

Motivdispositionen umfassend messen: Psychometrische Befunde zu den 16 Motivskalen des LUXXprofile

Prof. Dr. Christoph Kemper
HSD Hochschule, Köln

*Vortrag auf dem 51. Kongress der Deutschen
Gesellschaft für Psychologie (DGPs), Frankfurt*

Motives refer to the „why“ of behavior

Motives refer to people's wishes and desires—states of affairs that they would like to bring about (consciously or unconsciously) or, in the case of avoidance motives, states of affairs they would like to prevent

Disposition to be concerned with and to strive for a certain class of incentives or goals

MCClelland (1985, p. 4), Winter (1973, 1996), Emmons (1989, p. 32)

Motive

- **Motive beeinflussen** (vgl. Puca & Langens, 2008) ...
 - **Wahrnehmung:** Welche Umweltaspekte bevorzugt wahrgenommen werden
 - **Bewertung:** Welche „Reize“ überhaupt zu „Anreizen“ werden
 - **Affekt/Emotion:** Worauf emotional reagiert wird
 - **Verhaltensziele:** Welche Zielzustände angestrebt oder vermieden werden
 - **Verhalten:** Mit welcher Intensität und Dauer Verhalten aktiviert wird

- **Motive unterscheiden sich durch ...**
 - **Genese** (biogen vs. soziogen)
 - **Ausprägungsgrad** (Intensität, Stärke)
 - **Inhaltsklasse**

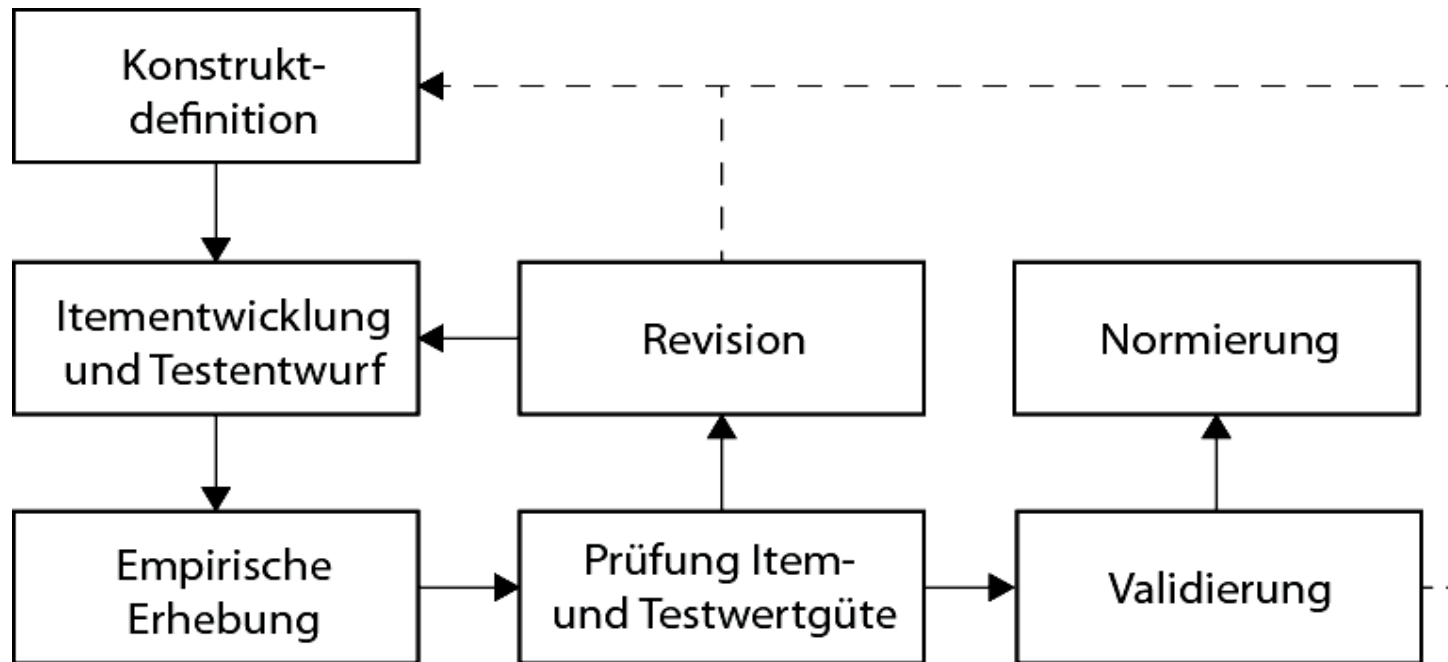
Welche und wie viele Klassen von Anreizen gibt es?

- Big-2: Communion vs. Agency Bakan (1966)
- Big-3: Power, Achievement, Affiliation
- 17 sekundäre Bedürfnisse Murray (1938)
- 16 Lebensmotive Reiss (1998, 2003)
- 18 terminale und instrumentelle Werte Rokeach (1979)
- 24 Kategorien von Zielen Ford & Nichols (1987)

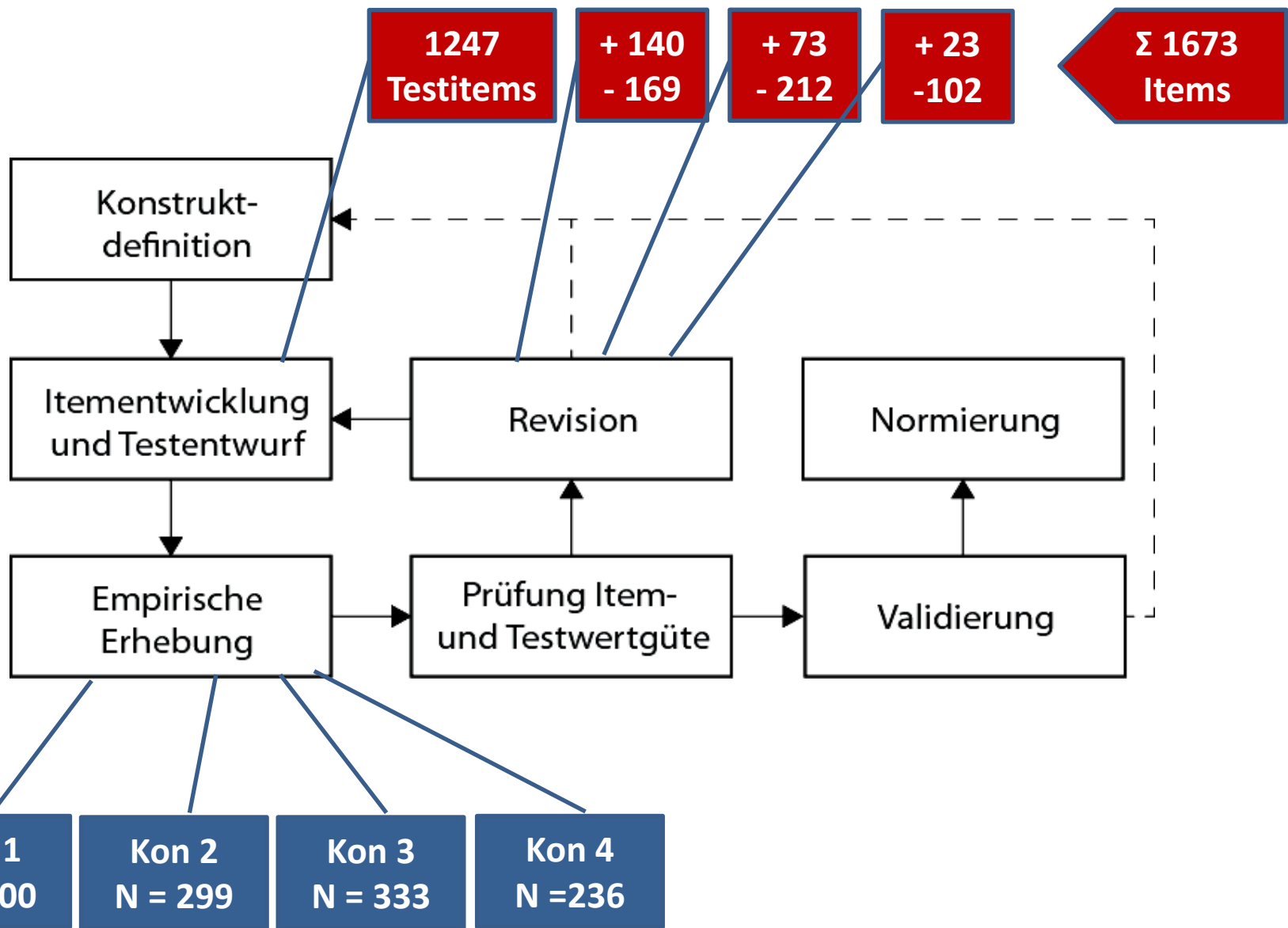
Ziele der Entwicklungsarbeit

- Verankerung der Validierungsstrategie am Anwendungskontext
 - Beratung, Training, Coaching → Breite Informationsbasis für Rückmeldegespräche nötig, differenzierte Erfassung der Motivstruktur
 - Einzelfalldiagnostik → Hohe Reliabilitätsschätzungen für Skalenwerte
- Erste Befunde zur psychometrischen Qualität des LUXXprofile
 - Reliabilitätsschätzungen: Omega w
 - Konstruktvalidität
 - LUXXprofile x Big 3 (Unified Motive Scales) Schönbrodt & Gerstenberg (2012)
 - LUXXprofile x Big 5 (Big Five Inventory-2) Rammstedt, Danner, Soto & John (2018)

Testentwicklung



Kemper, Ziegler, Krumm, Heene & Bühner (2015)

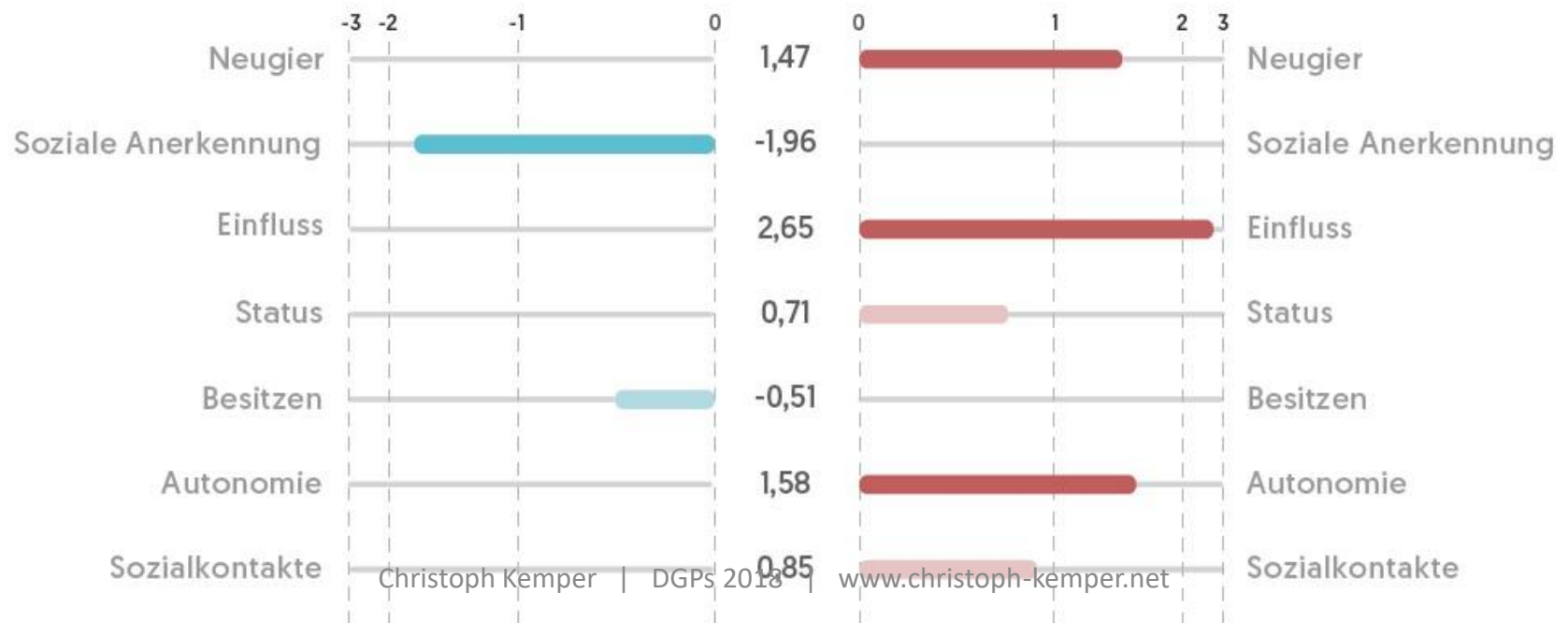




LUXXprofile
The beauty in personality

- 16 Motivdimensionen
- 144 Items
- 9 Items pro Merkmalsdimension

Persönlichkeitsprofil

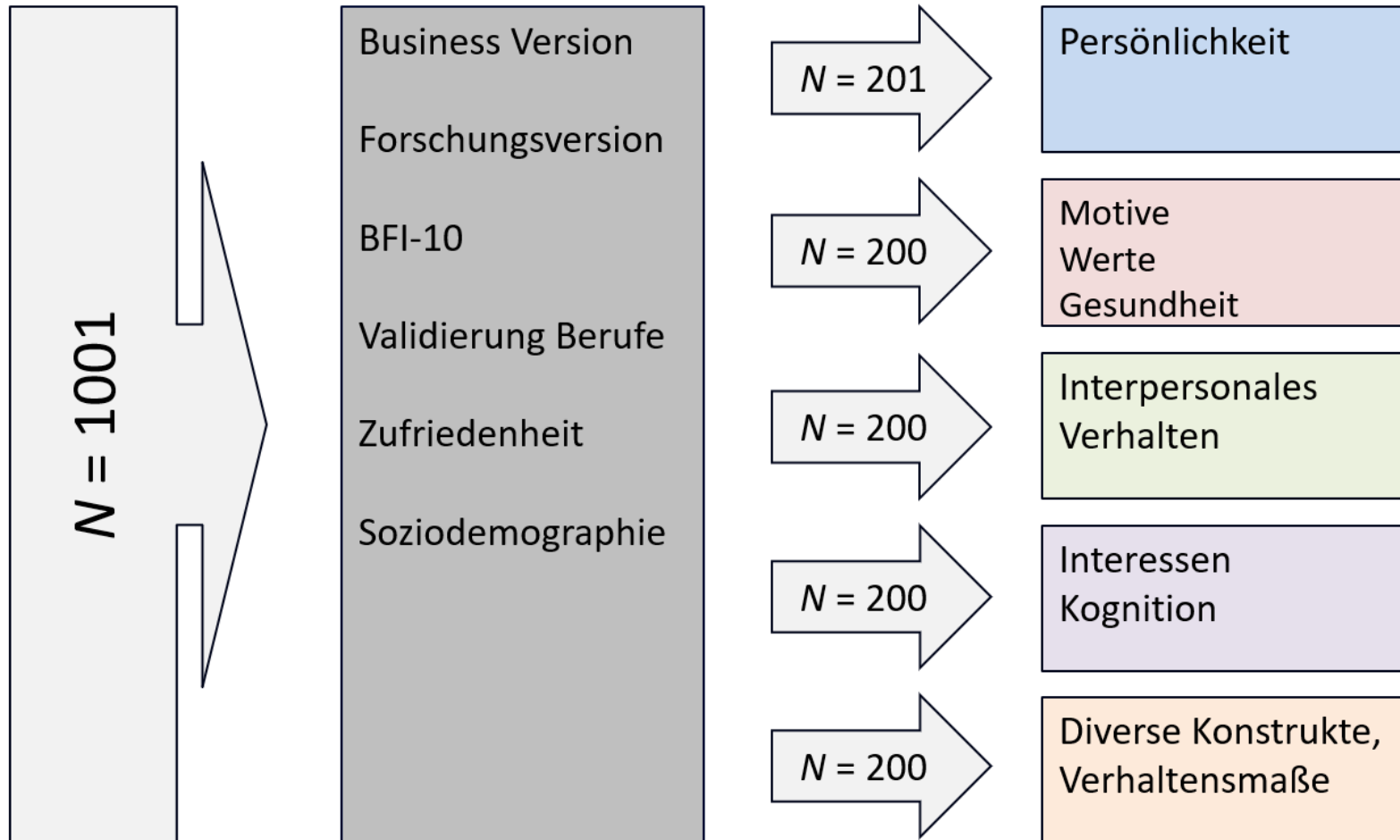


Validierung und Normierung

Validierungshypothesen

LUXXprofile-Dimension / Motiv-Skala	P O W	A F F	I N T	A C H	F E A	N	E	O	V	G
Einfluss: Streben nach Kontrolle und Einfluss auf Personen und Vorgänge	X			X			X			
Status: Streben nach Ansehen und einer hervorgehobenen Stellung in der Gesellschaft	X			X			X			
Neugier: Streben nach Wissen, Erkenntnis und intellektueller Herausforderung				X				X		
Sozialkontakte: Streben nach Gesellschaft und dem Interesse an anderen Menschen		X								
Soz. Anerkennung: Streben nach Bestätigung und Anerkennung					X	X			X	
Prinzipien: Streben nach Konformität mit sozialen Normen										X
Struktur: Bestreben, sich die Umwelt in einfacher und widerspruchsfreier Weise zu strukturieren										X
Revanche: Bestreben, erlebtes Unrecht zu vergelten									X	

Stichprobe

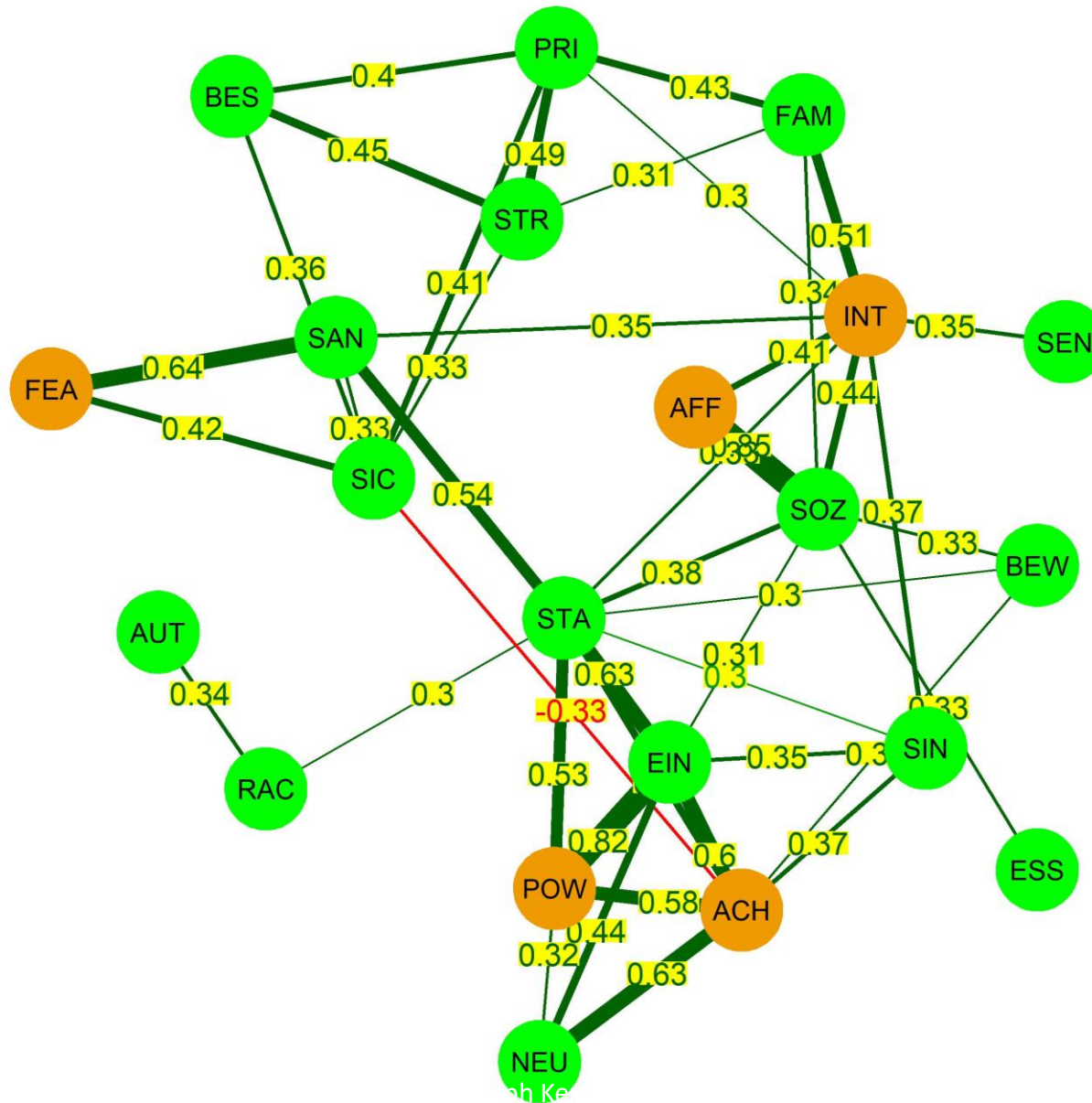


Befunde zur psychometrischen Güte

- Repräsentative Gesamtnorm für Internetnutzer in Deutschland zwischen 16 und 69 Jahren
- Reliabilität
 - Koeffizienten aller Skalen (Omega w) liegen zwischen .80 (Prinzipien) und .96 (Bewegung)
 - Ausnahme: Skala Autonomie (Omega w = .65)



Konstruktvalidität: LUXXprofile x Big 3 der Motivforschung



LUXXprofile Kemper, Dörendahl & Greiff (2017)

Neugier (NEU)

Soziale Anerkennung (SAN)

Einfluss (EIN)

Status (STA)

Besitzen (BES)

Autonomie (AUT)

Sozialkontakte (SOZ)

Prinzipien (PRI)

Soziales Engagement (SEN)

Struktur (STR)

Sicherheit (SIC)

Revanche (REV)

Bewegung (BEW)

Essensgenuss (ESS)

Familie (FAM)

Sinnlichkeit (SIN)

Unified Motive Scales

Schönbrodt & Gerstenberg (2012)

Power (POW)

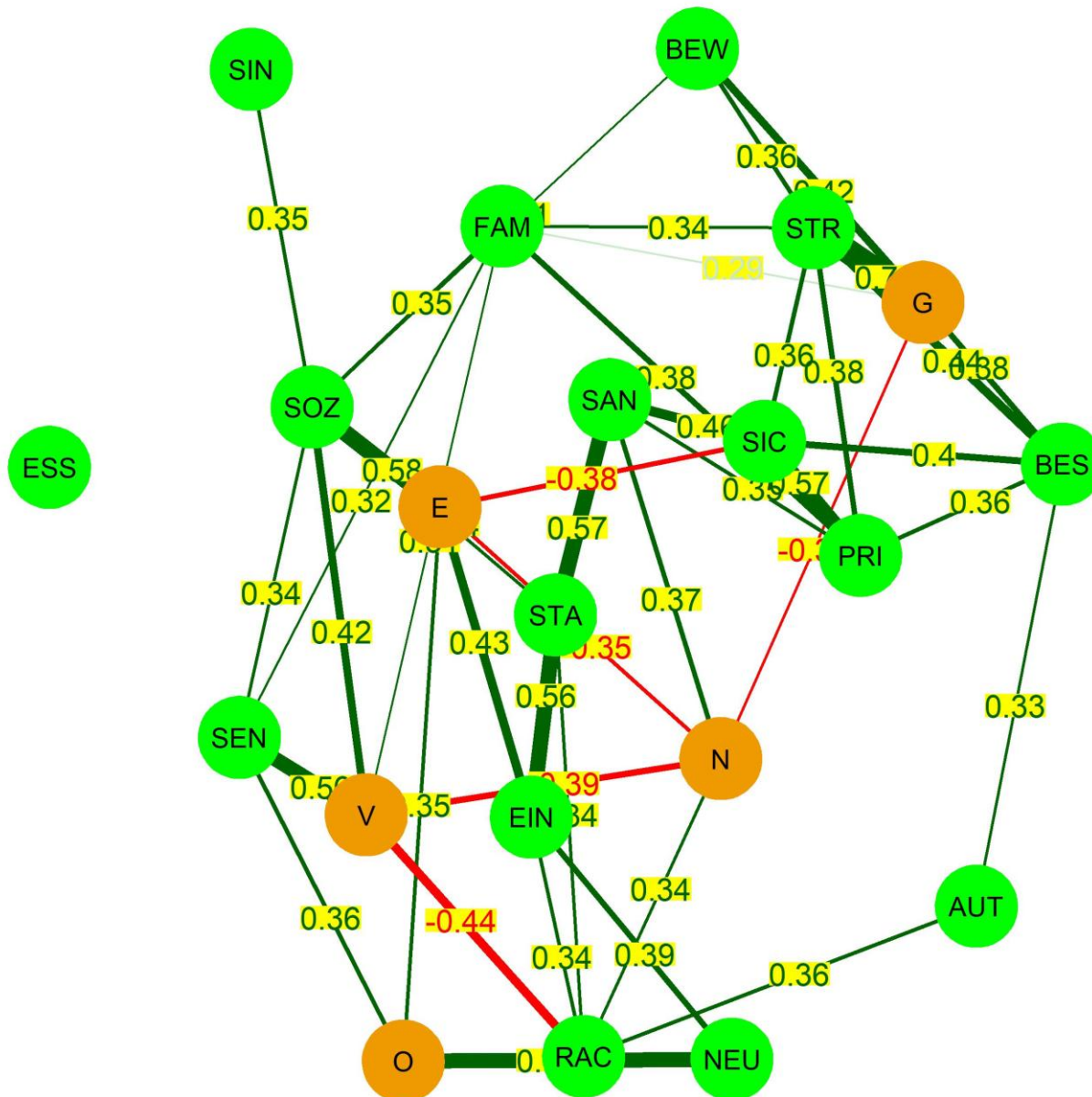
Achievement (ACH)

Affiliations (AFF)

Intimacy (INT)

Fear (FEA)

Konstruktvalidität: LUXXprofile x Big Five



LUXXprofile Kemper, Dörendahl & Greiff (2017)

Neugier (NEU)

Soziale Anerkennung (SAN)

Einfluss (EIN)

Status (STA)

Besitzen (BES)

Autonomie (AUT)

Sozialkontakte (SOZ)

Prinzipien (PRI)

Soziales Engagement (SEN)

Struktur (STR)

Sicherheit (SIC)

Revanche (REV)

Bewegung (BEW)

Essensgenuss (ESS)

Familie (FAM)

Sinnlichkeit (SIN)

Unified Motive Scales

Schönbrodt & Gerstenberg (2012)

Power (POW)

Achievement (ACH)

Affiliations (AFF)

Intimacy (INT)

Fear (FEA)

Diskussion

Diskussion

- Gute Zuverlässigkeit bei Einzelfallentscheidungen (Ausnahme: Skala Autonomie)
- Hypothesenkonforme Zusammenhänge zu ...
 - Motiven höherer Ordnung (Big 3)
 - Big 5-Dimensionen
- Das LUXXprofile erlaubt eine differenzierte und umfassende Erfassung der Motivstruktur
- Anwendung
 - Repräsentative Normen für die Allgemeinbevölkerung
 - Statusdiagnostik (Positionsbestimmung) als Grundlage für Training, Beratung, Coaching