Psychology*, 46, 735-754.
- Eagly, A. H., Wood, W. & Diekmann, A. B. (2000). Social role theory of sex differences and similarities: A current appraisal. In T. Eckes & H. M. Trautner (Eds.), *The developmental social psychology of gender* (pp. 123–174). Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Eckes, T. (1994). Explorations in gender cognition: content and structure of female and male subtypes. *Social Cognition*, 12, 37-60.
- Efran, M. G. & Patterson, E. W. J. (1976). *The politics of appearance*. Unpublished manuscript, University of Toronto.
- Estes, S. G. (1937). *The judgement of personality on the basis of brief records of behavior*. Unveröffentlichte Dissertation, Harvard Universität.
- Fassheber, P. & Krohn, R. (1990). *Zur Lokation interpersoneller Symlog-Images als Funktion von Merkmalen der Person und Situation sowie der gruppenspezifischen Phasenabfolge (Institutsbericht Nr. 16.)*. Göttingen: Institut für Wirtschafts- und Sozialpsychologie.
- Feger, H. (1980). Einstellungsstruktur und Einstellungsänderung: Ergebnisse, Probleme und ein Komponentenmodell der Einstellungsobjekte. *Zeitschrift für Sozialpsychologie*, 10, 331-349.
- Feldman, J. M. (1986). A note on the statistical correction of halo error. *Journal of Applied Psychology*, 71, 173-176.
- Felser, G. (2007). *Werbe- und Konsumentenpsychologie*. Berlin: Springer.
- Fisicaro, S. A. & Lance, C. E. (1990). Implications of three causal models for the measurement of halo error. *Applied Psychological Measurement*, 14, 419-429.
- Fleishman, E. A. (1953). The description of supervisory behavior. *Journal of Applied Psychology*, 37, 1-6.
- Forsythe, S., Drake, M. F. & Cox, C. E. (1985). Influence of applicant's dress on interviewer's selection decision. *Journal of Applied Psychology*, 70, 374-378.
- Glick, P., Zion, C. & Nelson, C. (1988). What mediates sex discrimination in hiring decisions? *Journal of Personality and Social Psychology*, 55, 178-186.
- Grantham, R. J. & Gordon, M. E. (1986). The nature of preference. *Journal of Counseling and Development*, 64, 394-400.

- Greenhaus, J. H. & Parasuraman, S. (1999). Research on work, family, and gender: Current status and future directions. In G. N. Powell (Ed.), *Handbook of gender & work* (pp. 391-412). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Hammermesh, D. & Biddle, J. E. (1994). Beauty and the labor market. *The American Economic Review*, 84, 1174-1194.
- Harris, M. B. (1975). Sex role stereotypes and teacher evaluations. *Journal of Educational Psychology*, 67, 751-756.
- Heider, F. (1946). Attitudes and cognitive organisations. *Journal of Psychology*, 21, 107-112.
- Heider, F. (1977). *Psychologie der interpersonalen Beziehungen*. Stuttgart: Klett-Cotta.
- Heilman, M. E. (1983). Sex bias in work settings: The lack of fit model. *Research in Organizational Behavior*, 5, 269-298.
- Heilman, M. E., Block, C. J. & Martell, R. F. (1995). Sex stereotypes: Do they influence perceptions of managers? *Journal of Social Behavior and Personality*, 10, 237-252.
- Heilman, M. E., Block, C. J., Martell, R. F. & Simon, M. C. (1989). Has anything changed? Current characterizations of men, women, and managers. *Journal of Applied Psychology*, 74, 935-942.
- Hong, S. T. & Wyer, R. S. J. (1989). Effects of country-of-origin and product attribute information on product evaluation: An information-processing perspective. *Journal of Consumer Research*, 16, 175-187.
- Jacobs, R. & Kozlowski, S. W. (1985). A closer look at halo error in performance ratings. *Academy of Management Journal*, 28, 201-212.
- Kane, R. B. (1971). Minimizing order effects in the semantic differential. *Educational and Psychological Measurement*, 31, 137-144.
- Katzenbach, J. R., & Smith, D. K. (1993). *The wisdom of teams: Creating the high performance organization*. Boston, MA: Harvard Business School Press.
- Kirchler, E. & Schrott, A. (2003). *Entscheidungen in Organisationen*. Wien: WUV-Universitätsverlag.
- Klauer, K. C. & Schmeling, A. (1990). Sind Halo-Fehler Flüchtigkeitsfehler? *Zeitschrift für experimentelle und angewandte Psychologie*, 37, 594-607.
- Klauer, K. C. (1991). *Einstellungen: Der Einfluss der affektiven Komponente auf das kognitive Urteilen*. Göttingen: Hogrefe.
- Kordowski, C. (1999). *Zur Genese der sozialen Eindrucksbildung*. Frankfurt am Main: Peter Lang GmbH.
- Korman, A. K. (1971). *Industrial and Organizational Psychology*. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall.

- Kozlowski, S. W. J. & Kirsch, M. P. (1987). The systematic distortion hypothesis, halo and accuracy: An individual-level analysis. *Journal of Applied Psychology*, 72, 252-261.
- Krech, D., Crutchfield, R. S., Livson, N., Wilson, W. A. jr. & Parducci, A. (1997). *Grundlagen der Psychologie*. Augsburg: Bechtermünz Verlag.
- Kurtzburg, R. L., Safar, H. & Cavior, N. (1968). Surgical and social rehabilitation of adult offenders. *Proceedings of the 76th Annual Convention of the American Psychological Association*, 3, 649-650.
- Lance, C. E., Fiscaro, S. A. & LaPointe, J. A. (1990). An examination of negative halo error in ratings. *Educational and Psychological Measurement*, 50, 545-554.
- Lance, C. E., Lapointe, J. A. & Fiscaro, S. A. (1994). Tests of three causal models of halo rater error. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 57, 83-96.
- Landy, D. & Sigall, H. (1974). Beauty is talent: Task evaluation as a function of the performer's physical attractiveness. *Journal of Personality and Social Psychology*, 29, 299-304.
- LeFasto, F. M. & Larson, C. E. (2001). *When teams work best: 6,000 team members and leaders tell what it takes to succeed*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Lord, C. G., Ross, L. & Lepper, M. R. (1979). Biased assimilation and attitude polarization: The effects of prior theories on subsequently considered evidence. *Journal of Personality and Social Psychology*, 37, 2098-2109.
- Mack, D. & Rainey, D (1990). Female applicants' grooming and personnel selection. *Journal of Social Behavior and Personality*, 9, 399-407.
- Marsh, H. W. & Ball, S. (1989). The peer review process used to evaluate manuscripts submitted to academic journals: Interjudgemental reliability. *Journal of Experimental Education*, 57, 151-169.
- Martell, R. F. & DeSmet, A. L. (2001). A Diagnostic-Ratio Approach to Measuring Beliefs About the Leadership Abilities of Male and Female Managers. *Journal of Applied Psychology*, 86 (6), 1223-1231.
- Matlin, M. W. (1993). *The psychology of woman* (2nd edition). Orlando, FL: Holt, Rinehart and Winston.
- Meyers Lexikon in vier Bänden. Band 3.* (1979). Leipzig: VEB Bibliographisches Institut.
- Morrison, A. M. & van Glinow, M. A. (1990). Woman and minorities in management. *American Psychologist*, 45, 200-208.
- Murphy, K. R. & Balzer W. K. (1989). Rater errors and rating accuracy. *Journal of Applied Psychology*, 74, 619-624.
- Murphy, K. R., Jako, R. A. & Anhalt, R. L. (1993). Nature and Consequence of Halo Error: A Critical Analysis. *Journal of Applied Psychology*, 78 (2), 218-225.

- Naquin, C. E. & Tynan, R. O. (2003). The Team Halo Effect: Why Teams Are Not Blamed for Their Failures. *Journal of Applied Psychology*, 88 (2), 332-340.
- Nisbett, R. E. & Wilson, T. D. (1977). The halo effect: Evidence for unconscious alteration in judgements. *Journal of Personality and Social Psychology*, 35, 250-256.
- Norman, D. A. & Rumelhart, D. E. (1975). *Explorations in cognition*. San Francisco: Freeman.
- Patzer, G. L. (1985). *The physical attractiveness phenomena*. New York: Plenum Press.
- Raven, B.H. & Rubin, J.Z. (1976) *Social Psychology*. People in groups. New York: Wiley.
- Ritts, V., Patterson, M. L. & Tubbs, M. E. (1992). Expectations, impressions, and judgements of physically attractive students: A review. *Review of Educational Research*, 62, 413-426.
- Rodler, Ch. & Kirchler, E. (2002). *Führung in Organisationen*. Wien: WUV-Universitätsverlag.
- Rosenkrantz, P., Bee, H., Vogel, S. & Broverman, I. (1968). Sex-role stereotypes and self-concepts in college students. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 32 (3), 287-295.
- Rubin, R. B. (1981). Ideal traits and terms of address for male and female college professors. *Journal of Personality and Social Psychology*, 41, 966-974.
- Rudman, L. A. & Glick, P. (2001). Perscriptive gender stereotypes and backlash toward agentic women. *Journal of Social Issues*, 57, 743-762.
- Rudman, L. A. (1998). Self-promotion as a risk factor for women: The costs and benefits of counterstereotypical impression management. *Journal of Personality and Social Psychology*, 74, 629-645.
- Santrock, J. (1994). *Child development* (6th ed.). Madison: Brown & Benchmark.
- Sarbin, T. R. & Allen V. L. (1968). Role theory. In G. Lindzey & E. Aronson (Eds.), *Handbook of social psychology* (2nd ed., Vol. 1, pp. 488-567). Reading, MA: Addison-Wesley.
- Sattler, J. M., Hillix, W. A. & Neher, L. A. (1970). Halo Effect in Examiner Scoring of Intelligence Test Responses. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 34 (2), 172-176.
- Schein, V. E. (1973). The relationship between sex role stereotypes and requisite management characteristics. *Journal of Applied Psychology*, 57, 95-100.
- Schein, V. E. (1975). Relationships between sex role stereotypes and requisite management characteristics among female managers. *Journal of Applied Psychology*, 60, 340-344.
- Schein, V. E. (2001). A global look at psychological barriers to women's progress in management. *Journal of Social Issues*, 57, 675-688.

- Scheuring, B. (1991). Primacy-Effect, ein Ermüdungseffekt? Neue Aspekte eines alten Phänomens. *Zeitschrift für Sozialpsychologie*, 22, 270-274.
- Schmitt, M. & Borkenau, P. (1992). The consistency of personality. In G.-V. Caprara & G. L. van Heck (Eds.), *Modern personality psychology. Critical review and new directions*. Amsterdam: Harvester-Wheatsheaf.
- Schmitt, M. (1992). Schönheit und Talent: Untersuchung zum Verschwinden des Halo-Effekts. *Zeitschrift für experimentelle und angewandte Psychologie*, 39, 475-492.
- Schneider, D. J., Hastorf, A. H. & Ellsworth, P. C. (1979). *Person perception*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Schneider-Düker, M. & Schneider, J. F. (1977). Untersuchungen zum Beantwortungsprozess bei psychodiagnostischen Fragebögen. *Zeitschrift für experimentelle und angewandte Psychologie*, 22, 37-45.
- Schulz von Thun, F. (2008). *Miteinander Reden 1. Störungen und Klärungen. Allgemeine Psychologie der Kommunikation*. Reinbeck bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag.
- Schwarz, N., Strack, F., Kommer, D. & Wagner, D. (1987). Soccer, rooms, and the quality of your life. *European Journal of Social Psychology*, 17, 69-79.
- Sczesny, S. & Bosak, J. (2007). Selbst- und Fremdwahrnehmung von Führungseigenschaften. *Wirtschaftspsychologie*, 3, 41-51.
- Sczesny, S. (2003). Führungskompetenz: Selbst- und Fremdwahrnehmung weiblicher und männlicher Führungskräfte. *Zeitschrift für Sozialpsychologie*, 34 (3), 133-145.
- Shweder, R. A. (1982). The systematic distortion hypothesis. In B. A. Maher & W. B. Maher (Eds.), *Progress in experimental personality research* (Vol. 11, p. 65-100). New York: Academic Press.
- Siegmán, A. W. & Feldstein, S. (1985). *Multichannel integrations of nonverbal behavior*. Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Snyder, M. & Swann, W. B. (1978). Hypothesis-testing processes in social interactions. *Journal of Personality and Social Psychology*, 36, 1202-1212.
- Spence, J.T, Helmreich, R. & Stapp, J. (1975). Ratings of self and peers on sex role attributes and their relation to self-esteem and conceptions of masculinity and femininity. *Journal of Personality and Social Psychology*, 32 (1), 29-39.
- Spiegel, B. (1970). *Werbepsychologische Untersuchungsmethoden. Experimentelle Forschungs- und Prüfverfahren*. Berlin: Duncker & Humboldt.
- Steffens, M. C. & Mehl, B. (2003). Erscheinen „Karrierefrauen“ weniger sozial kompetent als „Karrieremänner“? *Zeitschrift für Sozialpsychologie*, 34 (3), 173-185.
- Steiner, I. D. (1972). *Group process and productivity*. New York: Academic Press.

- Steward, J. E. (1980). Defendant's attractiveness as a factor in the outcome of trials. *Journal of Applied Social Psychology*, 10, 348-361.
- Strack, F. (1992). The different routes to social judgements: Experimental versus informational strategies. In L. L. Martin & A. Tesser (Eds.), *The construction of social judgement*. (p. 249-275). Hillsdale, N.J.: Erlbaum.
- Taft, R. (1955). The ability to judge people. *Psychological Bulletin*, 52, 1-23.
- Tetlock, P. E. (1983). Accountability and the perseverance of first impressions. *Social Psychologie Quarterly*, 46, 285-292.
- Thompson, L. (2000). *Making the team: A guide for managers*. Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.
- Thorndike, E. L. (1920). A constant error in psychological rating. *Journal of Applied Psychology*, 4, 25-29.
- Tversky, A. & Kahneman, D. (1971). Belief in the law of small numbers. *Psychological Bulletin*, 76, 105-110.
- Tversky, A. & Kahneman, D. (1974). Judgement under uncertainty: Heuristics and biases. *Science*, 185, 1124-1131.
- Walker, E. F. & Stake, J. E. (1978). Changes in preference for male and female counselors. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 46, 1153-1154.
- Watzlawick, P., Beaven, J. H. & Jackson, D. D. (1969). *Menschliche Kommunikation*. Bern, Stuttgart: Hans Huber.
- Wells, F. L. (1907). A statistical study of literary merit. *Archives of Psychology*, 1 (7).
- Wheless, V. E. & Potorti, P. F. (1989). Student Assessment of Teacher Masculinity and Femininity: A Test of the Sex Role Congruency Hypothesis on Student Attitudes Toward Learning. *Journal of Educational Psychology*, 81 (2), 259-262.
- Wortschatzlexikon der Universität Leipzig. Online: <http://wortschatz.uni-leipzig.de/> [Stand: 20.06.2009]
- Yanico, B. & Hardin, S. I. (1985). Relation of type of problem and expectations of counselor knowledge and understanding to students' gender preferences for counselors. *Journal of Counseling Psychology*, 32, 197-205.
- Zimbardo, P. G. (1995). *Psychologie* (6. überarbeitete Auflage). Berlin: Springer.
- Zuschlag, B. (1994). *Der Weg zum erfolgreichen Redner*. Göttingen: Verlag für angewandte Psychologie.

VII. Anhang

Anhangsverzeichnis

1. Tabellenverzeichnis.....	116
2. Abbildungsverzeichnis	118
3. Material	119
3.1. Pretests.....	119
3.1.1 Weibliche Personenbeschreibung.....	119
3.1.1.1 Praktikerin	119
3.1.1.2 Theoretikerin	119
3.1.1.3 Fragebogen zur weiblichen Personenbeschreibung	120
3.1.2 Männliche Personenbeschreibung	121
3.1.2.1 Praktiker	121
3.1.2.2 Theoretiker	121
3.1.2.3 Fragebogen zur männlichen Personenbeschreibung	122
3.1.3 Vortragstext	123
3.1.3.1 Text	123
3.1.3.2 Fragebogen.....	124
3.1.4 Stimme der vortragenden Person.....	126
3.1.4.1 Fragebogen zur Beurteilung der Stimme	126
3.2 Haupttest.....	127
3.2.1 Theoretikerin	127
3.2.2 Praktikerin	133
3.2.3 Kontrollgruppe – weibliche Stimme	139
3.2.4 Theoretiker	144
3.2.5 Praktiker	150
3.2.6 Kontrollgruppe – männliche Stimme	156
4. Auswertung	161
4.1 Haupttest.....	161
4.1.1 MANOVA zum Vortrag.....	161
4.1.2 Deskriptive Statistik zur MANCOVA.....	162
5. Rohdaten.....	165
Erklärung.....	204
Lebenslauf	205

1. Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Faktorladungen der Items zur Personenbeschreibung.....	65
Tabelle 2: Mittelwerte und Standardabweichungen der „Skalen Praktiker/in“ und „Theoretiker/in“ für die Personenbeschreibungen	66
Tabelle 3: Konfidenzintervalle, Mittelwert und Standardabweichung der Items zum Vortragstext	69
Tabelle 4: Konfidenzintervalle der Urteile über die männliche Stimme	71
Tabelle 5: Konfidenzintervalle der Urteile über die männliche Stimme in Bezug auf die Items „sympathisch“, „angenehm“ und „selbstsicher“	71
Tabelle 6: Konfidenzintervalle der Urteile über weibliche Stimme	72
Tabelle 7: Konfidenzintervalle der Urteile über die weibliche Stimme in Bezug auf die Items „sympathisch“, „angenehm“ und „selbstsicher“	72
Tabelle 8: Deskriptive Statistik: Mittelwerte und Standardabweichungen der Items als Funktion des Geschlechts des Redners.....	73
Tabelle 9: Mittelwerte und Standardabweichungen der Wahrnehmung der Stimmen als Funktion der Stimmen auf dem Tonband.....	74
Tabelle 10: Kreuztabelle Schulbildung vs. Hause und Labor in absoluten Werten.....	76
Tabelle 11: Faktoren und Faktorladungen zu Vortragsitems	82
Tabelle 12: Faktorladungen.....	83
Tabelle 13: Korrelationen nach Pearson	84
Tabelle 14: Kendalls Tau	85
Tabelle 15: Mittelwerte und Standardabweichungen der Skalen „theoretisch“ und „praktisch“ als Funktion der Erhebungsarten Labor vs. Haus.....	85
Tabelle 16: Mittelwerte und Standardabweichungen der Skala zur Wahrnehmung des/der Vortragenden als Funktion der Erhebungsarten Labor vs. Haus.....	86
Tabelle 17: Verteilung der Versuchspersonen auf die Personenbeschreibungen (Bedingungen) ..	87

Tabelle 18: Deskriptivstatistik der Skalen „theoretisch“ und „praktisch“ nach dem Geschlecht der Versuchspersonen.....	87
Tabelle 19: Deskriptive Statistik der Skalen „praktisch“ und „theoretisch“ als Funktion von Geschlecht des Vortragenden und der Personenbeschreibung (Bedingung).....	88
Tabelle 20: Post hoc nach Scheffé	89
Tabelle 21: Post hoc nach Scheffé - Mittelwertsaufteilung für die Skala „praktisch“	89
Tabelle 22: Post hoc nach Scheffé – Mittelwertsaufteilung für die Skala „theoretisch“	90
Tabelle 23: Deskriptive Statistik der Skalen „praktisch“ und „theoretisch“ als Funktion der Bedingung, des Geschlechts des/der Vortragenden und des Geschlechts der Versuchspersonen.....	161
Tabelle 24: Geschätzte Randmittel (geschätzte Mittelwerte und Standardmessfehler) von den Skalen „theoretisch“ und „praktisch“ als Funktion der Personenbeschreibung (Bedingung) und des Geschlechts des/der Vortragenden unter Berücksichtigung der Skala „Wahrnehmung des/der Vortragenden“ und dem Gefallen des Vortrages als Kovariaten	162
Tabelle 25: Mittelwerte und Standardabweichungen der Wahrnehmung des Vortragenden als Funktion der Personenbeschreibung und des Geschlechts des/der Vortragenden	93
Tabelle 26: Mittelwerte und Standardabweichungen der Items zum/r Vortragenden als Funktion des Geschlechts des/der Vortragenden	93
Tabelle 27: Erwartete und beobachtete Anzahl der Versuchspersonen und ihre Präferenz in Bezug auf das Geschlecht des Vortragenden	94
Tabelle 28: Erwartete und beobachtete Anzahl der Versuchspersonen und ihre Präferenz in Bezug auf theoretische und praktische Inhalte	95
Tabelle 29: Deskriptive Statistik des Items „Wie sehr hat Ihnen der Vortrag gefallen“ als Funktion der Bedingung und des Geschlechts des/der Vortragenden.....	95

2. Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Übersicht der Bedingungen.....	80
---	----

3. Material

3.1. Pretests

3.1.1 Weibliche Personenbeschreibung

3.1.1.1 Praktikerin

Bitte lesen Sie den folgenden Text aufmerksam durch:

Frau Kammerhofer ist seit einigen Jahren als Abteilungsleiterin im Bereich Human Resources einer großen Firma tätig und führt ein Team von mehreren MitarbeiterInnen.

Nach ihrer Matura bildete sie sich im Tätigkeitsgebiet des Personalcontrollings und Betriebswirtschaftslehre aus. Heute arbeitet sie bei einem namhaften Unternehmen in Wien.

Zusammen mit ihrem Team ist sie für Aufbau und Organisation des Personalbereichs, Personalmanagement und Mitarbeiterstruktur ihrer Firma verantwortlich und sorgt täglich für die Motivation ihrer MitarbeiterInnen. Außerdem hält Frau Kammerhofer häufig Vorträge zum Thema Mitarbeitermotivation für Führungskräfte.

3.1.1.2 Theoretikerin

Bitte lesen Sie den folgenden Text aufmerksam durch:

Frau Kammerhofer ist seit einigen Jahren als Wirtschaftspsychologin in der Forschung tätig und arbeitet als Akademikerin zusammen mit ihren MitarbeiterInnen an Projekten.

Nach ihrer Matura studierte Frau Kammerhofer Psychologie und Betriebswirtschaft in Wien. Heute arbeitet sie in einer namhaften Forschungseinrichtung in Wien.

Zusammen mit Ihrem Team forscht sie im wirtschaftspsychologischen Bereich mit dem Schwerpunkt Mitarbeitermotivation. In diesem Zusammenhang entwickelt und prüft sie Theorien, die für Führungskräfte, die ihre MitarbeiterInnen motivieren möchten, relevant sind. Außerdem hält Frau Kammerhofer häufig Vorträge zum Thema Mitarbeitermotivation für Führungskräfte

3.1.1.3 Fragebogen zur weiblichen Personenbeschreibung

Beantworten Sie nun bitte folgende Frage zu Frau Kammerhofer:

<u>Welchen Beruf übt sie aus?</u>	☐ Wirtschaftspsychologe	☐ Abteilungsleiter	☐ Personalverwalter
<u>Welches Fach hat sie studiert?</u>	☐ Philosophie	☐ Betriebswirtschaft	☐ Psychologie
<u>Zu welchem Thema hält sie einen Vortrag?</u>	☐ Führung	☐ Motivation	☐ Marketing

Frau Kammerhofer....

kommt aus der Praxis

Trifft eindeutig nicht zu ☐ — ☐ — ☐ — ☐ — ☐ Trifft eindeutig zu

ist theoriegebunden

Trifft eindeutig nicht zu ☐ — ☐ — ☐ — ☐ — ☐ Trifft eindeutig zu

ist weltfremd/ weiß nichts über tatsächliche Gegebenheiten

Trifft eindeutig nicht zu ☐ — ☐ — ☐ — ☐ — ☐ Trifft eindeutig zu

ist sachbezogen/kennt den Bezug zur Realität

Trifft eindeutig nicht zu ☐ — ☐ — ☐ — ☐ — ☐ Trifft eindeutig zu

arbeitet wissenschaftlich

Trifft eindeutig nicht zu ☐ — ☐ — ☐ — ☐ — ☐ Trifft eindeutig zu

ist an Forschung interessiert

Trifft eindeutig nicht zu ☐ — ☐ — ☐ — ☐ — ☐ Trifft eindeutig zu

arbeitet praktisch

Trifft eindeutig nicht zu ☐ — ☐ — ☐ — ☐ — ☐ Trifft eindeutig zu

weiß über wissenschaftliche Theorien Bescheid

Trifft eindeutig nicht zu ☐ — ☐ — ☐ — ☐ — ☐ Trifft eindeutig zu

weiß über praktische Vorgänge Bescheid

Trifft eindeutig nicht zu ☐ — ☐ — ☐ — ☐ — ☐ Trifft eindeutig zu

ist eine Praktikerin

Trifft eindeutig nicht zu ☐ — ☐ — ☐ — ☐ — ☐ Trifft eindeutig zu

ist eine Theoretikerin

Trifft eindeutig nicht zu ☐ — ☐ — ☐ — ☐ — ☐ Trifft eindeutig zu

3.1.2 Männliche Personenbeschreibung

3.1.2.1 Praktiker

Bitte lesen Sie den folgenden Text aufmerksam durch:

Herr Kammerhofer ist seit einigen Jahren als Abteilungsleiter im Bereich Human Resources einer großen Firma tätig und führt ein Team von mehreren MitarbeiterInnen.

Nach seiner Matura bildete er sich im Tätigkeitsgebiet des Personalcontrollings und Betriebswirtschaftslehre aus. Heute arbeitet er bei einem namhaften Unternehmen in Wien.

Zusammen mit seinem Team ist er für Aufbau und Organisation des Personalbereichs, Personalmanagement und Mitarbeiterstruktur seiner Firma verantwortlich und sorgt täglich für die Motivation seiner MitarbeiterInnen. Außerdem hält Herr Kammerhofer häufig Vorträge zum Thema Mitarbeitermotivation für Führungskräfte.

3.1.2.2 Theoretiker

Bitte lesen Sie den folgenden Text aufmerksam durch:

Herr Kammerhofer ist seit einigen Jahren als Wirtschaftspsychologe in der Forschung tätig und arbeitet als Akademiker zusammen mit seinen MitarbeiterInnen an Projekten.

Nach seiner Matura studierte Herr Kammerhofer Psychologie und Betriebswirtschaft in Wien. Heute arbeitet er in einer namhaften Forschungseinrichtung in Wien.

Zusammen mit seinem Team forscht er im wirtschaftspsychologischen Bereich mit dem Schwerpunkt Mitarbeitermotivation. In diesem Zusammenhang entwickelt und prüft er Theorien, die für Führungskräfte, die ihre MitarbeiterInnen motivieren möchten, relevant sind. Außerdem hält Herr Kammerhofer häufig Vorträge zum Thema Mitarbeitermotivation für Führungskräfte

3.1.2.3 Fragebogen zur männlichen Personenbeschreibung

Beantworten Sie nun bitte folgende Frage zu Herrn Kammerhofer:

<u>Welchen Beruf übt er aus?</u>	☐ Wirtschaftspsychologe	☐ Abteilungsleiter	☐ Personalverwalter
<u>Welches Fach hat er studiert?</u>	☐ Philosophie	☐ Betriebswirtschaft	☐ Psychologie
<u>Zu welchem Thema hält er einen Vortrag?</u>	☐ Führung	☐ Motivation	☐ Marketing

Herr Kammerhofer....

kommt aus der Praxis

Trifft eindeutig nicht zu ☐ — ☐ — ☐ — ☐ — ☐ Trifft eindeutig zu

ist theoriegebunden

Trifft eindeutig nicht zu ☐ — ☐ — ☐ — ☐ — ☐ Trifft eindeutig zu

ist weltfremd/ weiß nichts über tatsächliche Gegebenheiten

Trifft eindeutig nicht zu ☐ — ☐ — ☐ — ☐ — ☐ Trifft eindeutig zu

ist sachbezogen/kennt den Bezug zur Realität

Trifft eindeutig nicht zu ☐ — ☐ — ☐ — ☐ — ☐ Trifft eindeutig zu

arbeitet wissenschaftlich

Trifft eindeutig nicht zu ☐ — ☐ — ☐ — ☐ — ☐ Trifft eindeutig zu

ist an Forschung interessiert

Trifft eindeutig nicht zu ☐ — ☐ — ☐ — ☐ — ☐ Trifft eindeutig zu

arbeitet praktisch

Trifft eindeutig nicht zu ☐ — ☐ — ☐ — ☐ — ☐ Trifft eindeutig zu

weiß über wissenschaftliche Theorien Bescheid

Trifft eindeutig nicht zu ☐ — ☐ — ☐ — ☐ — ☐ Trifft eindeutig zu

weiß über praktische Vorgänge Bescheid

Trifft eindeutig nicht zu ☐ — ☐ — ☐ — ☐ — ☐ Trifft eindeutig zu

ist ein Praktiker

Trifft eindeutig nicht zu ☐ — ☐ — ☐ — ☐ — ☐ Trifft eindeutig zu

ist ein Theoretiker

Trifft eindeutig nicht zu ☐ — ☐ — ☐ — ☐ — ☐ Trifft eindeutig zu

3.1.3 Vortragstext

3.1.3.1 Text

[Ich darf Sie recht herzlich zum Seminar „Motivation in Organisationen“ begrüßen.]

Unser heutiges Thema ist die motivierende Arbeitsgestaltung durch Erweiterung des Handlungsspielraumes.

Die Arbeits- und Organisationspsychologie hat mithilfe moderner Forschung gezeigt, dass Arbeit nicht nur dazu dient, Geld zu verdienen, sondern dass auch soziale Bedürfnisse, Bedürfnisse nach Anerkennung, Einfluss und Selbstentfaltung befriedigt werden müssen. Früher hat man Arbeit so gestaltet, dass jede Tätigkeit in kleine Handlungsschritte zerlegt wurde und jeder Mitarbeiter nur einen solchen kleinen Schritt erlernt hat. Deshalb wurden erweiterte Handlungsspielräume und „psychologisch angereicherte“ Tätigkeiten gefordert, um die Arbeitsmotivation der Mitarbeiter zu erhöhen. Gestaltungsformen dieser neuen Arbeitsweise sind „*Job enlargement*“, „*Job rotation*“ und „*Job enrichment*“.

Job enlargement meint die Erweiterung des Aufgabenbereiches, ohne dass dem Mitarbeiter mehr Verantwortung übertragen wird. Anstelle einer Routinetätigkeit werden größere Tätigkeitseinheiten von einer Person verrichtet. Das führt zu erhöhter Zufriedenheit der Mitarbeiter und einer Verringerung der Fehleranzahl im Arbeitsablauf. Dabei sollte man berücksichtigen, dass die Einschulung der Arbeitnehmer in ihre neuen Tätigkeiten schwierig und teuer sein kann, und dass der positive Effekt des *Job enlargments* nur von kurzer Dauer ist, weil auch die erweiterte Arbeit schnell zur Routine wird.

Job rotation bezeichnet den Wechsel des Arbeitsbereiches auf horizontaler Ebene- also Mitarbeiter wechseln ihren Arbeitsplatz innerhalb des Betriebes und arbeiten in verschiedenen Abteilungen. Dadurch sammeln sie Erfahrungen, verbessern ihre Qualifikationen und haben höhere Chancen, befördert zu werden. Das Unternehmen wiederum profitiert von höher qualifizierten Mitarbeitern, von einem daraus resultierenden abteilungsübergreifenden Denken und Handeln und folglich von einer Optimierung der Arbeitsvorgänge. Probleme der *Job rotation* liegen in der schwierigen Realisierung und der mangelnden Flexibilität von Mitarbeitern.

Job enrichment bedeutet, dass den Mitarbeitern nicht nur erweiterte, sondern auch vollständigere und verantwortungsvollere Aufgaben übertragen werden. Zusätzlich erhalten sie Kontrolle darüber, wie sie ihre Arbeit ausführen. Es geht also um die Erweiterung des Aufgabenbereiches und der Eigenverantwortung der Mitarbeiter. Ein Beispiel für *Job enrichment* ist das Programm des schwedischen Autoherstellers „Volvo“, das in teilautonomen Arbeitsgruppen umgesetzt wurde. Vor der Umstellung wurden Autos von 25 Gruppen zu je 20 Arbeitern hergestellt, wobei jeder Mitarbeiter nur für einen bestimmten Teil des Produktes zuständig war. Im Zuge des Programms wurden die Gruppen neu gebildet und konnten ihre Arbeit frei planen, organisieren und kontrollieren. Die Zufriedenheit der Mitarbeiter stieg in Folge stark an, Fehlzeiten verminderten sich- und der Effekt hielt an. Obwohl diese Methode nachweislich auch in anderen Firmen erfolgreich eingesetzt wurde, konnte sie sich in der Praxis nur begrenzt durchsetzen.

Ein großer Nachteil des *job enrichment* ist die Schwierigkeit der Durchführbarkeit im Unternehmen. Die notwendige Umstrukturierung der Arbeitsvorgänge kann umständlich und kostspielig sein. Außerdem kann es bei bestimmten technischen Aufgaben unpraktisch sein, Tätigkeiten komplexer zu gestalten. Ein weiteres Problem ist die Akzeptanz unter den Mitarbeitern- nicht alle sehen in gesteigerter Verantwortung einen Vorteil und sind dann eher frustriert als motiviert. Ähnlich geht es jenen, die sich an eine bestimmte Arbeitsweise gewöhnt haben und keine Veränderung wollen.

3.1.3.2 Fragebogen

**Bitte bewerten Sie nun den Text nach folgenden Gesichtspunkten:
Der Text...**

ist praxisrelevant

Trifft eindeutig nicht zu ○—○—○—○—○ Trifft eindeutig zu

ist arbeitsanleitend

Trifft eindeutig nicht zu ○—○—○—○—○ Trifft eindeutig zu

ist nützlich

Trifft eindeutig nicht zu ○—○—○—○—○ Trifft eindeutig zu

ist abstrakt

Trifft eindeutig nicht zu ○—○—○—○—○ Trifft eindeutig zu

ist informativ

Trifft eindeutig nicht zu ○—○—○—○—○ Trifft eindeutig zu

ist theoretisch fundiert

Trifft eindeutig nicht zu ○—○—○—○—○ Trifft eindeutig zu

ist praktisch fundiert

Trifft eindeutig nicht zu ○—○—○—○—○ Trifft eindeutig zu

ist relevant für praktische Tätigkeiten

Trifft eindeutig nicht zu ○—○—○—○—○ Trifft eindeutig zu

ist relevant für theoretische Tätigkeiten

Trifft eindeutig nicht zu ○—○—○—○—○ Trifft eindeutig zu

vermittelt fachliches Wissen

Trifft eindeutig nicht zu ○—○—○—○—○ Trifft eindeutig zu

ist hypothetisch

Trifft eindeutig nicht zu ○—○—○—○—○ Trifft eindeutig zu

Der Text könnte von einem Praktiker stammen

Trifft eindeutig nicht zu ○—○—○—○—○ Trifft eindeutig zu

Der Text könnte von einem Theoretiker stammen

Trifft eindeutig nicht zu ○—○—○—○—○ Trifft eindeutig zu

Könnte der Text sowohl von einem Praktiker als auch von einem Theoretiker stammen?

☐ ja

☐ nein

Falls nein, von wem könnte er Ihrer Meinung nach am ehesten stammen?

☐ Theoretiker

☐ Praktiker

3.1.4 Stimme der vortragenden Person

3.1.4.1 Fragebogen zur Beurteilung der Stimme

Schätzen Sie nun bitte Stimme und Redner auf dem Tonband ein:

Die Stimme ist...

- ☐ männlich
- ☐ weiblich

Der Redner/Die Rednerin...

kommt aus der Praxis

Trifft eindeutig nicht zu ○—○—○—○—○ Trifft eindeutig zu

ist theoriegebunden

Trifft eindeutig nicht zu ○—○—○—○—○ Trifft eindeutig zu

ist weltfremd/ weiß nichts über tatsächliche Gegebenheiten

Trifft eindeutig nicht zu ○—○—○—○—○ Trifft eindeutig zu

ist sachbezogen/kennt den Bezug zur Realität

Trifft eindeutig nicht zu ○—○—○—○—○ Trifft eindeutig zu

arbeitet wissenschaftlich

Trifft eindeutig nicht zu ○—○—○—○—○ Trifft eindeutig zu

ist an Forschung interessiert

Trifft eindeutig nicht zu ○—○—○—○—○ Trifft eindeutig zu

arbeitet praktisch

Trifft eindeutig nicht zu ○—○—○—○—○ Trifft eindeutig zu

weiß über wissenschaftliche Theorien Bescheid

Trifft eindeutig nicht zu ○—○—○—○—○ Trifft eindeutig zu

weiß über praktische Vorgänge Bescheid

Trifft eindeutig nicht zu ○—○—○—○—○ Trifft eindeutig zu

Die Stimme ist...

sympathisch	○—○—○—○—○	unsympathisch
angenehm	○—○—○—○—○	unangenehm
selbstsicher	○—○—○—○—○	unsicher

ist die eines Praktikers/einer Praktikerin

Trifft eindeutig nicht zu ○—○—○—○—○ Trifft eindeutig zu

ist die eines Theoretikers/einer Theoretikerin

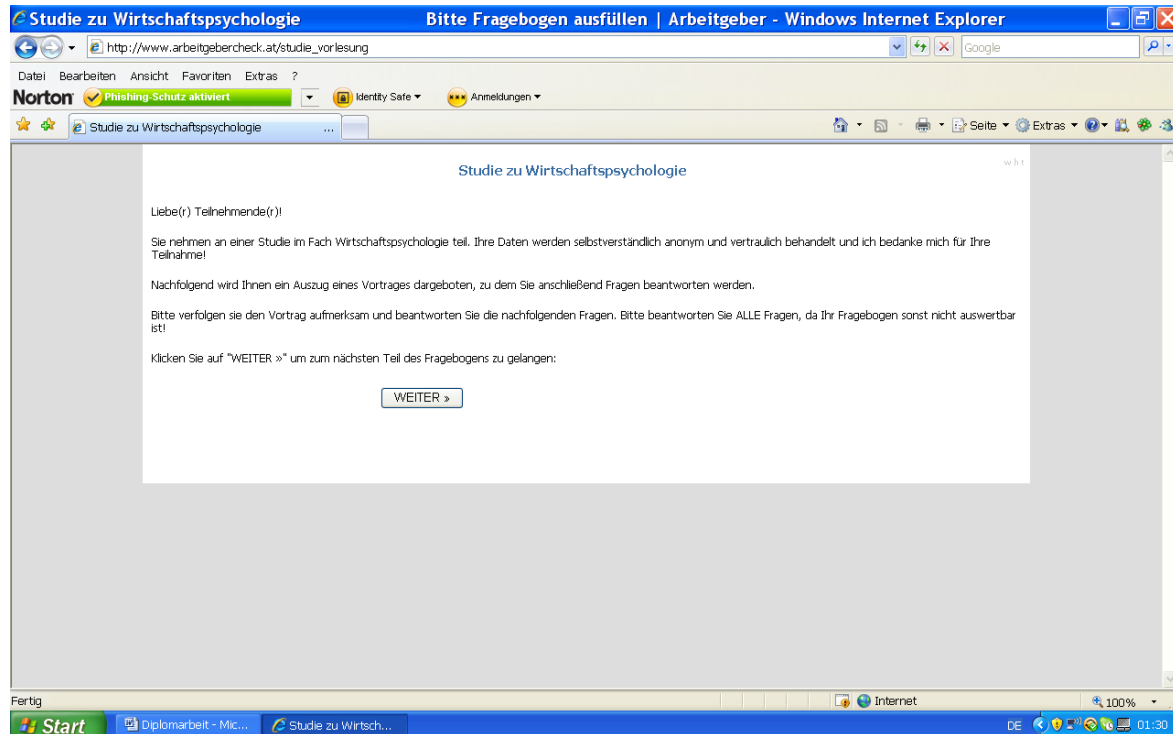
Trifft eindeutig nicht zu ○—○—○—○—○ Trifft eindeutig zu

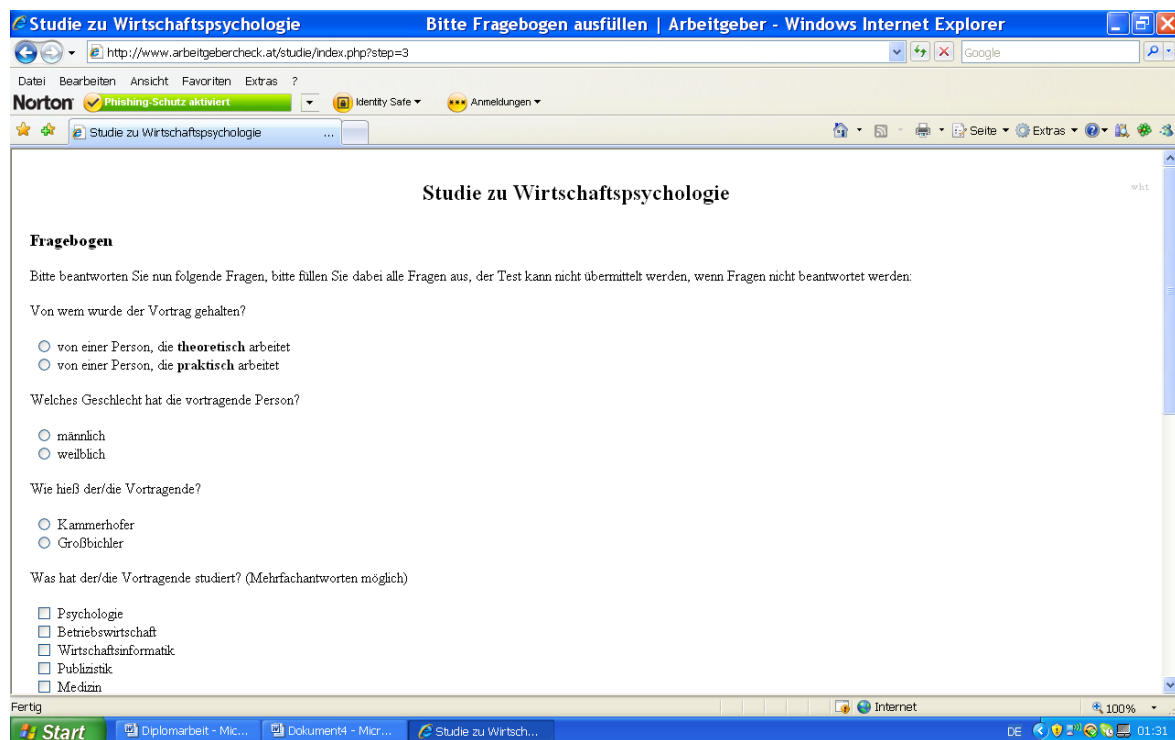
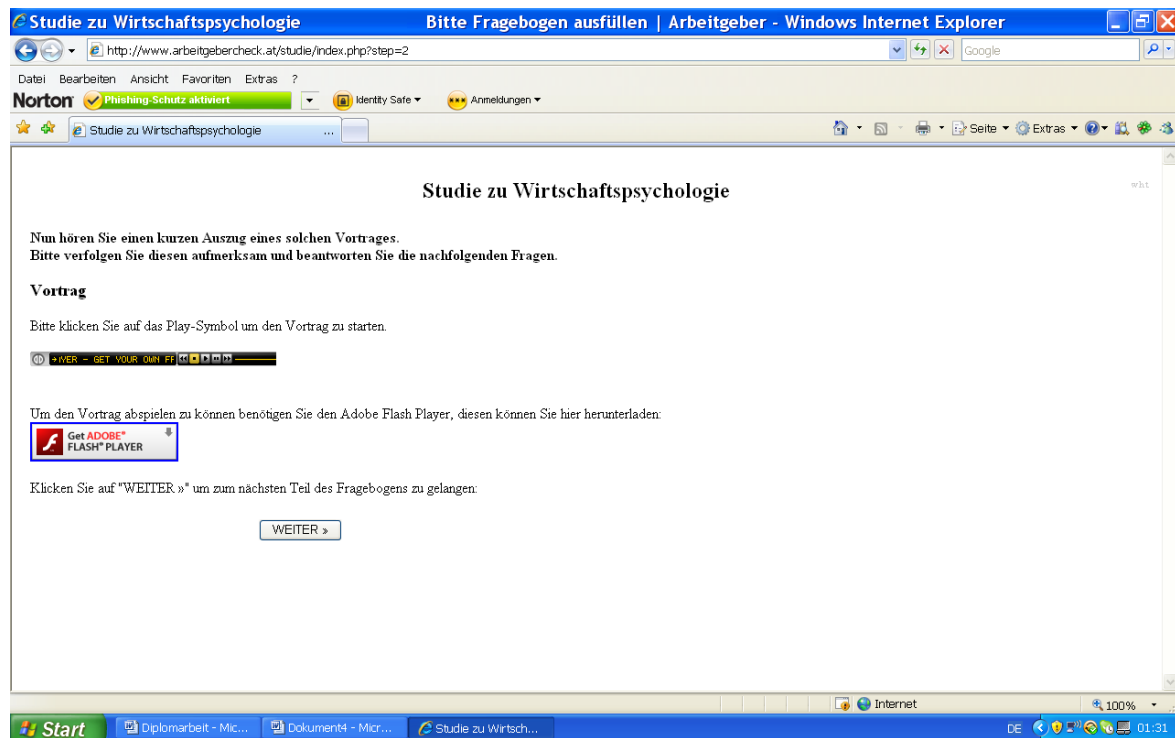
könnte sowohl die Stimme eines Theoretikers/einer Theoretikerin als auch Praktikers/einer Praktikerin sein

☐ ja ☐ nein

3.2 Haupttest

3.2.1 Theoretikerin





Studie zu Wirtschaftspsychologie Bitte Fragebogen ausfüllen | Arbeitgeber - Windows Internet Explorer

http://www.arbeitgebercheck.at/studie/index.php?step=3

Datei Bearbeiten Ansicht Favoriten Extras ?

Norton Phishing-Schutz aktiviert Identity Safe Anmeldungen

Studie zu Wirtschaftspsychologie

☐ Betriebswirtschaftslehre
☐ Wirtschaftsinformatik
☐ Publizistik
☐ Medizin

Wo arbeitet der/die Vortragende?

☐ bei einer Zeitung
☐ in einer Forschungseinrichtung
☐ als AbteilungsleiterIn im Bereich Human Resources
☐ als ManagerIn eines Hotels

Welche Themen wurden im Vortrag angesprochen? (Mehrfachantworten möglich)

☐ Job enlargement
☐ Werbung
☐ Job rotation
☐ Produktverkauf
☐ Finanzierung
☐ Kostenrechnung

Wie hat Ihnen der Vortrag gefallen?

☐ ☐ ☐ ☐

1 2 3 4 5 6 7

Klicken Sie auf "WEITER »" um zum nächsten Teil des Fragebogens zu gelangen:

WEITER »

Studie zu Wirtschaftspsychologie Bitte Fragebogen ausfüllen | Arbeitgeber - Windows Internet Explorer

http://www.arbeitgebercheck.at/studie/index.php?step=4

Datei Bearbeiten Ansicht Favoriten Extras ?

Norton Phishing-Schutz aktiviert Identity Safe Anmeldungen

Studie zu Wirtschaftspsychologie

Studie zu Wirtschaftspsychologie

Fragebogen

Bitte beantworten Sie nun folgende Fragen, bitte füllen Sie dabei alle Fragen aus, der Test kann nicht übermittelt werden, wenn Fragen nicht beantwortet werden:

Bitte bewerten Sie nun den Vortrag nach folgenden Gesichtspunkten:

der Vortrag...

ist praxisrelevant

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

ist gefühlbetont

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

ist arbeitsanleitend

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

ist nützlich

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

ist abstrakt

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

Studie zu Wirtschaftspsychologie Bitte Fragebogen ausfüllen | Arbeitgeber - Windows Internet Explorer

http://www.arbeitgebercheck.at/studie/index.php?step=4

Datei Bearbeiten Ansicht Favoriten Extras ?

Norton Phishing-Schutz aktiviert Identity Safe Anmeldungen

Studie zu Wirtschaftspsychologie

ist abstrakt

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

ist vernunftbetont

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

ist informativ

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

ist theoretisch fundiert

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

ist mitarbeiterorientiert

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

ist praktisch fundiert

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

ist relevant für praktische Tätigkeiten

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

orientiert sich an Unternehmenszielen

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

ist relevant für theoretische Tätigkeiten

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

Start Diplomarbeit - Mic... Dokument4 - Micr... Studie zu Wirtsch... DE 100% 01:33

Studie zu Wirtschaftspsychologie Bitte Fragebogen ausfüllen | Arbeitgeber - Windows Internet Explorer

http://www.arbeitgebercheck.at/studie/index.php?step=4

Datei Bearbeiten Ansicht Favoriten Extras ?

Norton Phishing-Schutz aktiviert Identity Safe Anmeldungen

Studie zu Wirtschaftspsychologie

ist relevant für theoretische Tätigkeiten

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

vermittelt fachliches Wissen

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

ist hypothetisch

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

Bitte bewerten Sie nun die Stimme auf dem Tonband:

Die vortragende Person klingt...

sympathisch

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

kompetent

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

selbstsicher

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

angenehm

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

Start Diplomarbeit - Mic... Dokument4 - Micr... Studie zu Wirtsch... DE 100% 01:33

Studie zu Wirtschaftspsychologie Bitte Fragebogen ausfüllen | Arbeitgeber - Windows Internet Explorer

http://www.arbeitgebercheck.at/studie/index.php?step=4

Datei Bearbeiten Ansicht Favoriten Extras ?

Norton Phishing-Schutz aktiviert Identity Safe Anmeldungen

Studie zu Wirtschaftspsychologie

Bitte bewerten Sie nun die Stimme auf dem Tonband:

Die vortragende Person klingt...

sympathisch

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

kompetent

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

selbstsicher

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

angenehm

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

Klicken Sie auf "WEITER »" um zum nächsten Teil des Fragebogens zu gelangen:

WEITER »

Start Diplomarbeit - Mic... Dokument4 - Mic... Studie zu Wirtsch... Internet 100% 01:34

Studie zu Wirtschaftspsychologie Bitte Fragebogen ausfüllen | Arbeitgeber - Windows Internet Explorer

http://www.arbeitgebercheck.at/studie/index.php?step=5

Datei Bearbeiten Ansicht Favoriten Extras ?

Norton Phishing-Schutz aktiviert Identity Safe Anmeldungen

Studie zu Wirtschaftspsychologie

Studie zu Wirtschaftspsychologie

Fragebogen

Bitte beantworten Sie nun folgende Fragen, bitte füllen Sie dabei alle Fragen aus, der Test kann nicht übermittelt werden, wenn Fragen nicht beantwortet werden:

Bitte beantworten Sie abschließend einige Fragen zu Ihrer Person:

Alter:

Geschlecht:

☐ weiblich

☐ männlich

Höchste abgeschlossene Bildung:

☐ Hauptschule/Gymnasium

☐ Matura

☐ Lehre

☐ Studium

☐ Sonstiges

Sind sie derzeit berufstätig?

☐ ja

☐ nein

Womit beschäftigen Sie sich im Allgemeinen lieber?

☐ mit theoretischen Inhalten

☐ mit praktischen Inhalten

Start Diplomarbeit - Mic... Dokument4 - Mic... Studie zu Wirtsch... Internet 100% 01:36

Studie zu Wirtschaftspsychologie Bitte Fragebogen ausfüllen | Arbeitgeber - Windows Internet Explorer

http://www.arbeitgebercheck.at/studie/index.php?step=5

Datei Bearbeiten Ansicht Favoriten Extras ?

Norton Phishing-Schutz aktiviert Identity Safe Anmeldungen

Studie zu Wirtschaftspsychologie

Höchste abgeschlossene Bildung

- ☐ Hauptschule/Gymnasium
- ☐ Matura
- ☐ Lehre
- ☐ Studium
- ☐ Sonstiges

Sind sie derzeit berufstätig?

- ☐ ja
- ☐ nein

Womit beschäftigen Sie sich im Allgemeinen lieber?

- ☐ mit theoretischen Inhalten
- ☐ mit praktischen Inhalten
- ☐ neutral

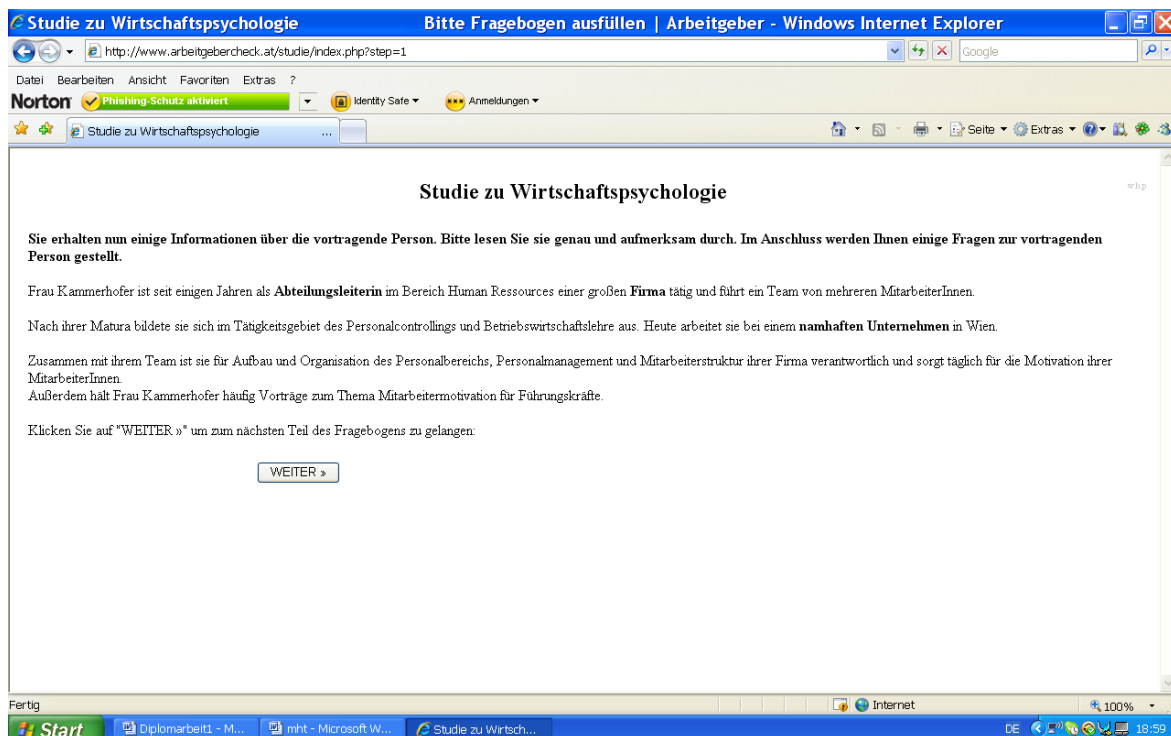
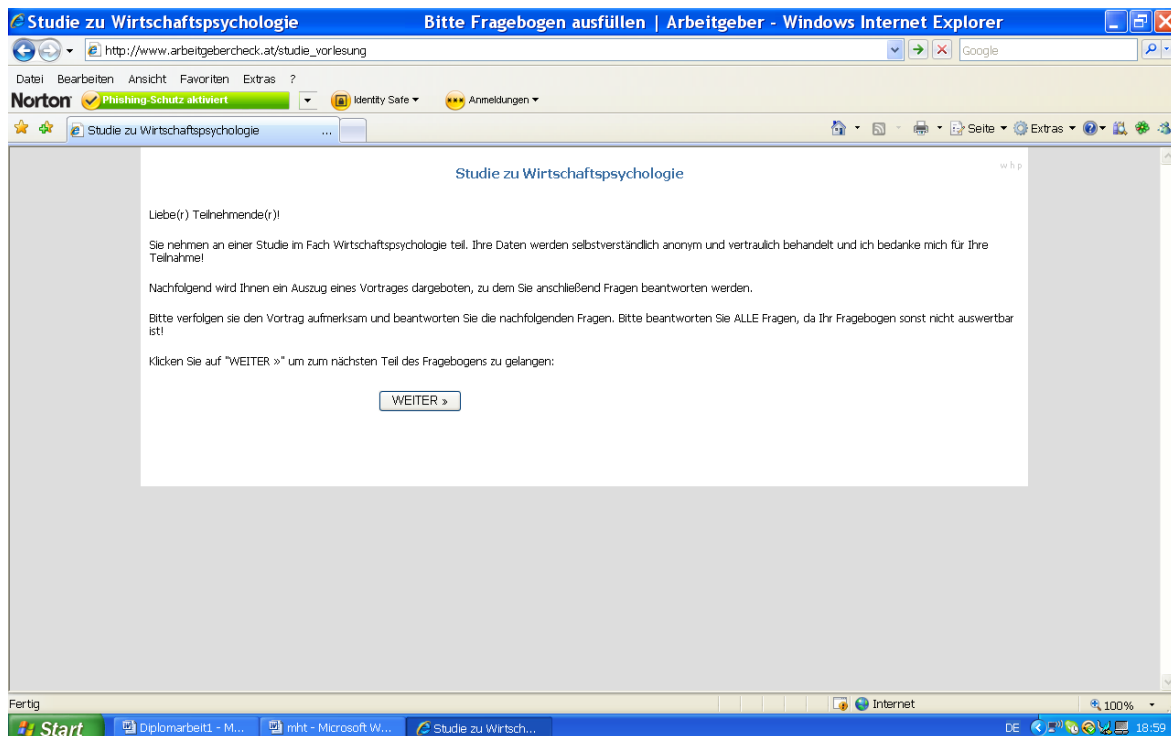
Von wem hören Sie Vorträge im Allgemeinen lieber?

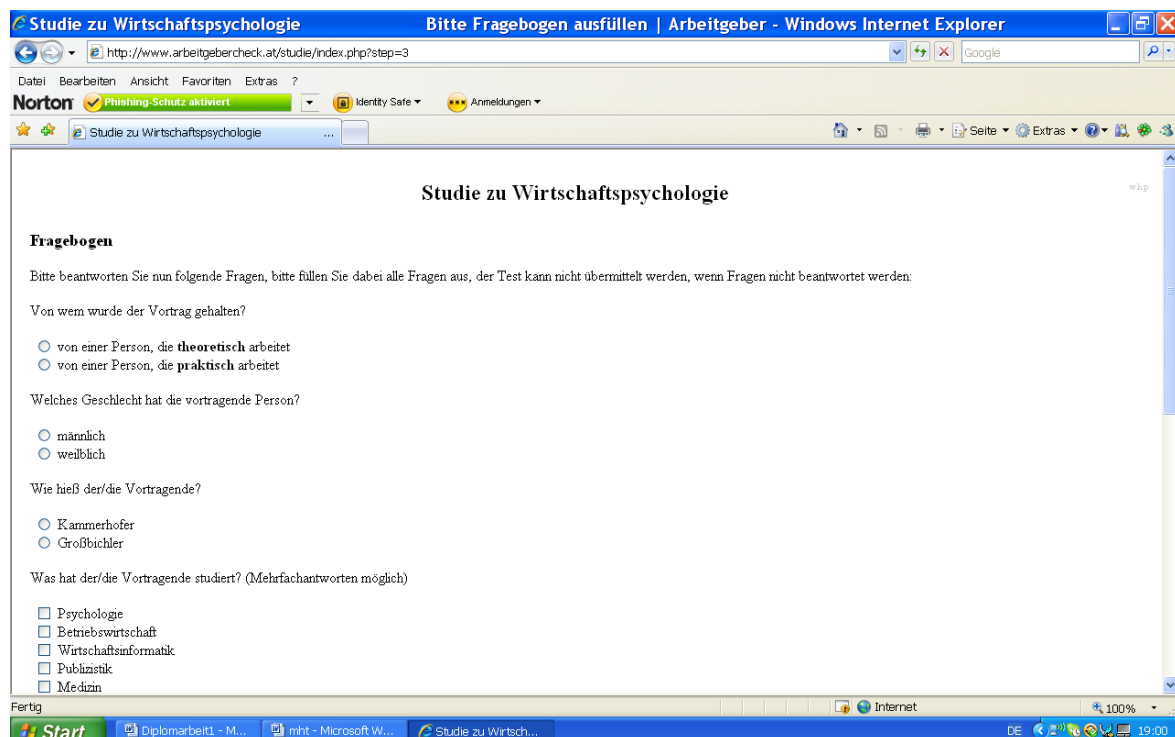
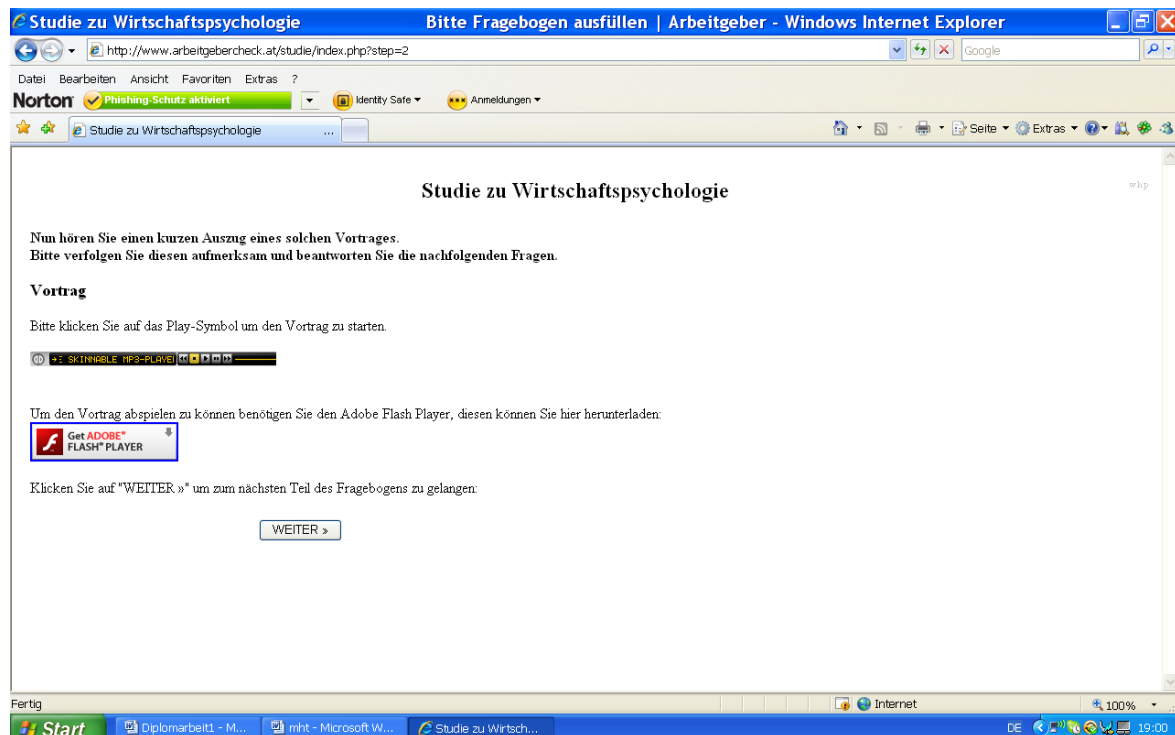
- ☐ von Männern
- ☐ von Frauen
- ☐ neutral

Fragebogen übermitteln

Start Diplomarbeit - Mic... wht - Microsoft W... Studie zu Wirtsch... Internet 100% 01:36

3.2.2 Praktikerin





Studie zu Wirtschaftspsychologie Bitte Fragebogen ausfüllen | Arbeitgeber - Windows Internet Explorer

http://www.arbeitgebercheck.at/studie/index.php?step=3

Datei Bearbeiten Ansicht Favoriten Extras ?

Norton Phishing-Schutz aktiviert Identity Safe Anmeldungen

Studie zu Wirtschaftspsychologie

☐ Publizistik
☐ Medizin

Wo arbeitet der/die Vortragende?

☐ bei einer Zeitung
☐ in einer Forschungseinrichtung
☐ als AbteilungsleiterIn im Bereich Human Resources
☐ als ManagerIn eines Hotels

Welche Themen wurden im Vortrag angesprochen? (Mehrfachantworten möglich)

☐ Job enlargement
☐ Werbung
☐ Job rotation
☐ Produktverkauf
☐ Finanzierung
☐ Kostenrechnung

Wie hat Ihnen der Vortrag gefallen?

☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
 1 2 3 4 5 6 7

Klicken Sie auf "WEITER »" um zum nächsten Teil des Fragebogens zu gelangen:

WEITER »

Fertig

Start Diplomarbeit1 - M... mht - Microsoft W... Studie zu Wirtsch...

DE 19:00

Studie zu Wirtschaftspsychologie Bitte Fragebogen ausfüllen | Arbeitgeber - Windows Internet Explorer

http://www.arbeitgebercheck.at/studie/index.php?step=4

Datei Bearbeiten Ansicht Favoriten Extras ?

Norton Phishing-Schutz aktiviert Identity Safe Anmeldungen

Studie zu Wirtschaftspsychologie

Studie zu Wirtschaftspsychologie

Fragebogen

Bitte beantworten Sie nun folgende Fragen, bitte füllen Sie dabei alle Fragen aus, der Test kann nicht übermittelt werden, wenn Fragen nicht beantwortet werden:

Bitte bewerten Sie nun den Vortrag nach folgenden Gesichtspunkten:

der Vortrag...

ist praxisrelevant

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

ist gefühlbetont

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

ist arbeitsanleitend

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

ist nützlich

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

ist abstrakt

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

Fertig

Start Diplomarbeit1 - M... mht - Microsoft W... Studie zu Wirtsch...

DE 19:02

Studie zu Wirtschaftspsychologie Bitte Fragebogen ausfüllen | Arbeitgeber - Windows Internet Explorer

http://www.arbeitgebercheck.at/studie/index.php?step=4

Datei Bearbeiten Ansicht Favoriten Extras ?

Norton Phishing-Schutz aktiviert Identity Safe Anmeldungen

Studie zu Wirtschaftspsychologie

ist abstrakt

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

ist vernunftbetont

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

ist informativ

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

ist theoretisch fundiert

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

ist mitarbeiterorientiert

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

ist praktisch fundiert

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

ist relevant für praktische Tätigkeiten

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

orientiert sich an Unternehmenszielen

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

ist relevant für theoretische Tätigkeiten

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

Fertig

Start Diplomarbeit1 - M... mht - Microsoft W... Studie zu Wirtsch...

DE 19:02

Studie zu Wirtschaftspsychologie Bitte Fragebogen ausfüllen | Arbeitgeber - Windows Internet Explorer

http://www.arbeitgebercheck.at/studie/index.php?step=4

Datei Bearbeiten Ansicht Favoriten Extras ?

Norton Phishing-Schutz aktiviert Identity Safe Anmeldungen

Studie zu Wirtschaftspsychologie

orientiert sich an Unternehmenszielen

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

ist relevant für theoretische Tätigkeiten

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

vermittelt fachliches Wissen

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

ist hypothetisch

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

Bitte bewerten Sie nun die Stimme auf dem Tonband:

Die vortragende Person klingt...

sympathisch

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

kompetent

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

selbstsicher

Fertig

Start Diplomarbeit1 - M... mht - Microsoft W... Studie zu Wirtsch...

DE 19:02

Studie zu Wirtschaftspsychologie Bitte Fragebogen ausfüllen | Arbeitgeber - Windows Internet Explorer

http://www.arbeitgebercheck.at/studie/index.php?step=4

Datei Bearbeiten Ansicht Favoriten Extras ?

Norton Phishing-Schutz aktiviert Identity Safe Anmeldungen

Studie zu Wirtschaftspsychologie

Bitte bewerten Sie nun die Stimme auf dem Tonband:

Die vortragende Person klingt...

sympathisch

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

kompetent

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

selbstsicher

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

angenehm

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

Klicken Sie auf "WEITER »" um zum nächsten Teil des Fragebogens zu gelangen:

WEITER »

Fertig

Start Diplomarbeit1 - M... mht - Microsoft W... Studie zu Wirtsch...

DE 100% 19:02

Studie zu Wirtschaftspsychologie Bitte Fragebogen ausfüllen | Arbeitgeber - Windows Internet Explorer

http://www.arbeitgebercheck.at/studie/index.php?step=5

Datei Bearbeiten Ansicht Favoriten Extras ?

Norton Phishing-Schutz aktiviert Identity Safe Anmeldungen

Studie zu Wirtschaftspsychologie

Studie zu Wirtschaftspsychologie

Fragebogen

Bitte beantworten Sie nun folgende Fragen, bitte füllen Sie dabei alle Fragen aus, der Test kann nicht übermittelt werden, wenn Fragen nicht beantwortet werden:

Bitte beantworten Sie abschließend einige Fragen zu Ihrer Person:

Alter:

Geschlecht:

☐ weiblich

☐ männlich

Höchste abgeschlossene Bildung:

☐ Hauptschule/Gymnasium

☐ Matura

☐ Lehre

☐ Studium

☐ Sonstiges

Sind sie derzeit berufstätig?

☐ ja

☐ nein

Womit beschäftigen Sie sich im Allgemeinen lieber?

☐ mit theoretischen Inhalten

☐ mit praktischen Inhalten

Fertig

Start Diplomarbeit1 - M... mht - Microsoft W... Studie zu Wirtsch...

DE 100% 19:03

Studie zu Wirtschaftspsychologie Bitte Fragebogen ausfüllen | Arbeitgeber - Windows Internet Explorer

http://www.arbeitgebercheck.at/studie/index.php?step=5

Datei Bearbeiten Ansicht Favoriten Extras ?

Norton Phishing-Schutz aktiviert Identity Safe Anmeldungen

Studie zu Wirtschaftspsychologie

Höchste abgeschlossene Bildung

- ☐ Hauptschule/Gymnasium
- ☐ Matura
- ☐ Lehre
- ☐ Studium
- ☐ Sonstiges

Sind sie derzeit berufstätig?

- ☐ ja
- ☐ nein

Womit beschäftigen Sie sich im Allgemeinen lieber?

- ☐ mit theoretischen Inhalten
- ☐ mit praktischen Inhalten
- ☐ neutral

Von wem hören Sie Vorträge im Allgemeinen lieber?

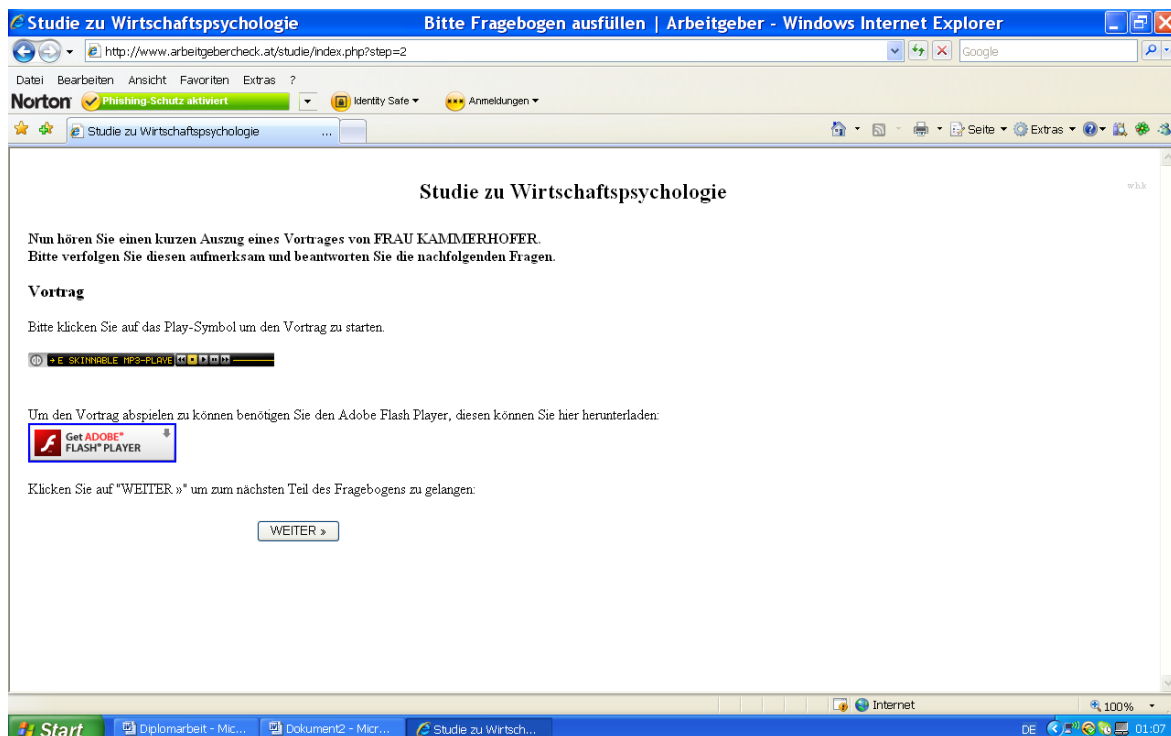
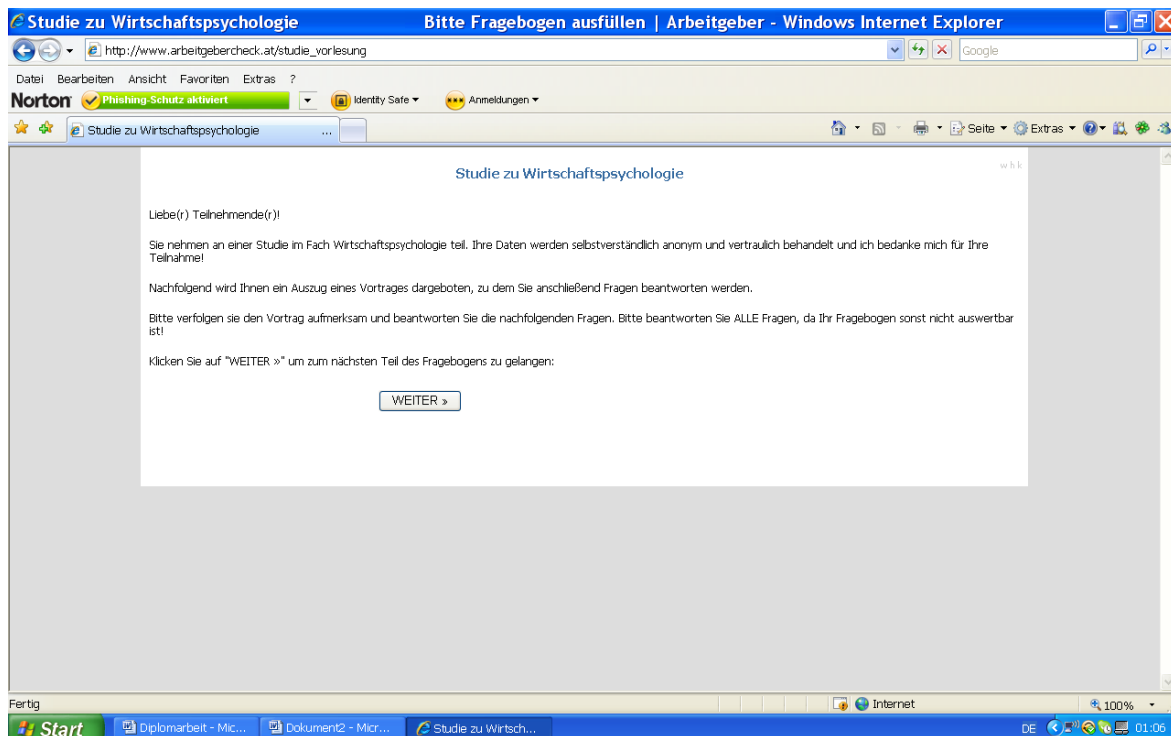
- ☐ von Männern
- ☐ von Frauen
- ☐ neutral

Fragebogen übermitteln

Fertig

Start Diplomarbeit1 - M... mht - Microsoft W... Studie zu Wirtsch... DE 19:03

3.2.3 Kontrollgruppe – weibliche Stimme



Studie zu Wirtschaftspsychologie Bitte Fragebogen ausfüllen | Arbeitgeber - Windows Internet Explorer

http://www.arbeitgebercheck.at/studie/index.php?step=3

Datei Bearbeiten Ansicht Favoriten Extras ?

Norton Phishing-Schutz aktiviert Identity Safe Anmeldungen

Studie zu Wirtschaftspsychologie

Studie zu Wirtschaftspsychologie

Fragebogen

Bitte beantworten Sie nun folgende Fragen, bitte füllen Sie dabei alle Fragen aus, der Test kann nicht übermittelt werden, wenn Fragen nicht beantwortet werden.

Von wem wurde der Vortrag gehalten?

☐ von einer Person, die **theoretisch** arbeitet
☐ von einer Person, die **praktisch** arbeitet

Welches Geschlecht hat die Vortragende Person?

☐ männlich
☐ weiblich

Wie hieß der/die Vortragende?

☐ Kammerhofer
☐ Großbichler

Welche Themen wurden im Vortrag angesprochen? (Mehrfachantworten möglich)

☐ Job enlargement
☐ Werbung
☐ Job rotation
☐ Produktverkauf
☐ Finanzierung

Start Diplomarbeit - Mic... Dokument2 - Mic... Studie zu Wirtsch... Internet 100% 01.08

Studie zu Wirtschaftspsychologie Bitte Fragebogen ausfüllen | Arbeitgeber - Windows Internet Explorer

http://www.arbeitgebercheck.at/studie/index.php?step=3

Datei Bearbeiten Ansicht Favoriten Extras ?

Norton Phishing-Schutz aktiviert Identity Safe Anmeldungen

Studie zu Wirtschaftspsychologie

☐ weiblich

Wie hieß der/die Vortragende?

☐ Kammerhofer
☐ Großbichler

Welche Themen wurden im Vortrag angesprochen? (Mehrfachantworten möglich)

☐ Job enlargement
☐ Werbung
☐ Job rotation
☐ Produktverkauf
☐ Finanzierung
☐ Kostenrechnung

Wie hat Ihnen der Vortrag gefallen?

☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

1 2 3 4 5 6 7

Klicken Sie auf "WEITER »" um zum nächsten Teil des Fragebogens zu gelangen:

WEITER »

Start Diplomarbeit - Mic... Dokument2 - Mic... Studie zu Wirtsch... Internet 100% 01.08

Studie zu Wirtschaftspsychologie Bitte Fragebogen ausfüllen | Arbeitgeber - Windows Internet Explorer

http://www.arbeitgebercheck.at/studie/index.php?step=4

Datei Bearbeiten Ansicht Favoriten Extras ?

Norton Phishing-Schutz aktiviert Identity Safe Anmeldungen

Studie zu Wirtschaftspsychologie

Studie zu Wirtschaftspsychologie

Fragebogen

Bitte beantworten Sie nun folgende Fragen, bitte füllen Sie dabei alle Fragen aus, der Test kann nicht übermittelt werden, wenn Fragen nicht beantwortet werden.

Bitte bewerten Sie nun den Vortrag nach folgenden Gesichtspunkten:

der Vortrag...

ist praxisrelevant

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

ist gefühlsbetont

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

ist arbeitsanleitend

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

ist nützlich

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

ist abstrakt

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

Start Diplomarbeit - Mic... Dokument2 - Micr... Studie zu Wirtsch... Internet 100% 01.09

Studie zu Wirtschaftspsychologie Bitte Fragebogen ausfüllen | Arbeitgeber - Windows Internet Explorer

http://www.arbeitgebercheck.at/studie/index.php?step=4

Datei Bearbeiten Ansicht Favoriten Extras ?

Norton Phishing-Schutz aktiviert Identity Safe Anmeldungen

Studie zu Wirtschaftspsychologie

ist abstrakt

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

ist vernunftbetont

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

ist informativ

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

ist theoretisch fundiert

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

ist mitarbeiterorientiert

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

ist praktisch fundiert

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

ist relevant für praktische Tätigkeiten

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

orientiert sich an Unternehmenszielen

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

ist relevant für theoretische Tätigkeiten

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

Start Diplomarbeit - Mic... Dokument2 - Micr... Studie zu Wirtsch... Internet 100% 01.09

Studie zu Wirtschaftspsychologie Bitte Fragebogen ausfüllen | Arbeitgeber - Windows Internet Explorer

http://www.arbeitgebercheck.at/studie/index.php?step=4

Datei Bearbeiten Ansicht Favoriten Extras ?

Norton Phishing-Schutz aktiviert Identity Safe Anmeldungen

Studie zu Wirtschaftspsychologie

orientiert sich an Unternehmenszielen

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

ist relevant für theoretische Tätigkeiten

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

vermittelt fachliches Wissen

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

ist hypothetisch

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

Bitte bewerten Sie nun die Stimme auf dem Tonband:

Die vortragende Person klingt...

sympathisch

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

kompetent

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

selbstsicher

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

Start Diplomarbeit - Mic... Dokument2 - Mic... Studie zu Wirtsch... Internet 100% DE 01:10

Studie zu Wirtschaftspsychologie Bitte Fragebogen ausfüllen | Arbeitgeber - Windows Internet Explorer

http://www.arbeitgebercheck.at/studie/index.php?step=4

Datei Bearbeiten Ansicht Favoriten Extras ?

Norton Phishing-Schutz aktiviert Identity Safe Anmeldungen

Studie zu Wirtschaftspsychologie

Bitte bewerten Sie nun die Stimme auf dem Tonband:

Die vortragende Person klingt...

sympathisch

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

kompetent

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

selbstsicher

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

angenehm

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

Klicken Sie auf "WEITER »" um zum nächsten Teil des Fragebogens zu gelangen:

[WEITER »](#)

Start Diplomarbeit - Mic... Dokument2 - Mic... Studie zu Wirtsch... Internet 100% DE 01:10

Studie zu Wirtschaftspsychologie Bitte Fragebogen ausfüllen | Arbeitgeber - Windows Internet Explorer

http://www.arbeitgebercheck.at/studie/index.php?step=5

Datei Bearbeiten Ansicht Favoriten Extras ?

Norton Phishing-Schutz aktiviert Identity Safe Anmeldungen

Studie zu Wirtschaftspsychologie

Studie zu Wirtschaftspsychologie

Fragebogen

Bitte beantworten Sie nun folgende Fragen, bitte füllen Sie dabei alle Fragen aus, der Test kann nicht übermittelt werden, wenn Fragen nicht beantwortet werden.

Bitte beantworten Sie abschließend einige Fragen zu Ihrer Person:

Alter:

Geschlecht:

☐ weiblich

☐ männlich

Höchste abgeschlossene Bildung:

☐ Hauptschule/Gymnasium

☐ Matura

☐ Lehre

☐ Studium

☐ Sonstiges

Sind sie derzeit berufstätig?

☐ ja

☐ nein

Wonit beschäftigen Sie sich im Allgemeinen lieber?

☐ mit theoretischen Inhalten

☐ mit praktischen Inhalten

Fertig

Start Diplomarbeit - Mic... Dokument2 - Micr... Studie zu Wirtsch...

Internet 100% 01:11

Studie zu Wirtschaftspsychologie Bitte Fragebogen ausfüllen | Arbeitgeber - Windows Internet Explorer

http://www.arbeitgebercheck.at/studie/index.php?step=5

Datei Bearbeiten Ansicht Favoriten Extras ?

Norton Phishing-Schutz aktiviert Identity Safe Anmeldungen

Studie zu Wirtschaftspsychologie

Höchste abgeschlossene Bildung:

☐ Hauptschule/Gymnasium

☐ Matura

☐ Lehre

☐ Studium

☐ Sonstiges

Sind sie derzeit berufstätig?

☐ ja

☐ nein

Wonit beschäftigen Sie sich im Allgemeinen lieber?

☐ mit theoretischen Inhalten

☐ mit praktischen Inhalten

☐ neutral

Von wem hören Sie Vorträge im Allgemeinen lieber?

☐ von Männern

☐ von Frauen

☐ neutral

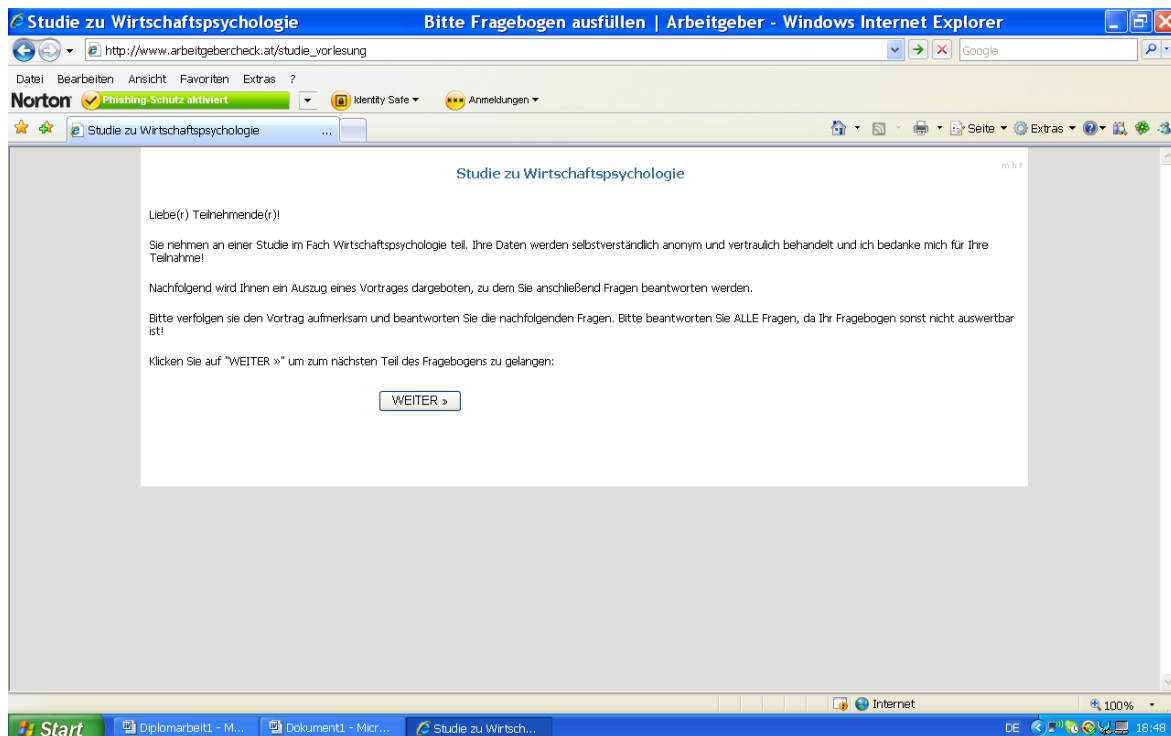
Fragebogen übermitteln

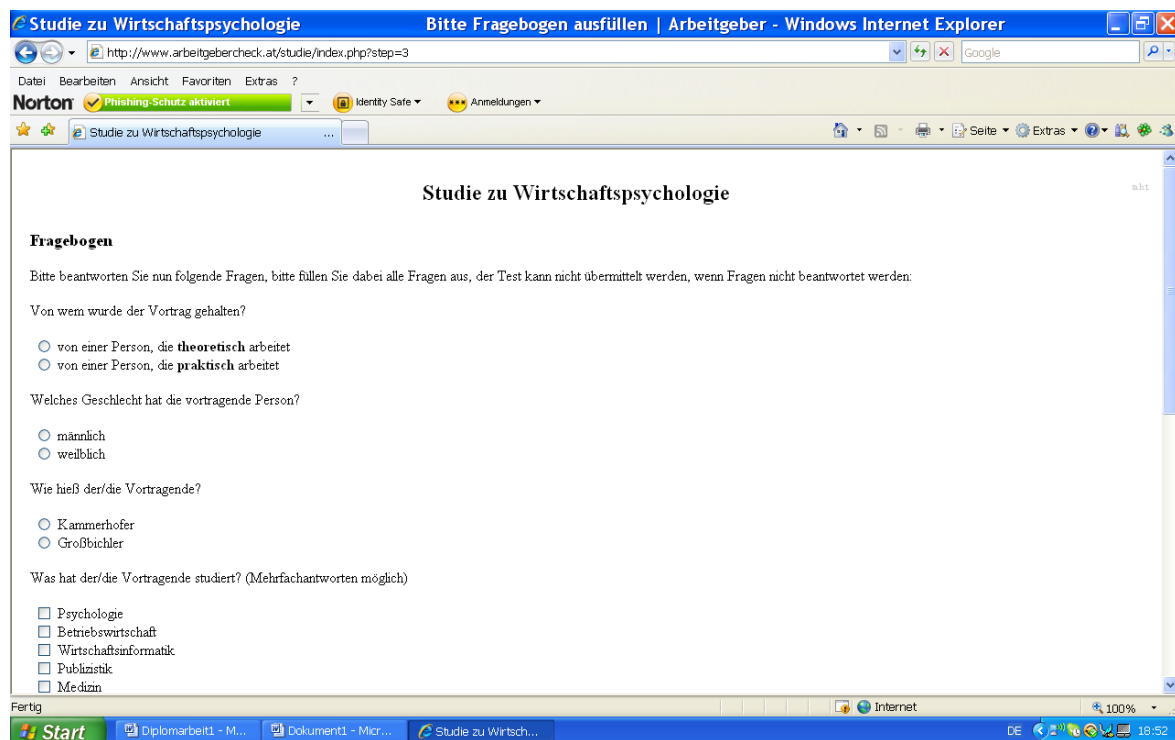
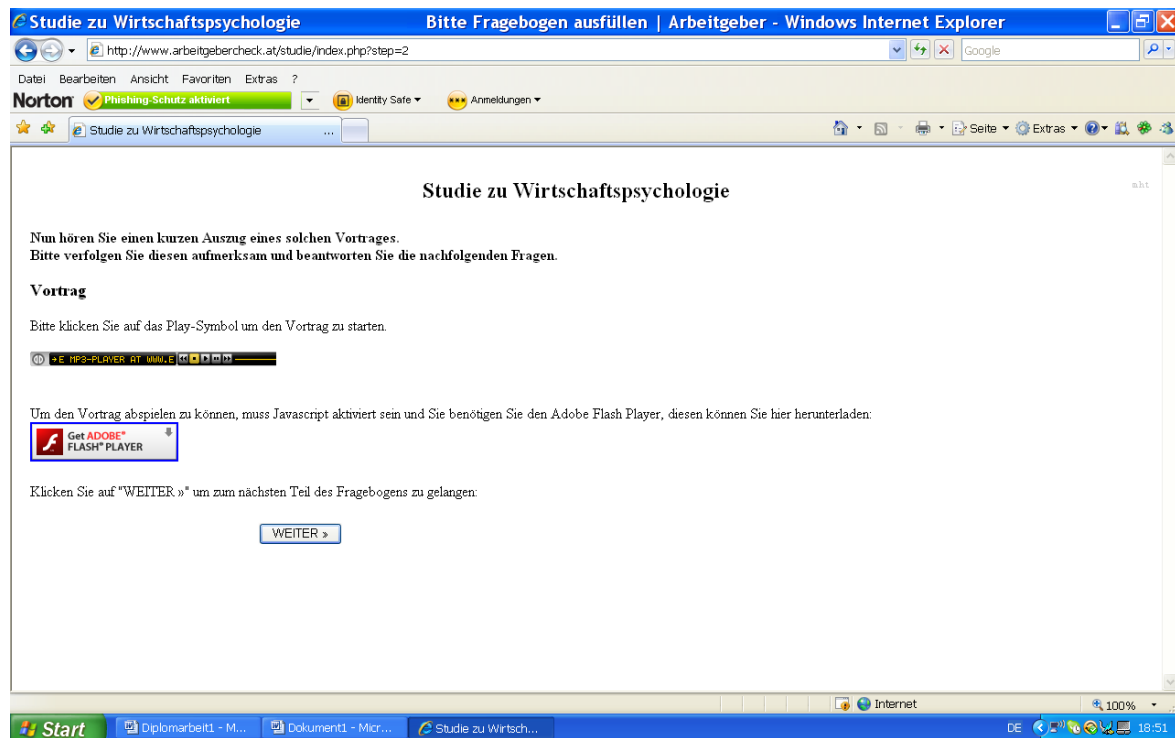
Fertig

Start Diplomarbeit - Mic... Dokument2 - Micr... Studie zu Wirtsch...

Internet 100% 01:11

3.2.4 Theoretiker





Studie zu Wirtschaftspsychologie Bitte Fragebogen ausfüllen | Arbeitgeber - Windows Internet Explorer

http://www.arbeitgebercheck.at/studie/index.php?step=3

Datei Bearbeiten Ansicht Favoriten Extras ?

Norton Phishing-Schutz aktiviert Identity Safe Anmeldungen

Studie zu Wirtschaftspsychologie

Deutschwissenschaften
☐ Wirtschaftsinformatik
☐ Publizistik
☐ Medizin

Wo arbeitet der/die Vortragende?

☐ bei einer Zeitung
☐ in einer Forschungseinrichtung
☐ als AbteilungsleiterIn im Bereich Human Resources
☐ als ManagerIn eines Hotels

Welche Themen wurden im Vortrag angesprochen? (Mehrfachantworten möglich)

☐ Job enlargement
☐ Werbung
☐ Job rotation
☐ Produktverkauf
☐ Finanzierung
☐ Kostenrechnung

Wie hat Ihnen der Vortrag gefallen?

☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
 1 2 3 4 5 6 7

Klicken Sie auf "WEITER »" um zum nächsten Teil des Fragebogens zu gelangen:

WEITER »

Fertig

Start Diplomarbeit1 - M... Dokument1 - Micr... Studie zu Wirtsch...

DE 100% 18:52

Studie zu Wirtschaftspsychologie Bitte Fragebogen ausfüllen | Arbeitgeber - Windows Internet Explorer

http://www.arbeitgebercheck.at/studie/index.php?step=4

Datei Bearbeiten Ansicht Favoriten Extras ?

Norton Phishing-Schutz aktiviert Identity Safe Anmeldungen

Studie zu Wirtschaftspsychologie

Studie zu Wirtschaftspsychologie

Fragebogen

Bitte beantworten Sie nun folgende Fragen, bitte füllen Sie dabei alle Fragen aus, der Test kann nicht übermittelt werden, wenn Fragen nicht beantwortet werden:

Bitte bewerten Sie nun den Vortrag nach folgenden Gesichtspunkten:

der Vortrag...

ist praxisrelevant

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

ist gefühlbetont

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

ist arbeitsanleitend

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

ist nützlich

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

ist abstrakt

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

Fertig

Start Diplomarbeit1 - M... Dokument1 - Micr... Studie zu Wirtsch...

DE 100% 18:53

Studie zu Wirtschaftspsychologie Bitte Fragebogen ausfüllen | Arbeitgeber - Windows Internet Explorer

http://www.arbeitgebercheck.at/studie/index.php?step=4

Datei Bearbeiten Ansicht Favoriten Extras ?

Norton Phishing-Schutz aktiviert Identity Safe Anmeldungen

Studie zu Wirtschaftspsychologie

ist abstrakt

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

ist vernunftbetont

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

ist informativ

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

ist theoretisch fundiert

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

ist mitarbeiterorientiert

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

ist praktisch fundiert

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

ist relevant für praktische Tätigkeiten

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

orientiert sich an Unternehmenszielen

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

ist relevant für theoretische Tätigkeiten

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

Fertig

Start Diplomarbeit1 - M... Dokument1 - Micr... Studie zu Wirtsch...

DE 18:53

Studie zu Wirtschaftspsychologie Bitte Fragebogen ausfüllen | Arbeitgeber - Windows Internet Explorer

http://www.arbeitgebercheck.at/studie/index.php?step=4

Datei Bearbeiten Ansicht Favoriten Extras ?

Norton Phishing-Schutz aktiviert Identity Safe Anmeldungen

Studie zu Wirtschaftspsychologie

orientiert sich an Unternehmenszielen

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

ist relevant für theoretische Tätigkeiten

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

vermittelt fachliches Wissen

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

ist hypothetisch

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

Bitte bewerten Sie nun die Stimme auf dem Tonband:

Die vortragende Person klingt...

sympathisch

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

kompetent

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

selbstsicher

Fertig

Start Diplomarbeit1 - M... Dokument1 - Micr... Studie zu Wirtsch...

DE 18:53

Studie zu Wirtschaftspsychologie Bitte Fragebogen ausfüllen | Arbeitgeber - Windows Internet Explorer

http://www.arbeitgebercheck.at/studie/index.php?step=4

Datei Bearbeiten Ansicht Favoriten Extras ?

Norton Phishing-Schutz aktiviert Identity Safe Anmeldungen

Studie zu Wirtschaftspsychologie

Bitte bewerten Sie nun die Stimme auf dem Tonband:

Die vortragende Person klingt...

sympathisch

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

kompetent

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

selbstsicher

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

angenehm

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

Klicken Sie auf "WEITER »" um zum nächsten Teil des Fragebogens zu gelangen:

WEITER »

Fertig

Start Diplomarbeit1 - M... Dokument1 - Micr... Studie zu Wirtsch...

DE 100% 18:54

Studie zu Wirtschaftspsychologie Bitte Fragebogen ausfüllen | Arbeitgeber - Windows Internet Explorer

http://www.arbeitgebercheck.at/studie/index.php?step=5

Datei Bearbeiten Ansicht Favoriten Extras ?

Norton Phishing-Schutz aktiviert Identity Safe Anmeldungen

Studie zu Wirtschaftspsychologie

Studie zu Wirtschaftspsychologie

Fragebogen

Bitte beantworten Sie nun folgende Fragen, bitte füllen Sie dabei alle Fragen aus, der Test kann nicht übermittelt werden, wenn Fragen nicht beantwortet werden:

Bitte beantworten Sie abschließend einige Fragen zu Ihrer Person:

Alter:

Geschlecht:

☐ weiblich

☐ männlich

Höchste abgeschlossene Bildung:

☐ Hauptschule/Gymnasium

☐ Matura

☐ Lehre

☐ Studium

☐ Sonstiges

Sind sie derzeit berufstätig?

☐ ja

☐ nein

Womit beschäftigen Sie sich im Allgemeinen lieber?

☐ mit theoretischen Inhalten

☐ mit praktischen Inhalten

Start Diplomarbeit1 - M... Dokument1 - Micr... Studie zu Wirtsch...

DE 100% 18:55

Studie zu Wirtschaftspsychologie Bitte Fragebogen ausfüllen | Arbeitgeber - Windows Internet Explorer

http://www.arbeitgebercheck.at/studie/index.php?step=5

Datei Bearbeiten Ansicht Favoriten Extras ?

Norton Phishing-Schutz aktiviert Identity Safe Anmeldungen

Studie zu Wirtschaftspsychologie

Höchste abgeschlossene Bildung

- ☐ Hauptschule/Gymnasium
- ☐ Matura
- ☐ Lehre
- ☐ Studium
- ☐ Sonstiges

Sind sie derzeit berufstätig?

- ☐ ja
- ☐ nein

Womit beschäftigen Sie sich im Allgemeinen lieber?

- ☐ mit theoretischen Inhalten
- ☐ mit praktischen Inhalten
- ☐ neutral

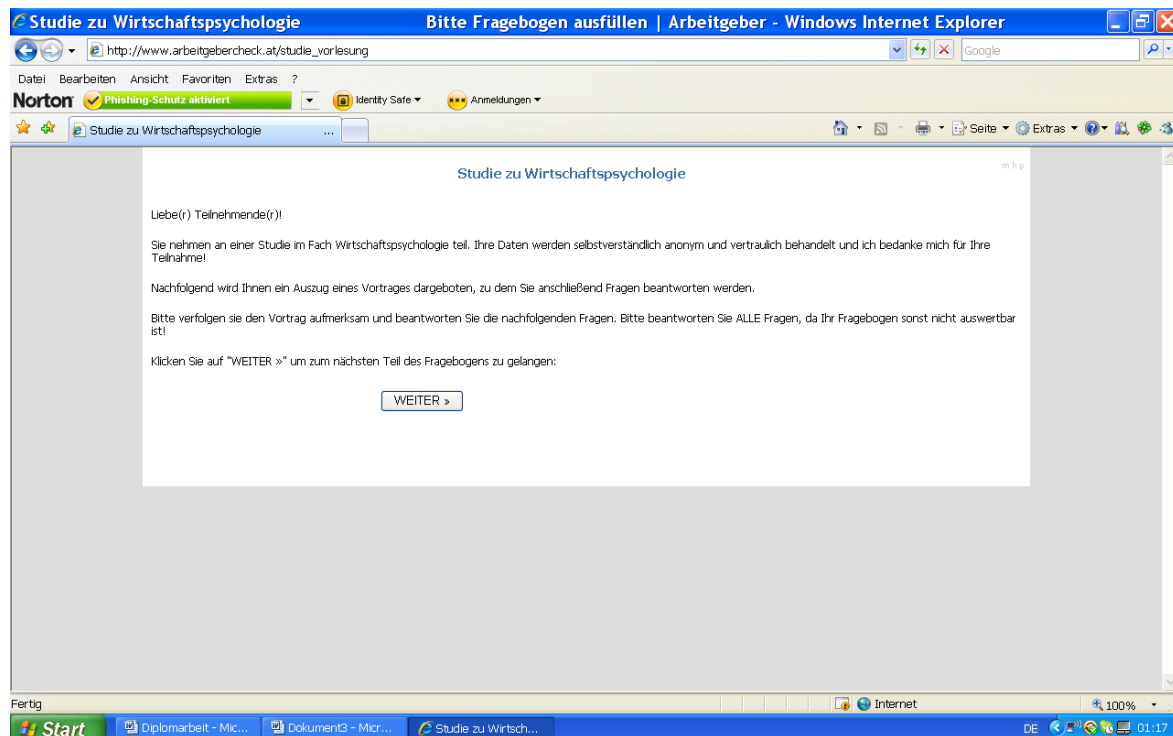
Von wem hören Sie Vorträge im Allgemeinen lieber?

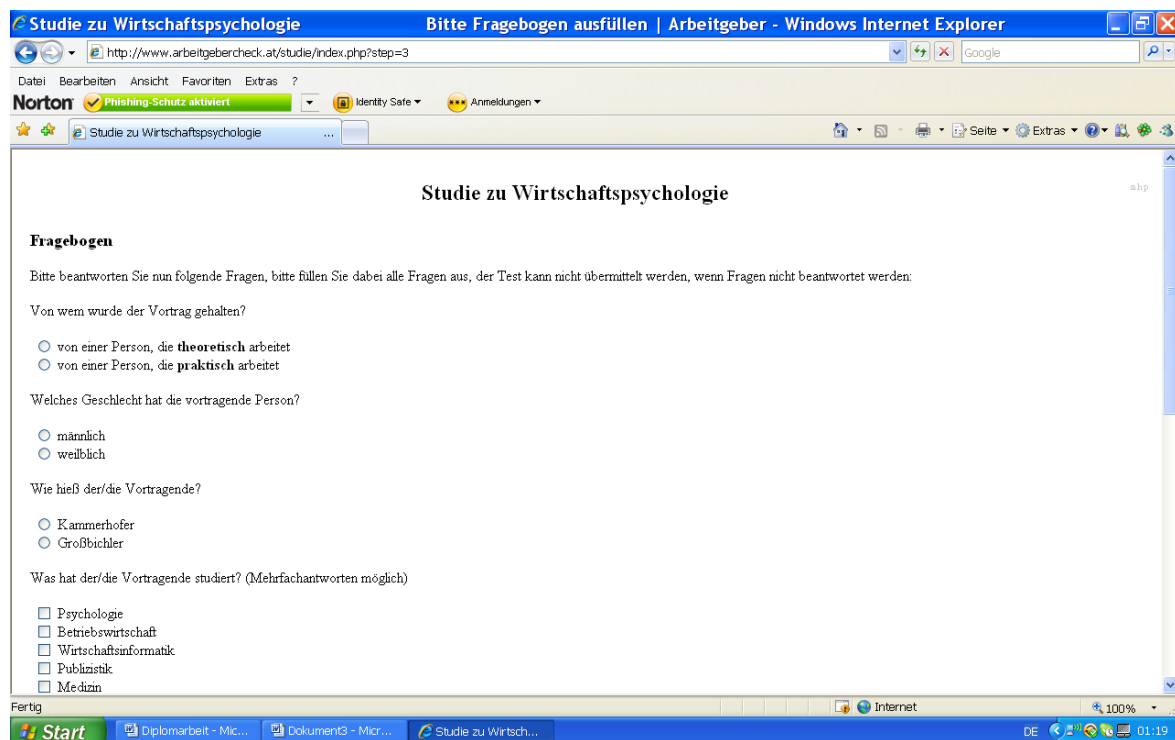
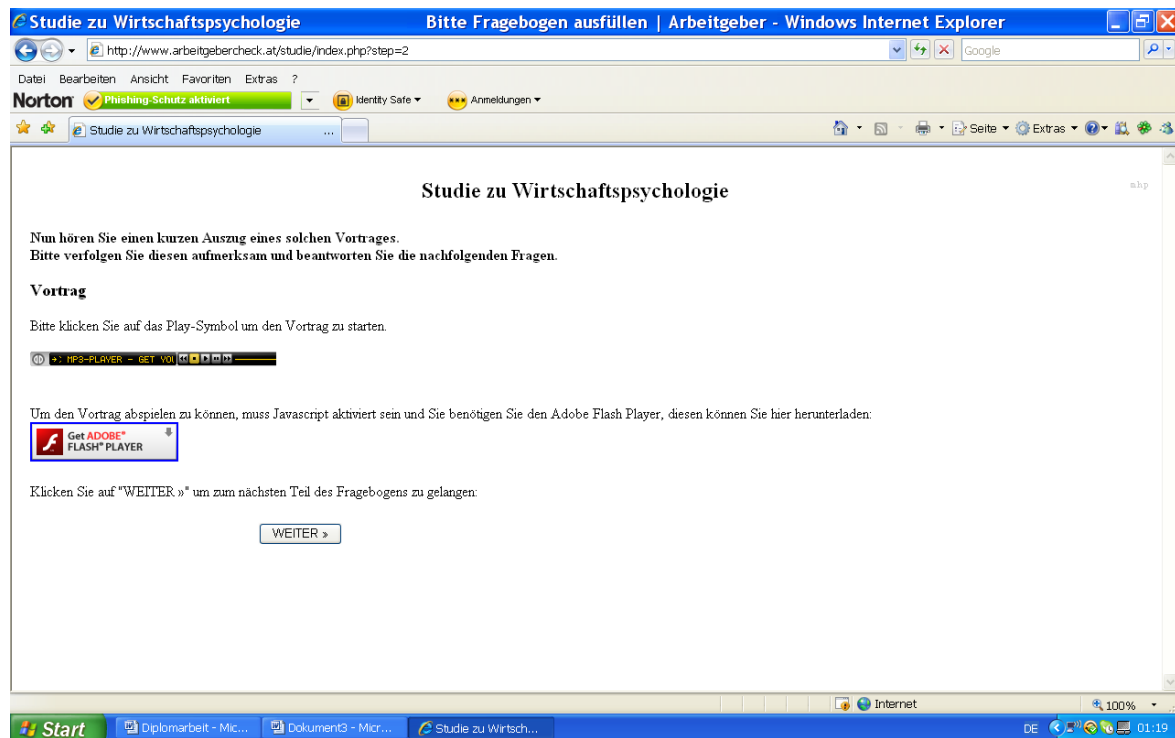
- ☐ von Männern
- ☐ von Frauen
- ☐ neutral

Fragebogen übermitteln

Start Diplomarbeit1 - M... Dokument1 - Micr... Studie zu Wirtsch... Internet 100% 18:56

3.2.5 Praktiker





Studie zu Wirtschaftspsychologie Bitte Fragebogen ausfüllen | Arbeitgeber - Windows Internet Explorer

http://www.arbeitgebercheck.at/studie/index.php?step=3

Datei Bearbeiten Ansicht Favoriten Extras ?

Norton Phishing-Schutz aktiviert Identity Safe Anmeldungen

Studie zu Wirtschaftspsychologie

Deutschwissenschaften
☐ Wirtschaftsinformatik
☐ Publizistik
☐ Medizin

Wo arbeitet der/die Vortragende?

☐ bei einer Zeitung
☐ in einer Forschungseinrichtung
☐ als AbteilungsleiterIn im Bereich Human Resources
☐ als ManagerIn eines Hotels

Welche Themen wurden im Vortrag angesprochen? (Mehrfachantworten möglich)

☐ Job enlargement
☐ Werbung
☐ Job rotation
☐ Produktverkauf
☐ Finanzierung
☐ Kostenrechnung

Wie hat Ihnen der Vortrag gefallen?

☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
 1 2 3 4 5 6 7

Klicken Sie auf "WEITER »" um zum nächsten Teil des Fragebogens zu gelangen:

WEITER »

Fertig

Start Diplomarbeit - Mic... Dokument3 - Mic... Studie zu Wirtsch...

Internet 100% DE 01:19

Studie zu Wirtschaftspsychologie Bitte Fragebogen ausfüllen | Arbeitgeber - Windows Internet Explorer

http://www.arbeitgebercheck.at/studie/index.php?step=4

Datei Bearbeiten Ansicht Favoriten Extras ?

Norton Phishing-Schutz aktiviert Identity Safe Anmeldungen

Studie zu Wirtschaftspsychologie

Studie zu Wirtschaftspsychologie

Fragebogen

Bitte beantworten Sie nun folgende Fragen, bitte füllen Sie dabei alle Fragen aus, der Test kann nicht übermittelt werden, wenn Fragen nicht beantwortet werden:

Bitte bewerten Sie nun den Vortrag nach folgenden Gesichtspunkten:

der Vortrag...

ist praxisrelevant

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

ist gefühlsbetont

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

ist arbeitsanleitend

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

ist nützlich

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

ist abstrakt

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

Internet 100% DE 01:22

Studie zu Wirtschaftspsychologie Bitte Fragebogen ausfüllen | Arbeitgeber - Windows Internet Explorer

http://www.arbeitgebercheck.at/studie/index.php?step=4

Datei Bearbeiten Ansicht Favoriten Extras ?

Norton Phishing-Schutz aktiviert Identity Safe Anmeldungen

Studie zu Wirtschaftspsychologie

ist abstrakt

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

ist vernunftbetont

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

ist informativ

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

ist theoretisch fundiert

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

ist mitarbeiterorientiert

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

ist praktisch fundiert

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

ist relevant für praktische Tätigkeiten

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

orientiert sich an Unternehmenszielen

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

ist relevant für theoretische Tätigkeiten

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

Start Diplomarbeit - Mic... Dokument3 - Mic... Studie zu Wirtsch... DE 100% 01:22

Studie zu Wirtschaftspsychologie Bitte Fragebogen ausfüllen | Arbeitgeber - Windows Internet Explorer

http://www.arbeitgebercheck.at/studie/index.php?step=4

Datei Bearbeiten Ansicht Favoriten Extras ?

Norton Phishing-Schutz aktiviert Identity Safe Anmeldungen

Studie zu Wirtschaftspsychologie

orientiert sich an Unternehmenszielen

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

ist relevant für theoretische Tätigkeiten

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

vermittelt fachliches Wissen

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

ist hypothetisch

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

Bitte bewerten Sie nun die Stimme auf dem Tonband:

Die vortragende Person klingt...

sympathisch

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

kompetent

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

selbstsicher

Start Diplomarbeit - Mic... Dokument3 - Mic... Studie zu Wirtsch... DE 100% 01:23

Studie zu Wirtschaftspsychologie Bitte Fragebogen ausfüllen | Arbeitgeber - Windows Internet Explorer

http://www.arbeitgebercheck.at/studie/index.php?step=4

Phishing-Schutz aktiviert Identity Safe Anmeldungen

Bitte bewerten Sie nun die Stimme auf dem Tonband:

Die vortragende Person klingt...

sympathisch

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

kompetent

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

selbstsicher

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

angenehm

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

Klicken Sie auf "WEITER »" um zum nächsten Teil des Fragebogens zu gelangen:

WEITER »

Studie zu Wirtschaftspsychologie Bitte Fragebogen ausfüllen | Arbeitgeber - Windows Internet Explorer

http://www.arbeitgebercheck.at/studie/index.php?step=5

Phishing-Schutz aktiviert Identity Safe Anmeldungen

Studie zu Wirtschaftspsychologie

Fragebogen

Bitte beantworten Sie nun folgende Fragen, bitte füllen Sie dabei alle Fragen aus, der Test kann nicht übermittelt werden, wenn Fragen nicht beantwortet werden:

Bitte beantworten Sie abschließend einige Fragen zu Ihrer Person:

Alter:

Geschlecht:

☐ weiblich

☐ männlich

Höchste abgeschlossene Bildung:

☐ Hauptschule/Gymnasium

☐ Matura

☐ Lehre

☐ Studium

☐ Sonstiges

Sind sie derzeit berufstätig?

☐ ja

☐ nein

Womit beschäftigen Sie sich im Allgemeinen lieber?

☐ mit theoretischen Inhalten

☐ mit praktischen Inhalten

Fertig

Studie zu Wirtschaftspsychologie Bitte Fragebogen ausfüllen | Arbeitgeber - Windows Internet Explorer

http://www.arbeitgebercheck.at/studie/index.php?step=5

Datei Bearbeiten Ansicht Favoriten Extras ?

Norton Phishing-Schutz aktiviert Identity Safe Anmeldungen

Studie zu Wirtschaftspsychologie

Höchste abgeschlossene Bildung

- ☐ Hauptschule/Gymnasium
- ☐ Matura
- ☐ Lehre
- ☐ Studium
- ☐ Sonstiges

Sind sie derzeit berufstätig?

- ☐ ja
- ☐ nein

Womit beschäftigen Sie sich im Allgemeinen lieber?

- ☐ mit theoretischen Inhalten
- ☐ mit praktischen Inhalten
- ☐ neutral

Von wem hören Sie Vorträge im Allgemeinen lieber?

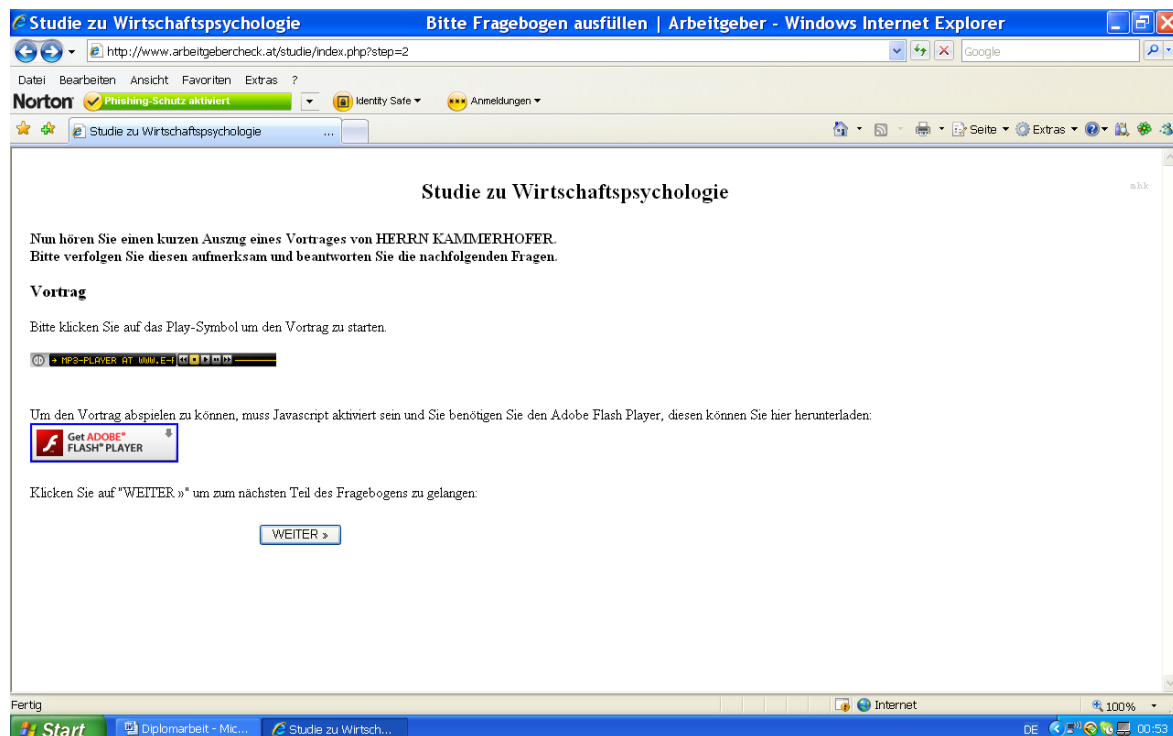
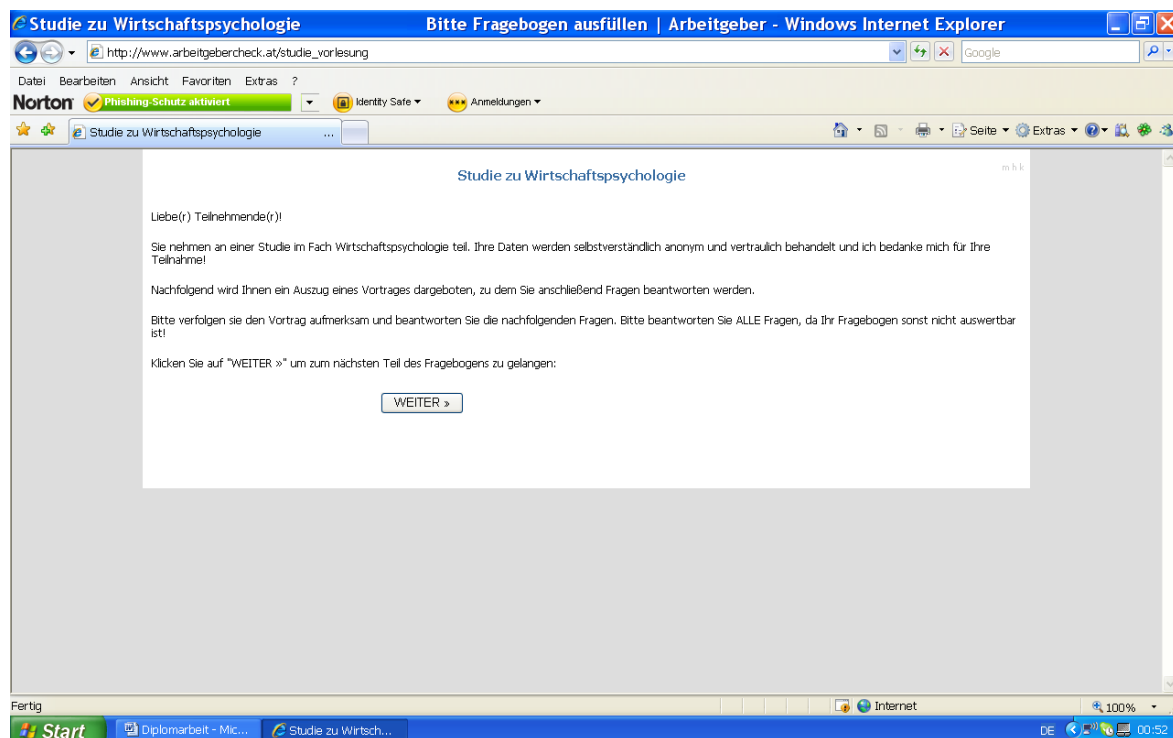
- ☐ von Männern
- ☐ von Frauen
- ☐ neutral

Fragebogen übermitteln

Fertig

Start Diplomarbeit - Mic... Dokument3 - Micr... Studie zu Wirtsch... Internet 100% 01:24

3.2.6 Kontrollgruppe – männliche Stimme



Studie zu Wirtschaftspsychologie Bitte Fragebogen ausfüllen | Arbeitgeber - Windows Internet Explorer

http://www.arbeitgebercheck.at/studie/index.php?step=3

Datei Bearbeiten Ansicht Favoriten Extras ?

Norton Phishing-Schutz aktiviert Identity Safe Anmeldungen

Studie zu Wirtschaftspsychologie

Studie zu Wirtschaftspsychologie

Fragebogen

Bitte beantworten Sie nun folgende Fragen, bitte füllen Sie dabei alle Fragen aus, der Test kann nicht übermittelt werden, wenn Fragen nicht beantwortet werden.

Von wem wurde der Vortrag gehalten?

☐ von einer Person, die **theoretisch** arbeitet
☐ von einer Person, die **praktisch** arbeitet

Welches Geschlecht hat die Vortragende Person?

☐ männlich
☐ weiblich

Wie hieß der/die Vortragende?

☐ Kammerhofer
☐ Großbichler

Welche Themen wurden im Vortrag angesprochen? (Mehrfachantworten möglich)

☐ Job enlargement
☐ Werbung
☐ Job rotation
☐ Produktverkauf
☐ Finanzierung

Fertig

Start Diplomarbeit - Mic... Studie zu Wirtsch... Internet 100% 00:54

Studie zu Wirtschaftspsychologie Bitte Fragebogen ausfüllen | Arbeitgeber - Windows Internet Explorer

http://www.arbeitgebercheck.at/studie/index.php?step=3

Datei Bearbeiten Ansicht Favoriten Extras ?

Norton Phishing-Schutz aktiviert Identity Safe Anmeldungen

Studie zu Wirtschaftspsychologie

☐ weiblich

Wie hieß der/die Vortragende?

☐ Kammerhofer
☐ Großbichler

Welche Themen wurden im Vortrag angesprochen? (Mehrfachantworten möglich)

☐ Job enlargement
☐ Werbung
☐ Job rotation
☐ Produktverkauf
☐ Finanzierung
☐ Kostenrechnung

Wie hat Ihnen der Vortrag gefallen?

☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

1 2 3 4 5 6 7

Klicken Sie auf "WEITER »" um zum nächsten Teil des Fragebogens zu gelangen:

WEITER »

Fertig

Start Diplomarbeit - Mic... Studie zu Wirtsch... Internet 100% 00:54

Studie zu Wirtschaftspsychologie Bitte Fragebogen ausfüllen | Arbeitgeber - Windows Internet Explorer

http://www.arbeitgebercheck.at/studie/index.php?step=4

Datei Bearbeiten Ansicht Favoriten Extras ?

Norton Phishing-Schutz aktiviert Identity Safe Anmeldungen

Studie zu Wirtschaftspsychologie

Studie zu Wirtschaftspsychologie

Fragebogen

Bitte beantworten Sie nun folgende Fragen, bitte füllen Sie dabei alle Fragen aus, der Test kann nicht übermittelt werden, wenn Fragen nicht beantwortet werden.

Bitte bewerten Sie nun den Vortrag nach folgenden Gesichtspunkten:

der Vortrag...

ist praxisrelevant

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

ist gefühlsbetont

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

ist arbeitsanleitend

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

ist nützlich

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

ist abstrakt

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

Fertig

Start Diplomarbeit - Mic... Studie zu Wirtsch... Internet 100% DE 00:55

Studie zu Wirtschaftspsychologie Bitte Fragebogen ausfüllen | Arbeitgeber - Windows Internet Explorer

http://www.arbeitgebercheck.at/studie/index.php?step=4

Datei Bearbeiten Ansicht Favoriten Extras ?

Norton Phishing-Schutz aktiviert Identity Safe Anmeldungen

Studie zu Wirtschaftspsychologie

ist nützlich

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

ist abstrakt

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

ist vernunftbetont

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

ist informativ

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

ist theoretisch fundiert

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

ist mitarbeiterorientiert

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

ist praktisch fundiert

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

ist relevant für praktische Tätigkeiten

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

orientiert sich an Unternehmenszielen

Fertig

Start Diplomarbeit - Mic... Studie zu Wirtsch... Internet 100% DE 00:55

Studie zu Wirtschaftspsychologie Bitte Fragebogen ausfüllen | Arbeitgeber - Windows Internet Explorer

http://www.arbeitgebercheck.at/studie/index.php?step=4

Datei Bearbeiten Ansicht Favoriten Extras ?

Norton Phishing-Schutz aktiviert Identity Safe Anmeldungen

Studie zu Wirtschaftspsychologie

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

orientiert sich an Unternehmenszielen

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

ist relevant für theoretische Tätigkeiten

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

vermittelt fachliches Wissen

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

ist hypothetisch

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

Bitte bewerten Sie nun die Stimme auf dem Tonband:

Die vortragende Person klingt...

sympathisch

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

kompetent

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

selbstsicher

Fertig

Start Diplomarbeit - Mic... Studie zu Wirtsch... Internet 100% DE 00:56

Studie zu Wirtschaftspsychologie Bitte Fragebogen ausfüllen | Arbeitgeber - Windows Internet Explorer

http://www.arbeitgebercheck.at/studie/index.php?step=4

Datei Bearbeiten Ansicht Favoriten Extras ?

Norton Phishing-Schutz aktiviert Identity Safe Anmeldungen

Studie zu Wirtschaftspsychologie

Bitte bewerten Sie nun die Stimme auf dem Tonband:

Die vortragende Person klingt...

sympathisch

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

kompetent

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

selbstsicher

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

angenehm

Trifft eindeutig nicht zu ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Trifft eindeutig zu

Klicken Sie auf "WEITER »" um zum nächsten Teil des Fragebogens zu gelangen:

WEITER »

Fertig

Start Diplomarbeit - Mic... Studie zu Wirtsch... Internet 100% DE 00:56

Studie zu Wirtschaftspsychologie Bitte Fragebogen ausfüllen | Arbeitgeber - Windows Internet Explorer

http://www.arbeitgebercheck.at/studie/index.php?step=5

Datei Bearbeiten Ansicht Favoriten Extras ?

Norton Phishing-Schutz aktiviert Identity Safe Anmeldungen

Studie zu Wirtschaftspsychologie

Studie zu Wirtschaftspsychologie

Fragebogen

Bitte beantworten Sie nun folgende Fragen, bitte füllen Sie dabei alle Fragen aus, der Test kann nicht übermittelt werden, wenn Fragen nicht beantwortet werden.

Bitte beantworten Sie abschließend einige Fragen zu Ihrer Person:

Alter:

Geschlecht:

☐ weiblich

☐ männlich

Höchste abgeschlossene Bildung:

☐ Hauptschule/Gymnasium

☐ Matura

☐ Lehre

☐ Studium

☐ Sonstiges

Sind sie derzeit berufstätig?

☐ ja

☐ nein

Wonit beschäftigen Sie sich im Allgemeinen lieber?

☐ mit theoretischen Inhalten

☐ mit praktischen Inhalten

Fertig

Start Diplomarbeit - Mic... Dokument1 - Mic... Studie zu Wirtsch... Internet 100% 00:58

Studie zu Wirtschaftspsychologie Bitte Fragebogen ausfüllen | Arbeitgeber - Windows Internet Explorer

http://www.arbeitgebercheck.at/studie/index.php?step=5

Datei Bearbeiten Ansicht Favoriten Extras ?

Norton Phishing-Schutz aktiviert Identity Safe Anmeldungen

Studie zu Wirtschaftspsychologie

Höchste abgeschlossene Bildung:

☐ Hauptschule/Gymnasium

☐ Matura

☐ Lehre

☐ Studium

☐ Sonstiges

Sind sie derzeit berufstätig?

☐ ja

☐ nein

Wonit beschäftigen Sie sich im Allgemeinen lieber?

☐ mit theoretischen Inhalten

☐ mit praktischen Inhalten

☐ neutral

Von wem hören Sie Vorträge im Allgemeinen lieber?

☐ von Männern

☐ von Frauen

☐ neutral

Fragebogen übermitteln

Fertig

Start Diplomarbeit - Mic... Dokument1 - Mic... Studie zu Wirtsch... Internet 100% 00:59

4. Auswertung

4.1 Haupttest

4.1.1 MANOVA zum Vortrag

Tabelle 23: Deskriptive Statistik der Skalen „praktisch“ und „theoretisch“ als Funktion der Bedingung, des Geschlechts des/der Vortragenden und des Geschlechts der Versuchspersonen

Skala	Geschlecht Vortragender	Bedingung	Geschlecht der VP	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>N</i>
praktisch	männlich	Kontrollgruppe	männlich	4.60	0.87	17
			weiblich	5.05	0.98	40
			Total	4.92	0.96	57
		Theoretiker	männlich	4.61	1.12	12
			weiblich	4.76	1.31	29
			Total	4.72	1.25	41
		Praktiker	männlich	5.14	0.89	13
			weiblich	5.36	0.73	18
			Total	5.27	0.79	31
		Total	männlich	4.77	0.96	42
			weiblich	5.02	1.07	87
			Total	4.94	1.04	129
	weiblich	Kontrollgruppe	männlich	5.17	0.79	16
			weiblich	4.87	0.90	40
			Total	4.95	0.87	56
		Theoretiker	männlich	4.11	1.24	16
			weiblich	4.85	0.99	23
			Total	4.55	1.15	39
		Praktiker	männlich	5.21	0.95	3
			weiblich	5.47	0.64	16
			Total	5.43	0.67	19
		Total	männlich	4.69	1.14	35
			weiblich	4.98	0.90	79
			Total	4.89	0.99	114
	Total	Kontrollgruppe	männlich	4.88	0.87	33
			weiblich	4.96	0.94	80
			Total	4.93*	0.91	113
		Theoretiker	männlich	4.33	1.20	28
			weiblich	4.80	1.17	52
			Total	4.64*	1.20	80
		Praktiker	männlich	5.16	0.87	16
			weiblich	5.41	0.68	34
			Total	5.33*	0.75	50
		Total	männlich	4.74	1.04	77
			weiblich	5.00	0.99	166
			Total	4.92	1.01	243
theoretisch	männlich	Kontrollgruppe	männlich	4.84	0.76	17
			weiblich	4.64	0.94	40
			Total	4.70	0.88	57
		Theoretiker	männlich	4.58	1.15	12
			weiblich	4.74	0.92	29
			Total	4.70	0.98	41
		Praktiker	männlich	4.05	0.89	13

		weiblich	4.40	1.00	18
		Total	4.25	0.96	31
	Total	männlich	4.52	0.96	42
		weiblich	4.63	0.94	87
		Total	4.59	0.95	129
weiblich	Kontrollgruppe	männlich	4.53	0.98	16
		weiblich	4.40	0.92	40
		Total	4.44	0.93	56
	Theoretiker	männlich	4.50	1.05	16
		weiblich	4.66	0.75	23
		Total	4.59	0.87	39
	Praktiker	männlich	4.87	0.42	3
		weiblich	4.06	0.91	16
		Total	4.19	0.89	19
	Total	männlich	4.54	0.96	35
		weiblich	4.41	0.88	79
		Total	4.45	0.91	114
Total	Kontrollgruppe	männlich	4.68	0.87	33
		weiblich	4.52	0.93	80
		Total	4.57*	0.91	113
	Theoretiker	männlich	4.54	1.07	28
		weiblich	4.71	0.84	52
		Total	4.65*	0.93	80
	Praktiker	männlich	4.20	0.87	16
		weiblich	4.24	0.96	34
		Total	4.23*	0.92	50
	Total	männlich	4.53	0.96	77
		weiblich	4.52	0.92	166
		Total	4.52	0.93	243

Signifikante Mittelwertsunterschiede sind mit einem * gekennzeichnet.

4.1.2 Deskriptive Statistik zur MANCOVA

Tabelle 24: Geschätzte Randmittel (geschätzte Mittelwerte und Standardmessfehler) von den Skalen „theoretisch“ und „praktisch“ als Funktion der Personenbeschreibung (Bedingung) und des Geschlechts des/der Vortragenden unter Berücksichtigung der Skala „Wahrnehmung des/der Vortragenden“ und dem Gefallen des Vortrages als Kovariaten

Skala	Geschlecht Vortragender	Bedingung	Geschlecht der VP	EM	SE	Konfidenzintervall (95 %)	
						unten	oben
praktisch	männlich	Kontrollgruppe	männlich	4,78	0,22	4,35	5,20
			weiblich	5,03	0,14	4,75	5,31
			Total	4,90	0,13	4,65	5,16
		Theoretiker/in	männlich	4,83	0,26	4,32	5,33
			weiblich	4,89	0,16	4,57	5,22
			Total	4,86	0,15	4,56	5,16
		Praktiker/in	männlich	5,17	0,25	4,68	5,66
			weiblich	5,47	0,21	5,05	5,88
			Total	5,32	0,16	5,00	5,64
	weiblich	Total	männlich	4,93	0,14	4,65	5,20
			weiblich	5,13	0,10	4,93	5,33
			Total	5,03	0,87	4,86	5,20
		Kontrollgruppe	männlich	4,98	0,22	4,55	5,42

			weiblich	4,73	0,14	4,45	5,01		
			Total	4,86	0,13	4,60	5,12		
			Theoretiker/in	männlich	4,16	0,22	3,72	4,59	
				weiblich	4,79	0,19	4,42	5,15	
				Total	4,47	0,15	4,19	4,76	
			Praktiker/in	männlich	5,17	0,51	4,16	6,17	
				weiblich	5,38	0,22	4,95	5,82	
				Total	5,28	0,28	4,73	5,82	
			Total	männlich	4,77	0,20	4,38	5,16	
				weiblich	4,97	0,11	4,75	5,18	
				Total	4,87	0,11	4,64	5,09	
			Total	Kontrollgruppe	männlich	4,88	0,15	4,58	5,18
					weiblich	4,88	0,10	4,69	5,08
					Total	4,88*	0,09	4,70	5,06
				Theoretiker/in	männlich	4,49	0,17	4,16	4,83
					weiblich	4,84	0,12	4,59	5,08
					Total	4,67*	0,11	4,46	4,87
				Praktiker/in	männlich	5,17	0,28	4,61	5,73
					weiblich	5,42	0,15	5,13	5,72
Total	5,30*	0,16			4,98	5,61			
Total	männlich	4,85		0,12	4,61	5,09			
	weiblich	5,05		0,07	4,90	5,19			

theoretisch	männlich	Kontrollgruppe	männlich	4,84	0,22	4,40	5,28
			weiblich	4,65	0,15	4,36	4,94
			Total	4,75	0,14	4,48	5,01
		Theoretiker/in	männlich	4,59	0,27	4,06	5,11
			weiblich	4,75	0,17	4,41	5,09
			Total	4,67	0,16	4,35	4,98
		Praktiker/in	männlich	4,11	0,26	3,60	4,61
			weiblich	4,47	0,22	4,03	4,90
			Total	4,29	0,17	3,95	4,62
		Total	männlich	4,51	0,15	4,23	4,80
			weiblich	4,62	0,11	4,42	4,83
			Total	4,57	0,90	4,39	4,75
	weiblich	Kontrollgruppe	männlich	4,53	0,23	4,08	4,99
			weiblich	4,38	0,15	4,09	4,67
			Total	4,46	0,14	4,18	4,73
		Theoretiker/in	männlich	4,49	0,23	4,04	4,95
			weiblich	4,61	0,19	4,23	4,99
			Total	4,55	0,15	4,25	4,85
		Praktiker/in	männlich	4,87	0,53	3,82	5,92
			weiblich	4,03	0,23	3,57	4,48
			Total	4,45	0,29	3,88	5,02
		Total	männlich	4,63	0,21	4,22	5,04
			weiblich	4,34	0,11	4,12	4,56
			Total	4,49	0,12	4,25	4,72
Total	Kontrollgruppe	männlich	4,69	0,16	4,37	5,00	
		weiblich	4,51	0,10	4,31	4,72	
		Total	4,60	0,10	4,41	4,79	
	Theoretiker/in	männlich	4,54	0,18	4,19	4,89	

	weiblich	4,68	0,13	4,42	4,93
	Total	4,61	0,11	4,39	4,83
Praktiker/in	männlich	4,49	0,30	3,91	4,89
	weiblich	4,25	0,16	3,94	4,93
	Total	4,37	0,17	4,04	4,70
Total	männlich	4,57	0,13	4,32	4,82
	weiblich	4,48	0,08	4,33	4,63

5. Rohdaten

Variablenbeschreibung

Variablenname	Typ	Label	Value	Measure
VPNr	Numeric		None	Scale
ein_aus	Numeric		{0, ausgeschlossen} {1, eingeschlossen}	Scale
Erhebungsart	Numeric	Online oder Labor	{0, Online} {1, Labor}	Scale
Typ_Geschlecht	String	männlicher oder weibliche Vortragende/r	None	Nominal
TypGeschl	Numeric	Geschlecht Vortragender	None	Scale
bedingung	String	Theoretiker, Praktiker, Kontrollgruppe	None	Nominal
tpk	Numeric		None	Scale
Arbeitsweise	Numeric	Frage: Person, die theoretisch/praktisch arbeitet	{1, theoretisch} {2, praktisch}	Scale
Geschlecht	Numeric	Frage: Geschlecht der Vortragenden Person	{1, männlich} {2, weiblich}	Scale
Name	Numeric	Frage: Name der Vortragenden Person	{1, richtig} {2, falsch}	Scale
Ausbildung	Numeric	Frage: Ausbildung der Vortragenden Person	None	Scale
a2	Numeric		None	Scale
a3	Numeric		None	Scale
a4	Numeric		None	Scale
a5	Numeric		None	Scale
arbeitetwas	Numeric	Frage: Arbeitsstelle der Vortragenden Person	{1, Zeitung} {2, Forschungseinrichtung} {3, Abteilungsleiter/in} {4, Manager/in}	Scale
Vortragsthemen	Numeric	Frage: Themen, die im Vortrag angesprochen wurden	None	Scale
v2	Numeric		None	Scale
v3	Numeric		None	Scale
v4	Numeric		None	Scale
v5	Numeric		None	Scale
v6	Numeric		None	Scale
Gefallen	Numeric	Wie sehr hat der Vortrag gefallen	{1, überhaupt nicht} - {7, sehr gut}	Scale
praxisrelevant	Numeric	der Vortrag ist praxisrelevant	{1, trifft eindeutig nicht zu} - {7, trifft eindeutig zu}	Scale
gefühlsbetont	Numeric	der Vortrag ist gefühlsbetont	{1, trifft eindeutig nicht zu} - {7, trifft eindeutig zu}	Scale
arbeitsanleitend	Numeric	der Vortrag ist arbeitsanleitend	{1, trifft eindeutig nicht zu} - {7, trifft eindeutig zu}	Scale
nützlich	Numeric	der Vortrag ist nützlich	{1, trifft eindeutig nicht zu} - {7, trifft eindeutig zu}	Scale
abstrakt	Numeric	der Vortrag ist abstrakt	{1, trifft eindeutig nicht zu} - {7, trifft eindeutig zu}	Scale
vernunftbetont	Numeric	der Vortrag ist vernunftbetont	{1, trifft eindeutig nicht zu} - {7, trifft eindeutig zu}	Scale

informativ	Numeric	der Vortrag ist informativ	{1, trifft eindeutig nicht zu} - {7, trifft eindeutig zu}	Scale
theoretischfundiert	Numeric	der Vortrag ist theoretisch fundiert	{1, trifft eindeutig nicht zu} - {7, trifft eindeutig zu}	Scale
mitarbeiterorientiert	Numeric	der Vortrag ist mitarbeiterorientiert	{1, trifft eindeutig nicht zu} - {7, trifft eindeutig zu}	Scale
praktischfundiert	Numeric	der Vortrag ist praktisch fundiert	{1, trifft eindeutig nicht zu} - {7, trifft eindeutig zu}	Scale
relevantpraktisch	Numeric	der Vortrag ist relevant für praktische Tätigkeiten	{1, trifft eindeutig nicht zu} - {7, trifft eindeutig zu}	Scale
unternehmenszielorientiert	Numeric	der Vortrag orientiert sich an Unternehmenszielen	{1, trifft eindeutig nicht zu} - {7, trifft eindeutig zu}	Scale
relevanttheoretisch	Numeric	der Vortrag ist relevant für theoretische Tätigkeiten	{1, trifft eindeutig nicht zu} - {7, trifft eindeutig zu}	Scale
fachlichesWissen	Numeric	der Vortrag vermittelt fachliches Wissen	{1, trifft eindeutig nicht zu} - {7, trifft eindeutig zu}	Scale
hypothetisch	Numeric	der Vortrag ist hypothetisch	{1, trifft eindeutig nicht zu} - {7, trifft eindeutig zu}	Scale
V_sympathisch	Numeric	der/die Vortragende wirkt sympathisch	{1, trifft eindeutig nicht zu} - {7, trifft eindeutig zu}	Scale
V_kompetent	Numeric	der/die Vortragende wirkt kompetent	{1, trifft eindeutig nicht zu} - {7, trifft eindeutig zu}	Scale
V_selbstsicher	Numeric	der/die Vortragende wirkt selbstsicher	{1, trifft eindeutig nicht zu} - {7, trifft eindeutig zu}	Scale
V_angenehm	Numeric	der/die Vortragende wirkt angenehm	{1, trifft eindeutig nicht zu} - {7, trifft eindeutig zu}	Scale
VP_Alter	Numeric	Alter der Vp	None	Scale
VP_Geschlecht	Numeric	Geschlecht der Vp	{1, männlich} {2, weiblich}	Scale
VP_Bildung	Numeric	Höchste abgeschlossene Bildung der Vp	{1, Hauptschule/Gymnasium} {2, Matura} {3, Lehre} {4, Studium} {5, sonstiges}	Scale
VP_berufstätig	Numeric	ist die Vp derzeit berufstätig	{1, ja} {2, nein}	Scale
VP_beschäftigen	Numeric	Womit beschäftigt sich die Vp im Allgemeinen lieber?	{1, theoretisch} {2, praktisch} {3, neutral}	Scale
VP_Vorträgehören	Numeric	Von wem hören Sie Vorträge im Allgemeinen lieber?	{1, Männer} {2, Frauen} {3, neutral}	Scale
skala_theoretisch	Numeric		None	Scale
skala_praktisch	Numeric		None	Scale

Daten

VPNr	ein_aus	Erheb- ungsart	Typ_Ges chlecht	Typ_ Geschl	Beding- ung	tpk	Arbeits- weise	Geschl- echt	Name	Aus- bild- ung	a_2	a_3	a_4	a_5	arbeitet- was	Vortrags- themen	v_2	v_3	v_4	v_5	v_6
1.0	1.0	0.0	m	1.0	t	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0				2.0	1.0		1.0			
2.0	1.0	0.0	m	1.0	k	0.0	1.0	1.0	1.0							1.0		1.0			
3.0	0.0	0.0	w	2.0	p	2.0	1.0	2.0	1.0	1.0					2.0			1.0			
4.0	1.0	0.0	m	1.0	k	0.0	1.0	1.0	1.0							1.0		1.0		1.0	
5.0	0.0	0.0	m	1.0	p	2.0	2.0	2.0	1.0	1.0					2.0	1.0		1.0			
6.0	0.0	0.0	m	1.0	p	2.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0				2.0	1.0		1.0		1.0	
7.0	1.0	0.0	w	2.0	p	2.0	2.0	2.0	1.0	1.0	1.0				3.0	1.0		1.0			
8.0	1.0	0.0	m	1.0	k	0.0	1.0	1.0	1.0							1.0		1.0			
9.0	1.0	0.0	w	2.0	p	2.0	2.0	2.0	1.0		1.0				3.0	1.0		1.0			
10.0	1.0	0.0	m	1.0	p	2.0	2.0	1.0	1.0	1.0	1.0				3.0	1.0		1.0			
11.0	0.0	0.0	m	1.0	p	2.0	1.0	1.0	2.0		1.0				2.0	1.0					
12.0	0.0	0.0	m	1.0	p	2.0	1.0	1.0	1.0			1.0			3.0	1.0		1.0			
13.0	0.0	0.0	w	2.0	p	2.0	1.0	2.0	1.0	1.0	1.0				2.0	1.0		1.0			
14.0	0.0	0.0	w	2.0	t	1.0	2.0	2.0	1.0	1.0		1.0			2.0	1.0		1.0			
15.0	1.0	0.0	w	2.0	k	0.0	1.0	2.0	1.0							1.0		1.0			
16.0	1.0	0.0	m	1.0	t	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0				2.0	1.0		1.0			
17.0	0.0	0.0	w	2.0	p	2.0	1.0	2.0	1.0	1.0					3.0	1.0		1.0			
18.0	0.0	0.0	m	1.0	t	1.0	1.0	2.0	1.0	1.0					2.0		1.0				
19.0	0.0	0.0	m	1.0	p	2.0	1.0	1.0	1.0		1.0				3.0	1.0		1.0			
20.0	0.0	0.0	w	2.0	p	2.0	1.0	2.0	1.0		1.0				3.0	1.0		1.0		1.0	1.0
21.0	0.0	0.0	w	2.0	p	2.0	1.0	2.0	1.0	1.0					2.0	1.0		1.0			
22.0	1.0	0.0	m	1.0	t	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0				2.0	1.0		1.0	1.0		
23.0	1.0	0.0	m	1.0	t	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0					2.0	1.0		1.0			
24.0	0.0	0.0	w	2.0	p	2.0	1.0	2.0	1.0		1.0				3.0	1.0		1.0			
25.0	1.0	0.0	m	1.0	p	2.0	2.0	1.0	1.0		1.0				3.0	1.0		1.0			
26.0	1.0	0.0	m	1.0	k	0.0	1.0	1.0	1.0							1.0		1.0			
27.0	1.0	0.0	m	1.0	t	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0				2.0	1.0		1.0			
28.0	1.0	0.0	m	1.0	k	0.0	1.0	1.0	1.0							1.0		1.0			

VPNr	ein_aus	Erhebungsart	Typ_Geschlecht	Typ_Geschl	Bedingung	tpk	Arbeitsweise	Geschlecht	Name	Ausbildung	a_2	a_3	a_4	a_5	arbeitetwas	Vortragsthemen	v_2	v_3	v_4	v_5	v_6
29.0	1.0	0.0	m	1.0	k	0.0	1.0	1.0	1.0							1.0		1.0			
30.0	1.0	0.0	m	1.0	p	2.0	2.0	1.0	1.0		1.0				4.0	1.0		1.0	1.0	1.0	1.0
31.0	0.0	0.0	m	1.0	p	2.0	1.0	1.0	1.0		1.0				3.0	1.0		1.0		1.0	
32.0	0.0	0.0	m	1.0	p	2.0	1.0	1.0	1.0		1.0				3.0	1.0		1.0			
33.0	1.0	0.0	m	1.0	k	0.0	1.0	1.0	1.0							1.0		1.0			
34.0	1.0	0.0	w	2.0	k	0.0	1.0	2.0	1.0							1.0		1.0			
35.0	0.0	0.0	w	2.0	p	2.0	1.0	2.0	1.0	1.0	1.0				3.0	1.0		1.0			
36.0	1.0	0.0	w	2.0	p	2.0	2.0	2.0	1.0	1.0	1.0				3.0	1.0		1.0			
37.0	1.0	0.0	w	2.0	p	2.0	2.0	2.0	1.0		1.0				3.0	1.0		1.0			
38.0	1.0	0.0	w	2.0	k	0.0	1.0	2.0	1.0							1.0		1.0			
39.0	1.0	0.0	w	2.0	t	1.0	1.0	2.0	1.0	1.0	1.0				2.0	1.0		1.0			
40.0	1.0	0.0	w	2.0	p	2.0	2.0	2.0	1.0	1.0	1.0				3.0	1.0		1.0			
41.0	0.0	0.0	m	1.0	p	2.0	1.0	1.0	1.0		1.0				3.0	1.0					
42.0	0.0	0.0	m	1.0	p	2.0	1.0	1.0	1.0		1.0				3.0	1.0		1.0			
43.0	0.0	0.0	w	2.0	k	0.0	1.0	1.0	2.0							1.0		1.0			
44.0	1.0	0.0	m	1.0	t	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0				2.0	1.0		1.0			
45.0	1.0	0.0	m	1.0	k	0.0	1.0	1.0	1.0							1.0		1.0			
46.0	1.0	0.0	w	2.0	k	0.0	1.0	2.0	1.0							1.0		1.0			
47.0	1.0	0.0	m	1.0	k	0.0	1.0	1.0	1.0							1.0		1.0			
48.0	1.0	0.0	m	1.0	k	0.0	1.0	1.0	1.0									1.0			
49.0	0.0	0.0	m	1.0	t	1.0	2.0	1.0	1.0	1.0	1.0				2.0	1.0		1.0			
50.0	1.0	0.0	w	2.0	p	2.0	2.0	2.0	1.0		1.0				3.0	1.0		1.0			
51.0	1.0	0.0	w	2.0	k	0.0	1.0	2.0	1.0							1.0		1.0			
52.0	1.0	0.0	m	1.0	p	2.0	2.0	1.0	1.0		1.0				3.0	1.0		1.0			
53.0	1.0	0.0	w	2.0	t	1.0	1.0	2.0	1.0	1.0			1.0		3.0	1.0	1.0				
54.0	1.0	0.0	m	1.0	t	1.0	1.0	1.0	2.0		1.0				3.0	1.0		1.0			
55.0	0.0	0.0	m	1.0	p	2.0	1.0	1.0	1.0		1.0	1.0			3.0	1.0					
56.0	1.0	0.0	m	1.0	k	0.0	1.0	1.0	1.0							1.0		1.0			
57.0	0.0	0.0	m	1.0	p	2.0	1.0	1.0	1.0	1.0					2.0	1.0		1.0			
58.0	1.0	0.0	w	2.0	p	2.0	2.0	2.0	1.0	1.0	1.0				3.0	1.0		1.0			
59.0	1.0	0.0	w	2.0	k	0.0	1.0	2.0	1.0							1.0		1.0		1.0	

VPNr	ein_aus	Erhebungsart	Typ_Geschlecht	Typ_Geschl	Bedingung	tpk	Arbeitsweise	Geschlecht	Name	Ausbildung	a_2	a_3	a_4	a_5	arbeitetwas	Vortragsthemen	v_2	v_3	v_4	v_5	v_6
60.0	1.0	0.0	m	1.0	p	2.0	2.0	1.0	1.0	1.0	1.0				3.0	1.0		1.0			
61.0	1.0	0.0	m	1.0	k	0.0	1.0	1.0	1.0							1.0		1.0			
62.0	1.0	0.0	m	1.0	t	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0					2.0	1.0		1.0			
63.0	0.0	0.0	w	2.0	p	2.0	1.0	2.0	1.0	1.0	1.0				2.0	1.0		1.0			
64.0	0.0	0.0	w	2.0	p	2.0	1.0	2.0	1.0		1.0				3.0	1.0		1.0			
65.0	1.0	0.0	m	1.0	p	2.0	2.0	1.0	2.0		1.0	1.0			4.0	1.0		1.0			
66.0	1.0	0.0	m	1.0	k	0.0	2.0	1.0	1.0							1.0		1.0			
67.0	1.0	0.0	w	2.0	t	1.0	1.0	2.0	1.0	1.0	1.0				2.0	1.0		1.0			
68.0	0.0	0.0	w	2.0	p	2.0	1.0	2.0	1.0		1.0				3.0	1.0		1.0			
69.0	1.0	0.0	m	1.0	t	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0				2.0		1.0	1.0			
70.0	0.0	0.0	m	1.0	p	2.0	1.0	1.0	1.0		1.0				3.0	1.0		1.0			
71.0	1.0	0.0	w	2.0	p	2.0	2.0	2.0	1.0	1.0					3.0	1.0		1.0			
72.0	1.0	0.0	w	2.0	k	0.0	1.0	2.0	1.0							1.0		1.0			
73.0	1.0	0.0	w	2.0	k	0.0	1.0	2.0	1.0							1.0		1.0			
74.0	1.0	0.0	w	2.0	k	0.0	1.0	2.0	1.0							1.0		1.0		1.0	1.0
75.0	1.0	0.0	m	1.0	k	0.0	2.0	1.0	1.0							1.0		1.0			
76.0	1.0	0.0	w	2.0	t	1.0	1.0	2.0	1.0	1.0		1.0			3.0		1.0	1.0	1.0		
77.0	0.0	0.0	w	2.0	t	1.0	2.0	2.0	1.0	1.0	1.0				2.0	1.0		1.0			
78.0	1.0	0.0	m	1.0	p	2.0	2.0	1.0	1.0		1.0				3.0	1.0		1.0			
79.0	0.0	0.0	w	2.0	p	2.0	1.0	2.0	1.0		1.0				3.0	1.0		1.0			
80.0	1.0	0.0	m	1.0	k	0.0	1.0	1.0	1.0							1.0		1.0			
81.0	1.0	0.0	m	1.0	k	0.0	1.0	1.0	1.0							1.0		1.0			
82.0	1.0	0.0	w	2.0	t	1.0	1.0	2.0	1.0	1.0	1.0				2.0	1.0		1.0			
83.0	1.0	0.0	m	1.0	p	2.0	2.0	1.0	1.0		1.0				3.0	1.0		1.0			
84.0	1.0	0.0	w	2.0	k	0.0	1.0	2.0	1.0							1.0		1.0		1.0	
85.0	1.0	0.0	m	1.0	t	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0				2.0	1.0		1.0			
86.0	0.0	0.0	w	2.0	p	2.0	1.0	2.0	1.0		1.0				1.0	1.0		1.0			
87.0	1.0	0.0	m	1.0	k	0.0	2.0	1.0	1.0							1.0		1.0			
88.0	1.0	0.0	m	1.0	t	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0					3.0	1.0					
89.0	0.0	0.0	m	1.0	p	2.0	1.0	1.0	2.0	1.0	1.0				2.0	1.0		1.0			
90.0	0.0	0.0	w	2.0	p	2.0	1.0	2.0	1.0	1.0	1.0				3.0	1.0		1.0			

VPNr	ein_aus	Erhebungsart	Typ_Geschlecht	Typ_Geschl	Bedingung	tpk	Arbeitsweise	Geschlecht	Name	Ausbildung	a_2	a_3	a_4	a_5	arbeitetwas	Vortragsthemen	v_2	v_3	v_4	v_5	v_6
91.0	0.0	0.0	w	2.0	p	2.0	1.0	2.0	1.0	1.0	1.0				3.0	1.0		1.0			
92.0	1.0	0.0	m	1.0	t	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0				2.0	1.0		1.0			
93.0	1.0	0.0	m	1.0	k	0.0	2.0	1.0	1.0							1.0		1.0			
94.0	1.0	0.0	w	2.0	k	0.0	1.0	2.0	1.0							1.0		1.0			
95.0	0.0	0.0	w	2.0	p	2.0	1.0	2.0	1.0		1.0				3.0	1.0		1.0			
96.0	0.0	0.0	m	1.0	t	1.0	2.0	1.0	1.0	1.0	1.0				2.0	1.0		1.0			
97.0	1.0	0.0	m	1.0	k	0.0	1.0	1.0	1.0							1.0		1.0			
98.0	0.0	0.0	w	2.0	t	1.0	1.0	2.0	1.0	1.0	1.0				2.0	1.0		1.0			
99.0	1.0	0.0	w	2.0	k	0.0	1.0	2.0	1.0							1.0		1.0			
100.0	1.0	0.0	m	1.0	p	2.0	2.0	1.0	1.0		1.0				3.0	1.0		1.0			
101.0	0.0	0.0	m	1.0	p	2.0	1.0	1.0	1.0				1.0		1.0	1.0		1.0			
102.0	1.0	0.0	m	1.0	k	0.0	1.0	1.0	1.0							1.0		1.0			
103.0	0.0	0.0	m	1.0	t	1.0	2.0	1.0	1.0	1.0	1.0				2.0	1.0		1.0			
104.0	1.0	0.0	m	1.0	t	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0					2.0	1.0		1.0			
105.0	1.0	0.0	w	2.0	t	1.0	1.0	2.0	1.0	1.0	1.0				2.0	1.0		1.0			
106.0	1.0	0.0	m	1.0	p	2.0	2.0	1.0	1.0	1.0					3.0	1.0		1.0			1.0
107.0	1.0	0.0	m	1.0	k	0.0	2.0	1.0	1.0							1.0		1.0			
108.0	1.0	0.0	w	2.0	k	0.0	1.0	2.0	1.0							1.0		1.0			
109.0	1.0	0.0	w	2.0	p	2.0	2.0	2.0	1.0		1.0				3.0	1.0		1.0			
110.0	1.0	0.0	m	1.0	k	0.0	1.0	1.0	1.0							1.0		1.0			
111.0	0.0	0.0	w	2.0	t	1.0	2.0	2.0	1.0	1.0	1.0				2.0	1.0		1.0			
112.0	1.0	0.0	w	2.0	p	2.0	2.0	2.0	1.0	1.0	1.0				3.0	1.0					
113.0	1.0	0.0	w	2.0	p	2.0	2.0	2.0	1.0		1.0	1.0			3.0	1.0		1.0			
114.0	1.0	0.0	w	2.0	k	0.0	1.0	2.0	1.0							1.0		1.0	1.0		
115.0	0.0	0.0	m	1.0	p	2.0	1.0	1.0	1.0		1.0				3.0	1.0		1.0			
116.0	0.0	0.0	m	1.0	p	2.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0				3.0	1.0		1.0			
117.0	1.0	0.0	w	2.0	k	0.0	1.0	2.0	1.0							1.0		1.0			
118.0	1.0	0.0	m	1.0	t	1.0	1.0	1.0	1.0			1.0			2.0	1.0		1.0			
119.0	1.0	0.0	m	1.0	t	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0					2.0	1.0		1.0			
120.0	0.0	0.0	w	2.0	p	2.0	1.0	2.0	1.0	1.0					3.0	1.0		1.0			
121.0	1.0	0.0	m	1.0	k	0.0	2.0	1.0	1.0							1.0		1.0			

VPNr	ein_aus	Erhebungsart	Typ_Geschlecht	Typ_Geschl	Bedingung	tpk	Arbeitsweise	Geschlecht	Name	Ausbildung	a_2	a_3	a_4	a_5	arbeitetwas	Vortragsthemen	v_2	v_3	v_4	v_5	v_6
122.0	1.0	0.0	m	1.0	t	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0				2.0	1.0		1.0			
123.0	1.0	0.0	m	1.0	k	0.0	1.0	1.0	1.0							1.0		1.0		1.0	
124.0	0.0	0.0	w	2.0	t	1.0	2.0	2.0	1.0	1.0	1.0				2.0	1.0		1.0			
125.0	1.0	0.0	m	1.0	t	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0				2.0	1.0		1.0			
126.0	1.0	0.0	m	1.0	p	2.0	2.0	1.0	1.0		1.0				3.0	1.0		1.0			
127.0	0.0	0.0	w	2.0	p	2.0	1.0	2.0	1.0	1.0	1.0				3.0	1.0		1.0			
128.0	1.0	0.0	m	1.0	k	0.0	1.0	1.0	1.0							1.0		1.0			
129.0	0.0	0.0	m	1.0	p	2.0	1.0	1.0	1.0		1.0				3.0	1.0		1.0			
130.0	1.0	0.0	w	2.0	t	1.0	1.0	2.0	1.0		1.0	1.0			2.0	1.0					
131.0	1.0	0.0	m	1.0	t	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0				2.0	1.0		1.0			
132.0	0.0	0.0	m	1.0	t	1.0	2.0	1.0	1.0		1.0				2.0	1.0		1.0			
133.0	1.0	0.0	m	1.0	k	0.0	1.0	1.0	1.0							1.0		1.0			
134.0	0.0	0.0	m	1.0	p	2.0	1.0	1.0	1.0		1.0				3.0	1.0		1.0			
135.0	0.0	0.0	w	2.0	p	2.0	1.0	2.0	1.0		1.0				3.0	1.0		1.0			
136.0	1.0	0.0	w	2.0	k	0.0	1.0	2.0	1.0							1.0		1.0			1.0
137.0	1.0	0.0	m	1.0	t	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0				2.0	1.0		1.0			
138.0	1.0	0.0	m	1.0	k	0.0	1.0	1.0	1.0							1.0		1.0			
139.0	1.0	0.0	w	2.0	k	0.0	1.0	2.0	1.0							1.0		1.0		1.0	
140.0	0.0	0.0	w	2.0	t	1.0	2.0	2.0	1.0	1.0	1.0				2.0	1.0		1.0			
141.0	1.0	0.0	w	2.0	k	0.0	1.0	2.0	1.0							1.0		1.0			
142.0	1.0	0.0	w	2.0	k	0.0	1.0	2.0	1.0							1.0					
143.0	0.0	0.0	m	1.0	t	1.0	2.0	1.0	1.0	1.0	1.0				2.0	1.0		1.0			
144.0	1.0	0.0	m	1.0	k	0.0	1.0	1.0	1.0							1.0		1.0			
145.0	1.0	0.0	m	1.0	t	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0				2.0	1.0		1.0			
146.0	0.0	0.0	w	2.0	p	2.0	1.0	2.0	1.0		1.0				3.0	1.0		1.0			
147.0	1.0	0.0	w	2.0	k	0.0	1.0	2.0	1.0							1.0		1.0			
148.0	1.0	0.0	w	2.0	t	1.0	1.0	2.0	1.0	1.0	1.0				2.0	1.0		1.0			
149.0	1.0	0.0	w	2.0	t	1.0	1.0	2.0	2.0			1.0			2.0					1.0	
150.0	1.0	0.0	w	2.0	k	0.0	1.0	2.0	1.0							1.0		1.0			
151.0	1.0	0.0	m	1.0	k	0.0	1.0	1.0	1.0							1.0		1.0			
152.0	0.0	0.0	m	1.0	p	2.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0				3.0	1.0		1.0			

VPNr	ein_aus	Erhebungsart	Typ_Geschlecht	Typ_Geschl	Bedingung	tpk	Arbeitsweise	Geschlecht	Name	Ausbildung	a_2	a_3	a_4	a_5	arbeitetwas	Vortragsthemen	v_2	v_3	v_4	v_5	v_6
153.0	1.0	0.0	m	1.0	t	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0				2.0	1.0		1.0			
154.0	0.0	0.0	w	2.0	t	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0				2.0	1.0		1.0			
155.0	0.0	0.0	m	1.0	t	1.0	2.0	1.0	1.0		1.0				3.0	1.0		1.0			
156.0	0.0	1.0	m	1.0	t	1.0	2.0	1.0	1.0	1.0		1.0			2.0	1.0		1.0			
157.0	1.0	1.0	m	1.0	t	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0				2.0	1.0		1.0			
158.0	1.0	1.0	w	2.0	t	1.0	1.0	2.0	2.0							1.0		1.0			
159.0	0.0	1.0	w	2.0	t	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0					3.0	1.0		1.0			
160.0	0.0	1.0	w	2.0	t	1.0	1.0	1.0	1.0		1.0	1.0			3.0	1.0		1.0			
161.0	1.0	1.0	w	2.0	t	1.0	1.0	2.0	1.0	1.0	1.0				2.0	1.0		1.0			
162.0	1.0	1.0	m	1.0	t	1.0	1.0	1.0	1.0							1.0		1.0			
163.0	0.0	1.0	w	2.0	t	1.0	2.0	2.0	1.0	1.0	1.0				2.0	1.0		1.0			
164.0	0.0	1.0	w	2.0	t	1.0	2.0	2.0	1.0	1.0	1.0				2.0	1.0		1.0			
165.0	1.0	1.0	w	2.0	t	1.0	1.0	2.0	1.0	1.0	1.0				2.0	1.0		1.0			
166.0	1.0	1.0	w	2.0	t	1.0	1.0	2.0	1.0	1.0	1.0				2.0	1.0		1.0			
167.0	0.0	1.0	w	2.0	t	1.0	2.0	2.0	1.0	1.0					2.0	1.0		1.0			
168.0	0.0	1.0	w	2.0	t	1.0	1.0	1.0	2.0	1.0	1.0				3.0	1.0		1.0		1.0	
169.0	0.0	1.0	w	2.0	t	1.0	2.0	2.0	1.0	1.0	1.0				2.0	1.0		1.0			
170.0	1.0	1.0	w	2.0	t	1.0	1.0	2.0	1.0							1.0		1.0			
171.0	1.0	1.0	w	2.0	t	1.0	1.0	2.0	1.0	1.0					2.0	1.0		1.0			
172.0	1.0	1.0	w	2.0	t	1.0	1.0	2.0	1.0	1.0	1.0				3.0	1.0		1.0			
173.0	1.0	1.0	w	2.0	t	1.0	1.0	2.0	1.0	1.0	1.0				2.0	1.0		1.0			
174.0	1.0	1.0	w	2.0	t	1.0	1.0	2.0	1.0		1.0	1.0			2.0	1.0		1.0			
175.0	1.0	1.0	w	2.0	t	1.0	1.0	2.0	1.0	1.0	1.0				2.0	1.0		1.0			
176.0	1.0	1.0	w	2.0	t	1.0	1.0	2.0	1.0		1.0		1.0		3.0	1.0		1.0			
177.0	1.0	1.0	w	2.0	t	1.0	1.0	2.0	1.0	1.0	1.0				2.0	1.0		1.0			
178.0	1.0	1.0	m	1.0	p	2.0	2.0	1.0	1.0							1.0		1.0			
179.0	1.0	1.0	w	2.0	p	2.0	2.0	2.0	1.0	1.0	1.0				2.0	1.0		1.0			
180.0	1.0	1.0	w	2.0	k	0.0	1.0	2.0	1.0							1.0					
181.0	1.0	1.0	m	1.0	k	0.0	2.0	1.0	1.0							1.0		1.0			
182.0	0.0	1.0	m	1.0	t	1.0	2.0	1.0	1.0	1.0	1.0				2.0	1.0		1.0			
183.0	1.0	1.0	w	2.0	p	2.0	2.0	2.0	1.0		1.0				3.0	1.0		1.0			

VPNr	ein_aus	Erhebungsart	Typ_Geschlecht	Typ_Geschl	Bedingung	tpk	Arbeitsweise	Geschlecht	Name	Ausbildung	a_2	a_3	a_4	a_5	arbeitetwas	Vortragsthemen	v_2	v_3	v_4	v_5	v_6
184.0	0.0	1.0	w	2.0	t	1.0	2.0	2.0	1.0	1.0	1.0				2.0	1.0		1.0			
185.0	1.0	1.0	w	2.0	k	0.0	1.0	2.0	1.0							1.0		1.0			
186.0	0.0	1.0	w	2.0	p	2.0	1.0	2.0	1.0		1.0				3.0	1.0		1.0			
187.0	1.0	1.0	m	1.0	t	1.0	1.0	1.0	1.0		1.0				2.0	1.0		1.0			
188.0	1.0	1.0	m	1.0	p	2.0	2.0	1.0	1.0	1.0	1.0				3.0	1.0		1.0			
189.0	0.0	1.0	m	1.0	p	2.0	1.0	1.0	1.0		1.0				3.0	1.0		1.0			
190.0	1.0	1.0	m	1.0	p	2.0	2.0	1.0	1.0		1.0				3.0	1.0		1.0			
191.0	0.0	1.0	m	1.0	p	2.0	1.0	1.0	2.0		1.0				3.0	1.0		1.0		1.0	
192.0	1.0	1.0	m	1.0	k	0.0	2.0	1.0	1.0							1.0		1.0			
193.0	1.0	1.0	m	1.0	k	0.0	1.0	1.0	1.0							1.0		1.0			
194.0	1.0	1.0	w	2.0	p	2.0	2.0	2.0	1.0		1.0				3.0	1.0		1.0			
195.0	0.0	1.0	m	1.0	p	2.0	1.0	1.0	1.0		1.0	1.0			3.0	1.0		1.0			
196.0	0.0	1.0	m	1.0	p	2.0	1.0	1.0	1.0							1.0		1.0			
197.0	1.0	1.0	m	1.0	t	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0				2.0	1.0		1.0			
198.0	1.0	1.0	m	1.0	p	2.0	2.0	1.0	1.0		1.0	1.0			3.0	1.0		1.0			
199.0	1.0	1.0	w	2.0	k	0.0	1.0	2.0	1.0							1.0		1.0			
200.0	1.0	1.0	m	1.0	p	2.0	2.0	1.0	1.0	1.0	1.0				3.0	1.0		1.0			
201.0	0.0	1.0	m	1.0	p	2.0	1.0	1.0	1.0							1.0		1.0			
202.0	0.0	1.0	w	2.0	p	2.0	1.0	2.0	1.0		1.0	1.0			3.0	1.0					
203.0	0.0	1.0	w	2.0	p	2.0	1.0	1.0	1.0		1.0				3.0	1.0		1.0			
204.0	1.0	1.0	w	2.0	p	2.0	2.0	2.0	1.0		1.0				3.0	1.0		1.0			
205.0	1.0	1.0	m	1.0	k	0.0	1.0	1.0	1.0							1.0		1.0			
206.0	0.0	1.0	w	2.0	p	2.0	1.0	2.0	2.0	1.0	1.0				2.0	1.0		1.0			
207.0	1.0	1.0	w	2.0	t	1.0	1.0	2.0	1.0	1.0	1.0				2.0	1.0		1.0			
208.0	1.0	1.0	m	1.0	k	0.0	1.0	1.0	1.0							1.0		1.0			1.0
209.0	1.0	1.0	m	1.0	k	0.0	1.0	1.0	1.0							1.0		1.0			
210.0	0.0	1.0	w	2.0	t	1.0	2.0	2.0	1.0	1.0	1.0				2.0	1.0		1.0			
211.0	1.0	1.0	w	2.0	t	1.0	1.0	2.0	1.0	1.0	1.0				2.0	1.0		1.0			
212.0	0.0	1.0	m	1.0	p	2.0	1.0	1.0	1.0				1.0		4.0	1.0		1.0			
213.0	0.0	1.0	m	1.0	t	1.0	2.0	1.0	1.0	1.0	1.0				3.0	1.0		1.0	1.0	1.0	1.0
214.0	0.0	1.0	w	2.0	t	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0				2.0	1.0		1.0			

VPNr	ein_aus	Erhebungsart	Typ_Geschlecht	Typ_Geschl	Bedingung	tpk	Arbeitsweise	Geschlecht	Name	Ausbildung	a_2	a_3	a_4	a_5	arbeitetwas	Vortragsthemen	v_2	v_3	v_4	v_5	v_6
215.0	1.0	1.0	w	2.0	k	0.0	1.0	2.0	1.0							1.0		1.0			
216.0	1.0	1.0	w	2.0	k	0.0	1.0	2.0	1.0							1.0		1.0			
217.0	1.0	1.0	w	2.0	k	0.0	1.0	2.0	1.0							1.0		1.0			
218.0	1.0	1.0	w	2.0	t	1.0	1.0	2.0	1.0	1.0	1.0				2.0	1.0		1.0			
219.0	1.0	1.0	m	1.0	t	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0				2.0	1.0		1.0			
220.0	1.0	1.0	w	2.0	k	0.0	1.0	2.0	1.0							1.0		1.0			
221.0	1.0	1.0	w	2.0	t	1.0	1.0	2.0	1.0	1.0	1.0				2.0	1.0		1.0			
222.0	1.0	1.0	m	1.0	p	2.0	2.0	1.0	1.0		1.0				3.0	1.0		1.0			
223.0	1.0	1.0	m	1.0	k	0.0	1.0	1.0	1.0							1.0		1.0			
224.0	1.0	1.0	w	2.0	t	1.0	1.0	2.0	2.0	1.0					2.0	1.0		1.0			
225.0	1.0	1.0	m	1.0	k	0.0	1.0	1.0	1.0							1.0		1.0		1.0	
226.0	1.0	1.0	m	1.0	k	0.0	1.0	1.0	1.0							1.0		1.0		1.0	
227.0	1.0	1.0	m	1.0	t	1.0	1.0	1.0	2.0	1.0	1.0				3.0	1.0		1.0	1.0		
228.0	0.0	1.0	m	1.0	t	1.0	2.0	1.0	1.0	1.0	1.0				2.0	1.0		1.0			
229.0	0.0	1.0	m	1.0	t	1.0	2.0	2.0	1.0	1.0	1.0				2.0	1.0		1.0			
230.0	0.0	1.0	w	2.0	t	1.0	2.0	2.0	1.0	1.0	1.0				2.0	1.0		1.0			
231.0	1.0	1.0	m	1.0	p	2.0	2.0	1.0	1.0		1.0				3.0	1.0		1.0			
232.0	0.0	1.0	m	1.0	k	0.0	2.0	2.0	1.0				1.0		3.0	1.0				1.0	
233.0	1.0	1.0	w	2.0	k	0.0	2.0	2.0	1.0							1.0		1.0			
234.0	1.0	1.0	w	2.0	k	0.0	1.0	2.0	1.0							1.0		1.0			
235.0	1.0	1.0	m	1.0	k	0.0	1.0	1.0	2.0							1.0		1.0			
236.0	1.0	1.0	w	2.0	t	1.0	1.0	2.0	1.0		1.0				2.0	1.0		1.0			
237.0	0.0	1.0	w	2.0	p	2.0	1.0	2.0	1.0		1.0				3.0	1.0		1.0			
238.0	1.0	1.0	w	2.0	t	1.0	1.0	2.0	1.0	1.0	1.0				2.0	1.0		1.0			
239.0	1.0	1.0	m	1.0	k	0.0	1.0	1.0	1.0							1.0		1.0			
240.0	1.0	1.0	m	1.0	k	0.0	2.0	1.0	1.0		1.0				3.0	1.0		1.0			
241.0	1.0	1.0	m	1.0	k	0.0	1.0	1.0	1.0							1.0		1.0			
242.0	1.0	1.0	w	2.0	k	0.0	1.0	2.0	1.0							1.0		1.0			
243.0	1.0	1.0	m	1.0	k	0.0	1.0	1.0	1.0							1.0		1.0	1.0		1.0
244.0	1.0	1.0	w	2.0	k	0.0	2.0	2.0	1.0							1.0		1.0			
245.0	1.0	1.0	w	2.0	k	0.0	1.0	2.0	1.0							1.0		1.0			

VPNr	ein_aus	Erhebungsart	Typ_Geschlecht	Typ_Geschl	Bedingung	tpk	Arbeitsweise	Geschlecht	Name	Ausbildung	a_2	a_3	a_4	a_5	arbeitetwas	Vortragsthemen	v_2	v_3	v_4	v_5	v_6
246.0	1.0	1.0	w	2.0	k	0.0	1.0	2.0	1.0							1.0		1.0			
247.0	1.0	1.0	m	1.0	k	0.0	1.0	1.0	1.0							1.0		1.0		1.0	1.0
248.0	1.0	1.0	w	2.0	k	0.0	2.0	2.0	1.0							1.0		1.0			
249.0	0.0	1.0	w	2.0	p	2.0	1.0	2.0	1.0		1.0				3.0	1.0		1.0			
250.0	1.0	1.0	w	2.0	k	0.0	1.0	2.0	1.0							1.0		1.0			
251.0	0.0	1.0	w	2.0	p	2.0	1.0	2.0	1.0		1.0				3.0	1.0		1.0			
252.0	1.0	1.0	m	1.0	p	2.0	2.0	1.0	1.0		1.0				3.0	1.0		1.0			
253.0	1.0	1.0	m	1.0	t	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0				2.0	1.0		1.0			
254.0	1.0	1.0	m	1.0	t	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0					2.0	1.0		1.0			
255.0	1.0	1.0	m	1.0	k	0.0	1.0	1.0	1.0							1.0		1.0			
256.0	0.0	1.0	w	2.0	p	2.0	1.0	2.0	1.0							1.0		1.0			
257.0	1.0	1.0	w	2.0	k	0.0	2.0	2.0	1.0							1.0					
258.0	1.0	1.0	w	2.0	k	0.0	2.0	2.0	1.0							1.0		1.0			
259.0	1.0	1.0	m	1.0	k	0.0	1.0	1.0	1.0							1.0		1.0			
260.0	1.0	1.0	w	2.0	k	0.0	1.0	2.0	1.0							1.0		1.0			
261.0	1.0	1.0	m	1.0	t	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0				2.0	1.0		1.0			
262.0	0.0	1.0	w	2.0	p	2.0	1.0	2.0	1.0		1.0				3.0	1.0		1.0			
263.0	1.0	1.0	w	2.0	t	1.0	1.0	2.0	1.0	1.0	1.0				2.0	1.0		1.0			
264.0	1.0	1.0	w	2.0	k	0.0	1.0	2.0	1.0							1.0		1.0			
265.0	0.0	1.0	m	1.0	t	1.0	2.0	1.0	1.0	1.0	1.0				2.0	1.0		1.0			
266.0	1.0	1.0	w	2.0	k	0.0	1.0	2.0	1.0							1.0		1.0			
267.0	1.0	1.0	w	2.0	k	0.0	1.0	2.0	1.0							1.0		1.0			
268.0	0.0	1.0	m	1.0	p	2.0	1.0	1.0	1.0		1.0	1.0			3.0	1.0		1.0			
269.0	0.0	1.0	w	2.0	p	2.0	1.0	2.0	1.0	1.0	1.0		1.0		3.0	1.0		1.0			
270.0	1.0	1.0	m	1.0	k	0.0	1.0	1.0	1.0							1.0		1.0	1.0		
271.0	0.0	1.0	m	1.0	t	1.0	2.0	1.0	1.0	1.0	1.0				2.0	1.0		1.0			
272.0	0.0	1.0	w	2.0	p	2.0	1.0	2.0	1.0	1.0	1.0				3.0	1.0		1.0			
273.0	1.0	1.0	w	2.0	p	2.0	2.0	2.0	1.0		1.0				3.0	1.0		1.0			
274.0	1.0	1.0	w	2.0	t	1.0	1.0	2.0	1.0	1.0					2.0	1.0		1.0			
275.0	0.0	1.0	m	1.0	t	1.0	2.0	1.0	1.0	1.0	1.0				2.0	1.0		1.0			
276.0	1.0	1.0	m	1.0	t	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0				2.0	1.0		1.0			

VPNr	ein_aus	Erhebungsart	Typ_Geschlecht	Typ_Geschl	Bedingung	tpk	Arbeitsweise	Geschlecht	Name	Ausbildung	a_2	a_3	a_4	a_5	arbeitetwas	Vortragsthemen	v_2	v_3	v_4	v_5	v_6
277.0	1.0	1.0	w	2.0	k	0.0	1.0	2.0	1.0							1.0		1.0			
278.0	0.0	1.0	m	1.0	t	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0				2.0	1.0		1.0		1.0	1.0
279.0	1.0	1.0	m	1.0	p	2.0	2.0	1.0	1.0	1.0	1.0				3.0	1.0		1.0			
280.0	0.0	1.0	w	2.0	p	2.0	1.0	2.0	1.0	1.0					2.0	1.0		1.0		1.0	
281.0	1.0	1.0	m	1.0	p	2.0	2.0	1.0	1.0		1.0				3.0	1.0		1.0			
282.0	1.0	1.0	m	1.0	t	1.0	1.0	1.0	1.0		1.0				2.0	1.0		1.0			
283.0	0.0	1.0	m	1.0	k	0.0	1.0	1.0	1.0							1.0		1.0			
284.0	1.0	1.0	w	2.0	k	0.0	1.0	2.0	1.0							1.0		1.0	1.0		
285.0	1.0	1.0	m	1.0	k	0.0	1.0	1.0	1.0							1.0		1.0			
286.0	1.0	1.0	w	2.0	k	0.0	2.0	2.0	1.0							1.0		1.0			
287.0	0.0	1.0	m	1.0	t	1.0	2.0	1.0	1.0	1.0	1.0				2.0	1.0		1.0			
288.0	1.0	1.0	m	1.0	p	2.0	2.0	1.0	1.0	1.0					3.0	1.0		1.0			
289.0	0.0	1.0	m	1.0	t	1.0	2.0	1.0	1.0	1.0	1.0				2.0	1.0		1.0			
290.0	1.0	1.0	m	1.0	p	2.0	2.0	1.0	1.0		1.0				3.0	1.0		1.0			
291.0	1.0	1.0	m	1.0	p	2.0	2.0	1.0	1.0		1.0				3.0	1.0		1.0			
292.0	1.0	1.0	w	2.0	k	0.0	1.0	2.0	1.0							1.0		1.0		1.0	
293.0	1.0	1.0	m	1.0	t	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0				2.0	1.0		1.0			
294.0	1.0	1.0	m	1.0	t	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0				2.0	1.0		1.0			
295.0	0.0	1.0	m	1.0	t	1.0	2.0	1.0	1.0		1.0				2.0	1.0		1.0			
296.0	1.0	1.0	m	1.0	k	0.0	2.0	1.0	1.0							1.0		1.0			
297.0	0.0	1.0	w	2.0	p	2.0	1.0	2.0	1.0		1.0				3.0	1.0		1.0			
298.0	0.0	1.0	m	1.0	p	2.0	2.0	1.0	1.0		1.0				3.0	1.0		1.0	1.0		
299.0	0.0	1.0	m	1.0	p	2.0	1.0	1.0	1.0		1.0				3.0	1.0		1.0			
300.0	0.0	1.0	w	2.0	k	0.0	2.0	2.0	1.0							1.0		1.0			
301.0	1.0	1.0	w	2.0	t	1.0	1.0	2.0	1.0	1.0	1.0				2.0			1.0			
302.0	1.0	1.0	m	1.0	k	0.0	1.0	1.0	1.0							1.0				1.0	
303.0	1.0	1.0	w	2.0	t	1.0	1.0	2.0	1.0	1.0	1.0				2.0	1.0					
304.0	0.0	1.0	w	2.0	p	2.0	1.0	2.0	1.0		1.0				3.0	1.0		1.0			
305.0	0.0	1.0	m	1.0	t	1.0	2.0	1.0	1.0	1.0					2.0	1.0					
306.0	1.0	1.0	m	1.0	t	1.0	1.0	1.0	1.0		1.0				2.0	1.0		1.0			
307.0	0.0	1.0	m	1.0	p	2.0	1.0	1.0	1.0		1.0				3.0	1.0					

VPNr	ein_aus	Erhebungsart	Typ_Geschlecht	Typ_Geschl	Bedingung	tpk	Arbeitsweise	Geschlecht	Name	Ausbildung	a_2	a_3	a_4	a_5	arbeitetwas	Vortragsthemen	v_2	v_3	v_4	v_5	v_6
308.0	1.0	1.0	m	1.0	t	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0				2.0	1.0		1.0			
309.0	1.0	1.0	w	2.0	t	1.0	1.0	2.0	1.0	1.0	1.0				2.0	1.0		1.0			
310.0	0.0	1.0	m	1.0	p	2.0	1.0	1.0	1.0			1.0			3.0	1.0		1.0			
311.0	1.0	1.0	m	1.0	k	0.0	1.0	1.0	1.0							1.0		1.0			
312.0	1.0	1.0	m	1.0	t	1.0	1.0	1.0	1.0		1.0				3.0	1.0		1.0			
313.0	1.0	1.0	m	1.0	t	1.0	1.0	1.0	1.0		1.0				2.0	1.0		1.0			
314.0	1.0	1.0	m	1.0	t	1.0	1.0	1.0	1.0		1.0				2.0	1.0		1.0			
315.0	0.0	1.0	w	2.0	t	1.0	2.0	2.0	1.0	1.0	1.0				2.0	1.0					
316.0	1.0	1.0	m	1.0	t	1.0	1.0	1.0	1.0		1.0				2.0	1.0		1.0			
317.0	1.0	1.0	w	2.0	k	0.0	1.0	2.0	1.0							1.0		1.0			
318.0	1.0	1.0	m	1.0	p	2.0	2.0	1.0	1.0		1.0				2.0	1.0		1.0			
319.0	0.0	1.0	w	2.0	p	2.0	1.0	2.0	1.0		1.0		1.0		2.0	1.0		1.0			
320.0	1.0	1.0	w	2.0	k	0.0	1.0	2.0	1.0							1.0		1.0			
321.0	1.0	1.0	w	2.0	k	0.0	1.0	2.0	1.0							1.0		1.0			1.0
322.0	1.0	1.0	w	2.0	t	1.0	1.0	2.0	1.0	1.0	1.0				2.0	1.0		1.0			
323.0	1.0	1.0	m	1.0	k	0.0	1.0	1.0	1.0							1.0		1.0			
324.0	1.0	1.0	w	2.0	k	0.0	1.0	2.0	1.0							1.0		1.0		1.0	
325.0	1.0	1.0	w	2.0	p	2.0	2.0	2.0	1.0	1.0	1.0				3.0	1.0		1.0			
326.0	1.0	1.0	m	1.0	k	0.0	1.0	1.0	1.0							1.0		1.0			
327.0	1.0	1.0	m	1.0	p	2.0	2.0	1.0	1.0		1.0				3.0	1.0		1.0			
328.0	1.0	1.0	w	2.0	t	1.0	1.0	2.0	1.0	1.0	1.0				2.0	1.0		1.0			
329.0	1.0	1.0	m	1.0	k	0.0	2.0	1.0	1.0							1.0		1.0			
330.0	1.0	0.0	m	1.0	p	2.0	2.0	1.0	1.0	1.0	1.0				3.0	1.0		1.0			
331.0	1.0	0.0	m	1.0	k	0.0	2.0	1.0	1.0							1.0		1.0			
332.0	1.0	0.0	w	2.0	t	1.0	1.0	2.0	1.0	1.0	1.0				2.0	1.0		1.0			
333.0	1.0	0.0	m	1.0	p	2.0	2.0	1.0	1.0		1.0	1.0			3.0	1.0		1.0			
334.0	0.0	0.0	w	2.0	p	2.0	1.0	2.0	1.0		1.0				3.0	1.0		1.0			
335.0	0.0	0.0	m	1.0	p	2.0	1.0	1.0	1.0		1.0				3.0	1.0		1.0			
336.0	1.0	0.0	w	2.0	k	0.0	1.0	2.0	1.0							1.0		1.0			
337.0	0.0	0.0	w	2.0	p	2.0	1.0	2.0	1.0	1.0					3.0	1.0		1.0			
338.0	1.0	0.0	m	1.0	p	2.0	2.0	1.0	1.0		1.0				3.0	1.0		1.0		1.0	1.0

VPNr	ein_aus	Erhebungsart	Typ_Geschlecht	Typ_Geschl	Bedingung	tpk	Arbeitsweise	Geschlecht	Name	Ausbildung	a_2	a_3	a_4	a_5	arbeitetwas	Vortragsthemen	v_2	v_3	v_4	v_5	v_6
339.0	0.0	0.0	w	2.0	t	1.0	2.0	2.0	1.0	1.0					2.0	1.0		1.0			
340.0	0.0	0.0	w	2.0	t	1.0	2.0	2.0	1.0	1.0	1.0				2.0	1.0		1.0			
341.0	0.0	0.0	w	2.0	p	2.0	1.0	2.0	1.0	1.0	1.0				2.0	1.0		1.0			
342.0	0.0	0.0	w	2.0	t	1.0	2.0	1.0	2.0			1.0			2.0			1.0			
343.0	0.0	0.0	w	2.0	p	2.0	1.0	2.0	1.0		1.0				3.0	1.0		1.0			
344.0	0.0	0.0	w	2.0	p	2.0	1.0	2.0	1.0		1.0				3.0	1.0		1.0			
345.0	1.0	0.0	w	2.0	p	2.0	2.0	2.0	1.0	1.0					3.0	1.0		1.0			
346.0	0.0	0.0	w	2.0	p	2.0	1.0	2.0	1.0	1.0	1.0				2.0	1.0		1.0			
347.0	1.0	0.0	w	2.0	k	0.0	1.0	2.0	1.0							1.0		1.0			
348.0	1.0	0.0	w	2.0	t	1.0	1.0	2.0	1.0	1.0	1.0				2.0	1.0		1.0			
349.0	0.0	0.0	w	2.0	p	2.0	1.0	2.0	1.0	1.0					3.0	1.0		1.0			
350.0	1.0	0.0	m	1.0	p	2.0	2.0	1.0	1.0		1.0				3.0	1.0		1.0			
351.0	0.0	0.0	w	2.0	t	1.0	2.0	2.0	1.0	1.0					2.0	1.0					
352.0	0.0	0.0	m	1.0	p	2.0	1.0	1.0	1.0		1.0				3.0	1.0		1.0			
353.0	1.0	0.0	m	1.0	k	0.0	2.0	1.0	1.0							1.0					
354.0	0.0	0.0	w	2.0	t	1.0	2.0	1.0	1.0	1.0					1.0	1.0					
355.0	1.0	0.0	w	2.0	k	0.0	1.0	2.0	1.0							1.0		1.0			
356.0	1.0	0.0	w	2.0	k	0.0	1.0	2.0	1.0							1.0		1.0			
357.0	0.0	0.0	w	2.0	p	2.0	1.0	2.0	1.0	1.0	1.0				3.0	1.0		1.0		1.0	
358.0	0.0	0.0	w	2.0	t	1.0	2.0	2.0	1.0	1.0	1.0				2.0	1.0		1.0			
359.0	1.0	0.0	w	2.0	t	1.0	1.0	2.0	1.0	1.0	1.0				2.0	1.0		1.0			
360.0	1.0	0.0	w	2.0	p	2.0	2.0	2.0	1.0		1.0				3.0	1.0		1.0			
361.0	1.0	0.0	w	2.0	k	0.0	2.0	2.0	1.0									1.0			

VPNr	Gefallen	praxis-relevant	geföhls-betont	arbeitsan-leitend	nützlich	abstrakt	vernunft-betont	infor-mativ	theo-retisch-fundiert	mit-arbeiter-orientiert	praktisch-fundiert	relevant-praktisch	unter-nehmens-zielorien-tiert	relevant-theore-tisch	fachliches Wissen
1.0	3.0	3.0	1.0	3.0	4.0	3.0	6.0	6.0	4.0	5.0	5.0	4.0	5.0	3.0	3.0
2.0	3.0	5.0	1.0	3.0	6.0	6.0	7.0	7.0	7.0	1.0	1.0	5.0	7.0	6.0	6.0
3.0	5.0	5.0	4.0	5.0	6.0	4.0	6.0	6.0	4.0	6.0	3.0	5.0	3.0	4.0	5.0
4.0	4.0	6.0	1.0	6.0	6.0	2.0	5.0	6.0	4.0	5.0	4.0	5.0	5.0	4.0	6.0
5.0	4.0	3.0	2.0	4.0	5.0	4.0	6.0	6.0	6.0	3.0	5.0	5.0	5.0	5.0	3.0
6.0	3.0	6.0	1.0	5.0	6.0	3.0	5.0	7.0	6.0	4.0	5.0	5.0	5.0	5.0	6.0
7.0	1.0	7.0	1.0	5.0	6.0	1.0	5.0	6.0	1.0	7.0	7.0	7.0	6.0	5.0	7.0
8.0	5.0	6.0	2.0	6.0	6.0	4.0	5.0	6.0	7.0	7.0	6.0	5.0	7.0	5.0	5.0
9.0	5.0	5.0	1.0	2.0	6.0	1.0	4.0	6.0	5.0	5.0	5.0	5.0	4.0	5.0	4.0
10.0	5.0	6.0	2.0	5.0	6.0	3.0	7.0	6.0	6.0	5.0	3.0	5.0	5.0	2.0	1.0
11.0	4.0	2.0	2.0	2.0	3.0	6.0	6.0	5.0	3.0	1.0	1.0	2.0	2.0	3.0	2.0
12.0	2.0	4.0	1.0	1.0	4.0	2.0	4.0	7.0	7.0	7.0	4.0	4.0	6.0	2.0	4.0
13.0	4.0	3.0	2.0	1.0	6.0	6.0	4.0	2.0	5.0	6.0	3.0	5.0	4.0	2.0	1.0
14.0	3.0	4.0	1.0	2.0	6.0	3.0	7.0	7.0	2.0	7.0	5.0	2.0	1.0	3.0	5.0
15.0	5.0	6.0	1.0	6.0	6.0	1.0	7.0	7.0	7.0	7.0	7.0	7.0	7.0	1.0	7.0
16.0	2.0	5.0	1.0	2.0	5.0	7.0	2.0	7.0	5.0	3.0	3.0	4.0	2.0	3.0	6.0
17.0	3.0	2.0	4.0	4.0	3.0	4.0	6.0	6.0	7.0	6.0	2.0	2.0	5.0	6.0	6.0
18.0	4.0	5.0	6.0	6.0	6.0	6.0	6.0	7.0	7.0	7.0	7.0	7.0	6.0	6.0	6.0
19.0	4.0	5.0	2.0	5.0	5.0	2.0	5.0	5.0	6.0	5.0	5.0	5.0	5.0	3.0	4.0
20.0	3.0	2.0	1.0	1.0	2.0	5.0	6.0	6.0	7.0	3.0	3.0	3.0	6.0	4.0	6.0
21.0	2.0	4.0	1.0	3.0	5.0	5.0	4.0	4.0	4.0	3.0	4.0	2.0	2.0	3.0	6.0
22.0	3.0	5.0	2.0	5.0	4.0	3.0	4.0	6.0	7.0	5.0	2.0	4.0	5.0	6.0	6.0
23.0	4.0	3.0	1.0	1.0	2.0	1.0	5.0	5.0	5.0	3.0	3.0	5.0	4.0	2.0	4.0
24.0	4.0	5.0	6.0	1.0	5.0	2.0	3.0	5.0	3.0	5.0	2.0	2.0	6.0	2.0	3.0
25.0	5.0	7.0	1.0	2.0	5.0	2.0	5.0	4.0	6.0	6.0	7.0	5.0	5.0	3.0	4.0
26.0	2.0	6.0	1.0	6.0	4.0	3.0	5.0	5.0	4.0	7.0	5.0	6.0	5.0	2.0	3.0
27.0	1.0	6.0	1.0	5.0	5.0	4.0	6.0	5.0	5.0	7.0	6.0	6.0	6.0	6.0	7.0
28.0	1.0	4.0	1.0	6.0	5.0	3.0	6.0	5.0	6.0	6.0	3.0	4.0	5.0	5.0	5.0
29.0	4.0	5.0	3.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	3.0	4.0	4.0

VPNr	Gefallen	praxis-relevant	gefühls-betont	arbeitsan-leitend	nützlich	abstrakt	vernunft-betont	infor-mativ	theo-retisch-fundiert	mit-arbeiter-orientiert	praktisch-fundiert	relevant-praktisch	unter-nehmens-zielorien-tiert	relevant-theore-tisch	fachliches Wissen
30.0	7.0	6.0	5.0	3.0	5.0	4.0	3.0	6.0	6.0	6.0	6.0	6.0	6.0	6.0	5.0
31.0	5.0	6.0	5.0	6.0	6.0	3.0	4.0	6.0	6.0	5.0	6.0	6.0	6.0	3.0	4.0
32.0	3.0	6.0	2.0	3.0	6.0	5.0	4.0	6.0	6.0	6.0	7.0	6.0	6.0	6.0	6.0
33.0	2.0	6.0	1.0	3.0	3.0	3.0	2.0	5.0	4.0	5.0	4.0	5.0	2.0	3.0	3.0
34.0	6.0	5.0	2.0	1.0	6.0	1.0	6.0	6.0	6.0	3.0	4.0	5.0	5.0	2.0	4.0
35.0	5.0	4.0	2.0	3.0	5.0	4.0	6.0	6.0	6.0	6.0	5.0	5.0	6.0	4.0	6.0
36.0	2.0	6.0	2.0	7.0	6.0	1.0	7.0	7.0	6.0	6.0	6.0	7.0	7.0	2.0	5.0
37.0	6.0	6.0	1.0	2.0	6.0	4.0	5.0	6.0	5.0	5.0	5.0	5.0	6.0	2.0	4.0
38.0	5.0	6.0	3.0	5.0	5.0	6.0	6.0	7.0	7.0	6.0	6.0	6.0	6.0	5.0	6.0
39.0	4.0	4.0	6.0	1.0	2.0	6.0	3.0	4.0	2.0	6.0	5.0	2.0	2.0	6.0	4.0
40.0	4.0	6.0	5.0	5.0	6.0	2.0	5.0	7.0	6.0	7.0	5.0	7.0	7.0	3.0	5.0
41.0	3.0	2.0	1.0	2.0	5.0	4.0	5.0	5.0	7.0	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	1.0
42.0	6.0	3.0	1.0	6.0	4.0	7.0	6.0	6.0	6.0	6.0	3.0	3.0	7.0	5.0	6.0
43.0	3.0	5.0	2.0	2.0	3.0	2.0	4.0	2.0	4.0	5.0	4.0	4.0	3.0	1.0	3.0
44.0	4.0	5.0	3.0	4.0	6.0	4.0	6.0	6.0	6.0	6.0	5.0	4.0	5.0	7.0	6.0
45.0	4.0	3.0	2.0	2.0	2.0	5.0	6.0	4.0	5.0	3.0	2.0	2.0	4.0	5.0	2.0
46.0	5.0	6.0	1.0	3.0	5.0	3.0	4.0	5.0	6.0	5.0	4.0	4.0	2.0	4.0	6.0
47.0	5.0	5.0	1.0	4.0	5.0	4.0	6.0	6.0	2.0	6.0	5.0	6.0	5.0	2.0	6.0
48.0	3.0	2.0	1.0	5.0	5.0	3.0	4.0	7.0	4.0	6.0	5.0	5.0	5.0	2.0	6.0
49.0	1.0	3.0	1.0	2.0	2.0	5.0	3.0	3.0	3.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0
50.0	5.0	6.0	4.0	3.0	5.0	4.0	5.0	5.0	2.0	6.0	5.0	5.0	3.0	1.0	3.0
51.0	5.0	7.0	1.0	4.0	7.0	1.0	6.0	7.0	6.0	6.0	4.0	6.0	4.0	6.0	7.0
52.0	2.0	5.0	1.0	1.0	4.0	7.0	5.0	6.0	5.0	1.0	5.0	3.0	6.0	1.0	5.0
53.0	3.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0
54.0	6.0	6.0	3.0	4.0	7.0	1.0	4.0	7.0	5.0	7.0	6.0	7.0	3.0	4.0	1.0
55.0	1.0	2.0	1.0	1.0	1.0	7.0	2.0	1.0	7.0	1.0	1.0	1.0	7.0	5.0	1.0
56.0	4.0	5.0	3.0	4.0	4.0	6.0	2.0	5.0	5.0	3.0	3.0	5.0	5.0	5.0	5.0
57.0	3.0	2.0	1.0	2.0	3.0	6.0	4.0	5.0	6.0	2.0	2.0	2.0	6.0	6.0	4.0
58.0	6.0	7.0	4.0	4.0	6.0	2.0	5.0	5.0	5.0	4.0	3.0	5.0	4.0	4.0	4.0
59.0	3.0	3.0	1.0	1.0	3.0	7.0	7.0	5.0	7.0	3.0	2.0	5.0	7.0	3.0	5.0

VPNr	Gefallen	praxis-relevant	gefühls-betont	arbeitsan-leitend	nützlich	abstrakt	vernunft-betont	infor-mativ	theo-retisch-fundiert	mit-arbeiter-orientiert	praktisch-fundiert	relevant-praktisch	unter-nehmens-zielorien-tiert	relevant-theore-tisch	fachliches Wissen
60.0	1.0	3.0	2.0	2.0	2.0	3.0	3.0	2.0	1.0	2.0	2.0	2.0	6.0	1.0	1.0
61.0	3.0	7.0	1.0	3.0	6.0	5.0	5.0	6.0	4.0	4.0	5.0	6.0	5.0	5.0	5.0
62.0	4.0	7.0	2.0	4.0	6.0	4.0	4.0	6.0	1.0	6.0	5.0	6.0	5.0	2.0	3.0
63.0	5.0	7.0	1.0	5.0	6.0	3.0	6.0	7.0	7.0	7.0	7.0	7.0	7.0	6.0	7.0
64.0	4.0	3.0	4.0	5.0	3.0	5.0	6.0	2.0	6.0	5.0	3.0	6.0	5.0	5.0	3.0
65.0	2.0	5.0	1.0	3.0	5.0	5.0	5.0	7.0	5.0	4.0	4.0	4.0	5.0	1.0	4.0
66.0	6.0	7.0	2.0	6.0	7.0	2.0	7.0	7.0	6.0	4.0	7.0	7.0	7.0	1.0	5.0
67.0	3.0	4.0	2.0	2.0	3.0	3.0	5.0	5.0	4.0	6.0	4.0	4.0	6.0	5.0	4.0
68.0	3.0	4.0	1.0	4.0	7.0	4.0	4.0	7.0	7.0	4.0	2.0	2.0	7.0	7.0	6.0
69.0	2.0	3.0	1.0	6.0	7.0	4.0	6.0	6.0	6.0	4.0	4.0	4.0	4.0	6.0	6.0
70.0	4.0	6.0	1.0	2.0	5.0	5.0	3.0	2.0	4.0	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0
71.0	6.0	6.0	3.0	6.0	5.0	3.0	6.0	6.0	5.0	6.0	6.0	6.0	6.0	6.0	3.0
72.0	5.0	5.0	2.0	6.0	5.0	1.0	7.0	6.0	5.0	5.0	5.0	6.0	3.0	2.0	4.0
73.0	6.0	6.0	2.0	4.0	7.0	1.0	5.0	7.0	4.0	6.0	4.0	6.0	5.0	6.0	6.0
74.0	3.0	2.0	1.0	5.0	5.0	2.0	4.0	6.0	5.0	6.0	2.0	5.0	7.0	5.0	4.0
75.0	5.0	6.0	2.0	5.0	6.0	2.0	4.0	6.0	3.0	5.0	6.0	6.0	4.0	3.0	4.0
76.0	1.0	1.0	2.0	2.0	2.0	5.0	2.0	3.0	3.0	2.0	4.0	3.0	2.0	3.0	4.0
77.0	4.0	5.0	2.0	4.0	5.0	2.0	4.0	6.0	6.0	6.0	4.0	5.0	3.0	4.0	5.0
78.0	3.0	5.0	1.0	3.0	4.0	4.0	5.0	4.0	3.0	5.0	6.0	6.0	6.0	2.0	4.0
79.0	3.0	7.0	3.0	6.0	5.0	1.0	7.0	7.0	3.0	6.0	7.0	7.0	5.0	2.0	5.0
80.0	3.0	5.0	2.0	5.0	5.0	2.0	6.0	4.0	4.0	5.0	6.0	6.0	6.0	5.0	5.0
81.0	4.0	4.0	1.0	5.0	4.0	5.0	7.0	7.0	6.0	5.0	4.0	4.0	4.0	5.0	6.0
82.0	3.0	4.0	1.0	5.0	5.0	6.0	6.0	4.0	6.0	4.0	3.0	5.0	6.0	2.0	4.0
83.0	3.0	5.0	1.0	3.0	5.0	6.0	7.0	5.0	6.0	6.0	4.0	4.0	6.0	2.0	4.0
84.0	4.0	5.0	1.0	6.0	6.0	4.0	6.0	6.0	4.0	5.0	4.0	6.0	5.0	5.0	6.0
85.0	5.0	5.0	3.0	3.0	5.0	5.0	3.0	6.0	2.0	6.0	6.0	6.0	2.0	6.0	4.0
86.0	4.0	4.0	1.0	2.0	4.0	4.0	5.0	5.0	4.0	5.0	5.0	6.0	6.0	6.0	5.0
87.0	4.0	6.0	1.0	4.0	4.0	2.0	6.0	5.0	5.0	5.0	6.0	5.0	3.0	4.0	4.0
88.0	1.0	1.0	2.0	1.0	1.0	7.0	5.0	1.0	7.0	4.0	3.0	1.0	2.0	5.0	3.0
89.0	4.0	5.0	3.0	5.0	5.0	4.0	6.0	5.0	5.0	6.0	5.0	5.0	6.0	5.0	5.0

VPNr	Gefallen	praxis-relevant	gefühls-betont	arbeitsan-leitend	nützlich	abstrakt	vernunft-betont	infor-mativ	theo-retisch-fundiert	mit-arbeiter-orientiert	praktisch-fundiert	relevant-praktisch	unter-nehmens-zielorien-tiert	relevant-theore-tisch	fachliches Wissen
90.0	3.0	4.0	1.0	2.0	6.0	6.0	4.0	7.0	7.0	6.0	5.0	5.0	6.0	7.0	7.0
91.0	2.0	2.0	1.0	3.0	3.0	3.0	5.0	3.0	6.0	4.0	3.0	2.0	5.0	5.0	4.0
92.0	2.0	5.0	2.0	2.0	3.0	4.0	6.0	4.0	6.0	3.0	4.0	4.0	6.0	4.0	5.0
93.0	2.0	3.0	2.0	3.0	3.0	3.0	4.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	4.0	3.0	2.0
94.0	5.0	6.0	3.0	5.0	6.0	3.0	5.0	6.0	3.0	4.0	5.0	6.0	6.0	5.0	6.0
95.0	4.0	4.0	2.0	2.0	5.0	3.0	5.0	6.0	5.0	3.0	3.0	3.0	5.0	2.0	4.0
96.0	4.0	5.0	1.0	5.0	5.0	1.0	5.0	6.0	6.0	4.0	3.0	3.0	5.0	5.0	7.0
97.0	3.0	2.0	2.0	4.0	2.0	6.0	3.0	3.0	4.0	2.0	2.0	2.0	5.0	5.0	3.0
98.0	2.0	2.0	1.0	4.0	2.0	1.0	5.0	2.0	7.0	5.0	1.0	3.0	4.0	5.0	4.0
99.0	4.0	5.0	3.0	5.0	5.0	2.0	4.0	5.0	5.0	5.0	4.0	5.0	5.0	2.0	4.0
100.0	5.0	6.0	4.0	4.0	5.0	2.0	5.0	6.0	3.0	6.0	6.0	6.0	5.0	4.0	4.0
101.0	1.0	3.0	3.0	1.0	2.0	2.0	2.0	5.0	6.0	5.0	2.0	3.0	3.0	6.0	6.0
102.0	4.0	7.0	1.0	2.0	6.0	1.0	6.0	6.0	6.0	7.0	7.0	7.0	5.0	2.0	6.0
103.0	3.0	6.0	2.0	3.0	4.0	2.0	5.0	4.0	6.0	5.0	6.0	6.0	5.0	4.0	4.0
104.0	5.0	6.0	6.0	6.0	6.0	2.0	6.0	7.0	7.0	6.0	6.0	6.0	5.0	2.0	3.0
105.0	5.0	5.0	4.0	3.0	5.0	2.0	5.0	5.0	5.0	6.0	6.0	6.0	4.0	4.0	5.0
106.0	5.0	6.0	3.0	3.0	6.0	2.0	3.0	6.0	5.0	5.0	6.0	5.0	5.0	2.0	6.0
107.0	3.0	6.0	1.0	5.0	5.0	4.0	6.0	6.0	6.0	6.0	6.0	6.0	3.0	3.0	5.0
108.0	5.0	5.0	2.0	6.0	5.0	1.0	5.0	6.0	6.0	6.0	5.0	5.0	4.0	2.0	5.0
109.0	3.0	4.0	1.0	3.0	5.0	2.0	1.0	6.0	4.0	7.0	5.0	4.0	4.0	1.0	3.0
110.0	6.0	7.0	3.0	5.0	6.0	2.0	4.0	7.0	4.0	6.0	6.0	6.0	6.0	3.0	6.0
111.0	4.0	5.0	4.0	5.0	5.0	3.0	6.0	3.0	5.0	5.0	3.0	4.0	3.0	4.0	2.0
112.0	5.0	5.0	1.0	5.0	6.0	1.0	4.0	5.0	6.0	6.0	6.0	6.0	6.0	3.0	2.0
113.0	5.0	5.0	2.0	4.0	7.0	3.0	5.0	6.0	4.0	4.0	6.0	7.0	6.0	4.0	7.0
114.0	4.0	5.0	3.0	5.0	6.0	4.0	5.0	7.0	6.0	6.0	3.0	5.0	5.0	5.0	6.0
115.0	1.0	5.0	2.0	1.0	3.0	7.0	6.0	5.0	6.0	1.0	5.0	3.0	5.0	1.0	5.0
116.0	4.0	4.0	2.0	6.0	5.0	5.0	4.0	4.0	4.0	5.0	2.0	3.0	7.0	2.0	2.0
117.0	4.0	7.0	4.0	5.0	5.0	3.0	5.0	5.0	5.0	6.0	6.0	6.0	6.0	4.0	5.0
118.0	3.0	6.0	3.0	4.0	5.0	2.0	5.0	5.0	5.0	3.0	3.0	4.0	4.0	5.0	4.0
119.0	2.0	3.0	1.0	1.0	6.0	7.0	4.0	5.0	4.0	7.0	2.0	4.0	4.0	1.0	6.0

VPNr	Gefallen	praxis-relevant	geföhls-betont	arbeitsan-leitend	nützlich	abstrakt	vernunft-betont	infor-mativ	theo-retisch-fundiert	mit-arbeiter-orientiert	praktisch-fundiert	relevant-praktisch	unter-nehmens-zielorien-tiert	relevant-theore-tisch	fachliches Wissen
120.0	6.0	7.0	2.0	4.0	6.0	4.0	4.0	7.0	6.0	7.0	6.0	6.0	3.0	1.0	3.0
121.0	3.0	5.0	1.0	4.0	4.0	6.0	6.0	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0
122.0	6.0	7.0	2.0	4.0	7.0	1.0	3.0	7.0	3.0	4.0	6.0	7.0	4.0	6.0	6.0
123.0	2.0	3.0	2.0	5.0	5.0	3.0	5.0	6.0	6.0	3.0	5.0	5.0	2.0	4.0	6.0
124.0	2.0	7.0	4.0	3.0	7.0	1.0	4.0	7.0	5.0	7.0	7.0	7.0	7.0	6.0	4.0
125.0	3.0	5.0	2.0	5.0	5.0	5.0	6.0	6.0	5.0	2.0	5.0	5.0	7.0	4.0	5.0
126.0	2.0	6.0	1.0	2.0	6.0	4.0	5.0	5.0	3.0	2.0	6.0	7.0	7.0	4.0	6.0
127.0	3.0	4.0	2.0	3.0	3.0	3.0	6.0	6.0	6.0	4.0	2.0	4.0	4.0	4.0	6.0
128.0	2.0	5.0	5.0	2.0	3.0	4.0	7.0	6.0	2.0	7.0	3.0	2.0	7.0	2.0	7.0
129.0	2.0	4.0	1.0	3.0	2.0	2.0	6.0	6.0	6.0	1.0	6.0	1.0	7.0	7.0	5.0
130.0	5.0	4.0	2.0	5.0	7.0	6.0	7.0	6.0	7.0	5.0	4.0	5.0	6.0	5.0	5.0
131.0	5.0	2.0	2.0	3.0	5.0	5.0	6.0	6.0	7.0	4.0	2.0	2.0	6.0	7.0	5.0
132.0	2.0	6.0	2.0	2.0	3.0	5.0	4.0	5.0	6.0	4.0	3.0	2.0	3.0	5.0	5.0
133.0	3.0	3.0	1.0	1.0	5.0	5.0	4.0	5.0	6.0	5.0	4.0	4.0	3.0	5.0	4.0
134.0	3.0	7.0	1.0	4.0	5.0	3.0	6.0	7.0	6.0	4.0	4.0	5.0	4.0	4.0	5.0
135.0	2.0	2.0	1.0	3.0	5.0	4.0	4.0	5.0	2.0	3.0	6.0	5.0	5.0	1.0	1.0
136.0	4.0	5.0	3.0	2.0	4.0	6.0	6.0	6.0	6.0	3.0	5.0	4.0	6.0	3.0	3.0
137.0	1.0	7.0	4.0	6.0	5.0	1.0	7.0	3.0	6.0	6.0	6.0	4.0	6.0	7.0	7.0
138.0	5.0	6.0	2.0	5.0	6.0	4.0	7.0	7.0	6.0	6.0	6.0	7.0	7.0	5.0	5.0
139.0	1.0	2.0	1.0	6.0	5.0	1.0	7.0	7.0	5.0	7.0	7.0	7.0	7.0	6.0	6.0
140.0	4.0	6.0	2.0	2.0	5.0	3.0	5.0	6.0	6.0	6.0	6.0	5.0	5.0	3.0	2.0
141.0	5.0	4.0	2.0	4.0	5.0	5.0	4.0	5.0	4.0	5.0	5.0	3.0	4.0	5.0	5.0
142.0	3.0	4.0	1.0	6.0	5.0	4.0	5.0	6.0	4.0	4.0	4.0	5.0	7.0	4.0	6.0
143.0	4.0	5.0	1.0	4.0	4.0	5.0	5.0	4.0	6.0	4.0	4.0	5.0	5.0	4.0	3.0
144.0	4.0	4.0	2.0	2.0	2.0	6.0	5.0	5.0	5.0	3.0	2.0	2.0	6.0	6.0	4.0
145.0	6.0	7.0	5.0	6.0	6.0	2.0	5.0	6.0	7.0	7.0	7.0	7.0	5.0	2.0	7.0
146.0	5.0	3.0	1.0	4.0	5.0	1.0	6.0	7.0	7.0	7.0	6.0	7.0	6.0	2.0	6.0
147.0	4.0	2.0	3.0	3.0	3.0	3.0	4.0	6.0	7.0	5.0	4.0	4.0	6.0	6.0	6.0
148.0	4.0	6.0	2.0	5.0	5.0	4.0	6.0	6.0	6.0	5.0	5.0	5.0	6.0	6.0	7.0
149.0	2.0	3.0	4.0	4.0	3.0	4.0	3.0	4.0	5.0	3.0	3.0	4.0	3.0	2.0	2.0

VPNr	Gefallen	praxis-relevant	gefühls-betont	arbeitsan-leitend	nützlich	abstrakt	vernunft-betont	infor-mativ	theo-retisch-fundiert	mit-arbeiter-orientiert	praktisch-fundiert	relevant-praktisch	unter-nehmens-zielorien-tiert	relevant-theore-tisch	fachliches Wissen
150.0	4.0	4.0	1.0	2.0	4.0	2.0	3.0	2.0	6.0	6.0	6.0	5.0	6.0	2.0	5.0
151.0	5.0	5.0	1.0	3.0	6.0	6.0	5.0	7.0	3.0	4.0	5.0	6.0	5.0	2.0	6.0
152.0	2.0	4.0	1.0	5.0	2.0	6.0	4.0	4.0	4.0	4.0	2.0	2.0	3.0	4.0	4.0
153.0	5.0	6.0	1.0	3.0	6.0	3.0	4.0	7.0	4.0	5.0	5.0	5.0	3.0	4.0	5.0
154.0	3.0	7.0	2.0	6.0	7.0	1.0	7.0	6.0	7.0	7.0	7.0	7.0	6.0	1.0	7.0
155.0	5.0	7.0	2.0	4.0	7.0	2.0	6.0	6.0	2.0	6.0	5.0	6.0	5.0	3.0	2.0
156.0	3.0	4.0	2.0	5.0	5.0	2.0	5.0	6.0	5.0	6.0	4.0	6.0	7.0	5.0	6.0
157.0	3.0	6.0	1.0	4.0	6.0	1.0	6.0	7.0	4.0	6.0	4.0	5.0	6.0	3.0	4.0
158.0	3.0	4.0	3.0	4.0	3.0	1.0	2.0	4.0	4.0	2.0	4.0	4.0	6.0	4.0	5.0
159.0	3.0	6.0	2.0	7.0	5.0	3.0	6.0	6.0	5.0	7.0	6.0	7.0	7.0	4.0	4.0
160.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	2.0	6.0	2.0	2.0	3.0	5.0	3.0	4.0
161.0	5.0	5.0	1.0	5.0	5.0	2.0	3.0	6.0	5.0	2.0	3.0	5.0	6.0	5.0	5.0
162.0	2.0	3.0	1.0	3.0	4.0	7.0	4.0	7.0	7.0	5.0	2.0	4.0	5.0	6.0	7.0
163.0	2.0	6.0	2.0	2.0	3.0	1.0	6.0	6.0	7.0	6.0	6.0	6.0	7.0	3.0	5.0
164.0	3.0	6.0	2.0	4.0	5.0	1.0	3.0	4.0	3.0	7.0	6.0	4.0	4.0	4.0	5.0
165.0	5.0	5.0	2.0	4.0	4.0	2.0	5.0	6.0	2.0	5.0	3.0	5.0	6.0	5.0	6.0
166.0	4.0	7.0	2.0	3.0	6.0	2.0	6.0	7.0	4.0	7.0	6.0	5.0	7.0	5.0	6.0
167.0	4.0	2.0	2.0	2.0	5.0	3.0	4.0	6.0	6.0	4.0	4.0	3.0	3.0	3.0	6.0
168.0	1.0	7.0	1.0	2.0	7.0	1.0	4.0	7.0	1.0	5.0	3.0	7.0	7.0	6.0	7.0
169.0	2.0	3.0	2.0	1.0	5.0	4.0	5.0	5.0	6.0	2.0	2.0	2.0	4.0	2.0	2.0
170.0	7.0	6.0	2.0	4.0	6.0	2.0	5.0	7.0	6.0	5.0	5.0	6.0	4.0	3.0	6.0
171.0	5.0	6.0	1.0	6.0	5.0	5.0	7.0	7.0	6.0	6.0	5.0	6.0	5.0	4.0	5.0
172.0	4.0	5.0	2.0	2.0	4.0	6.0	6.0	5.0	7.0	4.0	3.0	2.0	5.0	4.0	4.0
173.0	5.0	4.0	2.0	3.0	4.0	4.0	5.0	6.0	5.0	4.0	5.0	5.0	5.0	3.0	5.0
174.0	1.0	5.0	1.0	3.0	2.0	7.0	7.0	2.0	6.0	6.0	2.0	2.0	7.0	6.0	1.0
175.0	2.0	5.0	1.0	3.0	5.0	4.0	7.0	6.0	7.0	4.0	2.0	6.0	5.0	1.0	6.0
176.0	5.0	7.0	2.0	3.0	6.0	4.0	5.0	7.0	5.0	6.0	6.0	5.0	5.0	4.0	6.0
177.0	2.0	5.0	1.0	4.0	5.0	2.0	5.0	5.0	4.0	5.0	6.0	6.0	6.0	5.0	6.0
178.0	6.0	6.0	6.0	7.0	7.0	6.0	6.0	7.0	5.0	7.0	4.0	6.0	6.0	6.0	6.0
179.0	3.0	6.0	1.0	7.0	6.0	2.0	3.0	7.0	5.0	6.0	6.0	6.0	5.0	3.0	4.0

VPNr	Gefallen	praxis-relevant	gefühls-betont	arbeitsan-leitend	nützlich	abstrakt	vernunft-betont	infor-mativ	theo-retisch-fundiert	mit-arbeiter-orientiert	praktisch-fundiert	relevant-praktisch	unter-nehmens-zielorien-tiert	relevant-theore-tisch	fachliches Wissen
180.0	4.0	5.0	4.0	4.0	5.0	6.0	3.0	2.0	5.0	3.0	5.0	2.0	3.0	4.0	3.0
181.0	4.0	6.0	3.0	6.0	6.0	2.0	6.0	6.0	5.0	6.0	6.0	6.0	6.0	4.0	6.0
182.0	5.0	6.0	1.0	2.0	6.0	3.0	4.0	7.0	5.0	7.0	6.0	7.0	5.0	2.0	4.0
183.0	4.0	5.0	2.0	4.0	6.0	3.0	5.0	6.0	6.0	6.0	3.0	5.0	4.0	5.0	6.0
184.0	5.0	4.0	1.0	1.0	3.0	1.0	1.0	6.0	6.0	5.0	5.0	5.0	4.0	1.0	5.0
185.0	4.0	4.0	1.0	1.0	4.0	6.0	4.0	5.0	6.0	7.0	3.0	2.0	4.0	7.0	4.0
186.0	3.0	7.0	1.0	3.0	6.0	7.0	6.0	7.0	5.0	5.0	3.0	7.0	6.0	6.0	7.0
187.0	3.0	3.0	2.0	3.0	5.0	5.0	5.0	2.0	7.0	3.0	3.0	3.0	2.0	7.0	5.0
188.0	2.0	6.0	1.0	5.0	6.0	2.0	2.0	7.0	5.0	7.0	7.0	6.0	3.0	2.0	6.0
189.0	2.0	6.0	1.0	5.0	6.0	3.0	5.0	6.0	7.0	5.0	5.0	5.0	7.0	5.0	6.0
190.0	4.0	6.0	1.0	2.0	5.0	6.0	7.0	6.0	4.0	6.0	2.0	7.0	3.0	3.0	5.0
191.0	4.0	4.0	1.0	3.0	5.0	5.0	5.0	6.0	7.0	5.0	2.0	3.0	6.0	6.0	5.0
192.0	4.0	5.0	2.0	5.0	6.0	1.0	4.0	5.0	2.0	5.0	6.0	6.0	7.0	3.0	5.0
193.0	4.0	5.0	2.0	4.0	6.0	6.0	6.0	5.0	5.0	3.0	3.0	5.0	5.0	4.0	5.0
194.0	2.0	6.0	1.0	3.0	5.0	4.0	7.0	6.0	5.0	5.0	6.0	6.0	5.0	5.0	6.0
195.0	4.0	5.0	1.0	4.0	6.0	2.0	4.0	7.0	6.0	7.0	3.0	7.0	6.0	1.0	2.0
196.0	3.0	4.0	5.0	4.0	5.0	2.0	6.0	6.0	4.0	5.0	5.0	5.0	2.0	4.0	3.0
197.0	5.0	7.0	1.0	5.0	6.0	1.0	7.0	6.0	2.0	6.0	6.0	5.0	5.0	2.0	6.0
198.0	2.0	5.0	2.0	5.0	5.0	3.0	4.0	5.0	5.0	6.0	4.0	5.0	5.0	4.0	3.0
199.0	5.0	6.0	1.0	4.0	6.0	4.0	5.0	6.0	5.0	5.0	6.0	6.0	6.0	6.0	6.0
200.0	5.0	6.0	4.0	6.0	6.0	2.0	5.0	6.0	6.0	5.0	4.0	6.0	6.0	2.0	5.0
201.0	6.0	7.0	5.0	6.0	6.0	2.0	4.0	6.0	5.0	7.0	6.0	7.0	4.0	4.0	5.0
202.0	4.0	5.0	4.0	4.0	3.0	5.0	5.0	4.0	5.0	5.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0
203.0	5.0	7.0	1.0	5.0	6.0	2.0	4.0	6.0	7.0	7.0	6.0	6.0	7.0	2.0	6.0
204.0	5.0	6.0	3.0	6.0	6.0	2.0	5.0	7.0	5.0	7.0	5.0	7.0	5.0	4.0	5.0
205.0	2.0	2.0	1.0	6.0	2.0	7.0	7.0	3.0	7.0	6.0	3.0	2.0	6.0	3.0	3.0
206.0	3.0	6.0	2.0	5.0	4.0	2.0	4.0	5.0	5.0	5.0	5.0	6.0	6.0	3.0	5.0
207.0	4.0	6.0	5.0	3.0	6.0	4.0	6.0	6.0	4.0	4.0	3.0	5.0	5.0	4.0	4.0
208.0	3.0	5.0	1.0	1.0	4.0	4.0	6.0	5.0	3.0	4.0	5.0	5.0	7.0	2.0	3.0
209.0	3.0	5.0	1.0	3.0	5.0	2.0	5.0	5.0	3.0	3.0	6.0	6.0	6.0	1.0	4.0

VPNr	Gefallen	praxis-relevant	geföhls-betont	arbeitsan-leitend	nützlich	abstrakt	vernunft-betont	infor-mativ	theo-retisch-fundiert	mit-arbeiter-orientiert	praktisch-fundiert	relevant-praktisch	unter-nehmens-zielorien-tiert	relevant-theore-tisch	fachliches Wissen
210.0	1.0	5.0	1.0	1.0	1.0	6.0	4.0	1.0	4.0	2.0	4.0	5.0	7.0	4.0	2.0
211.0	5.0	7.0	2.0	6.0	6.0	2.0	4.0	6.0	5.0	7.0	6.0	7.0	4.0	3.0	5.0
212.0	4.0	6.0	2.0	6.0	4.0	4.0	5.0	5.0	6.0	5.0	4.0	6.0	7.0	5.0	5.0
213.0	4.0	6.0	1.0	4.0	5.0	4.0	5.0	4.0	5.0	6.0	4.0	5.0	5.0	5.0	4.0
214.0	7.0	7.0	1.0	7.0	7.0	4.0	7.0	7.0	5.0	7.0	7.0	7.0	7.0	1.0	7.0
215.0	3.0	2.0	1.0	3.0	3.0	4.0	6.0	5.0	6.0	5.0	4.0	4.0	5.0	4.0	5.0
216.0	6.0	6.0	4.0	3.0	5.0	4.0	6.0	7.0	7.0	4.0	5.0	5.0	5.0	3.0	7.0
217.0	3.0	6.0	2.0	3.0	6.0	3.0	5.0	6.0	6.0	6.0	6.0	6.0	6.0	1.0	2.0
218.0	4.0	2.0	1.0	1.0	1.0	5.0	3.0	3.0	6.0	1.0	1.0	2.0	1.0	5.0	1.0
219.0	5.0	6.0	6.0	7.0	7.0	4.0	6.0	7.0	7.0	7.0	6.0	7.0	6.0	6.0	7.0
220.0	5.0	5.0	1.0	4.0	5.0	1.0	6.0	7.0	5.0	5.0	4.0	7.0	4.0	1.0	4.0
221.0	5.0	7.0	5.0	3.0	6.0	2.0	5.0	7.0	6.0	4.0	6.0	6.0	6.0	5.0	6.0
222.0	6.0	7.0	3.0	5.0	6.0	3.0	3.0	7.0	6.0	5.0	6.0	7.0	7.0	2.0	6.0
223.0	4.0	5.0	4.0	3.0	4.0	2.0	6.0	5.0	7.0	6.0	2.0	5.0	6.0	5.0	7.0
224.0	4.0	6.0	2.0	4.0	5.0	2.0	4.0	6.0	5.0	6.0	4.0	6.0	7.0	5.0	6.0
225.0	6.0	7.0	4.0	5.0	7.0	4.0	6.0	7.0	6.0	7.0	6.0	4.0	7.0	3.0	5.0
226.0	5.0	5.0	2.0	4.0	5.0	4.0	3.0	6.0	5.0	3.0	3.0	5.0	5.0	2.0	5.0
227.0	1.0	6.0	1.0	6.0	5.0	6.0	6.0	5.0	6.0	5.0	5.0	5.0	5.0	1.0	5.0
228.0	5.0	7.0	2.0	5.0	6.0	4.0	6.0	7.0	7.0	6.0	7.0	5.0	7.0	4.0	6.0
229.0	6.0	6.0	5.0	3.0	7.0	2.0	2.0	6.0	4.0	6.0	5.0	7.0	2.0	3.0	5.0
230.0	5.0	6.0	5.0	6.0	6.0	5.0	5.0	6.0	3.0	6.0	6.0	6.0	4.0	2.0	4.0
231.0	4.0	6.0	1.0	4.0	5.0	2.0	6.0	6.0	7.0	7.0	5.0	5.0	6.0	6.0	6.0
232.0	5.0	7.0	3.0	5.0	7.0	3.0	5.0	7.0	6.0	6.0	6.0	7.0	6.0	6.0	6.0
233.0	6.0	5.0	3.0	3.0	7.0	1.0	3.0	7.0	3.0	7.0	6.0	6.0	5.0	1.0	1.0
234.0	5.0	3.0	2.0	6.0	7.0	2.0	4.0	6.0	7.0	6.0	5.0	4.0	5.0	4.0	7.0
235.0	5.0	6.0	3.0	7.0	6.0	4.0	7.0	7.0	6.0	5.0	5.0	6.0	4.0	2.0	2.0
236.0	3.0	5.0	1.0	5.0	6.0	4.0	4.0	6.0	5.0	5.0	4.0	5.0	3.0	4.0	3.0
237.0	7.0	7.0	1.0	2.0	7.0	2.0	6.0	7.0	4.0	6.0	6.0	7.0	7.0	5.0	6.0
238.0	3.0	7.0	4.0	3.0	5.0	2.0	6.0	7.0	5.0	4.0	4.0	6.0	6.0	3.0	4.0
239.0	5.0	5.0	1.0	3.0	5.0	2.0	2.0	6.0	6.0	5.0	2.0	6.0	4.0	2.0	4.0

VPNr	Gefallen	praxis-relevant	geföhls-betont	arbeitsan-leitend	nützlich	abstrakt	vernunft-betont	infor-mativ	theo-retisch-fundiert	mit-arbeiter-orientiert	praktisch-fundiert	relevant-praktisch	unter-nehmens-zielorien-tiert	relevant-theore-tisch	fachliches Wissen
240.0	3.0	6.0	1.0	3.0	4.0	5.0	5.0	6.0	3.0	5.0	6.0	7.0	5.0	6.0	6.0
241.0	3.0	3.0	1.0	2.0	4.0	6.0	5.0	4.0	7.0	4.0	6.0	4.0	2.0	6.0	4.0
242.0	5.0	5.0	1.0	4.0	5.0	5.0	6.0	4.0	7.0	4.0	4.0	5.0	3.0	6.0	6.0
243.0	3.0	6.0	1.0	4.0	6.0	6.0	6.0	4.0	6.0	5.0	4.0	6.0	5.0	5.0	5.0
244.0	6.0	6.0	3.0	5.0	7.0	1.0	4.0	6.0	2.0	7.0	6.0	6.0	3.0	4.0	5.0
245.0	4.0	7.0	1.0	5.0	6.0	1.0	7.0	6.0	6.0	6.0	7.0	7.0	6.0	2.0	5.0
246.0	3.0	5.0	2.0	5.0	2.0	5.0	6.0	2.0	5.0	3.0	5.0	3.0	5.0	3.0	5.0
247.0	4.0	6.0	4.0	5.0	6.0	4.0	5.0	6.0	6.0	4.0	5.0	6.0	6.0	5.0	5.0
248.0	4.0	1.0	2.0	2.0	3.0	6.0	5.0	5.0	6.0	5.0	2.0	2.0	6.0	6.0	5.0
249.0	5.0	6.0	2.0	3.0	5.0	2.0	5.0	6.0	6.0	5.0	2.0	5.0	5.0	4.0	5.0
250.0	6.0	6.0	5.0	5.0	6.0	4.0	5.0	6.0	7.0	7.0	6.0	6.0	3.0	4.0	6.0
251.0	5.0	3.0	2.0	5.0	6.0	4.0	6.0	6.0	5.0	5.0	4.0	6.0	6.0	4.0	5.0
252.0	3.0	4.0	1.0	4.0	5.0	4.0	7.0	4.0	4.0	3.0	4.0	5.0	6.0	4.0	4.0
253.0	4.0	4.0	1.0	5.0	6.0	1.0	6.0	7.0	7.0	7.0	1.0	4.0	4.0	7.0	3.0
254.0	4.0	4.0	2.0	3.0	4.0	4.0	5.0	5.0	5.0	4.0	4.0	3.0	6.0	4.0	5.0
255.0	5.0	6.0	2.0	6.0	6.0	6.0	5.0	5.0	7.0	6.0	6.0	6.0	7.0	6.0	5.0
256.0	6.0	5.0	1.0	5.0	6.0	1.0	5.0	7.0	5.0	6.0	6.0	6.0	6.0	6.0	7.0
257.0	4.0	6.0	4.0	4.0	3.0	5.0	4.0	5.0	5.0	5.0	4.0	3.0	3.0	3.0	2.0
258.0	5.0	4.0	2.0	7.0	3.0	2.0	6.0	6.0	2.0	6.0	4.0	5.0	6.0	2.0	5.0
259.0	1.0	3.0	2.0	5.0	1.0	6.0	5.0	3.0	7.0	5.0	5.0	3.0	7.0	3.0	5.0
260.0	4.0	6.0	2.0	4.0	5.0	2.0	3.0	5.0	4.0	2.0	4.0	6.0	7.0	1.0	5.0
261.0	1.0	2.0	1.0	1.0	2.0	6.0	4.0	3.0	4.0	3.0	1.0	1.0	1.0	4.0	4.0
262.0	5.0	2.0	1.0	1.0	3.0	6.0	7.0	5.0	3.0	2.0	5.0	4.0	1.0	4.0	5.0
263.0	3.0	7.0	6.0	5.0	4.0	7.0	4.0	4.0	6.0	6.0	6.0	7.0	6.0	3.0	5.0
264.0	5.0	3.0	1.0	5.0	5.0	4.0	3.0	5.0	6.0	5.0	2.0	4.0	3.0	5.0	5.0
265.0	4.0	5.0	2.0	4.0	5.0	3.0	5.0	7.0	6.0	5.0	5.0	4.0	6.0	4.0	5.0
266.0	1.0	2.0	1.0	2.0	2.0	4.0	7.0	7.0	3.0	4.0	4.0	2.0	2.0	2.0	2.0
267.0	5.0	7.0	1.0	1.0	7.0	3.0	6.0	7.0	2.0	4.0	2.0	7.0	7.0	2.0	7.0
268.0	5.0	5.0	3.0	6.0	5.0	3.0	5.0	4.0	5.0	2.0	3.0	5.0	5.0	5.0	5.0
269.0	4.0	5.0	2.0	5.0	6.0	4.0	6.0	6.0	6.0	6.0	4.0	6.0	4.0	6.0	6.0

VPNr	Gefallen	praxis-relevant	geföhls-betont	arbeitsan-leitend	nützlich	abstrakt	vernunft-betont	infor-mativ	theo-retisch-fundiert	mit-arbeiter-orientiert	praktisch-fundiert	relevant-praktisch	unter-nehmens-zielorien-tiert	relevant-theore-tisch	fachliches Wissen
270.0	2.0	5.0	1.0	6.0	6.0	7.0	4.0	6.0	7.0	4.0	1.0	4.0	6.0	6.0	7.0
271.0	4.0	6.0	5.0	5.0	6.0	3.0	5.0	6.0	5.0	6.0	7.0	6.0	6.0	4.0	5.0
272.0	3.0	2.0	1.0	1.0	3.0	6.0	4.0	3.0	5.0	4.0	2.0	2.0	3.0	6.0	6.0
273.0	4.0	5.0	2.0	3.0	5.0	2.0	6.0	5.0	5.0	5.0	6.0	6.0	6.0	3.0	5.0
274.0	6.0	6.0	1.0	3.0	6.0	4.0	6.0	7.0	6.0	6.0	6.0	2.0	5.0	6.0	7.0
275.0	4.0	5.0	3.0	5.0	6.0	6.0	6.0	6.0	6.0	5.0	5.0	6.0	4.0	2.0	5.0
276.0	3.0	7.0	7.0	7.0	7.0	2.0	6.0	7.0	7.0	7.0	7.0	7.0	7.0	7.0	6.0
277.0	2.0	7.0	1.0	1.0	7.0	1.0	7.0	7.0	1.0	4.0	7.0	7.0	1.0	1.0	4.0
278.0	4.0	6.0	2.0	7.0	6.0	4.0	5.0	7.0	4.0	6.0	5.0	6.0	7.0	4.0	7.0
279.0	4.0	6.0	3.0	5.0	5.0	4.0	5.0	5.0	4.0	5.0	5.0	5.0	6.0	5.0	5.0
280.0	5.0	6.0	2.0	5.0	7.0	2.0	5.0	7.0	6.0	5.0	6.0	6.0	4.0	4.0	5.0
281.0	1.0	6.0	1.0	5.0	6.0	1.0	6.0	7.0	3.0	6.0	6.0	5.0	7.0	1.0	6.0
282.0	3.0	2.0	6.0	3.0	3.0	5.0	1.0	2.0	1.0	1.0	3.0	2.0	2.0	1.0	2.0
283.0	4.0	5.0	4.0	3.0	5.0	2.0	5.0	6.0	6.0	6.0	4.0	5.0	5.0	3.0	6.0
284.0	4.0	5.0	1.0	3.0	2.0	7.0	7.0	7.0	5.0	5.0	4.0	5.0	4.0	4.0	6.0
285.0	2.0	6.0	1.0	2.0	5.0	6.0	7.0	6.0	6.0	3.0	5.0	6.0	1.0	5.0	6.0
286.0	5.0	7.0	1.0	6.0	6.0	1.0	6.0	7.0	4.0	7.0	6.0	7.0	6.0	1.0	2.0
287.0	6.0	6.0	6.0	6.0	7.0	5.0	6.0	7.0	5.0	7.0	7.0	7.0	7.0	6.0	6.0
288.0	5.0	6.0	1.0	1.0	7.0	5.0	7.0	6.0	7.0	6.0	6.0	4.0	2.0	6.0	7.0
289.0	4.0	3.0	1.0	3.0	5.0	3.0	6.0	6.0	7.0	5.0	2.0	3.0	3.0	6.0	7.0
290.0	4.0	4.0	2.0	5.0	6.0	2.0	6.0	7.0	7.0	4.0	6.0	6.0	7.0	5.0	7.0
291.0	4.0	6.0	2.0	5.0	6.0	3.0	6.0	5.0	6.0	6.0	6.0	5.0	4.0	3.0	5.0
292.0	4.0	6.0	1.0	2.0	6.0	3.0	7.0	6.0	5.0	4.0	3.0	5.0	2.0	2.0	6.0
293.0	3.0	2.0	1.0	6.0	6.0	4.0	6.0	7.0	7.0	7.0	5.0	6.0	7.0	7.0	7.0
294.0	5.0	6.0	2.0	6.0	6.0	4.0	4.0	6.0	5.0	6.0	6.0	6.0	6.0	3.0	3.0
295.0	3.0	6.0	1.0	5.0	5.0	3.0	5.0	6.0	6.0	6.0	6.0	6.0	6.0	2.0	6.0
296.0	5.0	7.0	1.0	4.0	6.0	2.0	5.0	7.0	7.0	6.0	6.0	7.0	6.0	5.0	7.0
297.0	5.0	7.0	1.0	5.0	7.0	4.0	5.0	7.0	5.0	4.0	5.0	6.0	4.0	3.0	5.0
298.0	2.0	5.0	5.0	4.0	4.0	3.0	5.0	6.0	6.0	7.0	5.0	5.0	7.0	3.0	5.0
299.0	5.0	5.0	1.0	6.0	7.0	1.0	6.0	7.0	4.0	7.0	5.0	7.0	6.0	1.0	7.0

VPNr	Gefallen	praxis-relevant	gefühls-betont	arbeitsan-leitend	nützlich	abstrakt	vernunft-betont	infor-mativ	theo-retisch-fundiert	mit-arbeiter-orientiert	praktisch-fundiert	relevant-praktisch	unter-nehmens-zielorien-tiert	relevant-theore-tisch	fachliches Wissen
300.0	4.0	4.0	2.0	3.0	4.0	3.0	3.0	5.0	5.0	3.0	4.0	4.0	3.0	2.0	4.0
301.0	6.0	5.0	1.0	5.0	6.0	1.0	4.0	5.0	3.0	5.0	7.0	6.0	7.0	1.0	1.0
302.0	5.0	7.0	6.0	6.0	7.0	4.0	6.0	7.0	5.0	6.0	7.0	5.0	7.0	4.0	7.0
303.0	3.0	4.0	4.0	2.0	4.0	5.0	5.0	7.0	6.0	5.0	2.0	3.0	4.0	5.0	7.0
304.0	1.0	6.0	1.0	3.0	5.0	2.0	4.0	6.0	7.0	6.0	6.0	7.0	5.0	2.0	5.0
305.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0
306.0	1.0	3.0	1.0	6.0	2.0	2.0	6.0	4.0	7.0	6.0	3.0	2.0	7.0	6.0	5.0
307.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	7.0	6.0	1.0	6.0	1.0	4.0	1.0	6.0	5.0	2.0
308.0	4.0	5.0	2.0	5.0	5.0	4.0	7.0	6.0	4.0	6.0	4.0	5.0	4.0	4.0	5.0
309.0	3.0	2.0	4.0	4.0	2.0	6.0	6.0	6.0	7.0	2.0	1.0	2.0	1.0	7.0	6.0
310.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	6.0	2.0	1.0	5.0	2.0	1.0	1.0	3.0	5.0	1.0
311.0	4.0	6.0	4.0	6.0	6.0	3.0	4.0	5.0	4.0	6.0	6.0	6.0	6.0	5.0	5.0
312.0	6.0	6.0	3.0	5.0	6.0	3.0	6.0	7.0	6.0	6.0	5.0	5.0	5.0	4.0	6.0
313.0	3.0	4.0	1.0	1.0	2.0	3.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	3.0	4.0	3.0	4.0
314.0	4.0	3.0	4.0	2.0	4.0	2.0	2.0	6.0	5.0	6.0	2.0	3.0	5.0	4.0	4.0
315.0	2.0	5.0	1.0	2.0	7.0	3.0	6.0	7.0	5.0	3.0	3.0	3.0	4.0	5.0	7.0
316.0	1.0	3.0	1.0	7.0	1.0	4.0	6.0	2.0	7.0	7.0	6.0	2.0	7.0	3.0	2.0
317.0	4.0	4.0	2.0	2.0	4.0	3.0	5.0	6.0	3.0	7.0	6.0	7.0	2.0	1.0	3.0
318.0	4.0	6.0	1.0	7.0	7.0	1.0	7.0	7.0	7.0	7.0	7.0	7.0	7.0	3.0	7.0
319.0	5.0	5.0	1.0	3.0	5.0	3.0	6.0	6.0	5.0	5.0	5.0	5.0	6.0	6.0	5.0
320.0	4.0	4.0	1.0	2.0	3.0	3.0	5.0	6.0	7.0	5.0	4.0	4.0	5.0	2.0	4.0
321.0	5.0	3.0	1.0	5.0	4.0	2.0	6.0	6.0	4.0	2.0	7.0	6.0	6.0	4.0	5.0
322.0	5.0	6.0	2.0	5.0	5.0	4.0	5.0	6.0	6.0	7.0	5.0	6.0	6.0	4.0	6.0
323.0	4.0	3.0	1.0	7.0	6.0	2.0	7.0	7.0	7.0	4.0	4.0	3.0	6.0	7.0	7.0
324.0	5.0	7.0	1.0	3.0	7.0	1.0	4.0	7.0	7.0	6.0	6.0	7.0	3.0	1.0	4.0
325.0	5.0	6.0	4.0	4.0	6.0	2.0	5.0	7.0	6.0	6.0	6.0	6.0	5.0	5.0	7.0
326.0	3.0	6.0	2.0	3.0	4.0	7.0	5.0	5.0	6.0	2.0	2.0	3.0	3.0	5.0	5.0
327.0	5.0	6.0	1.0	5.0	5.0	2.0	5.0	7.0	7.0	7.0	5.0	7.0	6.0	2.0	6.0
328.0	2.0	2.0	1.0	2.0	4.0	6.0	4.0	4.0	5.0	4.0	4.0	4.0	4.0	5.0	5.0
329.0	6.0	6.0	5.0	5.0	5.0	6.0	5.0	3.0	5.0	6.0	6.0	5.0	5.0	7.0	7.0

VPNr	Gefallen	praxis-relevant	gefühls-betont	arbeitsan-leitend	nützlich	abstrakt	vernunft-betont	infor-mativ	theo-retisch-fundiert	mit-arbeiter-orientiert	praktisch-fundiert	relevant-praktisch	unter-nehmens-zielorien-tiert	relevant-theore-tisch	fachliches Wissen
330.0	5.0	6.0	2.0	6.0	6.0	2.0	6.0	7.0	7.0	7.0	6.0	6.0	6.0	6.0	7.0
331.0	5.0	7.0	1.0	7.0	7.0	7.0	6.0	7.0	7.0	7.0	7.0	7.0	7.0	7.0	5.0
332.0	7.0	6.0	6.0	7.0	7.0	2.0	6.0	6.0	6.0	6.0	2.0	5.0	4.0	5.0	2.0
333.0	3.0	6.0	2.0	6.0	5.0	3.0	5.0	4.0	6.0	6.0	3.0	5.0	6.0	2.0	3.0
334.0	2.0	6.0	1.0	4.0	6.0	3.0	7.0	6.0	7.0	2.0	2.0	6.0	3.0	5.0	6.0
335.0	3.0	6.0	1.0	2.0	6.0	5.0	4.0	7.0	7.0	5.0	3.0	4.0	6.0	3.0	7.0
336.0	6.0	7.0	2.0	6.0	7.0	2.0	6.0	7.0	7.0	7.0	7.0	6.0	6.0	1.0	7.0
337.0	5.0	2.0	2.0	4.0	5.0	3.0	5.0	6.0	7.0	5.0	2.0	2.0	5.0	5.0	6.0
338.0	4.0	6.0	1.0	4.0	7.0	4.0	6.0	7.0	4.0	5.0	4.0	7.0	5.0	5.0	7.0
339.0	5.0	3.0	5.0	4.0	4.0	4.0	5.0	5.0	5.0	5.0	4.0	4.0	4.0	4.0	2.0
340.0	3.0	3.0	1.0	2.0	5.0	2.0	5.0	6.0	6.0	2.0	5.0	3.0	2.0	2.0	6.0
341.0	4.0	3.0	2.0	2.0	3.0	6.0	6.0	5.0	5.0	3.0	2.0	3.0	3.0	3.0	5.0
342.0	3.0	4.0	3.0	3.0	3.0	2.0	2.0	2.0	2.0	2.0	2.0	2.0	2.0	2.0	1.0
343.0	4.0	5.0	2.0	3.0	4.0	3.0	3.0	5.0	5.0	5.0	3.0	3.0	5.0	4.0	5.0
344.0	6.0	6.0	2.0	6.0	6.0	2.0	2.0	5.0	6.0	7.0	4.0	7.0	6.0	4.0	4.0
345.0	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	4.0	4.0	5.0	5.0	6.0	6.0	6.0	5.0	2.0	6.0
346.0	3.0	3.0	1.0	5.0	4.0	6.0	7.0	7.0	6.0	5.0	3.0	4.0	5.0	5.0	7.0
347.0	4.0	2.0	1.0	6.0	4.0	2.0	5.0	7.0	6.0	5.0	5.0	5.0	6.0	3.0	2.0
348.0	2.0	3.0	1.0	1.0	1.0	6.0	5.0	4.0	3.0	4.0	4.0	2.0	3.0	7.0	5.0
349.0	3.0	5.0	2.0	3.0	4.0	4.0	4.0	5.0	3.0	5.0	4.0	5.0	2.0	4.0	5.0
350.0	4.0	6.0	1.0	2.0	4.0	1.0	2.0	4.0	2.0	6.0	7.0	7.0	6.0	3.0	1.0
351.0	5.0	3.0	1.0	2.0	2.0	3.0	4.0	6.0	4.0	2.0	2.0	2.0	5.0	3.0	3.0
352.0	4.0	4.0	3.0	4.0	5.0	2.0	6.0	5.0	5.0	6.0	3.0	3.0	3.0	5.0	5.0
353.0	6.0	5.0	4.0	5.0	5.0	3.0	5.0	5.0	4.0	4.0	4.0	5.0	5.0	5.0	7.0
354.0	1.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0
355.0	4.0	5.0	2.0	5.0	5.0	4.0	5.0	5.0	2.0	5.0	5.0	6.0	2.0	3.0	3.0
356.0	3.0	6.0	2.0	4.0	6.0	1.0	5.0	6.0	7.0	6.0	6.0	6.0	7.0	6.0	7.0
357.0	4.0	6.0	5.0	4.0	3.0	5.0	7.0	6.0	6.0	6.0	2.0	5.0	2.0	4.0	5.0
358.0	4.0	3.0	2.0	5.0	5.0	4.0	1.0	4.0	7.0	6.0	1.0	2.0	5.0	7.0	6.0
359.0	5.0	6.0	1.0	4.0	6.0	3.0	6.0	6.0	3.0	6.0	6.0	7.0	4.0	3.0	6.0

VPNr	Gefallen	praxis-relevant	gefühls-betont	arbeitsan-leitend	nützlich	abstrakt	vernunft-betont	infor-mativ	theo-retisch-fundiert	mit-arbeiter-orientiert	praktisch-fundiert	relevant-praktisch	unter-nehmens-zielorien-tiert	relevant-theore-tisch	fachliches Wissen
360.0	1.0	5.0	1.0	2.0	4.0	5.0	5.0	5.0	4.0	4.0	4.0	5.0	4.0	4.0	5.0
361.0	5.0	5.0	5.0	6.0	6.0	2.0	6.0	7.0	5.0	6.0	7.0	7.0	7.0	6.0	6.0

VPNr	hypo- thetisch	V_sympa- thisch	V_kom- petent	V_selbst- sicher	V_ange- nehm	VP_Alter	VP_Ge- schlecht	VP_Bild- ung	VP_berufs- tätig	VP_beschä- ftigen	VP_vorträge hören	skala_theore- tisch	skala_prak- tisch
1.0	4.0	2.0	2.0	2.0	2.0	36.0	2.0	4.0	1.0	2.0	3.0	23.0	35.0
2.0	4.0	4.0	3.0	3.0	3.0	28.0	2.0	2.0	1.0	2.0	3.0	36.0	35.0
3.0	4.0	6.0	5.0	6.0	7.0	28.0	1.0	2.0	1.0	1.0	2.0	27.0	39.0
4.0	4.0	4.0	2.0	2.0	2.0	32.0	2.0	3.0	1.0	3.0	3.0	25.0	43.0
5.0	2.0	5.0	6.0	6.0	4.0	25.0	1.0	2.0	1.0	2.0	3.0	26.0	36.0
6.0	5.0	6.0	6.0	5.0	3.0	25.0	2.0	4.0	1.0	2.0	3.0	30.0	43.0
7.0	1.0	2.0	2.0	2.0	1.0	18.0	2.0	2.0	2.0	1.0	1.0	20.0	51.0
8.0	6.0	3.0	5.0	5.0	3.0	27.0	2.0	2.0	1.0	2.0	3.0	32.0	49.0
9.0	1.0	5.0	5.0	4.0	5.0	26.0	2.0	5.0	1.0	2.0	1.0	20.0	38.0
10.0	2.0	5.0	6.0	5.0	5.0	56.0	1.0	4.0	1.0	3.0	3.0	21.0	41.0
11.0	3.0	4.0	5.0	5.0	5.0	28.0	2.0	4.0	1.0	1.0	1.0	23.0	18.0
12.0	4.0	2.0	2.0	5.0	1.0	20.0	1.0	1.0	1.0	2.0	1.0	23.0	37.0
13.0	5.0	5.0	4.0	3.0	4.0	33.0	1.0	4.0	1.0	3.0	3.0	23.0	30.0
14.0	3.0	4.0	4.0	2.0	2.0	28.0	2.0	4.0	1.0	2.0	1.0	23.0	34.0
15.0	1.0	6.0	6.0	3.0	6.0	51.0	1.0	4.0	1.0	2.0	3.0	24.0	53.0
16.0	3.0	3.0	6.0	3.0	3.0	28.0	2.0	4.0	1.0	2.0	3.0	26.0	31.0
17.0	6.0	7.0	2.0	3.0	7.0	31.0	2.0	4.0	1.0	2.0	3.0	35.0	30.0
18.0	6.0	6.0	6.0	6.0	6.0	29.0	1.0	4.0	1.0	3.0	2.0	37.0	51.0
19.0	2.0	3.0	3.0	3.0	3.0	30.0	1.0	2.0	1.0	2.0	2.0	22.0	40.0
20.0	6.0	4.0	4.0	4.0	2.0	29.0	2.0	4.0	1.0	2.0	1.0	34.0	26.0
21.0	6.0	3.0	5.0	2.0	2.0	26.0	2.0	2.0	1.0	3.0	3.0	28.0	27.0
22.0	4.0	2.0	6.0	5.0	2.0	29.0	1.0	4.0	1.0	1.0	3.0	30.0	36.0
23.0	2.0	3.0	4.0	2.0	2.0	32.0	1.0	3.0	1.0	3.0	2.0	19.0	26.0
24.0	2.0	6.0	4.0	1.0	5.0	25.0	2.0	4.0	2.0	1.0	3.0	15.0	31.0
25.0	4.0	5.0	5.0	5.0	4.0	29.0	2.0	5.0	1.0	2.0	3.0	24.0	41.0
26.0	1.0	2.0	3.0	3.0	2.0	30.0	2.0	4.0	2.0	3.0	3.0	18.0	44.0
27.0	5.0	1.0	3.0	1.0	1.0	25.0	2.0	3.0	1.0	3.0	3.0	33.0	46.0
28.0	4.0	1.0	4.0	1.0	1.0	29.0	1.0	4.0	2.0	2.0	3.0	29.0	38.0
29.0	3.0	5.0	5.0	5.0	5.0	31.0	2.0	4.0	2.0	2.0	3.0	23.0	32.0
30.0	2.0	5.0	6.0	4.0	4.0	45.0	1.0	2.0	1.0	2.0	1.0	26.0	44.0

VPNr	hypo- thetisch	V_sympa- thisch	V_kom- petent	V_selbst- sicher	V_ange- nehm	VP_Alter	VP_Ge- schlecht	VP_Bild- ung	VP_berufs- tätig	VP_beschä- ftigen	VP_vorträge hören	skala_theore- tisch	skala_prak- tisch
31.0	3.0	5.0	6.0	5.0	6.0	43.0	2.0	4.0	1.0	3.0	3.0	23.0	47.0
32.0	5.0	3.0	5.0	2.0	2.0	27.0	2.0	2.0	1.0	2.0	3.0	32.0	46.0
33.0	2.0	3.0	2.0	3.0	3.0	26.0	2.0	4.0	1.0	1.0	1.0	17.0	33.0
34.0	2.0	7.0	6.0	6.0	6.0	30.0	2.0	2.0	1.0	3.0	3.0	21.0	35.0
35.0	4.0	5.0	5.0	5.0	5.0	29.0	2.0	2.0	1.0	2.0	3.0	30.0	40.0
36.0	6.0	2.0	2.0	1.0	2.0	24.0	2.0	4.0	1.0	3.0	1.0	27.0	52.0
37.0	2.0	6.0	6.0	6.0	6.0	45.0	2.0	1.0	1.0	2.0	3.0	22.0	41.0
38.0	5.0	4.0	5.0	5.0	5.0	37.0	1.0	2.0	1.0	1.0	3.0	35.0	47.0
39.0	5.0	7.0	5.0	4.0	7.0	37.0	2.0	4.0	1.0	2.0	1.0	26.0	26.0
40.0	1.0	6.0	5.0	5.0	6.0	29.0	2.0	4.0	1.0	3.0	3.0	22.0	50.0
41.0	5.0	6.0	5.0	4.0	5.0	26.0	1.0	2.0	1.0	2.0	2.0	27.0	34.0
42.0	6.0	7.0	7.0	7.0	6.0	40.0	2.0	4.0	1.0	1.0	3.0	36.0	38.0
43.0	3.0	6.0	3.0	3.0	6.0	24.0	1.0	4.0	2.0	2.0	3.0	17.0	28.0
44.0	3.0	4.0	5.0	4.0	4.0	26.0	1.0	2.0	2.0	2.0	3.0	32.0	41.0
45.0	6.0	4.0	4.0	3.0	3.0	27.0	2.0	2.0	1.0	2.0	2.0	29.0	22.0
46.0	3.0	4.0	2.0	3.0	4.0	26.0	2.0	5.0	1.0	3.0	1.0	26.0	34.0
47.0	1.0	3.0	5.0	6.0	2.0	25.0	2.0	4.0	1.0	3.0	2.0	21.0	42.0
48.0	5.0	6.0	6.0	6.0	6.0	25.0	2.0	4.0	1.0	2.0	1.0	24.0	40.0
49.0	4.0	1.0	2.0	2.0	1.0	26.0	2.0	4.0	1.0	2.0	3.0	23.0	26.0
50.0	2.0	5.0	5.0	5.0	5.0	26.0	2.0	4.0	2.0	2.0	3.0	17.0	38.0
51.0	1.0	2.0	6.0	6.0	2.0	22.0	2.0	2.0	2.0	2.0	1.0	27.0	45.0
52.0	5.0	1.0	1.0	1.0	3.0	27.0	2.0	4.0	1.0	1.0	3.0	28.0	31.0
53.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	27.0	1.0	2.0	1.0	3.0	3.0	24.0	32.0
54.0	6.0	5.0	6.0	4.0	4.0	21.0	2.0	2.0	1.0	2.0	3.0	21.0	47.0
55.0	5.0	3.0	1.0	1.0	1.0	46.0	2.0	5.0	1.0	2.0	3.0	27.0	15.0
56.0	4.0	4.0	5.0	4.0	4.0	60.0	2.0	2.0	2.0	2.0	3.0	27.0	34.0
57.0	4.0	4.0	4.0	3.0	2.0	29.0	2.0	4.0	1.0	3.0	3.0	30.0	24.0
58.0	4.0	7.0	6.0	5.0	7.0	25.0	2.0	4.0	1.0	2.0	3.0	24.0	38.0
59.0	3.0	5.0	4.0	4.0	3.0	24.0	2.0	2.0	2.0	3.0	1.0	32.0	29.0
60.0	4.0	2.0	2.0	2.0	1.0	21.0	1.0	2.0	2.0	1.0	3.0	13.0	21.0
61.0	2.0	3.0	5.0	6.0	3.0	25.0	1.0	2.0	1.0	1.0	3.0	26.0	42.0

VPNr	hypo- thetisch	V_sympa- thisch	V_kom- petent	V_selbst- sicher	V_ange- nehm	VP_Alter	VP_Ge- schlecht	VP_Bild- ung	VP_berufs- tätig	VP_beschä- ftigen	VP_vorträge hören	skala_theore- tisch	skala_prak- tisch
62.0	5.0	5.0	3.0	3.0	4.0	25.0	1.0	2.0	2.0	1.0	3.0	19.0	45.0
63.0	1.0	4.0	6.0	5.0	3.0	23.0	2.0	1.0	2.0	2.0	3.0	30.0	53.0
64.0	4.0	6.0	5.0	3.0	5.0	26.0	2.0	4.0	1.0	1.0	3.0	29.0	32.0
65.0	3.0	2.0	1.0	1.0	1.0	30.0	1.0	4.0	1.0	1.0	3.0	23.0	37.0
66.0	1.0	4.0	6.0	4.0	3.0	28.0	2.0	2.0	2.0	1.0	3.0	22.0	52.0
67.0	4.0	3.0	3.0	3.0	3.0	25.0	1.0	2.0	1.0	2.0	3.0	25.0	34.0
68.0	4.0	3.0	3.0	2.0	1.0	45.0	1.0	3.0	1.0	2.0	2.0	32.0	37.0
69.0	4.0	1.0	5.0	3.0	1.0	22.0	2.0	2.0	1.0	2.0	3.0	32.0	38.0
70.0	3.0	3.0	3.0	4.0	2.0	24.0	2.0	2.0	2.0	3.0	3.0	25.0	35.0
71.0	5.0	6.0	7.0	6.0	6.0	24.0	1.0	4.0	1.0	3.0	3.0	28.0	47.0
72.0	6.0	5.0	5.0	6.0	6.0	22.0	1.0	2.0	2.0	3.0	3.0	25.0	41.0
73.0	2.0	7.0	6.0	5.0	5.0	25.0	2.0	4.0	1.0	3.0	3.0	24.0	45.0
74.0	4.0	6.0	2.0	1.0	7.0	23.0	2.0	2.0	2.0	1.0	3.0	24.0	38.0
75.0	4.0	4.0	5.0	2.0	3.0	23.0	2.0	4.0	1.0	2.0	3.0	20.0	44.0
76.0	3.0	2.0	2.0	2.0	1.0	20.0	2.0	5.0	1.0	3.0	3.0	20.0	19.0
77.0	4.0	6.0	6.0	3.0	6.0	27.0	2.0	2.0	1.0	2.0	3.0	25.0	38.0
78.0	2.0	3.0	5.0	2.0	3.0	22.0	1.0	4.0	1.0	1.0	3.0	20.0	39.0
79.0	1.0	6.0	6.0	5.0	6.0	23.0	1.0	2.0	2.0	2.0	3.0	19.0	50.0
80.0	3.0	6.0	4.0	3.0	5.0	34.0	2.0	5.0	2.0	2.0	3.0	25.0	42.0
81.0	6.0	3.0	3.0	3.0	3.0	27.0	2.0	2.0	1.0	3.0	3.0	35.0	37.0
82.0	4.0	4.0	5.0	4.0	4.0	25.0	1.0	4.0	2.0	1.0	3.0	28.0	36.0
83.0	3.0	5.0	6.0	6.0	3.0	26.0	1.0	4.0	1.0	3.0	1.0	28.0	38.0
84.0	5.0	6.0	5.0	3.0	5.0	19.0	2.0	2.0	1.0	1.0	3.0	30.0	43.0
85.0	5.0	3.0	2.0	2.0	3.0	30.0	2.0	4.0	1.0	3.0	3.0	25.0	39.0
86.0	5.0	5.0	4.0	4.0	5.0	26.0	1.0	4.0	1.0	3.0	3.0	29.0	37.0
87.0	4.0	2.0	4.0	4.0	2.0	33.0	1.0	4.0	1.0	2.0	3.0	25.0	38.0
88.0	6.0	3.0	2.0	5.0	3.0	33.0	2.0	4.0	1.0	1.0	1.0	33.0	14.0
89.0	4.0	5.0	3.0	3.0	3.0	29.0	1.0	3.0	1.0	2.0	1.0	29.0	42.0
90.0	6.0	7.0	3.0	1.0	6.0	24.0	1.0	4.0	1.0	2.0	3.0	37.0	41.0
91.0	5.0	2.0	4.0	3.0	2.0	31.0	2.0	4.0	1.0	3.0	3.0	28.0	25.0
92.0	5.0	4.0	4.0	4.0	4.0	28.0	2.0	4.0	1.0	3.0	2.0	30.0	31.0

VPNr	hypo- thetisch	V_sympa- thisch	V_kom- petent	V_selbst- sicher	V_ange- nehm	VP_Alter	VP_Ge- schlecht	VP_Bild- ung	VP_berufs- tätig	VP_beschä- ftigen	VP_vorträge hören	skala_theore- tisch	skala_prak- tisch
93.0	2.0	3.0	3.0	4.0	4.0	28.0	2.0	2.0	1.0	3.0	3.0	17.0	25.0
94.0	5.0	6.0	6.0	6.0	5.0	26.0	1.0	2.0	2.0	1.0	3.0	27.0	44.0
95.0	5.0	3.0	2.0	6.0	4.0	27.0	1.0	4.0	1.0	1.0	1.0	24.0	31.0
96.0	3.0	2.0	4.0	6.0	1.0	31.0	2.0	2.0	1.0	3.0	3.0	27.0	36.0
97.0	6.0	5.0	3.0	3.0	5.0	50.0	1.0	1.0	1.0	3.0	3.0	27.0	22.0
98.0	7.0	5.0	5.0	3.0	5.0	20.0	1.0	2.0	2.0	2.0	3.0	29.0	23.0
99.0	2.0	4.0	4.0	4.0	4.0	24.0	2.0	2.0	1.0	1.0	2.0	19.0	39.0
100.0	3.0	4.0	4.0	5.0	5.0	30.0	2.0	4.0	1.0	2.0	3.0	21.0	44.0
101.0	5.0	2.0	2.0	1.0	1.0	24.0	1.0	4.0	1.0	2.0	3.0	27.0	24.0
102.0	1.0	6.0	5.0	5.0	3.0	21.0	2.0	1.0	1.0	1.0	3.0	22.0	47.0
103.0	2.0	2.0	4.0	3.0	3.0	31.0	2.0	4.0	1.0	3.0	2.0	23.0	39.0
104.0	2.0	6.0	4.0	3.0	6.0	49.0	2.0	5.0	1.0	2.0	3.0	22.0	48.0
105.0	2.0	5.0	6.0	5.0	6.0	25.0	2.0	4.0	1.0	2.0	1.0	23.0	40.0
106.0	3.0	5.0	5.0	5.0	5.0	24.0	2.0	3.0	1.0	3.0	3.0	21.0	42.0
107.0	3.0	2.0	3.0	1.0	1.0	21.0	1.0	2.0	2.0	2.0	3.0	27.0	43.0
108.0	4.0	5.0	4.0	4.0	4.0	22.0	2.0	2.0	2.0	2.0	3.0	23.0	42.0
109.0	4.0	4.0	2.0	1.0	3.0	34.0	2.0	5.0	1.0	3.0	3.0	15.0	38.0
110.0	2.0	5.0	6.0	5.0	5.0	22.0	2.0	4.0	1.0	3.0	3.0	21.0	49.0
111.0	5.0	1.0	1.0	1.0	1.0	22.0	2.0	2.0	1.0	2.0	3.0	25.0	33.0
112.0	2.0	6.0	6.0	6.0	6.0	48.0	2.0	1.0	1.0	1.0	2.0	18.0	45.0
113.0	6.0	3.0	7.0	6.0	2.0	23.0	1.0	2.0	1.0	3.0	3.0	29.0	45.0
114.0	3.0	6.0	6.0	5.0	6.0	19.0	2.0	2.0	1.0	2.0	3.0	29.0	42.0
115.0	6.0	2.0	5.0	5.0	1.0	50.0	1.0	4.0	1.0	2.0	3.0	31.0	28.0
116.0	3.0	4.0	6.0	6.0	3.0	22.0	2.0	2.0	1.0	3.0	3.0	20.0	36.0
117.0	2.0	5.0	5.0	4.0	5.0	36.0	1.0	2.0	2.0	1.0	3.0	24.0	46.0
118.0	3.0	3.0	5.0	3.0	3.0	22.0	1.0	2.0	2.0	3.0	1.0	24.0	34.0
119.0	7.0	4.0	6.0	5.0	2.0	24.0	1.0	2.0	2.0	2.0	3.0	29.0	32.0
120.0	1.0	6.0	6.0	7.0	6.0	21.0	2.0	2.0	2.0	1.0	3.0	19.0	46.0
121.0	4.0	6.0	5.0	6.0	5.0	24.0	1.0	2.0	2.0	2.0	3.0	31.0	38.0
122.0	1.0	7.0	6.0	6.0	7.0	24.0	2.0	2.0	2.0	1.0	3.0	20.0	46.0
123.0	5.0	4.0	5.0	4.0	3.0	23.0	1.0	2.0	2.0	2.0	1.0	29.0	34.0

VPNr	hypo- thetisch	V_sympa- thisch	V_kom- petent	V_selbst- sicher	V_ange- nehm	VP_Alter	VP_Ge- schlecht	VP_Bild- ung	VP_berufs- tätig	VP_beschä- ftigen	VP_vorträge hören	skala_theore- tisch	skala_prak- tisch
124.0	2.0	7.0	5.0	7.0	7.0	24.0	2.0	2.0	2.0	2.0	3.0	22.0	52.0
125.0	5.0	3.0	5.0	4.0	4.0	22.0	1.0	2.0	1.0	2.0	3.0	30.0	40.0
126.0	1.0	3.0	6.0	2.0	1.0	20.0	1.0	2.0	1.0	2.0	3.0	23.0	41.0
127.0	4.0	4.0	7.0	5.0	5.0	60.0	2.0	3.0	2.0	2.0	3.0	29.0	30.0
128.0	5.0	3.0	1.0	2.0	3.0	33.0	2.0	2.0	1.0	2.0	3.0	27.0	35.0
129.0	4.0	4.0	3.0	1.0	3.0	21.0	1.0	2.0	2.0	3.0	2.0	30.0	30.0
130.0	7.0	7.0	7.0	4.0	7.0	19.0	2.0	2.0	2.0	2.0	3.0	37.0	42.0
131.0	5.0	6.0	7.0	7.0	4.0	29.0	2.0	4.0	1.0	3.0	3.0	35.0	30.0
132.0	4.0	1.0	1.0	2.0	1.0	18.0	2.0	2.0	2.0	2.0	3.0	29.0	28.0
133.0	6.0	4.0	4.0	2.0	4.0	23.0	1.0	4.0	2.0	3.0	3.0	30.0	30.0
134.0	4.0	6.0	6.0	4.0	5.0	19.0	2.0	2.0	2.0	3.0	3.0	28.0	40.0
135.0	2.0	4.0	4.0	1.0	2.0	19.0	2.0	2.0	2.0	2.0	3.0	14.0	34.0
136.0	5.0	4.0	4.0	4.0	4.0	20.0	2.0	2.0	2.0	3.0	3.0	29.0	35.0
137.0	3.0	4.0	4.0	2.0	5.0	23.0	1.0	2.0	2.0	3.0	3.0	31.0	43.0
138.0	2.0	5.0	6.0	6.0	6.0	23.0	2.0	2.0	2.0	2.0	1.0	29.0	50.0
139.0	5.0	2.0	2.0	2.0	6.0	33.0	2.0	3.0	2.0	2.0	3.0	30.0	48.0
140.0	2.0	6.0	4.0	2.0	5.0	21.0	2.0	2.0	1.0	3.0	3.0	21.0	41.0
141.0	3.0	5.0	5.0	4.0	4.0	24.0	2.0	4.0	2.0	3.0	1.0	26.0	35.0
142.0	6.0	6.0	6.0	6.0	5.0	24.0	2.0	2.0	2.0	1.0	3.0	29.0	41.0
143.0	4.0	3.0	3.0	1.0	2.0	19.0	2.0	2.0	2.0	2.0	1.0	27.0	35.0
144.0	6.0	4.0	5.0	5.0	5.0	35.0	1.0	3.0	1.0	1.0	1.0	32.0	26.0
145.0	4.0	5.0	7.0	5.0	5.0	25.0	2.0	4.0	1.0	2.0	3.0	27.0	51.0
146.0	2.0	2.0	6.0	3.0	3.0	19.0	2.0	2.0	2.0	3.0	2.0	24.0	45.0
147.0	4.0	6.0	5.0	3.0	4.0	20.0	2.0	2.0	2.0	3.0	3.0	30.0	33.0
148.0	7.0	6.0	6.0	6.0	6.0	57.0	2.0	3.0	2.0	3.0	1.0	36.0	43.0
149.0	2.0	2.0	3.0	3.0	2.0	25.0	1.0	2.0	2.0	3.0	3.0	18.0	27.0
150.0	6.0	7.0	4.0	2.0	6.0	65.0	2.0	2.0	2.0	2.0	3.0	24.0	35.0
151.0	5.0	5.0	3.0	2.0	5.0	20.0	2.0	1.0	2.0	1.0	3.0	27.0	41.0
152.0	5.0	2.0	2.0	4.0	2.0	23.0	2.0	2.0	1.0	2.0	3.0	27.0	26.0
153.0	2.0	7.0	6.0	6.0	7.0	21.0	2.0	2.0	1.0	3.0	1.0	22.0	40.0
154.0	6.0	5.0	7.0	6.0	6.0	23.0	2.0	2.0	2.0	2.0	3.0	29.0	53.0

VPNr	hypo- thetisch	V_sympa- thisch	V_kom- petent	V_selbst- sicher	V_ange- nehm	VP_Alter	VP_Ge- schlecht	VP_Bild- ung	VP_berufs- tätig	VP_beschä- ftigen	VP_vorträge hören	skala_theore- tisch	skala_prak- tisch
155.0	3.0	6.0	6.0	6.0	5.0	23.0	2.0	2.0	1.0	2.0	3.0	18.0	46.0
156.0	5.0	4.0	5.0	5.0	2.0	20.0	2.0	1.0	2.0	3.0	1.0	28.0	43.0
157.0	4.0	4.0	5.0	4.0	5.0	21.0	2.0	2.0	2.0	3.0	3.0	22.0	44.0
158.0	6.0	3.0	2.0	1.0	2.0	27.0	2.0	5.0	1.0	3.0	3.0	22.0	31.0
159.0	4.0	2.0	4.0	5.0	4.0	20.0	2.0	2.0	2.0	3.0	3.0	26.0	51.0
160.0	6.0	1.0	1.0	1.0	1.0	28.0	2.0	2.0	1.0	2.0	3.0	21.0	17.0
161.0	2.0	6.0	6.0	6.0	6.0	29.0	2.0	4.0	1.0	3.0	1.0	22.0	37.0
162.0	3.0	3.0	6.0		0.0	23.0	2.0	2.0	2.0	2.0	3.0	34.0	33.0
163.0	2.0	3.0	5.0	3.0	5.0	28.0	2.0	2.0	1.0	2.0	1.0	24.0	42.0
164.0	2.0	4.0	5.0	4.0	5.0	19.0	2.0	2.0	2.0	3.0	1.0	18.0	40.0
165.0	2.0	6.0	6.0	6.0	6.0	27.0	1.0	4.0	2.0	1.0	3.0	22.0	38.0
166.0	3.0	6.0	6.0	3.0	5.0	23.0	2.0	2.0	2.0	3.0	3.0	26.0	48.0
167.0	2.0	4.0	4.0	4.0	6.0	31.0	2.0	2.0	2.0	3.0	3.0	24.0	29.0
168.0	3.0	6.0	4.0	3.0	2.0	21.0	2.0	2.0	2.0	3.0	2.0	22.0	45.0
169.0	3.0	5.0	5.0	5.0	6.0	30.0	2.0	2.0	2.0	3.0	3.0	22.0	24.0
170.0	3.0	7.0	7.0	7.0	7.0	21.0	2.0	2.0	2.0	3.0	3.0	25.0	43.0
171.0	5.0	3.0	6.0	4.0	3.0	23.0	1.0	2.0	2.0	2.0	3.0	32.0	46.0
172.0	5.0	2.0	4.0	2.0	4.0	19.0	2.0	2.0	2.0	3.0	3.0	32.0	30.0
173.0	3.0	3.0	4.0	3.0	3.0	21.0	2.0	2.0	2.0	3.0	1.0	25.0	36.0
174.0	5.0	5.0	2.0	2.0	6.0	31.0	1.0	4.0	1.0	3.0	3.0	32.0	29.0
175.0	4.0	5.0	5.0	2.0	3.0	27.0	2.0	2.0	2.0	1.0	3.0	29.0	36.0
176.0	4.0	6.0	5.0	3.0	4.0	27.0	2.0	2.0	1.0	3.0	3.0	28.0	45.0
177.0	3.0	5.0	6.0	6.0	6.0	22.0	2.0	2.0	2.0	2.0	3.0	25.0	42.0
178.0	3.0	6.0	6.0	7.0	6.0	22.0	2.0	2.0	2.0	2.0	3.0	32.0	50.0
179.0	1.0	3.0	2.0	1.0	2.0	24.0	2.0	2.0	1.0	2.0	3.0	18.0	49.0
180.0	5.0	5.0	6.0	6.0	6.0	22.0	2.0	4.0	2.0	2.0	2.0	26.0	29.0
181.0	3.0	4.0	6.0	7.0	5.0	24.0	2.0	2.0	2.0	2.0	1.0	26.0	48.0
182.0	1.0	5.0	5.0	2.0	3.0	24.0	1.0	2.0	2.0	2.0	1.0	19.0	46.0
183.0	5.0	5.0	5.0	5.0	6.0	21.0	2.0	2.0	2.0	2.0	1.0	30.0	39.0
184.0	3.0	4.0	4.0	2.0	2.0	23.0	2.0	2.0	1.0	2.0	3.0	17.0	33.0
185.0	5.0	3.0	5.0	3.0	4.0	27.0	1.0	2.0	1.0	2.0	3.0	32.0	30.0

VPNr	hypo- thetisch	V_sympa- thisch	V_kom- petent	V_selbst- sicher	V_ange- nehm	VP_Alter	VP_Ge- schlecht	VP_Bild- ung	VP_berufs- tätig	VP_beschä- ftigen	VP_vorträge hören	skala_theore- tisch	skala_prak- tisch
186.0	5.0	4.0	5.0	4.0	4.0	26.0	2.0	4.0	2.0	1.0	3.0	36.0	44.0
187.0	6.0	3.0	2.0	3.0	2.0	24.0	2.0	2.0	2.0	2.0	3.0	35.0	24.0
188.0	1.0	1.0	2.0	2.0	1.0	21.0	2.0	2.0	2.0	2.0	3.0	18.0	47.0
189.0	3.0	1.0	3.0	2.0	2.0	24.0	1.0	2.0	2.0	3.0	1.0	29.0	45.0
190.0	3.0	3.0	6.0	5.0	5.0	23.0	2.0	2.0	2.0	2.0	3.0	28.0	37.0
191.0	6.0	3.0	6.0	5.0	4.0	22.0	2.0	2.0	2.0	2.0	3.0	34.0	34.0
192.0	2.0	5.0	4.0	3.0	4.0	24.0	2.0	2.0	1.0	3.0	3.0	17.0	45.0
193.0	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	20.0	2.0	2.0	2.0	3.0	3.0	31.0	36.0
194.0	2.0	7.0	7.0	4.0	7.0	22.0	2.0	2.0	1.0	2.0	3.0	29.0	42.0
195.0	3.0	6.0	6.0	6.0	6.0	20.0	2.0	1.0	2.0	3.0	3.0	18.0	45.0
196.0	3.0	5.0	5.0	4.0	6.0	25.0	2.0	2.0	1.0	3.0	3.0	22.0	36.0
197.0	3.0	6.0	7.0	6.0	5.0	24.0	2.0	2.0	1.0	2.0	1.0	21.0	46.0
198.0	4.0	3.0	3.0	2.0	3.0	22.0	2.0	2.0	1.0	2.0	1.0	23.0	40.0
199.0	4.0	6.0	6.0	5.0	6.0	22.0	2.0	2.0	2.0	3.0	1.0	30.0	45.0
200.0	3.0	5.0	6.0	6.0	5.0	26.0	1.0	2.0	1.0	3.0	3.0	23.0	45.0
201.0	6.0	7.0	6.0		0.0	23.0	2.0	2.0	1.0	3.0	3.0	26.0	49.0
202.0	4.0	4.0	3.0	3.0	4.0	22.0	2.0	1.0	2.0	2.0	3.0	27.0	33.0
203.0	6.0	4.0	7.0	5.0	4.0	19.0	2.0	1.0	2.0	3.0	3.0	27.0	50.0
204.0	3.0	6.0	6.0	6.0	6.0	22.0	2.0	2.0	2.0	2.0	3.0	24.0	49.0
205.0	6.0	3.0	3.0	1.0	3.0	24.0	2.0	2.0	1.0	2.0	1.0	33.0	30.0
206.0	4.0	1.0	4.0	6.0	1.0	18.0	2.0	2.0	1.0	1.0	1.0	23.0	42.0
207.0	4.0	6.0	5.0	4.0	6.0	25.0	1.0	2.0	1.0	2.0	1.0	26.0	38.0
208.0	4.0	6.0	5.0	4.0	6.0	21.0	2.0	2.0	2.0	3.0	3.0	22.0	36.0
209.0	5.0	5.0	4.0	3.0	3.0	24.0	1.0	2.0	2.0	1.0	3.0	20.0	39.0
210.0	4.0	1.0	2.0	1.0	1.0	22.0	1.0	2.0	1.0	3.0	3.0	24.0	26.0
211.0	4.0	3.0	3.0	3.0	3.0	23.0	2.0	2.0	1.0	3.0	1.0	23.0	49.0
212.0	2.0	2.0	3.0	2.0	1.0	27.0	1.0	5.0	1.0	3.0	3.0	27.0	43.0
213.0	4.0	5.0	4.0	3.0	4.0	25.0	1.0	2.0	1.0	1.0	3.0	27.0	39.0
214.0	1.0	6.0	6.0	4.0	4.0	23.0	2.0	2.0	2.0	2.0	3.0	25.0	56.0
215.0	5.0	3.0	4.0	4.0	3.0	22.0	2.0	2.0	1.0	2.0	3.0	30.0	31.0
216.0	1.0	6.0	7.0	6.0	7.0	31.0	1.0	4.0	1.0	2.0	3.0	28.0	40.0

VPNr	hypo- thetisch	V_sympa- thisch	V_kom- petent	V_selbst- sicher	V_ange- nehm	VP_Alter	VP_Ge- schlecht	VP_Bild- ung	VP_berufs- tätig	VP_beschä- ftigen	VP_vorträge hören	skala_theore- tisch	skala_prak- tisch
217.0	2.0	2.0	4.0	3.0	2.0	21.0	1.0	2.0	1.0	3.0	3.0	19.0	45.0
218.0	7.0	6.0	4.0	2.0	6.0	33.0	1.0	4.0	1.0	2.0	3.0	27.0	12.0
219.0	5.0	5.0	7.0	5.0	6.0	23.0	2.0	2.0	1.0	2.0	3.0	35.0	53.0
220.0	3.0	6.0	7.0	6.0	6.0	23.0	2.0	4.0	2.0	1.0	3.0	20.0	41.0
221.0	6.0	7.0	7.0	7.0	7.0	23.0	2.0	2.0	2.0	3.0	3.0	30.0	45.0
222.0	2.0	4.0	4.0	4.0	3.0	25.0	1.0	2.0	2.0	2.0	1.0	22.0	50.0
223.0	5.0	5.0	7.0	5.0	4.0	21.0	1.0	2.0	2.0	2.0	2.0	32.0	36.0
224.0	5.0	6.0	5.0	2.0	4.0	23.0	2.0	2.0	2.0	2.0	3.0	27.0	44.0
225.0	5.0	6.0	5.0	5.0	5.0	22.0	2.0	2.0	2.0	3.0	3.0	29.0	50.0
226.0	5.0	4.0	5.0	5.0	5.0	21.0	2.0	1.0	1.0	3.0	1.0	24.0	36.0
227.0	2.0	2.0	4.0	4.0	3.0	22.0	2.0	2.0	2.0	2.0	3.0	26.0	42.0
228.0	4.0	6.0	7.0	5.0	5.0	22.0	2.0	2.0	1.0	2.0	3.0	31.0	50.0
229.0	2.0	6.0	6.0		0.0	23.0	2.0	2.0	1.0	2.0	3.0	18.0	42.0
230.0	2.0	6.0	6.0	6.0	6.0	21.0	2.0	2.0	2.0	2.0	3.0	21.0	46.0
231.0	3.0	2.0	2.0	2.0	1.0	21.0	1.0	2.0	2.0	1.0	3.0	30.0	44.0
232.0	4.0	7.0	7.0	7.0	7.0	22.0	2.0	2.0	2.0	2.0	3.0	30.0	51.0
233.0	1.0	7.0	7.0	6.0	7.0	26.0	2.0	2.0	1.0	3.0	3.0	10.0	46.0
234.0	6.0	6.0	6.0	6.0	7.0	20.0	2.0	2.0	2.0	3.0	3.0	30.0	42.0
235.0	5.0	4.0	6.0	6.0	4.0	19.0	2.0	2.0	2.0	2.0	3.0	26.0	46.0
236.0	4.0	2.0	7.0	5.0	2.0	22.0	1.0	2.0	2.0	3.0	3.0	24.0	39.0
237.0	2.0	7.0	7.0	7.0	7.0	31.0	2.0	5.0	2.0	1.0	3.0	25.0	49.0
238.0	2.0	5.0	6.0	6.0	6.0	20.0	2.0	2.0	1.0	2.0	2.0	22.0	42.0
239.0	2.0	2.0	3.0	3.0	2.0	20.0	1.0	2.0	2.0	3.0	3.0	18.0	36.0
240.0	6.0	3.0	3.0	2.0	2.0	24.0	2.0	2.0	1.0	3.0	3.0	31.0	42.0
241.0	5.0	2.0	5.0	4.0	2.0	24.0	2.0	2.0	2.0	2.0	3.0	33.0	29.0
242.0	7.0	5.0	4.0	6.0	5.0	21.0	1.0	2.0	2.0	3.0	3.0	37.0	34.0
243.0	6.0	6.0	6.0	7.0	7.0	35.0	2.0	5.0	1.0	2.0	3.0	34.0	40.0
244.0	2.0	6.0	6.0	5.0	7.0	21.0	2.0	2.0	1.0	1.0	3.0	18.0	46.0
245.0	2.0	7.0	7.0	6.0	7.0	29.0	2.0	2.0	2.0	2.0	2.0	23.0	50.0
246.0	2.0	3.0	3.0	6.0	4.0	25.0	2.0	4.0	1.0	2.0	1.0	26.0	30.0
247.0	6.0	4.0	5.0	5.0	3.0	25.0	1.0	4.0	2.0	1.0	3.0	31.0	44.0

VPNr	hypo- thetisch	V_sympa- thisch	V_kom- petent	V_selbst- sicher	V_ange- nehm	VP_Alter	VP_Ge- schlecht	VP_Bild- ung	VP_berufs- tätig	VP_beschä- ftigen	VP_vorträge hören	skala_theore- tisch	skala_prak- tisch
248.0	7.0	3.0	5.0	2.0	6.0	24.0	2.0	2.0	2.0	2.0	3.0	35.0	26.0
249.0	2.0	5.0	3.0	5.0	5.0	21.0	1.0	2.0	2.0	2.0	3.0	24.0	37.0
250.0	6.0	7.0	6.0	5.0	6.0	30.0	2.0	2.0	1.0	2.0	3.0	32.0	45.0
251.0	5.0	5.0	2.0	2.0	6.0	33.0	2.0	4.0	1.0	2.0	3.0	29.0	41.0
252.0	4.0	5.0	4.0	2.0	2.0	38.0	2.0	4.0	1.0	2.0	2.0	27.0	35.0
253.0	4.0	2.0	6.0	6.0	1.0	40.0	2.0	1.0	2.0	2.0	1.0	28.0	38.0
254.0	3.0	3.0	5.0	5.0	3.0	44.0	2.0	4.0	1.0	3.0	3.0	26.0	33.0
255.0	6.0	5.0	6.0	6.0	4.0	20.0	2.0	2.0	2.0	3.0	3.0	35.0	48.0
256.0	2.0	5.0	6.0		0.0	26.0	2.0	2.0	1.0	2.0	3.0	26.0	47.0
257.0	3.0	5.0	3.0	3.0	4.0	23.0	2.0	4.0	1.0	3.0	1.0	22.0	33.0
258.0	2.0	5.0	5.0	6.0	6.0	24.0	2.0	2.0	1.0	1.0	1.0	19.0	41.0
259.0	5.0	3.0	3.0	3.0	2.0	26.0	1.0	2.0	2.0	2.0	3.0	31.0	32.0
260.0	2.0	5.0	6.0	7.0	6.0	26.0	1.0	1.0	2.0	1.0	3.0	17.0	39.0
261.0	7.0	1.0	2.0	1.0	1.0	44.0	2.0	4.0	1.0	2.0	1.0	29.0	14.0
262.0	2.0	6.0	5.0	3.0	7.0	38.0	2.0	4.0	1.0	2.0	3.0	27.0	23.0
263.0	5.0	5.0	7.0	6.0	5.0	23.0	2.0	2.0	1.0	1.0	1.0	30.0	45.0
264.0	5.0	4.0	2.0	2.0	2.0	22.0	1.0	2.0	2.0	2.0	1.0	28.0	32.0
265.0	2.0	5.0	4.0	4.0	5.0	24.0	2.0	4.0	2.0	2.0	3.0	25.0	41.0
266.0	6.0	3.0	2.0	1.0	1.0	28.0	2.0	4.0	2.0	2.0	1.0	24.0	25.0
267.0	2.0	4.0	6.0	4.0	4.0	25.0	1.0	2.0	1.0	2.0	3.0	22.0	42.0
268.0	3.0	5.0	4.0	5.0	4.0	19.0	2.0	2.0	2.0	2.0	2.0	26.0	35.0
269.0	6.0	6.0	6.0	6.0	5.0	27.0	1.0	2.0	2.0	2.0	3.0	34.0	42.0
270.0	7.0	4.0	6.0	5.0	4.0	50.0	1.0	4.0	1.0	1.0	3.0	38.0	38.0
271.0	1.0	6.0	6.0	5.0	6.0	20.0	2.0	2.0	2.0	3.0	3.0	23.0	48.0
272.0	6.0	3.0	6.0	5.0	6.0	20.0	2.0	2.0	2.0	1.0	3.0	33.0	20.0
273.0	4.0	5.0	6.0	3.0	4.0	22.0	2.0	2.0	1.0	2.0	1.0	25.0	41.0
274.0	2.0	6.0	4.0	3.0	5.0	21.0	1.0	2.0	2.0	1.0	3.0	31.0	41.0
275.0	1.0	4.0	6.0	6.0	3.0	23.0	2.0	2.0	1.0	2.0	3.0	26.0	42.0
276.0	6.0	5.0	6.0	3.0	1.0	26.0	2.0	2.0	1.0	3.0	3.0	34.0	56.0
277.0	4.0	6.0	7.0	1.0	3.0	27.0	1.0	2.0	1.0	1.0	2.0	18.0	41.0
278.0	3.0	5.0	4.0	3.0	4.0	22.0	1.0	2.0	2.0	2.0	3.0	27.0	50.0

VPNr	hypo- thetisch	V_sympa- thisch	V_kom- petent	V_selbst- sicher	V_ange- nehm	VP_Alter	VP_Ge- schlecht	VP_Bild- ung	VP_berufs- tätig	VP_beschä- ftigen	VP_vorträge hören	skala_theore- tisch	skala_prak- tisch
279.0	6.0	4.0	4.0	5.0	4.0	23.0	1.0	2.0	2.0	2.0	1.0	29.0	42.0
280.0	2.0	5.0	5.0	4.0	6.0	19.0	2.0	2.0	1.0	2.0	3.0	24.0	46.0
281.0	2.0	1.0	2.0	2.0	1.0	45.0	2.0	5.0	1.0	1.0	3.0	19.0	48.0
282.0	6.0	3.0	6.0	7.0	2.0	23.0	1.0	2.0	2.0	1.0	2.0	16.0	18.0
283.0	5.0	3.0	5.0	3.0	3.0	19.0	2.0	2.0	2.0	1.0	1.0	27.0	39.0
284.0	7.0	5.0	3.0	2.0	4.0	20.0	2.0	2.0	2.0	1.0	3.0	36.0	35.0
285.0	4.0	4.0	6.0	4.0	3.0	24.0	2.0	2.0	2.0	3.0	3.0	34.0	34.0
286.0	1.0	2.0	5.0	3.0	2.0	21.0	2.0	2.0	2.0	3.0	3.0	15.0	52.0
287.0	4.0	5.0	4.0	3.0	5.0	20.0	2.0	1.0	2.0	2.0	1.0	32.0	54.0
288.0	3.0	2.0	6.0	6.0	2.0	25.0	2.0	2.0	1.0	2.0	3.0	35.0	38.0
289.0	4.0	5.0	6.0	6.0	5.0	25.0	2.0	2.0	2.0	1.0	3.0	33.0	30.0
290.0	4.0	3.0	6.0	3.0	3.0	25.0	2.0	2.0	2.0	2.0	1.0	31.0	45.0
291.0	3.0	3.0	4.0	4.0	3.0	24.0	2.0	2.0	1.0	3.0	1.0	26.0	43.0
292.0	3.0	5.0	5.0	3.0	5.0	28.0	2.0	2.0	2.0	3.0	3.0	26.0	34.0
293.0	5.0	4.0	7.0	7.0	4.0	23.0	2.0	2.0	1.0	2.0	1.0	36.0	46.0
294.0	2.0	5.0	6.0	6.0	4.0	29.0	2.0	2.0	2.0	2.0	1.0	21.0	48.0
295.0	2.0	4.0	3.0	3.0	3.0	25.0	2.0	2.0	2.0	3.0	3.0	24.0	46.0
296.0	3.0	4.0	6.0	6.0	4.0	27.0	2.0	2.0	2.0	2.0	3.0	29.0	49.0
297.0	5.0	6.0	5.0	4.0	7.0	19.0	2.0	2.0	1.0	3.0	3.0	27.0	45.0
298.0	4.0	4.0	2.0	1.0	2.0	19.0	2.0	2.0	2.0	2.0	1.0	26.0	43.0
299.0	4.0	4.0	6.0	5.0	5.0	18.0	2.0	2.0	2.0	2.0	3.0	23.0	50.0
300.0	3.0	2.0	3.0	3.0	3.0	23.0	2.0	2.0	2.0	1.0	1.0	20.0	30.0
301.0	1.0	5.0	5.0	5.0	3.0	20.0	1.0	2.0	1.0	2.0	1.0	11.0	46.0
302.0	2.0	6.0	7.0	7.0	6.0	20.0	1.0	2.0	2.0	3.0	3.0	28.0	52.0
303.0	2.0	6.0	6.0	4.0	6.0	21.0	2.0	2.0	2.0	2.0	3.0	30.0	31.0
304.0	4.0	7.0	7.0	4.0	6.0	24.0	2.0	2.0	1.0	3.0	3.0	24.0	44.0
305.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	25.0	2.0	2.0	2.0	3.0	3.0	24.0	32.0
306.0	4.0	2.0	3.0	2.0	1.0	24.0	1.0	1.0	1.0	3.0	3.0	30.0	33.0
307.0	7.0	1.0	1.0	1.0	1.0	32.0	2.0	4.0	1.0	1.0	3.0	33.0	16.0
308.0	4.0	4.0	4.0	5.0	5.0	28.0	2.0	4.0	1.0	3.0	3.0	28.0	40.0
309.0	5.0	6.0	6.0	2.0	5.0	25.0	1.0	2.0	1.0	3.0	3.0	37.0	20.0

VPNr	hypo- thetisch	V_sympa- thisch	V_kom- petent	V_selbst- sicher	V_ange- nehm	VP_Alter	VP_Ge- schlecht	VP_Bild- ung	VP_berufs- tätig	VP_beschä- ftigen	VP_vorträge hören	skala_theore- tisch	skala_prak- tisch
310.0	6.0	1.0	1.0	1.0	1.0	38.0	1.0	3.0	1.0	2.0	3.0	25.0	11.0
311.0	4.0	5.0	4.0	5.0	4.0	19.0	2.0	4.0	2.0	3.0	3.0	25.0	47.0
312.0	4.0	6.0	5.0	6.0	5.0	24.0	1.0	2.0	1.0	1.0	2.0	29.0	45.0
313.0	3.0	2.0	3.0	2.0	2.0	25.0	2.0	2.0	1.0	3.0	3.0	21.0	26.0
314.0	6.0	6.0	5.0	5.0	5.0	24.0	2.0	2.0	1.0	2.0	3.0	23.0	31.0
315.0	2.0	6.0	5.0	2.0	4.0	23.0	2.0	2.0	2.0	2.0	3.0	28.0	34.0
316.0	4.0	1.0	1.0	1.0	1.0	33.0	2.0	4.0	1.0	3.0	3.0	26.0	35.0
317.0	2.0	4.0	4.0	4.0	4.0	36.0	2.0	4.0	1.0	3.0	3.0	17.0	38.0
318.0	2.0	2.0	6.0	3.0	1.0	20.0	2.0	2.0	2.0	2.0	1.0	27.0	55.0
319.0	3.0	4.0	5.0	3.0	3.0	23.0	1.0	2.0	2.0	2.0	1.0	28.0	40.0
320.0	4.0	2.0	1.0	1.0	1.0	26.0	2.0	4.0	1.0	2.0	2.0	25.0	33.0
321.0	2.0	4.0	4.0	2.0	2.0	24.0	1.0	2.0	1.0	3.0	3.0	23.0	39.0
322.0	3.0	5.0	6.0	4.0	5.0	21.0	2.0	2.0	2.0	3.0	1.0	28.0	46.0
323.0	4.0	4.0	7.0	5.0	3.0	20.0	2.0	2.0	2.0	3.0	3.0	34.0	40.0
324.0	4.0	6.0	6.0	4.0	7.0	27.0	2.0	2.0	1.0	3.0	3.0	21.0	46.0
325.0	4.0	5.0	6.0	5.0	5.0	22.0	2.0	2.0	1.0	2.0	3.0	29.0	46.0
326.0	4.0	3.0	7.0	4.0	1.0	22.0	2.0	2.0	2.0	3.0	3.0	32.0	28.0
327.0	2.0	3.0	6.0	4.0	2.0	30.0	1.0	2.0	1.0	2.0	3.0	24.0	48.0
328.0	5.0	3.0	3.0	2.0	4.0	24.0	2.0	2.0	2.0	3.0	3.0	30.0	28.0
329.0	6.0	6.0	3.0	5.0	6.0	27.0	2.0	2.0	2.0	1.0	1.0	36.0	41.0
330.0	2.0	3.0	4.0	4.0	3.0	20.0	2.0	2.0	2.0	2.0	1.0	30.0	50.0
331.0	2.0	7.0	1.0	1.0	4.0	28.0	2.0	2.0	2.0	3.0	3.0	34.0	56.0
332.0	6.0	5.0	4.0	5.0	6.0	23.0	1.0	2.0	1.0	2.0	2.0	27.0	43.0
333.0	6.0	3.0	5.0	2.0	3.0	19.0	2.0	2.0	1.0	2.0	1.0	25.0	41.0
334.0	4.0	5.0	2.0	1.0	5.0	19.0	2.0	2.0	2.0	3.0	1.0	32.0	35.0
335.0	1.0	3.0	7.0	5.0	3.0	20.0	2.0	2.0	2.0	3.0	1.0	27.0	39.0
336.0	1.0	7.0	7.0	7.0	7.0	20.0	2.0	2.0	2.0	3.0	3.0	24.0	53.0
337.0	4.0	7.0	7.0	5.0	7.0	30.0	2.0	2.0	1.0	2.0	3.0	30.0	31.0
338.0	1.0	4.0	5.0	6.0	4.0	26.0	1.0	2.0	2.0	1.0	3.0	27.0	45.0
339.0	2.0	5.0	5.0	3.0	6.0	32.0	1.0	2.0	1.0	2.0	3.0	22.0	33.0
340.0	2.0	6.0	6.0	7.0	7.0	25.0	2.0	2.0	1.0	3.0	2.0	23.0	28.0

VPNr	hypo- thetisch	V_sympa- thisch	V_kom- petent	V_selbst- sicher	V_ange- nehm	VP_Alter	VP_Ge- schlecht	VP_Bild- ung	VP_berufs- tätig	VP_beschä- ftigen	VP_vorträge hören	skala_theore- tisch	skala_prak- tisch
341.0	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	26.0	2.0	4.0	1.0	3.0	3.0	30.0	24.0
342.0	3.0	4.0	5.0	4.0	4.0	12.0	2.0	4.0	2.0	1.0	1.0	12.0	20.0
343.0	3.0	6.0	5.0	3.0	4.0	26.0	1.0	4.0	2.0	1.0	3.0	23.0	33.0
344.0	2.0	6.0	6.0	6.0	6.0	25.0	2.0	4.0	2.0	3.0	3.0	20.0	47.0
345.0	1.0	5.0	6.0	6.0	5.0	27.0	2.0	2.0	2.0	1.0	3.0	22.0	43.0
346.0	6.0	4.0	5.0	5.0	4.0	21.0	2.0	2.0	1.0	1.0	3.0	37.0	36.0
347.0	2.0	4.0	4.0	4.0	4.0	24.0	2.0	4.0	1.0	1.0	3.0	20.0	40.0
348.0	5.0	5.0	2.0	2.0	2.0	28.0	1.0	4.0	2.0	3.0	3.0	31.0	22.0
349.0	4.0	2.0	2.0	2.0	2.0	21.0	1.0	1.0	2.0	3.0	3.0	24.0	33.0
350.0	1.0	4.0	6.0	4.0	4.0	18.0	2.0	2.0	2.0	3.0	3.0	10.0	42.0
351.0	1.0	4.0	3.0	2.0	3.0	0.0	2.0	5.0	2.0	3.0	3.0	18.0	24.0
352.0	5.0	4.0	5.0	3.0	3.0	29.0	1.0	2.0	1.0	1.0	3.0	28.0	33.0
353.0	3.0	2.0	6.0	5.0	2.0	48.0	1.0	1.0	2.0	2.0	3.0	27.0	38.0
354.0	3.0	2.0	2.0	2.0	2.0	33.0	1.0	4.0	1.0	3.0	1.0	18.0	24.0
355.0	5.0	4.0	3.0	3.0	4.0	26.0	1.0	4.0	1.0	3.0	3.0	22.0	38.0
356.0	1.0	4.0	4.0	5.0	3.0	21.0	2.0	2.0	1.0	2.0	1.0	27.0	47.0
357.0	5.0	5.0	3.0	4.0	5.0	22.0	2.0	2.0	1.0	2.0	1.0	32.0	34.0
358.0	5.0	3.0	3.0	3.0	6.0	18.0	1.0	2.0	2.0	3.0	3.0	30.0	31.0
359.0	2.0	3.0	6.0	4.0	4.0	20.0	2.0	2.0	1.0	2.0	3.0	23.0	45.0
360.0	4.0	2.0	2.0	2.0	2.0	27.0	1.0	4.0	2.0	3.0	3.0	27.0	33.0
361.0	6.0	2.0	6.0	5.0	2.0	28.0	1.0	4.0	1.0	3.0	3.0	31.0	51.0

Erklärung

Ich versichere, dass ich die Diplomarbeit ohne fremde Hilfe und ohne Benutzung anderer als der angegebenen Quellen angefertigt habe, und dass die Arbeit in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegen hat. Alle Ausführungen der Arbeit, die wörtlich oder sinngemäß übernommen wurden, sind als solche gekennzeichnet.

Wien, am 6. 4. 2010

(Name der Verfasserin)

LEBENS LAUF

Martina List

Persönliche Daten

Geburtsdatum: 24.08.1982
Geburtsort: Eisenstadt
Familienstand: ledig
Staatsbürgerschaft: Österreich

Ausbildung

1988-1992	Volksschule Au und Hof
1992-1996	Hauptschule Mannersdorf
1996-2001	Handelsakademie Eisenstadt mit Matura
Seit 2001	Studium der Psychologie an der Universität Wien Schwerpunkt erster Abschnitt: Kriminologie Schwerpunkt zweiter Abschnitt: Wirtschaftspsychologie und Sozialpsychologie
2007-2009	Ausbildung im Aura-Reading
2008-2009	Ausbildung in der Klangmassage nach Peter Hess
Seit 2009	Ausbildung in schamanischen Heiltechniken und Reinkarnationsarbeit

Praktische Tätigkeiten

	Laufende Mitarbeit im Familienbetrieb auf geringfügiger Basis
2003	Fernwärme Wien - Rechtsabteilung
2006	Psychologisches Praktikum in der Lehr- und Forschungspraxis der Universität Wien
2008	Sagem Communications – Produktentwicklung und -testung

Besondere Fertigkeiten und Hobbies

- Gute Computerkenntnisse (Office, SPSS, PowerPoint, Internet etc.)
- Teamfähigkeit
- Obmannstellvertreter und Vereinsgründer des Milchhausvereins Au am Leithaberge
- Organisation und Durchführung einer ein-monatigen Europareise im Sommer 2008