Reiss Profile

Kritik der „Theorie“ der 16 Lebensmotive

Von Prof. Dr. Waldemar Pelz
(THM Business School)

Reiss-Profile: Entstehung der Theorie der 16 Lebensmotive

Das Konzept der Motivation von Steven Reiss besteht aus der *Theory of 16 Basic Desires* und dem darauf aufbauenden *Reiss Profile*, einem Inventar (Test durch Selbstbeschreibung) mit 16 Skalen. Nach Aussagen von Steven Reiss in seinem Buch „*Who Am I?“* und in zwei weiteren Publikationen ist das Konzept wie folgt entstanden:[1] Mit Studenten und Bekannten erstellte er (bzw. seine Assistentin Susan Haverkamp) eine Liste von 400 Items (Motiven, Zielen oder Werten) und reduzierte diese dann auf 328 Items (beispielsweise wurde Durst als nicht relevant gestrichen). Anschließend wurden 401 Erwachsene aus Ohio und Pennsylvanien befragt, “how much they like or dislike each of the remaining 328 items” (Reiss a, S. 27). Mit Hilfe der Statistik (Faktorenanalyse) fasste Reiss diese Items zu 16 Kategorien zusammen und bezeichnete sie als *basic desires,* deren Ausprägung das so genannte Reiss-Profile ergibt. Es handelt sich folglich um eine reine Typologie. In der deutschen Fassung des Buches heißt es: „Diese 328 Aussagen wurden in insgesamt neun internationalen Studien mit rund 7.000 Versuchspersonen aus den USA, Kanada und Japan streng getestet.“ [2]

Mit dem Reiss-Profile (bzw. den 16 Lebensmotiven) kann man nach seiner Aussage das Verhalten sowohl von Menschen als auch von Tieren erklären und voraussagen[3]. Jedes dieser Motive kann entweder neutral, stärker oder schwächer ausgeprägt sein. Daraus resultiert ein individuelles Motivprofil. Dabei hat Steven Reiss zahlreiche „Schlüsselmotive“ (z. B. Streben nach Einfluss, Erfolg, Leistung und Führung) zu den 16 „Lebensmotiven“ (z. B. Macht) zusammengefasst:[4]

---

[1] (a) S. Reiss: Who Am I? The 16 Basic Desires That Motivate Our Actions and Define Our Personalities, New York 2000; (b) S. Reiss, S. Havercamp, Toward a Comprehensive Assessment of Fundamental Motivation: Factor Structure of the Reiss Profiles, in: Psychological Assessment, Vol. 10 (1998), No. 2; (c) S. Reiss, Multifaceted Nature of Intrinsic Motivation: The Theory of 16 Basic Desires, in: Review of General Psychology, Vol. 8 (2004)

[2] H. Fuchs, A. Huber, Die 16 Lebensmotive, München 2002, S. 45

[3] S. Reiss (2000) , S. 19

[4] Reiss, S., Das Reiss Profile, Offenbach 2009, S. 47 f.

1. Macht (= Lebensmotiv): Streben nach Einfluss, Erfolg, Leistung, Führung (= Schlüsselmotive)
2. Anerkennung: Streben nach sozialer Akzeptanz, Zugehörigkeit und Selbstwert
3. Beziehungen: Streben nach Freundschaft, Nähe zu Anderen, Humor
4. Ehre: Streben nach Loyalität, Moralität, Prinzipien
5. Eros: Streben nach Sexualität, einem erotischen Leben, Schönheit
6. Essen: Streben nach Nahrung, Freude am Essen
7. Familie: Streben nach Familienleben und nach der Erziehung eigener Kinder
8. Idealismus: Streben nach sozialer Gerechtigkeit und Fairness
9. Körperliche Aktivität: Streben nach Fitness, Bewegung, Körpergefühl
10. Neugier: Streben nach Wissen und Wahrheit
11. Ordnung: Streben nach Klarheit, guter Organisation, Struktur, Stabilität
12. Rache: Streben nach Konkurrenz, Kampf, Aggressivität, Vergeltung
13. Ruhe: Streben nach Entspannung, emotionaler Sicherheit
14. Sparen: Streben nach Anhäufung materieller Güter und nach Eigentum
15. Status: Streben nach öffentlicher Aufmerksamkeit, Titeln, Reichtum
16. Unabhängigkeit: Streben nach Freiheit, Autarkie, Selbstgenügsamkeit

Wissenschaftliche „Qualität“ (Validität) des Reiss-Profils

Es ist wichtig zu betonen, dass die 16 Lebensmotive des Reiss-Profils nicht durch neue Erkenntnisse, sondern durch Statistik entstanden sind. Mit der Faktorenanalyse könnte man auch 6 oder 60 Lebensmotive „erzeugen“ bzw. beliebig viele Typologien (und somit Profile) erstellen. Der Autor macht keine Angaben darüber, wie er konkret vorgegangen ist und auf welchen (erklärenden) Theorien sein Konzept beruht. Er hat auf eine ungeklärte Weise mit schwammigen Begriffen psychologische und philosophische Aspekte kombiniert. Wörtlich heißt es dazu: “By combining the methods of psychology with ideas of philosophy, we hoped to develop a new approach of the search for meaning and happiness“.[5] Seine Methode ist nicht prüfbar und gehört wissenschaftstheoretisch in den Bereich des Modellplatonismus nach Hans Albert und Karl Popper. Offensichtlich hat er die meisten Motive von William McDougall (1871-1939) übernommen. Beispiele sind: saving/collecting, order, play, sex, curiosity, construction/achievement, family, hunting/food, shame, contact, exhibition/attention, pain avoidance, vengeance/aggression etc.

Entgegen seiner Behauptung liefert Reiss keine (!) Theorie, sondern eine Typologie. Der Test, der auf dieser „Theorie“ aufbaut, also der Fragebogen (Inventar bzw. Reiss-Profil), wurde in sieben Studien mit 2.548 Probanden durchgeführt um dessen Reliabilität zu bestätigen (test-retest-reliability). Das sagt aber nichts über die „Qualität“ (vor

[5] S. Reiss: Who Am I? The 16 Basic Desires That Motivate Our Actions and Define Our Personalities, New York 2000, S. 9

allem inhaltliche Validität) oder den Informationsgehalt der zugrunde liegenden Theorie aus.[6] Zum Verständnis: Die Aussagen „alle Menschen müssen atmen“ oder „alle Menschen brauchen Zuwendung“ haben sehr hohe Reliabilität, die man durch unzählige Befragungen mit beliebig großen Stichproben „validieren“ könnte; auch die Übereinstimmungs- und Kriteriumsvalidität hätten sehr hohe Werte – ihr Informationsgehalt wäre dennoch gleich null (wissenschaftlich gesehen also eine wertlose Binsenweisheit oder Tautologie). Steven Reiss behauptet zwar, er habe die 16 Grundbedürfnisse validiert – offenbar verwechselt er aber Validität mit den Möglichkeiten einer Faktorenanalyse, die darauf zielt, Strukturen in großen Variablensets zu erkennen.[7] Und zur Inhaltsvalidität, die die Grundlage der anderen von ihm beanspruchten Validitäten ist,[8] findet man keinerlei Aussagen; das ist auch nicht verwunderlich zumal dem Konzept keine validierte Theorie zugrunde liegt.

Erstes Fazit: Bei diesem geringen Informationsgehalt und gleichzeitig hohem Abstraktionsgrad sind jegliche Aussagen über Reliabilität und Validität äußerst fragwürdig. Und neue Erkenntnisse aus der Motivationsforschung wurden auch nicht vorgelegt. Folglich ist das Reiss-Profil nur „alter Wein in neuen Schläuchen“ und kann keinen praktischen Nutzen bringen. Den Grund haben die amerikanischen Psychologen Gordon Allport und Henry Odbert bereits im Jahr 1936 geliefert. Sie fanden heraus, dass es rund 18.000 Persönlichkeitsmerkmale und Motive (darunter rund 6.000 „Instinkte“) gibt. Diese kann man mit statistischen Methoden nahezu beliebig in verschiedene Gruppen aufteilen und ihnen bestimmte Überschriften geben (z. B. „Lebensmotive“). Daher haben die Fachwelt und der National Research Council der Vereinigten Staaten den wissenschaftlichen und praktischen Nutzen derartiger Untersuchungen in Frage gestellt.[9] Folglich findet man in den wichtigsten wissenschaftlichen Datenbanken (Stand August 2013) keine Studien, die sich mit dem Reiss-Profil kritisch befassen (Validierungsstudien). Das ist auch nicht verwunderlich, weil man aus Typologien (oder nicht validen Theorien) keine seriösen Empfehlungen für die Praxis ableiten kann. Dazu David Myers: "It was like 'explaining' a bright child's low grades by labeling the child an 'underachiever'. To name (or classify, d. V.) a behavior is not to explain it."[10]

Reiss-Profile: Ausbildung zum Reiss-Profile Master

Warum wird das Reiss-Profile aber von so vielen Beratern und Trainern verwendet, und warum investieren sie in eine kostspielige Ausbildung als „Reiss-Profile-Master“? Neben der Naivität und Ausnutzung der Unkenntnis wissenschaftlicher Prinzipien dürfte der Grund der so genannte *Barnum-Effket* sein (benannt nach dem Zirkus-Pionier

[6] Siehe dazu: H.-J. Fisseni, Lehrbuch der psychologischen Diagnostik, 3. Auflage, Göttingen 2004, S. 46 ff.
[7] S. Reiss, Das Reiss-Profile, Wiesbaden 2009, S. 48 und 54. Zur Unterscheidung von Validität und Faktorenanalyse siehe K. Backhaus u.a., Multivariate Analysemethoden, 12. Auflage, Münster 2008 und H.-J. Fisseni, Lehbuch der psychologischen Diagnostik, 3. Auflage, Göttingen 2008.
[8] Fisseni, a.a.O, S. 62 ff.
[9] D. Myers, Psychology, 7th Edition, New York 2003, S. 592
[10] Ebenda.

und Politiker Phineas Barnum [1810-1891] aus Connecticut, der seine Auftritte so gestaltet hat, dass für jeden Zuschauer etwas Interessantes dabei war). Bertram Forer hat diesen Effekt im Jahr 1949 wissenschaftlich untersucht.[11] Demnach neigen Menschen dazu, in vage Beschreibungen ihrer Person, konkrete Merkmale hineinzuinterpretieren und diese für wahr zu halten, auch wenn sie völlig falsch sind. Diese Tendenz ist umso stärker, je positiver die Formulierung ausfällt. Den Barnum-Effekt kann man besonders gut bei Horoskopen, Sternzeichen und in der Wahrsagerei beobachten.[12] Bertram Forer ließ seine Studenten einen Persönlichkeitstest ausfüllen und händigte ihnen einige Tage später die Ergebnisse aus. Tatsächlich handelte es sich bei den Ergebnissen nicht um die Auswertung des Tests, sondern um Auszüge aus Horoskopen der Tagespresse. Diese Auszüge waren für alle (!) Studenten gleich. Auf die Frage, wie treffend der Test die jeweilige Persönlichkeit der Studenten beschreibt, gaben die Probanden im Mittel einen Wert von 4,3 auf einer Likert-Skala von 0 (nicht zutreffend) bis 5 (voll zutreffend) an. Beispiele für Persönlichkeitsmerkmale in diesem "Test" waren:

- "Security is one of your major goals in life".
- "You have a great need for other people to like and admire you".
- "You have a tendency to be critical of yourself".
- "You have a great deal of unused capacity which you have not turned to your advantage".
- "You prefer a certain amount of change and variety and become dissatisfied when hemmed in by restrictions and limitations".
- "You pride yourself as an independent thinker and do not accept others' statements without satisfactory proof".

Man kann diese Aussagen nun mit einer Faktorenanalyse zu Gruppen zusammenfassen, also eine oder mehrere Taxonomien erzeugen. Und das versteht Steven Reiss unter einer „wissenschaftlichen Validierung"(!).[13] Mit anderen Worten: Auf diese Weise kann man jeglichen Unfug „wissenschaftlich validieren".

Der Barnum-Effekt wird in der Wissenschaft in verschiedenen Disziplinen untersucht. Als Stichworte (für wissenschaftlich interessierte Leser) seien an dieser Stelle die Begriffe Placebo-Effekt, Hypochondrie, Ideomotorik, Priming (Bahnung), Cold Reading oder Phänomene im Zusammenhang mit dem Retikulärem Aktivierungssystem genannt.[14] Dazu einige vereinfachende Beispiele: Manche Menschen lesen einen Artikel über eine bestimmte Krankheit und entdecken plötzlich die „gleichen" Symptome an sich selbst; wenn Testpersonen die Worte „Möbel", „Wohnen" oder „Essen" hören, „entdecken" sie in einem späteren Experiment mehr als doppelt so viele Küchengegenstände hinter einer nahezu undurch-

[11] B. R. Forer: The fallacy of personal validation, in: Journal of Abnormal and Social Psychology, 44 (1949)
[12] G. Cladridge et. al., Schizotypy and the Barnum Effect, in: Personality and Individual Differences, 44 (2008)
[13] Reiss (2009), S. 45 ff.
[14] Siehe zum Beispiel: Kossak, H-C., Hypnose, Lehrbuch für Psychotherapeuten und Ärzte, 4. Auflage, Basel 2004; Bear, M. F., u. a., Neurowissenschaften, 3. Auflage, Heidelberg 2009; Damasio, A. R., Ich fühle, also bin ich, Die Entdeckung des Bewusstseins, 9. Auflage, Berlin 2011; Kroeber-Riel, W. u. a., Konsumentenverhalten, 9. Auflage, München 2009

sichtigen Glasscheibe als Probanden, die diese Worte vorher nicht gehört haben; manche Menschen entscheiden sich für ein bestimmtes PKW-Modell und sehen ab diesem Moment im Straßenverkehr „plötzlich“ dieses Fahrzeug wesentlich häufiger. Und wenn man morgens im Horoskop liest, dass Jupiter dafür sorgt, dass man interessanten Leuten begegnet, wird man das „tatsächlich“ erleben.

Zweites Fazit: Im Kern behauptet diese „Theorie“ von Reiss, dass man die Motive aller Menschen in 16 Gruppen (Kategorien) einteilen kann und dass diese Kategorien von Mensch zu Mensch unterschiedlich stark ausgeprägt sind (Profil). Genauso kann man behaupten, dass man die Eigenschaften der Menschen in 12 Gruppen (z. B. Sternzeichen) einteilen kann, und dass diese Eigenschaften bei jedem Menschen unterschiedlich stark ausgeprägt sind. Das Reiss-Profile erfüllt die gleiche Funktion wie das tägliche Horoskop in der Boulevard-Presse: unterhaltsam, aber nutzlos, weil es konkretes Verhalten aufgrund der Kontextabhängigkeit und der mangelnden Unterscheidung zwischen primären, sekundären und tertiären Motiven weder erklären noch voraussagen kann.[15] Darauf kommen wir unten noch zu sprechen.

Auf ein weiteres (empirisches) Problem hat Albert Bandura von der Stanford University hingewiesen. Seinen Untersuchungen zufolge existiert nahezu kein Zusammenhang zwischen der (gemessenen) Stärke des Leistungsmotivs und der tatsächlichen Leistung im Berufsleben. Und jemand, der ein ausgeprägtes Machtmotiv hat, kann zugleich eine extrem schlechte Führungskraft sein.[16] Viele Menschen streben nach Haustieren, exotischen Blumen oder gepflegten Rasenflächen. Folglich könnte man ein Reiss-Profile mit Haustier-, Blumen oder Rasen-Motiven generieren, die das Verhalten wesentlich besser voraussagen und „erklären“ könnten als die abstrakten und widersprüchlichen Reiss-Motive. Hinzu kommt: Jedes Motiv kann ein primäres, sekundäres oder tertiäres (abgeleitetes) Motiv sein. Und ohne erklärende Theorie sind die Bezeichnungen für menschliche Bestrebungen beliebig austauschbar.[17]

Drittes Fazit: Wer mit anderen Menschen sinnvoll kommunizieren will, sollte ein aufrichtiges Interesse an ihnen entwickeln und die Fähigkeit zur Empathie trainieren statt Andere zu klassifizieren.[18] Das Reiss Profile kann das Verhalten weder erklären noch voraussagen und ist für eine seriöse Beratung (oder Coaching) nutzlos. Das Reiss-Profile ist eine der unzähligen mehr oder weniger unterhaltsamen Möglichkeiten der Klassifizierung menschlicher Bestrebungen und nutzt den *Barnum-Effekt* als Verkaufsstrategie für wissenschaftlich unerfahrene „Kunden“.

Die nachfolgende Grafik fasst die wichtigsten Aspekte zum „Reiss-Profile“ zusammen:

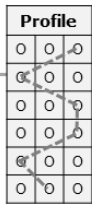
[15] Zur Kontextabhängigkeit und zur Unterscheidung primärer, sekundärer und tertiärer Emotionen siehe: Lammers, C.-H., Emotionsbezogene Psychotherapie, Stuttgart 2007 und Isebaert, L., Kurzzeittherapie, Stuttgart 2005

[16] A. Bandura, Social cognitive theory of self-regulation, in: Organizational behavior and human decision process, 50 (1991)

[17] C.-H. Lammers, Emotionsbezogene Psychotherapie, Münster 2008, S. 149 ff.

[18] J. LeDoux: Das Netz der Gefühle, München 2006, S,. 322 ff.

Das „Reiss-Profile“: Definitionen, Methodik und Kritik



- **Methodik** (laut S. Reiss: „Who Am I?“. New York, 2000)
  - Mit Studenten und Bekannten eine Liste mit 400 häufig vorkommenden Zielen erstellt und dann auf 328 Items reduziert (z. B. Durst als Bedürfnis entfernt)
  - 401 Erwachsene befragt, „how much they like or dislike each of the remaining 328 items“
  - Durch statistische Auswertung (Faktorenanalyse) zu 16 Kategorien (Gruppen) zusammengefasst
  - Diese Kategorien als „the theory of 16 basic desires“ genannt
- **Verbreitung** (laut S. Reiss: „Who Am I?“. New York, 2000)
  - Start: Pressemeldung der Ohio State University am 15. Juni 1998, Reiss und seine Assistentin hätten 16 „neue“ Grundmotive entdeckt, die unser Verhalten steuern
  - Rundfunk und Presse verbreiten die Nachricht weltweit
  - Journalisten empfehlen Steven Reiss, ein Buch zu schreiben. Titel: „Who Am I?“
- **Kritik**
  - Es handelt sich um eine Typologie und nicht um eine die Wirklichkeit erklärende Theorie
  - Die Motive wurden im Wesentlichen von William McDougall (1871-1939) übernommen
  - Diese „Theorie“ ist nicht falsifizierbar und beruht auf den Barnum-Effekt, der nach Bertram Forer auch in der Astrologie und in der Wahrsagerei genutzt wird
  - Aussagekraft: Die Motive aller Menschen lassen sich in 16 Gruppen einteilen (typisieren)

Abbildung: Reiss Profile: Definition, Methodik und Kritik

Ausblick: Die Ergebnisse der kritischen Analyse machen es notwendig, nach alternativen Ansätzen zu suchen. Die Praxis benötigt **pragmatische Handlungsempfehlungen** auf der Grundlage empirisch validierter Konzepte.
Eine Weiterentwicklung ist das Konzept der **Quellen der Intrinsischen und Extrinsischen Motivation** (www.managementkompetenzen.de/motivation.html)

Eine andere Weiterentwicklung ist das Konzept der **Volition** (Umsetzungskompetenz). Es ist die Fähigkeit, Motive, Ziele und Absichten in messbare Resultate umzusetzen, weil in der Praxis letztendlich Ergebnisse zählen. Wenn man die Motivation mit einem Motor vergleicht, dann ist die Volition der dazu nötige Treibstoff. Siehe dazu das Projekt „**Von der Motivation zur Volition**“ (www.willenskraft.net).

Waldemar Pelz, Gießen, im Juli 2016

Anmerkung: Unser Institut wurde gebeten, auch zum Thema „Systemisches Coaching“ und „Systemische Beratung“ ein wissenschaftliches Gutachten zu erstellen. Die Ergebnisse finden Sie unter dem folgenden Link (pdf download):
Systemischs Coaching – eine Kritische Analyse