



Bachelorarbeit im Bachelorstudiengang  
**Wirtschaftspsychologie**  
an der Hochschule für angewandte Wissenschaften Neu-Ulm

**Welchen Einfluss haben die Big Five Persönlichkeitsmerkmale auf die Anfälligkeit für den Bestätigungsfehler oder die Ankerheuristik in einer Verhandlung?**

Erstkorrektor: Prof. Dr. Sascha G. Fabian  
Zweitkorrektor: Prof. Dr. Alexander H. Kracklauer

Verfasser: Paul Grundl (Matrikel-Nr.: 299264)

Thema erhalten: 15.10.2024  
Arbeit abgegeben: 16.02.2025

# I. Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung .....	5
2. Entscheidungsfindung und Heuristiken im Verhandlungskontext .....	7
2.1 Begriff von Urteilsheuristiken .....	7
2.1.1 Relevanz von Urteilsheuristiken in Verhandlungen .....	8
2.1.2 Der Bestätigungsfehler .....	9
2.1.3 Die Ankerheuristik .....	10
2.2 Verhandlung .....	12
3. Das Fünf-Faktoren-Modell der Persönlichkeitsmerkmale .....	13
3.1 Persönlichkeitsmerkmale und dessen Ausprägungen .....	13
3.2 Die Big Five Persönlichkeitsmerkmale .....	14
3.2.1 Historie und Entwicklung der Big Five .....	15
3.2.2 Offenheit für Erfahrungen (O) .....	16
3.2.3 Gewissenhaftigkeit (C) .....	18
3.2.4 Extraversion (E) .....	19
3.2.5 Verträglichkeit (A) .....	21
3.2.6 Neurotizismus (N) .....	22
3.3 Hypothesen .....	24
4. Empirische Erhebung .....	25
4.1 Methodik .....	26
4.2 Untersuchungsgegenstand und Forschungsdesign .....	31
4.2.1 Aufbau für die Untersuchung des Bestätigungsfehlers .....	31
4.2.2 Aufbau für die Untersuchung der Ankerheuristik .....	33
5. Auswertung .....	34
6. Diskussion und Interpretation der Ergebnisse .....	42
6.1 Praxisimplikation und Limitation der Ergebnisse .....	43
6.2 Fazit .....	45
7. Literaturverzeichnis .....	46

## II. Abbildungsverzeichnis

1. Tabelle : „Hypothesenaufstellung“ (eigene Darstellung) .....	24
2. Tabelle: „Item Anordnung des NEO-FFI-30“ (eigene Darstellung) .....	27
3. Tabelle: „Ankerheuristik und Offenheit für Erfahrungen“ (eigene Darstellung).....	35
4. Tabelle: „Ausprägungen Offenheit für Erfahrungen“ (eigene Darstellung) .....	35
5. Tabelle: „Ankerheuristik und Gewissenhaftigkeit“ (eigene Darstellung) .....	36
6. Tabelle: „Ausprägungen Gewissenhaftigkeit“ (eigene Darstellung).....	36
7. Tabelle: „Ankerheuristik und Extraversion“ (eigene Darstellung).....	37
8. Tabelle: „Ausprägungen Extraversion“ (eigene Darstellung) .....	38
9. Tabelle: „Ankerheuristik und Verträglichkeit“ (eigene Darstellung).....	38
10. Tabelle: „Ausprägungen Verträglichkeit“ (eigene Darstellung) .....	39
11. Tabelle: „Ankerheuristik und Neurotizismus“ (eigene Darstellung).....	39
12. Tabelle: „Ausprägungen Neurotizismus“ (eigene Darstellung) .....	41
1. Abbildung: „Ablauf des Fragebogens“ (eigene Darstellung) .....	25
2. Abbildung: „Fragendesign des NEO-FFI-30“ (eigene Darstellung).....	27
3. Abbildung: „Präferenz des Fahrzeugtypen“ (eigene Darstellung).....	28
4. Abbildung: „Untersuchung des Bestätigungsfehler“ (eigene Darstellung) .....	31
5. Abbildung: „Erneute Sicherheitsabfrage der Fahrzeugauswahl“ (eigene Darstellung) .....	33
6. Abbildung: „Untersuchung der Ankerheuristik“ (eigene Darstellung).....	33
7. Abbildung: „Streudiagramm Neurotizismus Ankerheuristik“ (eigene Darstellung) .....	40

## Abstract

Verhandlungen sind ein zentraler Bestandteil des alltäglichen Lebens und werden maßgeblich durch kognitive Verzerrungen beeinflusst. In der vorliegenden Studie wurde untersucht, ob die Ausprägung individueller Persönlichkeitsmerkmale einen Einfluss auf die Anfälligkeit für die Ankerheuristik (*Anchoring Bias*) oder den Bestätigungsfehler (*Confirmation Bias*) in einer Verhandlung hat. Die Ausprägungen der Big Five stellen die Persönlichkeitsmerkmale – Offenheit für Erfahrungen, Gewissenhaftigkeit, Extraversion, Verträglichkeit und Neurotizismus – dar. Bei der Ankerheuristik werden Entscheidungen durch eine Orientierung an einem zuvor genannten Ausgangswert beeinflusst. Der Bestätigungsfehler hat eine Präferenz von Informationen zur Folge, welche bestehende Einstellungen, Überzeugungen oder Motive bestätigen. Für die empirische Erhebung wurde ein standardisierter Fragebogen verwendet. Die Bewertung der Persönlichkeitsmerkmale erfolgte durch den renommierten Persönlichkeitstest NEO-FFI-30. Anschließend wurden die Teilnehmer mit zwei Verhandlungsszenarien konfrontiert, wobei jeweils eines davon den Bestätigungsfehler und die Ankerheuristik untersucht. Der Bestätigungsfehler wurde im Kontext der Auswahl des präferierten Fahrzeugtypen gemessen, während die Ankerheuristik in einem Verhandlungsszenario mit dem Makler über den Preis einer zu erwerbenden Immobilie gemessen. Die Ergebnisse zeigen, dass der „Neurotizismuswert“ signifikant positiv mit der „Anfälligkeit für die Ankerheuristik“ korreliert. Die Korrelation des Neurotizismuswertes und der Anfälligkeit für den Bestätigungsfehler liefert eine mäßige Beweislast. Außerdem wurde eine mäßige Beweislast einer stärkeren Anfälligkeit für den Bestätigungsfehler von Testpersonen mit niedriger Ausprägung auf der Persönlichkeitsdimension „Extraversion“ identifiziert. Mit der Bewusstwerdung über die erhöhte Wirkung der untersuchten Heuristiken im Bezug auf die Ausprägungen auf den genannten Persönlichkeitsdimensionen können Verhandlungsstrategien optimiert und fundiertere Entscheidungen getroffen werden. Damit leistet die Studie einen wichtigen Beitrag zu der Verhandlungsforschung und weist auf weiteren Forschungsbedarf zukünftiger Untersuchungen hin.

# 1. Einleitung

Sowohl im beruflichen als auch im privaten Kontext sind Verhandlungen ein essenzieller Bestandteil des menschlichen Lebens. Das erfolgreiche Verhandeln bei beispielsweise Geschäftsabschlüssen, einer Gehaltsverhandlung oder einem privaten Verkauf ist eine Fähigkeit, welche von großer Bedeutung ist. Wenn beispielsweise an der Fleischtheke die Frage fällt: „Darf es ein bisschen mehr sein?“ ist dies eine alltägliche Verhandlung, auf welche sich die meisten Personen kampflos einlassen (De Brabandt, 2021, S. 3). Kognitive Prozesse und Verzerrungen können in einer Verhandlung enormen Einfluss auf unsere Handlungen und damit auf das Verhandlungsergebnis haben.

In der vorliegenden Arbeit werden die Ankerheuristik, welche eine Assimilation an den Anker bzw. das erste Angebot zur Folge hat (Schredelseker 2017, S. 304; Stegemann 2024, S. 225) und der Bestätigungsfehler untersucht. Der Bestätigungsfehler beschreibt die Neigung, bereits bestehende Einstellungen oder Überzeugungen durch die Suche und Interpretation von Informationen zu bestätigen (Nickerson, 1998, S. 175; Oetzel & Luppold, 2023, S. 34). Beide genannten kognitiven Verzerrungen sind demnach im Verhandlungskontext von großer Bedeutung (Galinsky und Mussweiler, 2001, S. 658f.). Neben kognitiven Verzerrungen ist die Persönlichkeit der Verhandlungsteilnehmer ein weiterer kritischer Faktor. Verschiedene Persönlichkeitstypen praktizieren diverse Herangehensweisen, welche in unterschiedlichen Entscheidungen münden (Kuzinski, 2021, S. 18). Um eigene Strategien und Verhaltensweisen entsprechend anzupassen, ist es wichtig, die eigenen Persönlichkeitsmerkmale und die des Gegenübers zu verstehen. Mithilfe des Wissensvorsprungs ist es möglich effektiver zu verhandeln und auf verschiedene Verhandlungsstile zu reagieren (Gilkey und Greenhalgh, 1986, S. 245). Um die Persönlichkeit messbar zu machen, werden in dieser Arbeit die „Big Five“ des Fünf-Faktoren-Modells herangezogen, womit die Persönlichkeiten der Verhandlungsteilnehmer sehr gut beschrieben werden können. Das Fünf-Faktoren-Modell umfasst die Dimensionen: Offenheit für Erfahrungen, Gewissenhaftigkeit, Extraversion, Verträglichkeit und Neurotizismus. Die Persönlichkeitsdimensionen beschreiben jeweils spezifische Denk- und Verhaltensmuster (Bornstein et al., 2018, S. 240f.; Watzka, 2021, S. 14-16). Für die Messbarkeit der Big Five wird die 30-Item-Kurzversion (NEO-FFI-30) des renommierten Persönlichkeitstests NEO-FFI herangezogen. Der Fragebogen untersucht jede der fünf Dimensionen der Persönlichkeit mit sechs Fragen (Körner et al., 2008, S. 238).

Der gesamte Fragebogen der vorliegenden Studie teilt sich in zwei Kernbereiche auf. Im ersten Teil werden durch den NEO-FFI-30 die Ausprägungen der Persönlichkeiten erhoben. Im zweiten Teil folgen zwei simulierte Verhandlungssituationen, wobei der Bestätigungsfehler und die Ankerheuristik im Verhandlungskontext untersucht werden. Basierend auf den Ergebnissen

wird überprüft, ob „hohe“ oder „niedrige“ Ausprägungen auf der Persönlichkeitsdimensionen die Empfänglichkeit für die untersuchten kognitive Verzerrungen beeinflussen. Zu Beginn der vorliegenden Arbeit werden die Grundlagen von kognitiven Verzerrungen, die Ankerheuristik und der Bestätigungsfehler, erklärt (2.1 bis 2.3). Es folgt eine Erläuterung des Begriffs „Persönlichkeit“ sowie des Fünf-Faktoren-Modells und dessen fünf Dimensionen (3.1 bis 3.2.6). Abgeleitet aus der herangezogenen Literatur oder vergleichbaren Studien werden die Hypothesen aufgestellt (3.3). Des Weiteren werden die Studie und die angewandten statistischen Methoden vorgestellt sowie die Datenanalyse und Datenerhebung geschildert (4). Abschließend folgen die Ergebnisauswertung, Zusammenfassung und Interpretation (5 und 6).

## 2. Entscheidungsfindung und Heuristiken im Verhandlungskontext

In der sozialpsychologischen Forschung wurden bereits Studien über kognitive Verzerrungen im Zusammenhang zu der Persönlichkeit von Menschen untersucht, wobei der Fokus auf Verhandlungen meist außer Acht gelassen wurde. Diese Forschungslücke gilt es zu schließen, da die Persönlichkeit von Menschen und deren Anfälligkeit für kognitive Verzerrungen das Verhalten und die Entscheidungsfindung beeinflussen kann, wie zahlreiche Studien belegen. Daher lautet die Problemstellung: Inwiefern beeinflussen die Big Five Persönlichkeitsmerkmale die Empfänglichkeit für die kognitive Verzerrungen der Ankerheuristik und dem Bestätigungsfehler in einer Verhandlung? Das Thema ist dadurch nicht nur theoretisch, sondern auch praktisch relevant, da durch die Ergebnisse die Verhandlungskompetenzen verbessert werden können. Aufgrund dem Verbesserungspotential ist die vorliegende Studie sowohl für Privatverhandlungen als auch für Verhandlungen im Unternehmen von Relevanz.

### 2.1 Begriff von Urteilsheuristiken

Kognitive Verzerrungen, (*engl. Biases*) haben ihren Ursprung häufig durch die Anwendung von sogenannten Heuristiken. Heuristiken dienen als mentale Abkürzungen oder Daumenregeln um schnelle und effiziente Entscheidungen in komplexen Situationen zu treffen. Jene Heuristiken, welche auf vereinfachten Regeln basieren und Wahrscheinlichkeitsabschätzungen beinhalten, werden insbesondere dann genutzt, wenn Entscheidungssituationen durch Unsicherheit oder fehlende Informationen gekennzeichnet sind (Beck, 2014, S. 25; Boeger & Lüdmann, 2022, S. 90; Stegemann, 2024, S. 225). Die Wahrscheinlichkeit des Ereigniseintritts ist bei Entscheidungen unter Unsicherheit unbekannt (Beck 2014, S. 25). Wie die Psychologen Die Psychologen Daniel Kahneman und Amos Tversky konnten zeigen, dass Menschen bei der Entscheidungsfindung selten komplexe Wahrscheinlichkeitsberechnungen durchführen. Stattdessen greifen sie auf vereinfachende Regeln zurück, welche es uns ermöglichen, adäquate, aber nicht immer optimale Entscheidungen zu treffen (Kahneman & Tversky, 1973, S. 239f.; Oetzel & Luppold, 2023, S.98 f.). Die Effizienz stellt den größten Nutzen der Anwendung von Heuristiken dar. Komplexe Aufgaben der Wahrscheinlichkeitsabschätzung und Entscheidungsfindung können auf einfache Urteilsoperationen reduziert werden (Tversky & Kahneman, 1974, S. 1124). Menschen eignen sich im Laufe des Lebens Heuristiken als Faustregeln an, wodurch zum einen die beschriebene schnelle Entscheidungsfindung ermöglicht wird, aber zum anderen die Anfälligkeit für systematische Fehler gesteigert wird (Boeger & Lüdmann, 2022, S. 90). Demnach sind Heuristiken im positiven Sinne effektive Problemlösungstechniken, die es Menschen ermöglichen, trotz begrenzter kognitiver Ressourcen in einer Entscheidung zu treffen (Werth et al., 2020, S. 85f.). Allerdings birgt die unterbewusste Anwendung das Risiko systematischer Fehleinschätzungen, welche wiederum zu kognitiven Verzerrungen

führen können (Stegemann, 2024, S. 40; Werth et al., 2020, S. 56). Diese Verzerrungen treten auf, wenn bestimmte Faktoren übermäßig betont werden, während andere, die zu einer besseren Lösung beitragen könnten, vernachlässigt werden (Stegemann, 2024, S. 40).

Ein bekanntes Beispiel für eine Verzerrung ist der sogenannte Anker-Effekt, bei dem ein Ausgangswert das Urteil der anderen Person in Richtung des Ausgangswertes verzerrt (Werth et al., 2020, S. 76). Obwohl Heuristiken grundsätzlich rational erscheinen, da sie Zeit und Energie sparen, kann ihre Einfachheit in bestimmten Situationen die Genauigkeit der Entscheidungen beeinträchtigen (Aronson, 2008, S. 71; Beck, 2014, S. 26). Kahneman und Tversky zeigten auf, dass kognitive Verzerrungen nicht nur auf Laien beschränkt sind, sondern auch bei erfahrenen Forschern auftreten können, wenn diese intuitiv denken (Tversky & Kahneman, 1974, S. 1130). Ebendas wird in 2.1.3 anhand einer Studie von Northcraft und Neale (1987, S.87 ff.) unterstrichen.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass Heuristiken wertvolle Werkzeuge sind, um die Komplexität von Entscheidungsprozessen zu verringern. Ihre Anwendung führt jedoch unter bestimmten Umständen zu systematischen Fehlern, die als kognitive Verzerrungen bezeichnet werden. Infolgedessen sollten sich besonders die Verhandlungsteilnehmer des Risikos der systematischen Fehler bewusst sein (Raab et al., 2022, S. 144). Kognitive Verzerrungen bieten wichtige Einblicke in die Art und Weise, wie Menschen mit begrenzten Ressourcen Entscheidungen treffen können, welche jedoch schwerwiegende Fehleinschätzungen nicht ausschließen (Tversky & Kahneman, 1974, S. 1124; Werth et al., 2020, S. 85f.).

### 2.1.1 Relevanz von Urteilsheuristiken in Verhandlungen

Basierend auf der Begriffsklärung lässt sich festhalten, dass für eine Urteilsheuristik zwei Faktoren besonders entscheidend sind: Unvollständige Informationen (woraus die Unsicherheit resultiert) und Zeitdruck (Beck, 2014, S. 145; Boeger & Lüdmann, 2022, S. 90; Stegemann, 2024, S. 225). Verhandlungssituationen sind prädestiniert für jene Umstände und sind häufig durch Zeitdruck und unvollständige Informationen gekennzeichnet. Sie erfordern schnelle Entscheidungen, um potenziellen Mitstreitern voraus zu sein, was den Einsatz von Heuristiken begünstigt. Zudem kennen die Verhandlungspartner nicht die exakten Gedanken, Interessen, Ziele und Motive des Gegenübers, was zu Unsicherheit führt. Unter den aufgeführten Bedingungen greifen Menschen besonders häufig auf mentale Abkürzungen zurück, um komplexe Informationen effizient zu verarbeiten und Entscheidungen zu treffen.

### 2.1.2 Der Bestätigungsfehler

Der Bestätigungsfehler beschreibt die menschliche Neigung, Informationen zu suchen, zu interpretieren und zu gewichten, dass sie bestehende Überzeugungen, Hypothesen oder Einstellungen bestätigen. Der psychologische Mechanismus hat zur Folge, dass Menschen selektiv Beweise sammeln, die ihre Überzeugungen stützen, während gleichzeitig gegensätzliche Beweise ignoriert oder abgewertet werden (Nickerson, 1998, S. 175; Oetzel & Luppold, 2023, S.34). Der Bestätigungsfehler (*engl. Confirmation Bias*) kann dabei sowohl bewusst als auch unbewusst wirken. Dies bedeutet, dass Menschen ihre voreingenommene Behandlung von Beweisen häufig selbst nicht bemerken (Nickerson, 1998, S. 175). Der Effekt wird eindrucksvoll in einer klassischen Studie von Lord, Ross und Lepper (1979) demonstriert. Die Forscher ließen eine Gruppe von Studenten diverse Studien zu der Wirksamkeit der Todesstrafe lesen. Obwohl alle Studenten die gleichen Informationen und Studien erhielten, verstärkten sich bei denjenigen, die bereits für die Todesstrafe waren, ihre positive Überzeugung. Gleichzeitig fühlten sich die Gegner der Todesstrafe in ihrer ablehnenden Haltung bestätigt (Lord et al., 1979, S. 2100f.). Dies zeigt, wie tief verwurzelte Überzeugungen die Verarbeitung neuer Informationen oft auf eine vorhersehbare und verzerrte Weise steuern können (Taber & Lodge, 2006, S.767).

Wie eingangs erwähnt, ist der Bestätigungsfehler nicht nur auf die Interpretation von Informationen beschränkt. Er beeinflusst zudem auch die Suche nach Informationen. Menschen neigen dazu, gezielt nach Beweisen zu suchen, welche als Stütze ihrer Hypothesen dienen und vermeiden es, nach Beweisen zu suchen, die ihre Überzeugungen infrage stellen könnten (Beck 2014, S. 49; Kunda 1990, S. 495). Die Tendenz, primär nach bestätigenden Informationen zu suchen, kann dazu führen, dass Menschen alternative Hypothesen oder Erklärungen ignorieren oder nicht ausreichend in Betracht ziehen, was wiederum eine Verfestigung der bestehenden Überzeugungen zur Folge (Nickerson, 1998, S. 177; Oetzel & Luppold, 2023, S. 35). Darüber hinaus zeigte sich, die Überbewertung bestätigender Beweise und die Unterbewertung entlastender Beweise, was den Bestätigungsfehler weiter verstärkt (Nickerson, 1998, S. 180). Der Bestätigungsfehler kann sich ebenfalls in einer Verhandlungssituation äußern. Hat ein Interessent beispielsweise bereits eine favorisierte Automarke, so kann der Verkäufer den Bestätigungsfehler des Kunden zu seinen Gunsten nutzen und dessen Interesse mit bestätigenden Informationen steigern. Der Confirmation Bias führt dazu, dass der Kunde seine Kaufentscheidung als rational und gut informiert wahrnimmt, obwohl sie stark von selektiver Informationswahrnehmung beeinflusst ist. Selbst wenn Menschen keine persönliche Motivation haben an einer bestimmten Hypothese festzuhalten, zeigt sich die Tendenz zur Bestätigung. Es wird angenommen, dass diese Tendenz auf die generelle Neigung von Menschen an Überzeugungen festzuhalten, welche ihnen genehm sind und unangenehme Wahrheiten vermeiden, zurückzuführen ist (Beck, 2014, S. 54). Ein weiterer wichtiger Aspekt des

Bestätigungsfehler ist, dass Menschen häufig falsche Verifikationsstrategien anwenden. Sie suchen nach bestätigenden Beweisen und versuchen nicht ihre Hypothesen durch die Untersuchung gegenteiliger Argumente kritisch zu hinterfragen (Beck, 2014, S. 49). Das Verhalten kann als eine Art kognitive Bequemlichkeit oder kognitive Effizienz verstanden werden, um kognitive Dissonanzen zu vermeiden (Oetzel & Luppold, 2023, S. 37).

Zusammenfassend stellt der Bestätigungsfehler eine tief verwurzelte menschliche Tendenz dar, welche dazu führt, dass Informationen bevorzugt gesucht und interpretiert werden, die bestehende Überzeugungen bestätigen. Sowohl bei der Informationssuche als auch bei der Interpretation von Beweisen kann diese Voreingenommenheit auftreten und zu einer Verstärkung der bestehenden Überzeugungen führen. Selbst wenn neue Informationen objektiv betrachtet einen solchen Entschluss nicht zulassen (Kunda, 1990, S. 494).

### 2.1.3 Die Ankerheuristik

„Unterschiedliche Ausgangspunkte führen zu unterschiedlichen Schätzungen, die in Richtung der Ausgangswerte verzerrt sind. Wir nennen das Phänomen Verankerung.“ (Tversky & Kahneman, 1974, S. 1128). Die Ankerheuristik ist ein kognitiver Prozess, bei dem anfängliche Informationen, sogenannte Anker, eine überproportional starke Wirkung auf nachfolgende Urteile, Entscheidungen oder Verhandlungen ausüben. Diese Wirkung gilt selbst, wenn die Ankerwerte willkürlich oder irrelevant für die eigentliche Fragestellung sind (Schredelseker, 2017, S. 304; Stegemann, 2024, S. 225). Tversky und Kahneman (1974) beschreiben die Ankerheuristik an einer von den beiden Forschern durchgeführten Studie, als den Prozess, bei dem Menschen ihre Schätzung einer Zahl an einer zuvor genannten ausrichten. Die Ankerheuristik tritt insbesondere unter Bedingungen der Unsicherheit auf. In diesen Situationen neigen Menschen dazu ihre Schätzungen zu tätigen, um sich an einem vorgegebenen oder selbst generierten Ausgangswert zu orientieren. Dabei wird das Urteil typischerweise in Richtung des Ankers verzerrt. Jenes Phänomen wird als Ankerassimilation bezeichnet (Werth et al., 2020, S. 76, 85). Bemerkenswerterweise ist der Ankereffekt äußerst robust und bleibt selbst dann bestehen, wenn die betroffenen Personen auf dessen Existenz hingewiesen, oder durch externe Anreize, wie Belohnungen, zu genauerem Urteilen motiviert werden (Raab et al., 2022, S. 139; Stegemann, 2024, S. 228). Kausal hierfür ist die unterbewusste Wirkung der Ankerheuristik, wodurch die betroffenen Personen die Beeinflussung durch den Anker nicht bewusst wahrnehmen können (Raab et al., 2022, S. 139; Zhuang, 2023, S. 211).

In praktischen Anwendungsszenarien, wie beispielsweise Preisverhandlungen, kann der Ankereffekt gezielt genutzt werden, indem der erstgenannte Preis als Anker dient. Das Erstangebot beeinflusst die nachfolgenden Verhandlungen in Richtung des Ausgangswertes. Daher führt ein hoher anfänglicher Preis in der Regel zu einem höheren Verhandlungsergebnis

(Schredelseker, 2017, S. 307; Werth et al., 2020, S. 77). Der Ankereffekt wurde auch in anderen Kontexten, wie der Bestimmung von Strafen, Spendenbereitschaft oder der allgemeinen Einschätzung von Werten nachgewiesen werden. Der zuerst genannte Wert beeinflusste das Endurteil maßgeblich (Beck, 2014, S. 145, 147; Tversky & Kahneman, 1974, S. 1128, 1131). Aufgrund dessen kann der Ankereffekt von Händlern hervorragend genutzt werden (Oetzel & Luppold, 2023, S. 102). Die unzureichende Adjustierung an den Anker stellt eine zentrale Erklärung für den Effekt dar. Menschen tendieren dazu, ihre Schätzungen nicht weit genug vom Ankerwert zu entfernen, insbesondere wenn der Wert ihnen als Ausgangspunkt für die Urteilsbildung dient (Stegemann, 2024, S. 224f.; Tversky & Kahneman, 1974, S. 1128). Diese Aussage suggeriert die zunehmend starke Wirkung der Ankerheuristik unter Vorlage mangelnder Informationen oder kognitiver Ressourcen. Der Prozess der Ankerassimilation wird durch die selektive Verfügbarkeit von ankerkonsistenten Informationen unterstützt. Wobei die selektive Aktivierung ist bei extern vorgegebenen Anker besonders stark ausgeprägt (Werth et al., 2020, S. 85).

Jedoch stellt sich die Frage, ob Personen, oder Fachexperten, welche regelmäßig Verhandlungen und damit Situationen, in denen Ihnen unvollständige Informationen vorliegen, ausgesetzt sind, genauso anfällig auf diese Heuristik reagieren, wie Novizen. In einem Feldexperiment von Northcraft & Neale (1987) sollten Immobilienmakler den Wert eines Hauses schätzen, nachdem sie identische Informationen erhalten hatten. Die Informationen unterschieden sich lediglich im vorgegebenen Katalogpreis. Obwohl die Makler glaubten, dass der Katalogpreis keinen Einfluss auf ihre Bewertung habe, zeigte sich eine deutliche Verzerrung ihrer Schätzungen in Richtung des vorgegebenen Ankers. Somit waren erfahrene Makler, ebenso wie eine Vergleichsgruppe von Studenten, von der Ankerheuristik betroffen (Northcraft & Neale, 1987, S. 87ff.). Die Studie demonstriert, dass die Ankerheuristik selbst bei Experten eine starke und weitreichende Wirkung und damit eine hohe praktische Relevanz hat.

Zusammenfassend stellt die Ankerheuristik eine weit verbreitete und mächtige kognitive Verzerrung dar, welche in vielen Bereichen des Lebens – von der Preisverhandlung bis zu der Größenschätzung – eine bedeutende Rolle spielt und häufig unbewusste Urteile der Menschen beeinflusst (Schredelseker, 2017, S. 305; Zhuang, 2023, S. 211).

## 2.2 Verhandlung

Eine Verhandlung im geschäftlichen Sinne kann als strukturierter Prozess verstanden werden, bei dem zwei, oder mehrere Parteien miteinander interagieren, um eine Vereinbarung über gegensätzliche Bedürfnisse, Interessen oder Motive zu erzielen (Helmold, Dathe & Hummel 2019, S. 3; O'Brien, 2016, S. 5). Udo Kreggenfeld sieht den Ursprung von Verhandlungen im Handel. Außerdem können auch Produktionsfaktoren wie Arbeit, Rohstoffe und Geld Gegenstand von Verhandlungen sein. Verschiedene Positionen, die auf Unterschieden in Interessen, Einstellungen und Bewertungen beruhen, gelten als wesentlicher Aspekt des Verhandlungsprozesses (Kreggenfeld, 2021, S. 5f.). Verhandlungen sind als notwendiger Prozess anzusehen, welcher in diversen Situationen zu der Konfliktlösung beiträgt (Schumann et al., 2021, S. 1). Ziel einer Verhandlung ist es, eine Verbesserung der aktuellen Situation für die partizipierenden Teilnehmer zu erzielen, wobei auch die Möglichkeit besteht, eine Verschlechterung zu verhindern (Kreggenfeld, 2021, S. 6). Des Weiteren ist es erforderlich, dass die anwesenden Parteien die Initiative zur Lösungsfindung übernehmen (Helmold, 2023, S. 2). Eine Verhandlung umfasst in der Regel eine Abfolge von Angeboten, Forderungen und Zugeständnissen, wobei die Parteien versuchen, ihre Interessen durch glaubwürdige Drohungen, Versprechungen und Hinweise auf Alternativen durchzusetzen. Verhandlungen erfordern ein wechselseitiges Geben und Nehmen um damit gegensätzliche Präferenzen zwischen den Parteien auszugleichen und um zu einer einvernehmlichen Lösung zu gelangen (Carnevale & Pruitt, 1992, S. 532; Helmold, 2023, S. 2).

### 3. Das Fünf-Faktoren-Modell der Persönlichkeitsmerkmale

In diesem Kapitel wird das Fünf-Faktoren-Modell der Persönlichkeitsmerkmale beschrieben und definiert. Um hierfür ein bestmögliches Verständnis zu erlangen, wird zunächst die Bedeutung des Begriffs „Persönlichkeit“ erklärt. Darauf folgt die historische Entwicklung der Persönlichkeitsmessung bis hin zu dem Fünf-Faktoren-Modell. Anschließend werden dessen fünf Persönlichkeitsdimensionen beschrieben.

#### 3.1 Persönlichkeitsmerkmale und dessen Ausprägungen

In der Psychologie umfasst der Begriff „Persönlichkeit“ alle individuellen Besonderheiten eines Menschen, welche sein Verhalten und Erleben in den unterschiedlichsten Situationen beeinflussen (Gerrig, 2018, S. 508). Jene Besonderheiten sind keine vorübergehenden Zustände, sondern überdauernde Merkmale, die Unterschiede zwischen Individuen ausmachen (Zwick, 2021, S. 74). Konsistente Präferenzen in Denk-, Gefühls- und Verhaltensweisen werden durch die dynamische Organisation von psychophysischen Systemen innerhalb eines Menschen erzeugt. Diese Präferenzen beschreiben schlussendlich den Begriff „Persönlichkeit“ (Stemmler et al., 2016, S. 48).

Persönlichkeit setzt sich aus verschiedenen Einflüssen zusammen. Zu den genannten Einflüssen gehören biologische Faktoren, wie das Temperament, psychologische Prozesse, wie Denkweisen und erlernte Reaktionen. Aber auch soziokulturelle Einflüsse wie Kindheitserfahrungen oder die Gegebenheiten der aktuellen Situation und der Umgebung gelten als Einfluss. Durch diese Einflüsse wird unsere Persönlichkeit geprägt und einzigartig (Myers & DeWall, 2023, S. 656). Persönlichkeit wird häufig als, das für ein Individuum charakteristische, Muster des Denkens, Fühlens und Handelns definiert, welches über die Zeit hinweg und in unterschiedlichen Situationen stabil bleibt (Myers & DeWall, 2023, S. 626). Die Merkmale einer Persönlichkeit sind nicht direkt beobachtbar, sondern lassen nur sich durch die regelmäßige Beobachtung von Verhaltensweisen ableiten (Asendorpf, 2024, S. 3; McCrae & Costa, 1997, S. 510). Aufgrund von direkt beobachtbaren Merkmalen wie Statur, Kleidungsstil oder Körperpflege neigen Menschen dazu, sich zu Beginn eines ersten Aufeinandertreffens rasch ein Bild von ihrem Gegenüber zu machen. Ergänzt oder korrigiert wird jener Eindruck mit zunehmender Interaktion durch die Wahrnehmung weniger offensichtlicher Eigenschaften wie Interessen oder Überzeugungen. (Neyer & Asendorpf, 2024, S. 2). Im Erwachsenenalter bleiben Persönlichkeitsmerkmale relativ stabil und bestehen über längere Zeit hinweg, unabhängig von der Situation (Costa & McCrae, 2010, S. 3). Doch auch bereits in der mittleren Kindheit zeigen Persönlichkeitsmerkmale eine gewisse Stabilität und haben einen Einfluss auf wichtige Lebensumstände (Bornstein et al., 2018, S. 240f.). Persönlichkeitsmerkmale beeinflussen, wie Menschen Ereignisse erleben, sie wahrnehmen und darauf reagieren. Die Wahrnehmung und

das Erleben bestimmen schließlich das Verhalten von Menschen. Persönlichkeitsmerkmale entstehen aus den charakteristischen Gedanken, Gefühlen und Verhaltensweisen eines Menschen, welche seine Persönlichkeit einzigartig machen (Boz & Ergeneli, 2014, S. 93). Zu beachten bleibt, dass jeder Mensch das Konzept „Persönlichkeit“ mehr oder weniger bewusst nutzt, um seine Mitmenschen zu verstehen, Verhalten zu beeinflussen oder den Ausgang von Situationen vorherzusagen (Zwick, 2021, S. 73f.).

### 3.2 Die Big Five Persönlichkeitsmerkmale

Das Fünf-Faktoren Modell lässt sich auf alle Menschen anwenden und findet seinen Einsatzbereich in verschiedenen sozialpsychologischen Untersuchungen (Kolm & Mercier Ythier, 2006, S. 115). Die Big Five, bestehend aus der Offenheit für Erfahrungen, Gewissenhaftigkeit, Extravertiertheit, Verträglichkeit und Neurotizismus, sind die am weitesten verbreiteten Merkmalsdimensionen zu der Beschreibung der Persönlichkeitsstruktur. Sie werden häufig aufgrund des Akronyms als OCEAN-Modell bezeichnet (Bornstein et al., 2018, S. 240f.; Watzka, 2021, S. 16). Mit dem Ziel, Persönlichkeitsunterschiede zu messen, bilden diese fünf Bereiche das Fundament zahlreicher psychologischer Inventare (Goldberg, 1992, S. 27). Jeder der fünf Faktoren kann als Spektrum betrachtet werden, in das Individuen unterschiedlich stark fallen. Beispielsweise von einem geringen oder hohen Maß an Extraversion (Harvard Law School, 2024). Neben der Beschreibung von Persönlichkeitsunterschieden ist das Modell auch für die Vorhersage von Verhalten in alltäglichen und sozialen Situationen sowie für die Eignung von bestimmten Aufgaben oder den Berufserfolg nützlich (Asendorpf, 2024, S. 96). Ein entscheidender Faktor ist es, die Merkmale der Big Five wertneutral zu betrachten, um die Unterschiedlichkeit von Menschen zu charakterisieren, ohne dabei hohe oder niedrige Ausprägungen als gut oder schlecht zu bewerten (Watzka, 2021, S. 16). Die Unterschiede sollen lediglich die verschiedenen Persönlichkeiten zum Ausdruck bringen (Neyer & Asendorpf, 2024, S. 92). Das Fünf-Faktoren-Modell wird daher als eine der am weitesten akzeptierten Methoden zur Beschreibung der Merkmalsstruktur angesehen. Merkmalsadjektive stellen individuelle Unterschiede dar, die typischerweise eine glockenförmige Verteilung aufweisen (McCrae & Costa, 2008, S. 273). Das Fünf-Faktoren-Modell ist ein Modell, durch das ein Persönlichkeitsprofil basierend auf fünf verschiedenen Persönlichkeitseigenschaften zusammengestellt werden kann (McCrae und John 1992, S. 175). Obwohl die Begriffe Big Five und Fünf-Faktoren-Modell heute oft synonym verwendet werden, und sich zu den gleichen Persönlichkeitsdimensionen zusammenfassen, unterscheiden sie sich in ihrer Historie. Die Big Five basieren auf dem lexikalischen Ansatz, während das Fünf-Faktoren-Modell aus der Forschung von Costa und McCrae stammt und von dem Fragebogenansatz dominiert wird (Raad 2000, S. 15f.).

### 3.2.1 Historie und Entwicklung der Big Five

Die Geschichte des Fünf-Faktoren-Modells der Persönlichkeit, lässt sich auf eine Vielzahl von Forschungsansätzen zurückführen, welche über Jahrzehnte entwickelt wurden. Den Beginn machten Gordon Allport und H. S. Odbert (1936), die in einer lexikalischen Studie nahezu 18.000 Begriffe zu der Beschreibung von Persönlichkeitseigenschaften aus einem englischen Wörterbuch extrahierten (Myers & DeWall, 2023, S. 645). Die frühe Arbeit bildete die Grundlage für die Entwicklung des lexikalischen Ansatzes. Bei dem lexikalischen Ansatz wurde das gesamte Vokabular einer Sprache nach Eigenschaftsworten durchsucht, um diese mittels einer Faktorenanalyse auf wenige grundlegende Persönlichkeitsfaktoren zu reduzieren (Asendorpf, 2024, S.71; Howard & Howard, 2002, S. 26).

Die methodische Basis für diese Art der Forschung legte Charles Spearman mit der Faktorenanalyse, die später von vielen Psychologen weiterentwickelt wurde (Asendorpf, 2024, S. 71). Der lexikalische Ansatz fand durch Forschungen in verschiedenen Sprachen breite Anwendung, wobei Studien des deutschen und niederländischen Lexikons ebenfalls zu den heute bekannten fünf Faktoren führten (Asendorpf, 2024, S. 74). In den 1940er Jahren wurde die Methodik besonders von Richard B. Cattell vorangetrieben, indem er sich auf multivariate Analysemethoden konzentrierte, um die Komplexität menschlicher Persönlichkeit zu erfassen (Stemmler et al., 2016, S. 286). Einflussreiche Arbeiten in den späten 1950er Jahren von Tupes und Christal stellen die Basis für die heutige Fünf-Faktoren-Taxonomie dar, deren Faktoren später von Lewis Goldberg (1981) als "Big Five" bezeichnet wurden (Howard & Howard, 2002, S. 239; Stemmler et al., 2016, S. 312). Die Faktoren des Modells Offenheit, Gewissenhaftigkeit, Extraversion, Verträglichkeit und Neurotizismus wurden als breitere Dimensionen der Persönlichkeit identifiziert. Sie beschreiben das Verhalten auf einer allgemeinen Ebene (Goldberg, 1992, S. 27). Später, in den 1960er Jahren trugen Hans und Sybil Eysenck mit ihrer Forschung zu der Identifikation von zwei grundlegenden Dimensionen, Extraversion und Neurotizismus, zu der Persönlichkeitsforschung bei. Diese Dimensionen wurden durch den Eysenck Personality Inventory (EPI) messbar gemacht, der später in vielen Studien angewandt wurde (Gerrig, 2018, S. 509; Raab et al., 2022, S. 175).

Parallel dazu entwickelten die Forscher Paul Costa und Robert McCrae in den 1980er Jahren das NEO-PI-R, welches zunächst die Faktoren „Extraversion“, „Neurotizismus“ und „Offenheit für Erfahrung“ maß. Den NEO-PI-R erweiterten sie später um die Dimensionen „Verträglichkeit“ und „Gewissenhaftigkeit“. Heute gilt das Fünf-Faktoren-Modell als eines der umfassendsten Instrumente zur Messung der Big Five (Costa & McCrae, 2010, S. 93f.; Stemmler et al., 2016, S. 313). Costa und McCrae betonen zudem, dass das Fünf-Faktoren-Modell nicht erklärt, wie Persönlichkeitsmerkmale im täglichen Leben wirken, sondern dass es eher ein Strukturmodell der Persönlichkeit sei. (McCrae & Costa, 2008, S. 277). Später etablierte sich das

Modell international als Referenzmodell der Persönlichkeitspsychologie. Es diene als Grundlage für die Organisation von Forschungsergebnissen und den Vergleich von Studien aus verschiedenen Traditionen (Stemmler et al., 2016, S. 319f.). Insbesondere im deutschsprachigen Raum konnte sich das Modell durch Arbeiten wie das Big-Five-Inventar (BFI-2) von Danner et al. (2016) durchsetzen (Asendorpf, 2024, S. 74f.).

Das Fünf-Faktoren-Modell gilt heute als die beste Annäherung an grundlegende Persönlichkeitsdimensionen, da es die Komplexität der Persönlichkeit in einer sparsamen und alltags-sprachlichen Form beschreibt (Watzka, 2021, S. 14). Um individuelle Unterschiede in der Persönlichkeit zu erklären und Vorhersagen über menschliches Verhalten zu treffen, wird das Modell zunehmend als eine zuverlässige und universelle Struktur betrachtet (Howard & Howard, 2002, S. 26; Neyer & Asendorpf, 2024, S. 109).

### 3.2.2 Offenheit für Erfahrungen (O)

Offenheit für Erfahrungen, oder auch Vorstellungskraft und Kreativität, ist eine Persönlichkeitsdimension, die Menschen beschreibt, welche intellektuell neugierig sind (Bornstein et al., 2018, S. 240f.; Howard & Howard, 2002, S. 24). Personen mit einer starken Ausprägung auf dieser Persönlichkeitsdimension haben Freude am Denken und Lernen. Außerdem zeichnen sie sich durch Kreativität, Vorstellungskraft und ästhetische Sensibilität aus. Offenheit für Erfahrungen, was auch als Intellekt bezeichnet wird, umfasst unterschiedliche Merkmale, wie beispielsweise die Bereitschaft neue Ideen zu erkunden und die Fähigkeit originelle Lösungen zu finden (Bornstein et al., 2018, S. 240). Personen mit geringer Offenheit werden eher als konventionell, engstirnig und weniger analytisch charakterisiert, während Menschen mit hoher Offenheit häufig als kreativ, innovativ und unkonventionell beschrieben werden (McCrae & Costa, 2008, S. 274; Zhao & Seibert, 2006, S. 261). Jedoch kann sich unter anderem die Engstirnigkeit in einer Verhandlung zu Gunsten der Testpersonen auswirken, da sie für externe Faktoren weniger empfänglich und demnach weniger anfällig für die Ankerheuristik sind (McElroy & Dowd, 2007, S. 49).

***Hypothese 1a:*** *Im Verhandlungskontext zeigt sich der Effekt der Ankerheuristik bei Testpersonen mit hohen Werten in der Persönlichkeitsdimension „Offenheit für Erfahrungen“ stärker als bei Testpersonen mit niedrigeren Werten in dieser Dimension.*

Offenheit wird in der Forschung oft in die Unterfaktoren Kreativität, Intelligenz und Nachdenklichkeit unterteilt, was die naheliegende Verbindung zu intellektuellen Fähigkeiten erneut

unterstreicht (Asendorpf, 2024, S. 97). Eine positive Korrelation liegt ebenfalls mit intellektuellen und kreativen Leistungen sowie mit Intelligenz und Bildung vor (Asendorpf, 2024, S.72). Menschen mit einer starken Ausprägung auf jener Dimension tendieren dazu, bei Kreativitäts- und Intelligenztests besser abzuschneiden und sind häufiger in wissenschaftlichen oder künstlerischen Berufen tätig. Sie identifizieren sich oft als spirituell, aber nicht notwendigerweise als religiös und neigen zudem eher zu liberalen politischen und sozialen Einstellungen (Bornstein et al., 2018, S. 240f.).

Personen mit geringer Offenheit hingegen äußern sich unter anderem durch eine Neigung zu traditionellen Werten. Zudem sind sie weniger empfänglich für neue kulturelle Eindrücke und präferieren es, den bestehenden Normen zu folgen, ohne diese zu hinterfragen (John et al., 2008, S. 138). Personen mit einer geringen Offenheit haben oft ein begrenztes Spektrum an intellektuellen und kreativen Interessen und bevorzugen eine praktischere und traditionellere Lebensweise (Harvard Law School, 2024). Lewis Goldberg hebt zudem hervor, dass „Offenheit“ Eigenschaften wie Vorstellungskraft, Neugierde und Kreativität gegenüber Oberflächlichkeit und Unempfänglichkeit stellt, was die wichtige Rolle dieser Dimension in der Persönlichkeitspsychologie weiter verdeutlicht (Goldberg, 1993, S. 27).

Im beruflichen Umfeld zeichnet Mitarbeiter mit hoher Offenheit für Erfahrungen eine rege Fantasie, ästhetisches Empfinden und eine Vorliebe für Abwechslung aus. Die Eigenschaften zeigen sich durch eine höhere Leistung und Kreativität (Rothmann & Coetzer, 2003, S. 72). Offenheit spiegelt sich auch in sozialen Interaktionen wider: So suchen sich offene Menschen häufig Freunde und Partner, welche vergleichbare Werte teilen und bevorzugen eher egalitäre Familienstrukturen. Dass Offenheit auch ein wichtiger Faktor für die soziale Einstellung ist, zeigt sich dadurch, dass sie in Gruppen am effektivsten mit Gleichgesinnten zusammenarbeiten (McCrae & Sutin, 2009, S. 264f.). Menschen mit einer hohen Ausprägung auf der Persönlichkeitsdimension charakterisieren sich als empfänglich für viele Arten von Erfahrungen (McCrae, 1994 S. 251). Ob die Empfänglichkeit auch für widersprüchliche Informationen und damit eine geringere Anfälligkeit für den Bestätigungsfehler gilt, prüft die Hypothese 1b. Im Bezug zu der vorliegenden Forschungsfrage führt dies zu der Hypothese:

***Hypothese 1b:*** *Testpersonen mit hohen Werten in der Persönlichkeitsdimension „Offenheit für Erfahrungen“ sind im Verhandlungskontext weniger anfällig für den Bestätigungsfehler als Testpersonen mit niedrigeren Werten.*

### 3.2.3 Gewissenhaftigkeit (C)

Das Maß an Gewissenhaftigkeit ist ein bedeutender Indikator für die Organisation, Ausdauer, harte Arbeit und Motivation, welche eine Person bei der Zielverfolgung aufweist (Zhao & Seibert, 2006, S. 261f.). Wie eingangs erwähnt, steht der Persönlichkeitsfaktor Gewissenhaftigkeit für Eigenschaften wie Organisation, Gründlichkeit und Zuverlässigkeit konträr zu Eigenschaften wie beispielsweise Nachlässigkeit und Unzuverlässigkeit (Goldberg, 1993, S. 27). Gewissenhafte Menschen tendieren dazu, ihr Verhalten an selbstbestimmte Regeln sowie geschriebene und ungeschriebene Normen der Gruppen oder Organisationen, denen sie angehören, auszurichten. Eine Missachtung der bestimmten Regeln führt zu einem weniger gewissenhaften Verhalten (Westhoff et al., 2013, S. 202). Gewissenhaftigkeit korreliert positiv mit Schulleistung und Intelligenz, da sie Sorgfalt, Beharrlichkeit und Zuverlässigkeit umfasst. (A-sendorpf, 2024, S. 72). Zudem ist Gewissenhaftigkeit ein wichtiger Prädiktor für Leistung und Gesundheit, da gewissenhafte Menschen tendenziell besser in der Schule und im Beruf abschneiden und gesündere Lebensgewohnheiten pflegen (Bornstein et al., 2018, S. 241). Menschen mit einem hohen Maß an Gewissenhaftigkeit berücksichtigen die möglichen Konsequenzen ihres Handelns und zeichnen sich unter anderem durch ein ausgeprägtes Verantwortungsgefühl für ihre Handlungen aus (Kumar et al., 2023, S. 6590). Im Kontext der vorliegenden Arbeit erweist sich Gewissenhaftigkeit als eng verbunden mit einer hohen Leistung in Verhandlungen, da eine gründliche Vorbereitung oft zu besseren Ergebnissen führt (Harvard Law School, 2024). Außerdem ergaben Analysen, dass höhere Werte mit einer höheren Entscheidungskompetenz verbunden sind (Weller et al., 2018, S. 1). Die beschriebenen Charakteristika sollten Testpersonen weniger anfällig für die aufgeführten kognitiven Verzerrungen machen, woraus sich folgende Hypothesen ableiten:

**Hypothese 2a)** *Im Verhandlungskontext geht ein hoher Wert in der Persönlichkeitsdimension „Gewissenhaftigkeit“ mit einer geringeren Anfälligkeit für die Ankerheuristik einher als ein niedriger Wert.*

**Hypothese 2b)** *Im Verhandlungskontext zeigen Testpersonen mit hohen Werten in der Persönlichkeitsdimension „Gewissenhaftigkeit“ eine geringere Anfälligkeit für den Bestätigungsfehler als Testpersonen mit niedrigen Werten.*

Gewissenhaftigkeit wird auch als Verlässlichkeit, Zwang oder Leistungswille bezeichnet und charakterisiert fleißige, zielstrebige und disziplinierte Menschen. Den Gegensatz stellen zu entspannte, unambitionierte und tendenziell willensschwache Personen dar (McCrae & Costa,

2008, S. 274). Außerdem umfasst der Faktor Unterschiede in der Fähigkeit zur Impulskontrolle, die unterstützend für zielgerichtetes Verhalten und Selbstdisziplin, wie das Nachdenken vor dem Handeln, oder dem Aufschieben von Belohnungen wirkt (John et al., 2008, S. 138). Ein hoher Wert bei der Persönlichkeitsdimension ist meist sozial erwünscht, wobei besonders hohe Werte auch zu Pedanterie oder Workaholismus führen können (Neyer & Asendorpf, 2024, S. 169f.). In vielen Situationen, in denen Leistung eine große Rolle spielt, ist Gewissenhaftigkeit ein zentrales Merkmal (Raad, 2000, S. 92). Ein Mangel an Gewissenhaftigkeit kann jedoch im zwischenmenschlichen Bereich erhebliche Auswirkungen haben. Beispielsweise könnte ein Mitbewohner mit einer geringen Gewissenhaftigkeit die zwischenmenschliche Beziehung belasten und das Wohlbefinden der anderen beeinträchtigen indem es versäumt wird Ordnung zu halten, Versprechungen nicht eingehalten, oder finanzielle Verpflichtungen vernachlässigt werden (Costa & McCrae, 2010, S. 6).

#### 3.2.4 Extraversion (E)

Die Persönlichkeitsdimension Extraversion ist eine breite Kategorie, welche sich in spezifische Facetten unterteilen lässt (Neyer & Asendorpf, 2024, S. 166f.). Wichtig zu verstehen ist, dass Introversion nicht das Gegenteil von Extraversion darstellt, sondern vielmehr ein Fehlen von Extraversion (Bornstein et al., 2018, S. 240f.). Personen mit einer geringen Extraversion präferieren es, ihre Aufgaben allein zu erledigen und wirken oft zurückhaltend. Diese Verhaltensweise entwickelt sich jedoch nicht aufgrund sozialer Ängste oder mangelnder sozialer Fähigkeiten, sondern weil sie es bevorzugen, unabhängigen Tätigkeiten nachzugehen (Asendorpf, 2024, S. 93). Die Persönlichkeitsdimension steht im Gegensatz zu Eigenschaften wie Zurückhaltung, Passivität und Schweigsamkeit (Goldberg, 1993, S. 27). Ein hohes Maß an Extraversion hingegen bezieht sich auf Geselligkeit, Ungehemmtheit und Aktivität, was bedeutet, dass extravertierte Menschen gerne Zeit in großen Gruppen verbringen und nach Abenteuern suchen (Zhao & Seibert, 2006, S. 260). Extraversion ist mit einer überwiegend positiven Stimmungslage verbunden, die auch als positive Affektivität bezeichnet wird und unabhängig von spezifischen Situationen auftritt (Asendorpf, 2024, S. 92). Diese positive Affektivität führt dazu, dass die Tagesverfassung von Personen mit einem hohen Maß an Extraversion in Tagebüchern im Durchschnitt eher positiv beurteilt wird (Neyer & Asendorpf, 2024, S. 166f.). Sie erleben häufiger positive Emotionen wie Enthusiasmus und Freude, da sie bei Ereignissen eher auf die positiven Aspekte achten (Noguchi et al., 2006, S. 901). Positive, oder auch bestätigenden Informationen sind ebenfalls bei dem Bestätigungsfehler von Relevanz, woraus sich die Hypothese 3b ableitet. Die Hypothese 3a wird aufgestellt, um den Effekt der Persönlichkeitsdimension „Extraversion“ auf die Ankerheuristik zu überprüfen, da Personen mit hohen Werten potenziell verstärkt auf die positiven und gewinnbringenden Aspekte des

Verhandlungsgegenstandes achten und sich nicht von dem gesetzten Eröffnungsangebot abschrecken lassen.

**Hypothese 3a)** *Im Verhandlungskontext weisen Testpersonen mit hohen Werten in der Persönlichkeitsdimension „Extraversion“ eine stärkere Anfälligkeit für die Ankerheuristik auf als Personen mit niedrigen Werten.*

**Hypothese 3b)** *Im Verhandlungskontext weisen Testpersonen mit hohen Werten in der Persönlichkeitsdimension „Extraversion“ eine stärkere Anfälligkeit für den Bestätigungsfehler auf als Testpersonen mit niedrigen Werten.*

Des Weiteren sagt Extraversion, insbesondere die Facette der Geselligkeit, den Zeitanteil voraus den Personen im Alltag mit freiwilliger sozialer Interaktion wie Gesprächen oder Parties verbringen (Asendorpf, 2024, S. 92). Studien belegen das Suchen nach Erregung von extravertierten Personen, da ihre normale Gehirnerregung vergleichsweise niedrig ist (Myers & DeWall, 2023 S. 647). Menschen mit hoher Extraversion sind in der Regel durchsetzungsfähig, dominant, energisch, gesprächig und enthusiastisch (Costa & McCrae, 1992a, S. 410). Durch die genannten Eigenschaften wird es ihnen ermöglicht gut in Gruppen zu funktionieren und häufig Führungsaufgaben zu übernehmen, da sie sich in sozialen und unternehmerischen Berufen wohlfühlen (Bornstein et al., 2018, S. 240f.). Die Bedeutung von Extraversion ist besonders in Berufen oder Rollen offensichtlich, welche intensive zwischenmenschliche Interaktionen erfordern, wie zum Beispiel im Unternehmertum. Hierbei können sich Extravertierte ihre sozialen Fähigkeiten, um Beziehungen zu Partnern, Kunden und Investoren aufzubauen, zu Nutze machen (Zhao & Seibert, 2006, S. 260f.). Extravertierte Personen zeigen unter anderem eine höhere Aufgabenleistung und Kreativität, was sie in diversen Arbeitsbereichen erfolgreich macht (Rothmann & Coetzer, 2003, S. 72). Menschen, welche bei dieser Dimension einen mittleren Skalenwert vorweisen bevorzugen ein ausgewogenes Maß von Einsamkeit und Geselligkeit (Howard und Howard, 2002, S. 24). Zusammenfassend zeigt ein hohes Maß an Extraversion Eigenschaften wie Geselligkeit, Aktivität, Durchsetzungsvermögen und positive Emotionalität. Außerdem impliziert Extraversion eine energische Einstellung zur sozialen und materiellen Welt und (John et al., 2008, S. 138).

### 3.2.5 Verträglichkeit (A)

Die Persönlichkeitsdimension Verträglichkeit bewertet die zwischenmenschliche Orientierung einer Person. Zudem umfasst sie Eigenschaften wie Freundlichkeit, Hilfsbereitschaft und Wärme im Umgang mit anderen (Asendorpf, 2024, S. 74). Eine hohe Verträglichkeit charakterisiert Menschen durch Eigenschaften wie Vertrauen, Großzügigkeit, Herzlichkeit und Freundlichkeit (Gerrig, 2018, S. 511; Kumar et al., 2023, S. 6590; Zhao & Seibert, 2006, S. 261). Diese Menschen werden häufig von Gleichaltrigen gemocht und neigen dazu, sozial affiliative und prosoziale Ergebnisse zu erzielen. Zudem sind ihre engen Beziehungen in der Regel stabiler und befriedigender, als von Menschen mit einer geringen Ausprägung (Bornstein et al., 2018, S. 241). Positive soziale Eigenschaften wie Großzügigkeit, Ehrlichkeit und Bescheidenheit stellen einen Kontrast zu den negativen Merkmalen wie Egoismus, Aggression und Arroganz dar (McCrae & Costa, 2008, S. 274). In ähnlicher Weise kontrastiert Verträglichkeit Eigenschaften wie Freundlichkeit, Vertrauen und Wärme mit Feindseligkeit, Egoismus und Misstrauen (Goldberg, 1993, S. 27). Jedoch bleibt zu beachten, dass trotz der vielen positiven Aspekte von Verträglichkeit ein hohes Maß zu Nachteilen führen kann. Insbesondere, wenn übermäßiges Vertrauen und Entgegenkommen als naiv oder unterwürfig wahrgenommen wird (Neyer & Asendorpf, 2024, S. 166). Zudem besteht, aufgrund der Bescheidenheit und Selbstlosigkeit, die Gefahr von dem sozialen Umfeld ausgenutzt werden (John et al., 2008, S. 138). In Verhandlungssituationen kann die Verträglichkeit zudem hinderlich sein, wenn die Sorge um das Wohl anderer Personen zu unzureichendem Durchsetzen führt (Harvard Law School, 2024). Personen mit einer hohen Verträglichkeit neigen dazu den vorgegebenen Anker ernster zu nehmen und gelten damit als anfälliger für die Ankerheuristik (Caputo, 2014, S. 68; Eroglu & Croxton, 2010, S. 125). Mit den vierten Hypothesen wird die Ankerheuristik in der Verhandlungssituation überprüft und ob dies ebenfalls im Verhandlungskontext und für den Bestätigungsfehler gilt.

**Hypothese 4a)** *Hohe Werte in der Persönlichkeitsdimension „Verträglichkeit“ führen im Verhandlungskontext zu einer höheren Anfälligkeit für die Ankerheuristik als niedrige Werte.*

**Hypothese 4b)** *Hohe Werte in der Persönlichkeitsdimension „Verträglichkeit“ führen im Verhandlungskontext zu einer höheren Anfälligkeit für den Bestätigungsfehler als niedrige Werte.*

Zusammenfassend stellt Verträglichkeit eine prosoziale und gemeinschaftliche Orientierung gegenüber anderen, welche durch Eigenschaften wie Altruismus, Zärtlichkeit und

Bescheidenheit gekennzeichnet ist, dar. Jene Facetten tragen wesentlich zu der Persönlichkeit eines Menschen bei (John et al., 2008, S. 138; Raad, 2000, S. 92). Letztlich gilt Verträglichkeit als eine sozial erwünschte Eigenschaft, die ihren Beitrag zu positiven zwischenmenschlichen Beziehungen leistet (Asendorpf, 2024, S. 91).

### 3.2.6 Neurotizismus (N)

Die Dimension Neurotizismus, welche auch als emotionale Instabilität bekannt ist, beschreibt individuelle Unterschiede in der emotionalen Stabilität und der Anpassungsfähigkeit. Personen mit einer hohen Ausprägung bei Neurotizismus neigen dazu, eine Vielzahl negativer Emotionen zu erleben. Darunter Angst, Feindseligkeit, Depression, Scham, Impulsivität und Verletzlichkeit (Costa & McCrae, 1992, S. 1). Diese Tendenz, kann sich negativ auf zwischenmenschliches Funktionieren auswirken und die Konzentration auf negative Informationen zur Folge haben. Häufig empfinden jene Personen auch negative Gefühle (Noguchi et al., 2006, S. 901). Neurotische Menschen berichten häufig von Sorgen und Problemen. Ebendas führt zu übermäßigen Arztbesuchen, selbst ohne objektive Erkrankungen (Asendorpf 2024, S. 94; Neyer und Asendorpf 2024, S. 59). Der Psychologe Eysenck beschreibt Menschen mit hohen Neurotizismuswerten als, unter anderem, emotional labil (Raab et al., 2022, S. 174). Ein hoher Wert beeinflusst den Alltag und korreliert mit einer geringen Lebenszufriedenheit sowie einem erhöhten Risiko für psychische Störungen (Chen et. al., 2023, S. 1). Beispiele hierfür sind Angst- und Stimmungsstörungen (Bornstein et al., 2018, S. 240f.). Aufgrund häufig mangelnden Einsatzes wirkt sich Neurotizismus negativ auf die Arbeitswelt aus. Kausal hierfür ist, dass sich Personen mit einer hohen Ausprägung schnell subjektiv überfordert fühlen. Sie haben Probleme im Kundenkontakt und in Teams. Zudem wechseln sie oft den Arbeitsplatz (Christiansen & Tett, 2008, S. 312ff.). Auch in sozialen Beziehungen sind die Auswirkungen von Neurotizismus deutlich sichtbar, da diese Eigenschaft Unzufriedenheit in Partnerschaften und eine höhere Trennungsrate vorhersagt (Asendorpf, 2024, S. 94f.). Personen mit einer niedrigen Ausprägung auf der Dimension „Neurotizismus“ hingegen werden als selbstbewusst, ruhig, ausgeglichen und entspannt beschrieben (Zhao & Seibert, 2006, S. 260). Sie weisen eine höhere emotionale Stabilität und Ausgeglichenheit auf, was bedeutet, dass sie auch unter herausfordernden Umständen, wie beispielsweise Stresssituationen, ruhig und belastbar agieren (Bornstein et al., 2018, S. 241; Hough et al., 1990, S. 585). Somit steht Neurotizismus im Gegensatz zu emotionaler Stabilität und Ausgeglichenheit. Hohe Werte sind durch eine Neigung zu Angst, Nervosität, Traurigkeit und Anspannung charakterisiert (John et al., 2008, S. 138; Havard Law School, 2024). Durch das Stören von zwischenmenschlichen Beziehungen aufgrund affektiver Reaktionen und aggressiver Verhaltensweisen haben hochgradig neurotische Menschen oft Schwierigkeiten in sozialen Interaktionen. Trotz einer Abhängigkeit von

anderen Personen neigen sie gleichzeitig zu Wutausbrüchen, wenn sie sich gekränkt fühlen. Die Folge sind häufig zerrüttete Ehen und andere zwischenmenschliche Probleme (Costa & McCrae, 2010, S. 6f.). Darüber hinaus besteht ein stark positiver Zusammenhang mit der Häufigkeit und Intensität negativer Emotionen, wie beispielsweise Nervosität und Launenhaftigkeit. Die Korrelation mit positiven Emotionen ist eher schwach (Goldberg, 1993, S. 27; Neyer & Asendorpf, 2024, S. 168). Besonders relevant für die vorliegende Arbeit ist, dass Menschen mit hoher emotionaler Instabilität stärker auf intuitive, affektbasierte Heuristiken zurückgreifen (Strough et al., 2011, S. 69). Folglich wird mit den Hypothesen 5a sowie 5b getestet ob, und inwiefern sich dies auf den Bestätigungsfehler und die Ankerheuristik im Verhandlungskontext auswirkt.

**Hypothese 5a)** *Testpersonen mit hohen Werten in der Persönlichkeitsdimension „Neurotizismus“ sind im Verhandlungskontext anfälliger für die Ankerheuristik als Testpersonen mit niedrigen Werten.*

**Hypothese 5b)** *Testpersonen mit hohen Werten in der Persönlichkeitsdimension „Neurotizismus“ sind im Verhandlungskontext anfälliger für den Bestätigungsfehler als Testpersonen mit niedrigen Werten.*

Neurotizismus beschreibt insgesamt den allgemeinen Grad an Angst, Depression, Sorge und Unsicherheit einer Person. Hohe Werte gelten als sozial unerwünscht, während niedrige Werte als emotional stabil und ausgeglichen angesehen werden (Asendorpf, 2024, S. 93; McCrae & Costa, 2008, S. 274).

### 3.3 Hypothesen

In den vorherigen Kapiteln wurde zu jeder der ausgeführten Persönlichkeitsmerkmale des Fünf-Faktoren-Modells eine oder mehrere Hypothesen aufgestellt.

Aus Zwecken der Übersichtlichkeit folgt eine Auflistung dieser:

<b>1a</b>	Im Verhandlungskontext zeigt sich der Effekt der Ankerheuristik bei Testpersonen mit hohen Werten in der Persönlichkeitsdimension „Offenheit für Erfahrungen“ stärker als bei Testpersonen mit niedrigeren Werten in dieser Dimension.
<b>1b</b>	Testpersonen mit hohen Werten in der Persönlichkeitsdimension „Offenheit für Erfahrungen“ sind im Verhandlungskontext weniger anfällig für den Bestätigungsfehler als Testpersonen mit niedrigeren Werten.
<b>2a</b>	Im Verhandlungskontext geht ein hoher Wert in der Persönlichkeitsdimension „Gewissenhaftigkeit“ mit einer geringeren Anfälligkeit für die Ankerheuristik einher als ein niedriger Wert.
<b>2b</b>	Im Verhandlungskontext zeigen Testpersonen mit hohen Werten in der Persönlichkeitsdimension „Gewissenhaftigkeit“ eine geringere Anfälligkeit für den Bestätigungsfehler als Testpersonen mit niedrigen Werten.
<b>3a</b>	Im Verhandlungskontext weisen Testpersonen mit hohen Werten in der Persönlichkeitsdimension „Extraversion“ eine stärkere Anfälligkeit für die Ankerheuristik auf als Personen mit niedrigen Werten.
<b>3b</b>	Im Verhandlungskontext weisen Testpersonen mit hohen Werten in der Persönlichkeitsdimension „Extraversion“ eine stärkere Anfälligkeit für den Bestätigungsfehler auf als Testpersonen mit niedrigen Werten.
<b>4a</b>	Hohe Werte in der Persönlichkeitsdimension „Verträglichkeit“ führen im Verhandlungskontext zu einer höheren Anfälligkeit für die Ankerheuristik als niedrige Werte.
<b>4b</b>	Hohe Werte in der Persönlichkeitsdimension „Verträglichkeit“ führen im Verhandlungskontext zu einer höheren Anfälligkeit für den Bestätigungsfehler als niedrige Werte.
<b>5a</b>	Testpersonen mit hohen Werten in der Persönlichkeitsdimension „Neurotizismus“ sind im Verhandlungskontext anfälliger für die Ankerheuristik als Testpersonen mit niedrigen Werten.
<b>5b</b>	Testpersonen mit hohen Werten in der Persönlichkeitsdimension „Neurotizismus“ sind im Verhandlungskontext anfälliger für den Bestätigungsfehler als Testpersonen mit niedrigen Werten.

1. Tabelle : „Hypothesenaufstellung“ (eigene Darstellung)

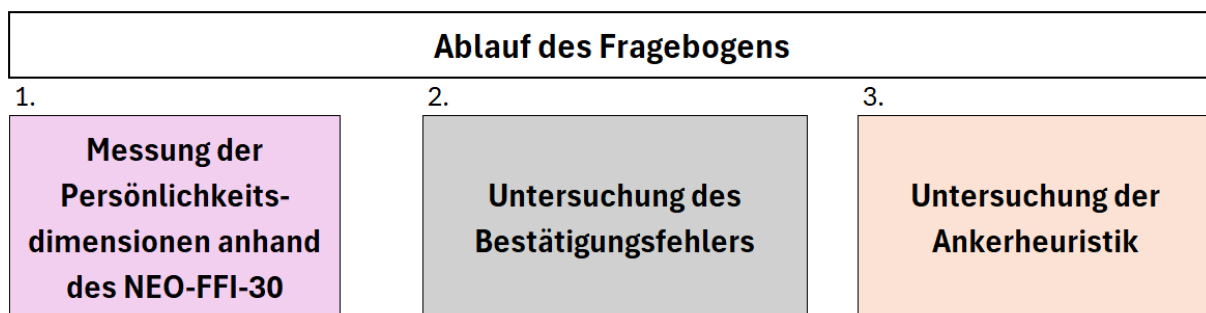
Diese Hypothesen gilt es nun mithilfe der gewonnenen empirischen Daten des Fragebogens zu beantworten, wobei ebenfalls weitere Korrelationen der Persönlichkeitsmerkmale in Bezug auf die zu untersuchenden Heuristiken im Verhandlungskontext geprüft werden.

## 4. Empirische Erhebung

Das Ziel der vorliegenden Arbeit besteht darin, ausfindig zu machen, ob Personen mit verschiedenen Ausprägungen auf den fünf Persönlichkeitsdimensionen in Verhandlungssituationen unterschiedlich auf die Ankerheuristik oder den Bestätigungsfehler reagieren. Daher werden zunächst die fünf Persönlichkeitsmerkmale mittels des Fragebogens „NEO-FFI 30“ gemessen. Hierbei wird jedes der fünf Persönlichkeitsmerkmale durch sechs Items untersucht. Ursprünglich wurde der Fragebogen von Costa und McCrae im Jahr 1989 entwickelt, welcher den Titel „NEO PI/FFI“ (Personality Inventory / Five-Factor-Inventory) trägt.

Borkenau und Ostendorf übersetzten 1993 die 60 Fragen des etablierten NEO PI/FFI in die deutsche Sprache. Dieser zeigte allerdings Probleme bei der Replikation der Faktorenstruktur. Ungenügende Kennwerte einzelner Items führten zu teilweise unbefriedigenden Skalenkennwerten. Die daraus resultierende Konsequenz war die Entwicklung einer ökonomischen Kurzversion mit besseren psychometrischen Eigenschaften. Die Kurzversion namens „NEO-FFI-30“ umfasst 30 Fragen, wobei für die fünf Skalen jeweils sechs Items ausgewählt wurden. Die sechs Items der fünf Skalen des NEO-FFI-30 gehören jeweils der Originalskala an. Der NEO-FFI-30 minimierte die Doppelladungen. Zudem weisen die Items ihre höchste Trennschärfe in Bezug zu der jeweils intendierten Skala auf. Des Weiteren liegen die Fremdtrennschärfen für alle Items unter der Trennschärfe für die jeweils intendierte Skala (Körner et al., 2008, S. 238ff.).

Auf die Erhebung der Big Five mittels des NEO-FFI-30 folgt der zweite Teil der Umfrage. Hierbei wird das Verhandlungsbeispiel bezüglich der Auswahl eines Fahrzeugtypen simuliert, indem zunächst der Bestätigungsfehler untersucht wird. Im dritten Teil der empirischen Erhebung wird ein Verhandlungsszenario bei dem Kauf einer Immobilie dargestellt, wobei die Ankerheuristik überprüft wird.



1. Abbildung: „Ablauf des Fragebogens“ (eigene Darstellung)

## 4.1 Methodik

Die empirische Untersuchung erfolgt mittels eines standardisierten Fragebogens über Light-house Studio v9.16.6 von Sawtooth Software. Zu Beginn der Studie wird die Erfassung der Persönlichkeitsmerkmale untersucht. Anschließend folgen die beiden Verhandlungsszenarien, welche das Entscheidungsverhalten analysieren. Dass es sich hierbei um den zu untersuchenden Bestätigungsfehler und die Ankerheuristik handelt, wird nicht erwähnt, um Testpersonen, die mit den Heuristiken vertraut sind, keinen Wissensvorsprung zu gewähren und somit einer potenziellen Verzerrung der Ergebnisse vorzubeugen. Des Weiteren werden die Teilnehmer über die vertrauliche Verarbeitung ihrer Daten aufgeklärt und es wird deutlich gemacht, dass es bei der Studie keine „richtigen“ oder „falschen“ Antworten gibt.

Im ersten Teil der Erforschung der Big Five durch das Messinstrument NEO-FFI-30, werden die fünf Skalen (Offenheit für Erfahrungen, Gewissenhaftigkeit, Extraversion, Verträglichkeit und Neurotizismus) mit jeweils sechs Items geprüft. Den Testpersonen wird eine Vielzahl an Aussagen (2. Tabelle) präsentiert, woraufhin sie anschließend entscheiden, inwieweit sie der genannten Aussage zustimmen. Die Antwortmöglichkeiten „starke Ablehnung“, „Ablehnung“, „neutral“, „Zustimmung“ oder „starke Zustimmung“ sind gegeben, wovon die Teilnehmer eine wählen können (Körner et al., 2008, S. 239). „Starke Ablehnung“ wird mit der Ziffer 0, „Ablehnung“ mit der Ziffer 1, „Neutral“ mit der Ziffer 2, „Zustimmung“ mit der Ziffer 3 und „starke Zustimmung“ mit der Ziffer 4 kodiert. Items mit der Bezeichnung „R“ sind umzupolen (Borkenau und Ostendorf 2008, S. 38). Die Umpolung der Items ist bei den Antwortmöglichkeiten „Starke Zustimmung“ mit 0, „Zustimmung“ mit 1, „Neutral“ mit 2, „Ablehnung“ mit 3 und „starke Ablehnung“ mit der Ziffer 4 zu kodieren, wobei die Kodierregeln stets einzuhalten sind (Borkenau und Ostendorf 2008, S. 17). In der nachfolgenden „2. Tabelle“ wird in der Spalte „Item“ die jeweilige Nummer der Frage im NEO-FFI aufgeführt. Diese Reihenfolge ist aufsteigend einzuhalten (Borkenau und Ostendorf 2008, S. 39).

Skala	Item	Wortlaut der Items
Neurotizismus	6	Ich fühle mich anderen oft unterlegen.
	11	Wenn ich unter starkem Stress stehe, fühle ich mich manchmal, als ob ich zusammenbräche.
	21	Ich fühle mich oft angespannt und nervös.
	26	Manchmal fühle ich mich völlig wertlos.
	41	Zu häufig bin ich entmutigt und will aufgeben, wenn etwas schief geht.
	51	Ich fühle mich oft hilflos und wünsche mir eine Person, die meine Probleme löst.
Extraversion	2	Ich habe gern viele Leute um mich herum.
	7	Ich bin leicht zum Lachen zu bringen.
	22	Ich bin gerne im Zentrum des Geschehens.
	32	Ich habe oft das Gefühl, vor Energie überzuschäumen.
	37	Ich bin ein fröhlicher, gut gelaunter Mensch.

	52	Ich bin ein sehr aktiver Mensch.
Offenheit für Erfahrung	8 R	Ich finde philosophische Diskussionen langweilig.
	13	Mich begeistern die Motive, die ich in der Kunst und in der Natur finde.
	23 R	Poesie beeindruckt mich wenig oder gar nicht.
	43	Wenn ich Literatur lese oder ein Kunstwerk betrachte, empfinde ich manchmal ein Frösteln oder eine Welle der Begeisterung.
	48 R	Ich habe wenig Interesse, über die Natur des Universums oder die Lage der Menschheit zu spekulieren.
	58	Ich habe oft Spaß daran, mit Theorien oder abstrakten Ideen zu spielen.
Verträglichkeit	9 R	Ich bekomme häufiger Streit mit meiner Familie und meinen Kollegen.
	14	Manche Leute halten mich für selbstsüchtig und selbstgefällig.
	24 R	Im Hinblick auf die Absichten anderer bin ich eher zynisch und skeptisch.
	39 R	Manche Leute halten mich für kalt und berechnend.
	49	Ich versuche stets rücksichtsvoll und sensibel zu handeln.
	59 R	Um zu bekommen, was ich will, bin ich notfalls bereit, Menschen zu manipulieren.
Gewissenhaftigkeit	5	Ich halte meine Sachen ordentlich und sauber.
	10	Ich kann mir meine Zeit recht gut einteilen, sodass ich meine Angelegenheiten rechtzeitig beende.
	20	Ich versuche, alle mir übertragenen Aufgaben sehr gewissenhaft zu erledigen.
	40	Wenn ich eine Verpflichtung eingehe, so kann man sich auf mich bestimmt verlassen.
	50	Ich bin eine tüchtige Person, die ihre Arbeit immer erledigt.
	55 R	Ich werde wohl niemals fähig sein, Ordnung in mein Leben zu bringen.

2. Tabelle: „Item Anordnung des NEO-FFI-30“ (eigene Darstellung)

Da 30 Fragen für die Erfassung der Big-Five zu einer hohen Abbruchquote der Befragung führen können, werden drei Fragen auf einer Seite des Fragebogens abgebildet. Somit konnte die Anzahl der Fragen des NEO-FFI-30 auf zehn Seiten reduziert werden.

	starke Ablehnung	Ablehnung	neutral	Zustimmung	starke Zustimmung
Ich habe gern viele Leute um mich herum.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich halte meine Sachen ordentlich und sauber.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich fühle mich anderen oft unterlegen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

[Weiter](#)

0%  100%

2. Abbildung: „Fragendesign des NEO-FFI-30“ (eigene Darstellung)


Die erste Verhandlungssimulation untersucht den Bestätigungsfehler und die Anfälligkeit der Probanden für diesen. Die Teilnehmer werden zu Beginn gefragt für welchen Fahrzeugtypen sie sich zwischen einem „Kombi-Modell“, „Kleinwagen“ oder „SUV“ entscheiden würden. Dadurch kann eine Präferenz der Teilnehmer festgelegt werden, was die Grundlage für die Untersuchung des Bestätigungsfehlers bildet. Die zweite Frage legt die Sicherheit der Probanden bei der vorherigen Auswahl fest, wobei sie diese auf einer Skala von 1 = „gar nicht sicher“ bis 5 = „sehr sicher“ beurteilen können.

Sie haben die freie Wahl sich für einen der aufgeführten Fahrzeugtypen zu entscheiden.  
Bitte wählen Sie Ihre Präferenz und klicken anschließend auf "Weiter".

Kleinwagen / Kompaktklasse

SUV

Kombi-Modell

0%  100%

3. Abbildung: „Präferenz des Fahrzeugtypen“ (eigene Darstellung)

Basierend auf der Auswahl des präferierten Fahrzeugtypen werden den Testpersonen weitere bestätigende Informationen gegeben. Damit die Methode erfolgreich ist, wurden in dem Fragebogen sogenannte „Skip-Logic“ Reihenfolgen hinterlegt, welche besagen, dass einer Testperson, die beispielsweise den Fahrzeugtyp „SUV“ präferiert, die relevanten Informationen für jene Kategorie angezeigt werden. Nach einer Abfrage der Wichtigkeit diverser Komponenten eines Kraftfahrzeugs werden den Probanden auf der darauffolgenden Seite weitere Informationen zu dem präferierten Fahrzeugtyp eingeblendet. Abschließend wird erneut die Frage gestellt, wie sicher sich die Testpersonen in ihrer ursprünglichen Entscheidung bezüglich des präferierten Fahrzeugtyp fühlen (detaillierte Erläuterung in 4.2.1).

Den letzten Teil des Fragebogens bildet eine simulierte Verhandlung, welche die Ankerheuristik untersucht. Hierbei wird den Teilnehmern der geschätzte Wert einer Immobilie präsentiert. Das Eröffnungsangebot des Maklers liegt mit 480.400€ 10% über dem geschätzten Wert der Immobilie, woraufhin die Teilnehmer gebeten werden ihr Gegenangebot abzugeben (detaillierte Erläuterung in 4.2.2).

Die Testpersonen werden anhand der Ausprägungen des NEO-FFI-30 in den jeweiligen Persönlichkeitsdimensionen in Gruppen unterteilt. Diese ergeben sich aus den Schwankungsintervallen auf der zu untersuchenden Persönlichkeitsdimension. Die Schwankungsintervalle

berechnen sich durch das arithmetische Mittel sowie der Addition und Subtraktion der Standardabweichung (Stocker und Steinke 2022; S. 83). Demnach gelten Testpersonen mit einem Wert, der über dem Mittelwert und der addierten Standardabweichung liegt, als Personen mit „hoher“ Ausprägung auf der Persönlichkeitsdimension. Testpersonen mit einem Wert, der unter dem arithmetischen Mittel und der subtrahierten Standardabweichung liegt, als Personen mit einer „niedrigen“ Ausprägung. Es resultieren daraus „hohe“ oder „niedrige“ Ausprägungen auf der jeweiligen Persönlichkeitsdimension, was die Grundlage des Hypothesentests bildet.

Die Ergebnisberechnung des Bestätigungsfehlers wird durch die Differenz der Beantwortung der „Sicherheitsfrage 1“ und der „Sicherheitsfrage 2“ durchgeführt, wobei die Teilnehmer ihre Sicherheit bezüglich des gewählten Fahrzeugtypen angeben. Hierbei handelt es sich um ein qualitatives, ordinales Merkmal, da die Merkmalsausprägungen der Sicherheitsabfrage in eine natürliche Reihenfolge gebracht werden können (Stocker und Steinke 2022; S. 27). Der Mittelwert und die Standardabweichung setzen ein metrisches Datenniveau voraus, was hierbei nicht gegeben ist (Braunecker 2023; S. 55). Zur Überprüfung der aufgestellten Hypothesen und um einen statistisch signifikanten Unterschied zwischen den Gruppen „hoher“ und „niedriger“ Ausprägung auf einer Persönlichkeitsdimension zu berechnen, wird der nichtparametrische Zwei-Stichproben-Test „Mann-Whitney-U-Test“ herangezogen (Eckstein 2016; S. 133). Dieser untersucht einen Unterschied der Mittelwerte von Gruppen bei ordinalen Variablen (Kronthaler 2016; S. 207). Des Weiteren wird der Spearman Rangkorrelationskoeffizient berechnet, welcher den linearen Zusammenhang der Anfälligkeit für den Bestätigungsfehler und der Ausprägung auf der jeweiligen Persönlichkeitsdimension berechnet (Kronthaler 2016; S. 81f.). Für das Signifikanzniveau der Berechnung des Mann-Whitney-U-Test und der Spearman Rangkorrelation wurde ein Wert von 0,05 gewählt, was in den Sozial- und Wirtschaftswissenschaften üblich ist (Braunecker 2023b; S. 85).

Bei der Ergebnisberechnung der Ankerheuristik handelt es sich um eine quantitative metrische Merkmalsausprägung, welche sich ordnen und vergleichen lässt (Stocker und Steinke 2022; S. 27). Da der Mittelwert und die Standardabweichung ein metrisches Datenniveau voraussetzen, kann nun mit ihnen gerechnet werden (Braunecker 2023b; S. 55). Innerhalb der Gruppen „hoher“ und „niedriger“ Ausprägung wird das arithmetische Mittel, nachfolgend auch als „Mittelwert“ bezeichnet, bestimmt. Der Mittelwert ergibt sich aus der Summe aller Beobachtungswerte auf einer Persönlichkeitsdimension, welche durch die Beobachtungsanzahl dividiert werden (Braunecker 2023b; S. 55). Da das arithmetische Mittel empfindlich auf Ausreißer, also Extremwerte, reagiert, ist ebenfalls der Median gegeben. Extremwerte haben bei normalverteilten Daten einen erheblich geringeren Einfluss auf den Median als auf den Mittelwert. Der Median ist der Wert, welcher die in Reihenfolge sortierten Beobachtungen in der Hälfte teilt (Kronthaler 2016; S. 23ff.). Um die Streuung der Daten zu analysieren, wird innerhalb der

Gruppen „hoher“ oder „niedriger“ Ausprägung neben dem Median und dem Mittelwert die Standardabweichung, eine der bedeutendsten Streuungskennwerte der Statistik, bestimmt (Stocker und Steinke 2022; S. 82f.). Sie stellt die durchschnittliche Abweichung der Beobachtungen von dem Mittelwert dar. Liegen einzelne Werte näher am Mittelwert, repräsentiert dieser die Werte besser, als wenn sie weiter von ihm entfernt liegen, was die Aussagekräftigkeit des arithmetischen Mittels einschränkt (Kronthaler 2016; S. 37f.).

Basierend auf den aufgestellten Hypothesen werden die Gruppen der „hohen“ und „niedrigen“ Ausprägung auf einen statistisch signifikanten Unterschied mittels des „Zweistichproben t-Test“ überprüft. Dieser prüft, ob die Mittelwerte aus zwei disjunkten statistischen Grundgesamtheiten übereinstimmen (Eckstein 2016; S. 124). Zuvor wird mittels des Levene-Tests überprüft, ob die unabhängigen Variablen Varianzhomogenität vorweisen (Kronthaler 2016; S. 165). Abhängig von dem Ergebnis folgt der „Zweistichproben t-Test unter der Annahme unterschiedlicher Varianzen“ oder der „Zweistichproben t-Test unter der Annahme gleicher Varianzen“. Zusätzlich wird die Bravais-Pearson Korrelationsanalyse durchgeführt, um einen potenziellen linearen Zusammenhang zwischen beiden unabhängigen Variablen zu identifizieren (Scheid und Vogl 2021; S. 66). Bei kritischen Ergebnissen wird die Korrelation grafisch in einem Streudiagramm betrachtet (Stocker und Steinke 2022; S. 142). Ist der berechnete t-Wert kleiner als das 2,5%-Quantil, oder größer als das 97,5%-Quantil, besteht eine statistische Signifikanz auf dem Signifikanzniveau von 5% (Winker 2017; S. 144). Das Signifikanzniveau wird ebenfalls bei der Berechnung des Levene-Tests, Zweistichproben t-Test und bei der Bravais-Pearson Korrelationsanalyse gewählt. Mittels des Konzepts der statistischen Signifikanz folgt eine Ablehnung der Hypothesen oder, sofern sie sich einer Falsifikation auf dem gewählten Signifikanzniveau unterzogen haben, eine Annahme (Kronthaler 2016; S. 139).

Abschließend wird für den Bereich der Praxisimplikation die Korrelation unter den fünf Persönlichkeitsdimensionen durch den Bravais-Pearson Korrelationskoeffizienten berechnet.

Für die Interpretation des Signifikanzniveaus Alpha werden bei den aufgeführten Verfahren die gängigen Flächen  $p < 0,05$  (signifikant \*);  $p < 0,01$  (hoch signifikant \*\*) und  $p < 0,001$  (höchst signifikant \*\*\*) herangezogen. Ist der p-Wert zwischen  $\geq 0,05$  und  $< 0,1$  gilt dieser als nicht signifikant und stellt eine mäßige Beweislast gegen die Hypothese dar (Braunecker 2023b; S. 88).

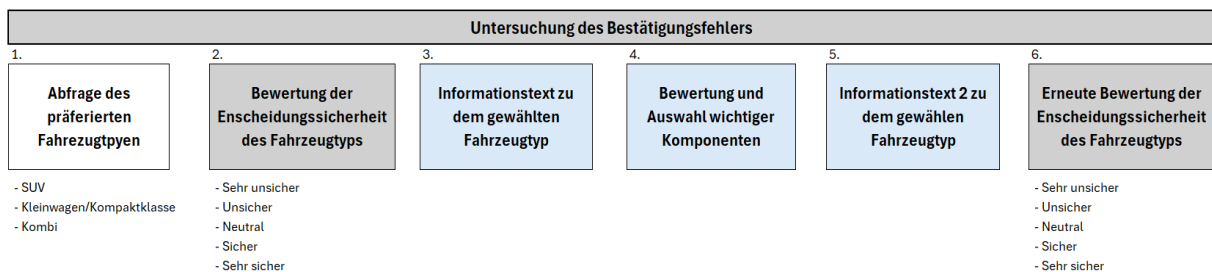
Die Teilnehmer wurden über das Teilen des Links zu der Umfrage auf Instagram über private Accounts sowie durch eine Influencerin, oder Rundnachrichten in WhatsApp-Gruppen rekrutiert. Die Umfrage wurde insgesamt von 359 Personen aufgerufen, wovon 192 Personen die Befragung vollständig abgeschlossen haben ( $n = 192$ ). Die Berechnungen für die vorliegende Arbeit und die folgend erstellten Abbildungen wurden mittels Microsoft-Excel durchgeführt.

## 4.2 Untersuchungsgegenstand und Forschungsdesign

Die Ausprägungen der Persönlichkeitsmerkmale werden durch den NEO-FFI-30 Fragebogen bestimmt und durch die geschilderte statistische Auswertungsmethodik interpretiert. Der Bestätigungsfehler wird durch die Anpassung der Bewertungen, welche die Sicherheit der Entscheidung des Fahrzeugtypen betreffen, ausgewertet. Die Ankerheuristik und dessen Wirkung bei den Teilnehmern, wird durch die Anpassung an das Eröffnungsangebot des Maklers berechnet. Respektive werden in der vorliegenden Arbeit drei Faktoren, die Persönlichkeitsmerkmale, der Bestätigungsfehler und die Ankerheuristik, untersucht. Auf Basis der Ergebnisse werden Korrelationen der unabhängigen Variablen „Persönlichkeitsdimension und Heuristik“ überprüft.

### 4.2.1 Aufbau für die Untersuchung des Bestätigungsfehlers

Für die Untersuchung des Bestätigungsfehlers wird den Teilnehmern das Szenario eines Autokaufs beschrieben. Überprüft wird, ob die Teilnehmer bei der Verhandlung nach dem Bereitstellen mehrerer Informationen, eine höhere Sicherheit bei der Wahl ihres Fahrzeugtyps verspüren. Den Ablauf der Untersuchung stellt folgende Abbildung dar.



4. Abbildung: „Untersuchung des Bestätigungsfehler“ (eigene Darstellung)

Um das Interessensgebiet möglichst vieler Teilnehmer abzudecken, wurden zunächst die Fahrzeugzulassungen gemäß den Veröffentlichungen des Kraftfahrt-Bundesamtes im Jahr 2024 bis zu dem Stand 31.10.2024 analysiert. Hieraus resultiert, dass die Fahrzeugtypen „Kleinwagen/Kompaktklasse“ mit 31%, „Kombi-Modelle“ mit 13,5% und „SUV“ mit 29,9% aller Zulassungen im Jahr 2024 von Januar bis Oktober, die häufigsten Neuzulassungen abbilden (Kraftfahrt-Bundesamt, 2024). Auf Grundlage dessen ergeben sich die Auswahlmöglichkeiten „Kleinwagen/Kompaktklasse“, „Kombi“ und „SUV“ (1. in „4. Abbildung“). Gemäß der in 4.1 beschriebenen „Skip-Logic“ folgt eine Abfrage der Sicherheit der Teilnehmer bezüglich des Fahrzeugtyps (2. in „4. Abbildung“), worauf im Anschluss Informationstexte zu dem ausgewählten Fahrzeugtyp eingeblendet werden (3. in „4. Abbildung“). Für die Zusammenstellung des Informationstextes wurden die Beschreibungen diverser Automobilhersteller und Drittanbieter

analysiert. Es resultieren folgende Informationstexte, welche als Bestätigung für die Testpersonen wirken sollen.

*„Kleinwagen bieten ideale Begleiter für den Stadtverkehr: kompakt, wendig und sparsam im Verbrauch, überzeugen sie mit überraschend viel Platz und attraktiven Preisen. Ihre Leichtigkeit sorgt zudem für effiziente Beschleunigung und ein unschlagbares Fahrgefühl.“* (SEAT Deutschland, 2024; AutoScout24, 2024)

*„Kombis vereinen großzügigen Raum, flexible Modularität und modernen Komfort, wodurch sie als Dienstwagen, Familienautos oder Reisefahrzeuge überzeugen. Mit ihrer Alltagstauglichkeit, Laufkultur und Variabilität erfüllen sie verschiedene Ansprüche und sind damit ein echter Allrounder.“* (Volkswagen AG, 2024; Audi AG, 2024a; Peugeot Deutschland, 2024a)

*„SUVs bieten großzügigen Raum, hohen Komfort und sportliche Leistung. Die erhöhte Sitzposition sorgt für ausgezeichnete Übersicht und Sicherheit, während ihre Flexibilität sie ideal für Reisen, Transporte oder den Alltag macht – ein vielseitiges Gesamtpaket.“* (Audi AG, 2024b; Peugeot Deutschland, 2024b)

Die anschließende Frage (4. in „Abbildung 4“) bittet die Testpersonen zu beurteilen, wie wichtig ihnen diverse Komponenten bei ihrem Fahrzeug sind, wobei gemäß Informationstext für jeden Fahrzeugtyp mindestens zwei Komponenten charakteristisch sind. Die Frage zielt darauf ab, den Effekt des Bestätigungsfehlers zu verstärken, da Personen die anfällig für ihn sind, hauptsächlich die Komponenten des gewählten Fahrzeugtyps wahrnehmen. Darauf folgt eine weitere Seite, auf welcher den Probanden erneut positiv verstärkende Informationen zu dem gewählten Fahrzeugtyp gegeben werden (5. in „Abbildung 4“).

*„Die monatlichen Kosten des Standard-Modells können um 20% geringer sein als die der SUV-Variante. Sie setzen sich zusammen aus dem Wertverlust sowie Fix- und Betriebsaufwendungen.“* (ADAC, 2024)

*„SUV-Insassen haben bei einer Kollision mit einem Pkw ein deutlich geringeres Risiko schwer verletzt oder getötet zu werden.“* (Brockmann, 2011, S. 8f.)

Um abschließend zu überprüfen, ob die Teilnehmer besonders anfällig oder resistent gegenüber dem Bestätigungsfehler sind, wird erneut die Frage nach der Sicherheit der gewählten Fahrzeugkategorie gestellt (6. in „4. Abbildung“). Diesen Wert, der auf einer Skala von 1 bis 5 interpretiert wird, gilt es im Verhältnis zu dem eingangs abgegebenen Wert zu betrachten. Auf Basis der (teilweise gegebenen) Differenz der ersten Sicherheitsabfrage und der Sicherheitsabfrage nach dem Erhalten der bestätigenden Informationen, wird die Anfälligkeit für den Bestätigungsfehler gemessen.

Beurteilen Sie nun bitte auf der Skala von 1 bis 5 wie sicher Sie sich bei der Wahl des Fahrzeugtypen "Kombi-Modell" sind.

Sehr unsicher    Unsicher    Neutral    Sicher    Sehr sicher

○                    ○                    ○                    ○                    ○

Weiter

0%  100%

5. Abbildung: „Erneute Sicherheitsabfrage der Fahrzeugauswahl“ (eigene Darstellung)

#### 4.2.2 Aufbau für die Untersuchung der Ankerheuristik

Bei dem Verhandlungsszenario der Untersuchung der Ankerheuristik handelt es sich um den Kauf einer Immobilie. Die Teilnehmer erhalten zu Beginn einige Informationen, unter anderem den geschätzten Wert der Immobilie in Höhe von 436.700€. Anschließend wird das Angebot des Maklers von 480.400€ unterbreitet, was 10% über dem geschätzten Wert der Immobilie liegt. Nachfolgend erscheint bei den Probanden ein Feld, in welches sie den Wert ihres Gegenangebotes zu dem Eröffnungsangebot des Maklers eintragen können. Als Messung für die Anfälligkeit der Ankerheuristik wird die Differenz des Eröffnungsangebotes des Maklers und des Gegenangebotes der Testperson gewertet. Ist die Differenz sehr klein, assimiliert sich die Testperson stark an dem Anker, was für eine hohe Anfälligkeit spricht. Eine vergleichbare Studie wurde von Northcraft und Neale durchgeführt, mit dem Ergebnis, dass Immobilienmakler und Novizen nahezu gleichmäßig anfällig für die Ankerheuristik sind (Northcraft und Neale 1987, S. 87ff.). In diesem Fall wird die Anfälligkeit, oder Resistenz gegenüber der Ankerheuristik in dem geschilderten Verhandlungsszenario in Korrelation zu den Ausprägungen der Persönlichkeitsmerkmalen mithilfe des Gegenangebotes untersucht.

In einer attraktiven Wohngegend am Stadtrand steht eine Immobilie mit 3 Zimmern, Balkon, hervorragender Verkehrsanbindung und höchsten Energiestandards zum Verkauf.

Sie haben erfahren, dass der Marktpreis der Immobilie auf 436.700€ geschätzt wird.

Sie haben Interesse und vereinbaren daraufhin ein Treffen mit dem Makler, welcher Ihnen das erste Angebot in Höhe von 480.400€ unterbreitet.

Bitte geben Sie im nachfolgenden Feld Ihr Gegenangebot zu dem Angebot des Maklers (*ausschließlich in Zahlen*) ein.

Wert in EUR:

Weiter

0%  100%

6. Abbildung: „Untersuchung der Ankerheuristik“ (eigene Darstellung)

## 5. Auswertung

In dem Ergebnisteil werden zunächst die Ergebnisse aller abgeschlossenen Befragungen ( $n = 192$ ) betrachtet und anschließend die relevanten Erkenntnisse der jeweiligen Gruppen hoher oder niedriger Ausprägung auf ihre statistische Signifikanz überprüft. Die unterschiedlichen Ausprägungen auf den Persönlichkeitsdimensionen werden analysiert, um die aufgestellten Hypothesen zu testen.

Die in 4.1 beschriebenen Kodierungen der Ziffern 0-4, werden bei der Auswertung des NEO-FFI-30 aufsummiert. Die Summe ergibt sich aus den beantworteten Items der jeweiligen Skala. Die Summe wird durch die Anzahl der beantworteten Items der jeweiligen Skala geteilt und mit sechs multipliziert, da je Skala sechs Items geprüft werden. Somit wird bei einzelnen Items ohne Beantwortung dennoch der korrekte Summenwert erhalten. Anderenfalls würden Teilnehmer mit fehlenden Werten eines Items fälschlicherweise als weniger offen für Erfahrungen, gewissenhaft, extravertiert, verträglich oder neurotisch bezeichnet werden (Borkenau & Ostendorf, 2008, S. 17f.). Bei weniger als fünf beantworteten Items in der jeweiligen Skala ist von der weiteren Verwendung des Testwertes der Probanden abzusehen (Borkenau & Ostendorf, 2008, S. 38). Dieser Fall trifft in der vorliegenden Studie nicht zu, da pro Persönlichkeitsdimension jeweils mindestens fünf der sechs Items von den Teilnehmern beantwortet wurden. Die Ausprägung einer Testperson auf einer Skala wird als „hoch“ oder „niedrig“ interpretiert, sobald sie die Schwankungsintervalle über- oder unterschreiten, welche sich durch das arithmetische Mittel sowie der Addition und Subtraktion der Standardabweichung berechnen (Stocker und Steinke 2022; S. 83).

### **Offenheit für Erfahrungen (O):**

Bei der Persönlichkeitsdimension „Offenheit für Erfahrungen“ beträgt der arithmetische Mittelwert aller Testpersonen 12,60. Die Standardabweichung bei dieser Persönlichkeitsdimension beträgt 3,55. Folglich gelten Teilnehmer mit einer Ausprägung über 16,15 als Personen mit einer hohen Ausprägung und Teilnehmer mit einer Ausprägung unter 9,05 als Personen mit einer niedrigen Ausprägung der Persönlichkeitsdimension „Offenheit für Erfahrungen“.

In Bezug auf die Überprüfung der Ankerheuristik wird in den beiden Bereichen der Offenheit (hohe Ausprägung / niedrige Ausprägung) anschließend jeweils der Mittelwert der Differenz des Eröffnungsangebots abzüglich des Gegenangebots der Testperson bestimmt. Außerdem sind die Standardabweichung und der Median der zu untersuchenden Gruppe angegeben.

Offenheit für Erfahrungen	Mittelwert in EUR	Standardabweichung in EUR	Median in EUR
<b>hohe Ausprägung</b> > 16.15 (n = 26)	47.426,92	36.022,03	40.400,00
<b>niedrige Ausprägung</b> < 9.05 (n = 34)	44.250,00	32.096,77	40.250,00

3. Tabelle: „Ankerheuristik und Offenheit für Erfahrungen“ (eigene Darstellung)

Aufgrund der Hypothese 1a) „Im Verhandlungskontext zeigt sich der Effekt der Ankerheuristik bei Testpersonen mit hohen Werten in der Persönlichkeitsdimension „Offenheit“ für Erfahrungen stärker als bei Testpersonen mit niedrigeren Werten in dieser Dimension.“ berücksichtigt der Hypothesen t-Test die Werte „hoher“ Ausprägung und „niedriger“ Ausprägung (n = 60). Durch die Überprüfung des Levene-Tests wurde Varianzhomogenität der beiden Stichproben nachgewiesen. Der t-Wert des Zweistichproben t-Test beträgt 0,35473 und liegt damit deutlich unter dem kritischen Wert bei einseitigem t-Test (1,67155) auf dem Signifikanzniveau von 0,05 ( $p = 0,36$ ). Die Berechnung des Bravais-Pearson Korrelationskoeffizienten über die gesamte Skala „Offenheit für Erfahrungen“ und die Differenz des Gegenangebotes von dem gegebenen Anker ergibt kaum eine Korrelation ( $r = -0,03368$ ) und liegt mit  $p = 0,64274$  deutlich über dem Signifikanzniveau. Folglich wird nach dem t-Test und der Bravais-Pearson Korrelationsberechnung die Hypothese 1a abgelehnt mit der Schlussfolgerung, dass das Ausprägungsniveau der zu überprüfenden Persönlichkeitsdimension in der vorliegenden Studie keinen statistisch signifikanten Einfluss auf die Ankerheuristik in einer Verhandlung hat.

	hohe Ausprägung	mittlere Ausprägung	niedrige Ausprägung
<b>Offenheit für Erfahrungen</b>	> 16.15 (n = 26)	9.05 bis 16.15 (n = 132)	< 9.05 (n = 34)

4. Tabelle: „Ausprägungen Offenheit für Erfahrungen“ (eigene Darstellung)

Für das Testen von Unterschieden der Anfälligkeit auf den Bestätigungsfehler wurden erneut die Werte der Probanden mit hohen und niedrigen Ausprägungen mittels des Mann-Whitney-U-Test überprüft, wobei kein statistisch signifikanter Unterschied zwischen den beiden unabhängigen Variablen erkannt werden konnte ( $p = 0,48482$ ). Nach Berechnung des Spearman-Rangkorrelationskoeffizienten mit  $r = 0,01703$  und  $p = 0,81464$  wurde in der vorliegenden Studie kein linearer Zusammenhang zwischen der Variable „Offenheit für Erfahrungen“ und „Anfälligkeit für den Bestätigungsfehler“ festgestellt. Die Hypothese 1b) „Testpersonen mit hohen Werten in der Persönlichkeitsdimension „Offenheit für Erfahrungen“ sind im Verhandlungskontext weniger anfällig für den Bestätigungsfehler als Testpersonen mit niedrigeren Werten.“ wird somit aufgrund der vorliegenden Ergebnisse abgelehnt. Dementsprechend konnte keine statistisch signifikante Auswirkung der zu untersuchenden Persönlichkeitsdimension und dem Bestätigungsfehler sowie der Ankerheuristik festgestellt werden.

## Gewissenhaftigkeit

Das arithmetische Mittel der Probanden beträgt auf der Persönlichkeitsdimension „Gewissenhaftigkeit“ 16,99 mit einer Standardabweichung von 3,53. Testpersonen, deren Wert über 20,52 liegt, werden als hoch ausgeprägt in der zu untersuchenden Persönlichkeitsdimension eingestuft, während die Teilnehmer mit einem Wert unter 13,46 als niedrig ausgeprägt gelten. Für die Untersuchung der Ankerheuristik werden jene Gruppen erneut separat analysiert.

Gewissenhaftigkeit	Mittelwert in EUR	Standardabweichung in EUR	Median in EUR
<b>hohe Ausprägung</b> > 20.52 (n = 32)	50.712,50	36.453,35	40.400,00
<b>niedrige Ausprägung</b> < 13.46 (n = 34)	47.279,59	27.290,06	40.400,00

5. Tabelle: „Ankerheuristik und Gewissenhaftigkeit“ (eigene Darstellung)

Mit der Hypothese 2a) „Im Verhandlungskontext geht ein hoher Wert in der Persönlichkeitsdimension „Gewissenhaftigkeit“ mit einer geringeren Anfälligkeit für die Ankerheuristik einher als ein niedriger Wert.“ werden die Probanden „hoher“ und „niedriger“ Ausprägung unter der Annahme gleicher Varianzen verglichen ( $n = 66$ ). Die Berechnung des Levene-Tests wies die Varianzhomogenität der beiden Stichproben nach. Der t-Wert liegt mit 0,43479 deutlich unter dem kritischen Wert bei einseitigem t-Test (1,66901) auf dem Signifikanzniveau von 0,05, woraus sich kein statistisch signifikanter Unterschied der beiden Untersuchungsgruppen ergibt ( $p = 0,33259$ ). Die Berechnung des Bravais-Pearson Korrelationskoeffizienten ( $r = 0,04176$ ) weist bei der Persönlichkeitsdimension „Gewissenhaftigkeit“ keine statistisch signifikante Korrelation auf ( $p = 0,56515$ ). Nach den Ergebnissen des t-Test und der Berechnung des Bravais-Pearson Korrelationskoeffizienten wird die Hypothese 2a abgelehnt. Es wurde bei der vorliegenden Studie kein statistisch signifikanter Einfluss der Persönlichkeitsdimension „Gewissenhaftigkeit“ auf die Ankerheuristik im Verhandlungskontext identifiziert.

	hohe Ausprägung	mittlere Ausprägung	niedrige Ausprägung
<b>Gewissenhaftigkeit</b>	> 20.52 (n = 32)	13.46 bis 20.52 (n = 126)	< 13.46 (n = 34)

6. Tabelle: „Ausprägungen Gewissenhaftigkeit“ (eigene Darstellung)

Die Auswertung der Überprüfung der Hypothese 2b) „Im Verhandlungskontext zeigen Testpersonen mit hohen Werten in der Persönlichkeitsdimension „Gewissenhaftigkeit“ eine geringere Anfälligkeit für den Bestätigungsfehler als Testpersonen mit niedrigen Werten.“ wird aufgrund folgender Ergebnisse ebenfalls abgelehnt. Ein signifikanter Unterschied für die Anfälligkeit des Bestätigungsfehlers der beiden Gruppen „hoher“ und „niedriger“ Ausprägung konnte

durch den Mann-Whitney-U-Test auf dem Signifikanzniveau von 0,05 nicht festgestellt werden ( $p = 0,39705$ ). Die Berechnung des Spearman Rangkorrelationseffizienten ergab mit  $r = -0,07326$  und  $p = 0,31255$  ebenfalls keinen statistisch signifikanten Zusammenhang der beiden unabhängigen Variablen. Bei der Persönlichkeitsdimension „Gewissenhaftigkeit“ wurde in der vorliegenden Studie kein signifikanter Unterschied zwischen Testpersonen „hoher“ und „niedriger“ Ausprägung festgestellt. Folglich werden die Hypothesen 2a und 2b abgelehnt.

### **Extraversion (E):**

Der durchschnittliche Wert der Persönlichkeitsdimension „Extraversion“ beträgt bei allen untersuchten Personen 13,55 mit einer Standardabweichung von 3,74. Teilnehmer mit einem Wert über 17,29 werden als „hoch“ ausgeprägt in dieser Dimension betrachtet, während Werte unter 9,81 auf eine „niedrige“ Ausprägung hinweisen.

<b>Extraversion</b>	<b>Mittelwert in EUR</b>	<b>Standardabweichung in EUR</b>	<b>Median in EUR</b>
<b>hohe Ausprägung</b> > 17.29 (n = 21)	54.255,05	43.434,89	40.400,00
<b>niedrige Ausprägung</b> < 9.81 (n = 26)	47.680,77	32.532,22	41.900,00

7. Tabelle: „Ankerheuristik und Extraversion“ (eigene Darstellung)

Die Hypothese 3a) „Im Verhandlungskontext weisen Testpersonen mit hohen Werten in der Persönlichkeitsdimension „Extraversion“ eine stärkere Anfälligkeit für die Ankerheuristik auf als Personen mit niedrigen Werten.“ wurde mittels eines Zweistichproben t-Test unter der Annahme gleicher Varianzen überprüft, wobei die Probanden mit hohen und niedrigen Ausprägungen verglichen wurden ( $n = 45$ ). Der Levene-Test wies die Varianzhomogenität der beiden Stichproben nach. Der berechnete t-Wert von 0,59329 liegt auf dem Signifikanzniveau von 0,05 unter dem kritischen Wert bei einseitigem t-Test (1,67943), was impliziert, dass kein statistisch signifikanter Unterschied zwischen den Gruppen besteht ( $p = 0,27798$ ). Auch die Berechnung des Bravais-Pearson Korrelationskoeffizienten ( $r = -0,00116$ ) zeigt keine signifikante Korrelation für die Persönlichkeitsdimension „Gewissenhaftigkeit“ und der Anfälligkeit für die Ankerheuristik ( $p = 0,9873$ ). Basierend auf den Ergebnissen des t-Tests und des Bravais-Pearson Korrelationskoeffizienten wird die Hypothese 3a abgelehnt. In der vorliegenden Studie konnte kein statistisch signifikanter Einfluss der Persönlichkeitsdimension „Extraversion“ auf die Anfälligkeit für die Ankerheuristik im Verhandlungskontext festgestellt werden.

	hohe Ausprägung	mittlere Ausprägung	niedrige Ausprägung
Extraversion	> 17.29 (n = 21)	9.81 – 17.29 (n = 145)	< 9.81 (n = 26)

8. Tabelle: „Ausprägungen Extraversion“ (eigene Darstellung)

Auf Basis der vorliegenden Ergebnisse wird auch die Hypothese 3b) „Im Verhandlungskontext weisen Testpersonen mit hohen Werten in der Persönlichkeitsdimension „Extraversion“ eine stärkere Anfälligkeit für den Bestätigungsfehler auf als Testpersonen mit niedrigen Werten.“ abgelehnt. Der Mann-Whitney-U-Test ergab keinen statistisch signifikanten Unterschied in der Anfälligkeit für den Bestätigungsfehler zwischen den Gruppen „hoher“ und „niedriger“ Ausprägung ( $p = 0,06707$ ). Da der p-Wert unter dem Signifikanzniveau von 0,1 liegt, stellt die Berechnung zumindest eine mäßige Beweislast gegen die **Alternativhypothese** dar. Auf dem genannten Signifikanzniveau sind Personen mit „hohen“ Ausprägungen weniger anfällig für den Bestätigungsfehler, was nicht für Falsifikation der Alternativhypothese spricht. In diesem Fall ist die Alternativhypothese: „Im Verhandlungskontext weisen Testpersonen mit **niedrigen** Werten in der Persönlichkeitsdimension „Extraversion“ eine stärkere Anfälligkeit für den Bestätigungsfehler auf als Testpersonen mit **hohen** Werten.“. Die Berechnung des Spearman-Rangkorrelationskoeffizienten zeigte mit  $r = -0,11384$  und  $p = 0,11589$  keinen signifikanten Zusammenhang zwischen den beiden unabhängigen Variablen. Zusammenfassend konnte jedoch bei der Persönlichkeitsdimension „Extraversion“ kein signifikanter Unterschied zwischen Testpersonen mit „hoher“ und „niedriger“ Ausprägung festgestellt werden. Aufgrund dessen werden die Hypothesen 3a und 3b im Rahmen der vorliegenden Studie abgelehnt.

### Verträglichkeit (A):

Der Mittelwert der Persönlichkeitsdimension „Verträglichkeit“ liegt bei den untersuchten Testpersonen bei 11,52 mit einer Standardabweichung von 2,14. Teilnehmer, deren Wert über 13,66 liegt, gelten als „hoch“ ausgeprägt in dieser Persönlichkeitsdimension, während Werte unter 9,38 eine „niedrige“ Ausprägung bedeuten.

Verträglichkeit	Mittelwert in EUR	Standardabweichung in EUR	Median in EUR
hohe Ausprägung > 13.66 (n = 37)	43.543,41	34.926,78	36.400,00
niedrige Ausprägung < 9.38 (n = 32)	43.006,25	29.480,94	40.400,00

9. Tabelle: „Ankerheuristik und Verträglichkeit“ (eigene Darstellung)

Auch bei diesen Stichproben wurde Varianzhomogenität durch den Levene-Test nachgewiesen. Nach Überprüfung der beiden Gruppen ( $n = 69$ ) mittels des Zweistichproben t-Test unter der Annahme gleicher Varianzen, lag der berechnete t-Wert von 0,06842 unter dem kritischen

Wert bei einseitigem t-Test (1,66792), was impliziert, dass kein statistisch signifikanter Unterschied zwischen den Gruppen besteht ( $p = 0,47283$ ). Die Berechnung des Bravais-Pearson Korrelationskoeffizienten ( $r = -0,01580$ ) zeigt keine signifikante Korrelation für die Persönlichkeitsdimension „Verträglichkeit“ und der Ankerheuristik ( $p = 0,8278$ ). Basierend auf den Ergebnissen des t-Tests und des Korrelationskoeffizienten wird die Hypothese 4a „Hohe Werte in der Persönlichkeitsdimension „Verträglichkeit“ führen im Verhandlungskontext zu einer höheren Anfälligkeit für die Ankerheuristik als niedrige Werte.“ in der vorliegenden Studie abgelehnt. Es konnte kein statistisch signifikanter Einfluss der Persönlichkeitsdimension „Verträglichkeit“ auf die Anfälligkeit für die Ankerheuristik im Verhandlungskontext festgestellt werden.

	hohe Ausprägung	mittlere Ausprägung	niedrige Ausprägung
Verträglichkeit	> 13.66 (n = 37)	9.38 – 13.66 (n = 123)	< 9.38 (n = 32)

10. Tabelle: „Ausprägungen Verträglichkeit“ (eigene Darstellung)

Die Hypothese 4b) „Hohe Werte in der Persönlichkeitsdimension „Verträglichkeit“ führen im Verhandlungskontext zu einer höheren Anfälligkeit für den Bestätigungsfehler als niedrige Werte.“ wird aufgrund der vorliegenden Ergebnisse ebenfalls abgelehnt. Der Mann-Whitney-U-Test ergab keinen statistisch signifikanten Unterschied zwischen den Gruppen „hoher“ und „niedriger“ Ausprägung im Bezug auf die Anfälligkeit für den Bestätigungsfehler ( $p = 0,13554$ ). Die Berechnung des Spearman-Rangkorrelationskoeffizienten zeigte mit  $r = 0,10708$  und  $p = 0,13932$  ebenfalls keinen statistisch signifikanten Zusammenhang zwischen den beiden unabhängigen Variablen. Zusammenfassend konnte bei der Persönlichkeitsdimension „Verträglichkeit“ kein statistisch signifikanter Unterschied zwischen Testpersonen mit „hoher“ und „niedriger“ Ausprägung festgestellt werden. Demzufolge werden die Hypothesen 4a und 4b im Rahmen der vorliegenden Studie abgelehnt.

### Neurotizismus (N):

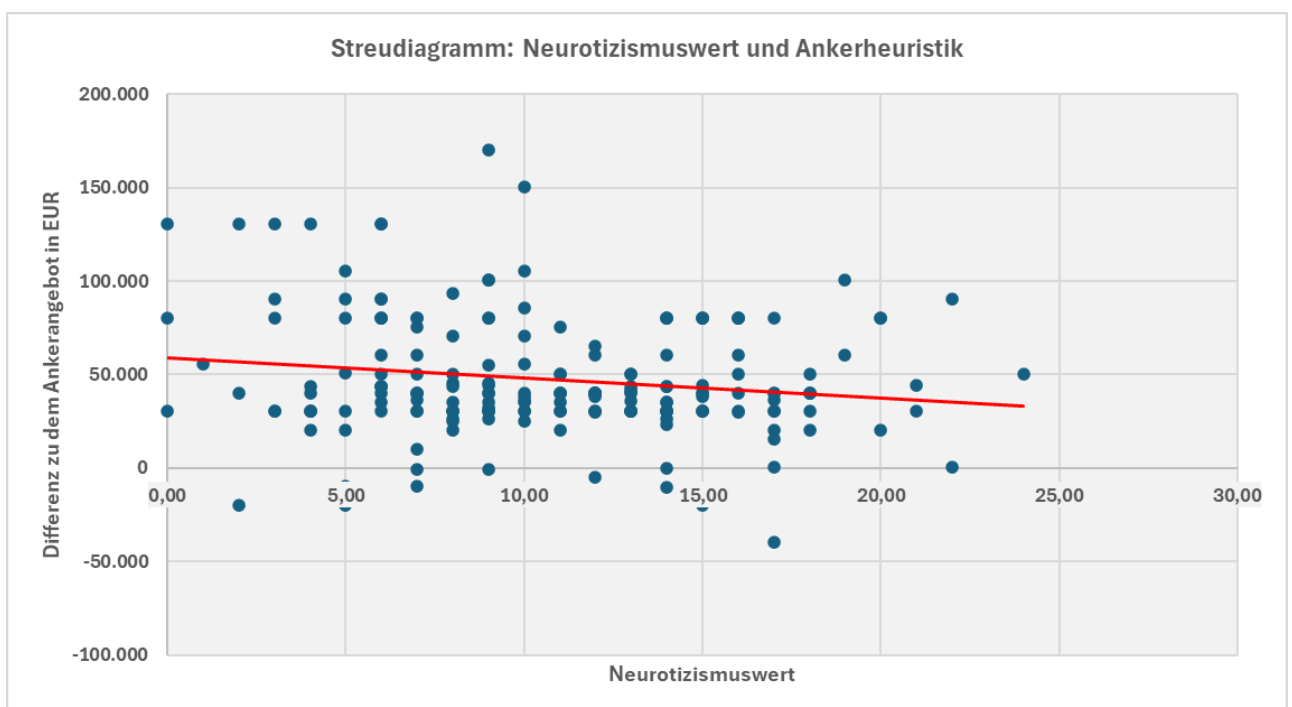
Bei dieser Persönlichkeitsdimension liegt der Mittelwert der untersuchten Testpersonen bei 10,72 mit einer Standardabweichung von 4,92. Teilnehmer, mit einem Wert über 15,64, gelten als „hoch“ ausgeprägt. Werte unter 5,8 lassen auf eine „niedrige“ Ausprägung schließen.

Neurotizismus	Mittelwert in EUR	Standardabweichung in EUR	Median in EUR
hohe Ausprägung > 15.64 (n = 34)	43.750,00	29.386,67	40.400,00
niedrige Ausprägung < 5.8 (n = 27)	54.977,78	44.825,03	40.400,00

11. Tabelle: „Ankerheuristik und Neurotizismus“ (eigene Darstellung)

Anders als bei den vorangegangenen Persönlichkeitsdimensionen wurde bei den Gruppen „hoher“ und „niedriger“ Neurotizismuswerte mittels des Levene-Tests keine Varianzhomogenität nachgewiesen. Demzufolge wurde der Zweistichproben t-Test unter der Annahme ungleicher Varianzen durchgeführt.

Bei dem Vergleich von Testpersonen „hoher“ und „niedriger“ Ausprägungen ( $n = 61$ ) lag der berechnete t-Wert mit 1,12381 unter dem kritischen Wert des einseitigen t-Tests (1,30155). Auch wenn der p-Wert mit 0,13367 verhältnismäßig gering ausfällt, besteht kein statistisch signifikanter Unterschied zwischen den beiden Gruppen. Nach zusätzlicher Berechnung des Bravais-Pearson Korrelationskoeffizienten ( $r = -0,16828$ ) zeigt sich mit  $p = 0,01964$  eine signifikante Korrelation auf dem Signifikanzniveau von 0,05. Jedoch wird die Hypothese 5a „Testpersonen mit hohen Werten in der Persönlichkeitsdimension „Neurotizismus“ sind im Verhandlungskontext anfälliger für die Ankerheuristik als Testpersonen mit niedrigen Werten.“ basierend auf dem Ergebnis des t-Tests abgelehnt, da es keinen statistisch signifikanten Unterschied zwischen den Gruppen gibt. Dennoch bleibt zu beachten, dass gemäß der statistischen Signifikanz der Bravais-Pearson Korrelationsanalyse ein negativer linearer Zusammenhang zwischen den beiden unabhängigen Variablen besteht, welcher auf eine zunehmende Anfälligkeit für die Ankerheuristik bei zunehmenden Neurotizismuswerten hinweist. Dies geht, wenn auch nur schwach, aus dem Streudiagramm (Abbildung 7) hervor.



7. Abbildung: „Streudiagramm Neurotizismus Ankerheuristik“ (eigene Darstellung)

	hohe Ausprägung	mittlere Ausprägung	niedrige Ausprägung
Neurotizismus	> 15.64 (n = 34)	5.8 – 15.64 (n = 131)	< 5.8 (n = 27)

12. Tabelle: „Ausprägungen Neurotizismus“ (eigene Darstellung)

Auf Grundlage der vorliegenden Ergebnisse wird die Hypothese 5b „Testpersonen mit hohen Werten in der Persönlichkeitsdimension „Neurotizismus“ sind im Verhandlungskontext anfälliger für den Bestätigungsfehler als Testpersonen mit niedrigen Werten.“, abgelehnt. Der Mann-Whitney-U-Test zeigte keinen signifikanten Unterschied in der Anfälligkeit für den Bestätigungsfehler zwischen den Gruppen „hoher“ und „niedriger“ Ausprägung ( $p = 0,19553$ ). Die Berechnung des Spearman-Rangkorrelationskoeffizienten ergab eine mäßige Beweislast gegen die Hypothese mit  $r = 0,12803$  und  $p = 0,07676$ . Dennoch ist die Korrelation zwischen den beiden unabhängigen Variablen „Neurotizismus“ und „Anfälligkeit für den Bestätigungsfehler“ nicht signifikant. Insgesamt konnte bei der Persönlichkeitsdimension „Neurotizismus“ mittels Zweistichproben t-Test unter der Annahme unterschiedlicher Varianzen und Mann-Whitney-U-Test kein signifikanter Unterschied zwischen Testpersonen „hoher“ und „niedriger“ Ausprägung und deren Anfälligkeit auf die zu untersuchenden Heuristiken festgestellt werden.

Auffällig ist die signifikante Korrelation des „Neurotizismuswert“ und der „Anfälligkeit für die Ankerheuristik“ sowie die mäßige Beweislast gegen die Hypothese 5b, welche die „hohen“ und „niedrigen“ Werte in Bezug auf den Bestätigungsfehler überprüft.

### Korrelationen unter den Big Five Persönlichkeitsdimensionen

Nachfolgend werden die Korrelationen zwischen den Persönlichkeitsdimensionen mittels der Bravais-Pearson Korrelation berechnet. Eine statistisch signifikant positive Korrelation konnte in der vorliegenden Studie unter den Persönlichkeitsdimensionen „Extraversion und Gewissenhaftigkeit“ ( $p = 0,01707$ ) sowie „Extraversion und Verträglichkeit“ ( $p = 0,03901$ ) festgestellt werden. Die Korrelation zwischen „Extraversion und Offenheit für Erfahrungen“ konnte nicht festgestellt werden ( $p = 0,81998$ ).

Die Persönlichkeitsdimension „Gewissenhaftigkeit“ weist mit der „Offenheit für Erfahrungen“ ( $p = 0,94163$ ) oder „Verträglichkeit“ ( $p = 0,15334$ ) keine statistisch signifikante Korrelation auf.

„Verträglichkeit“ korreliert signifikant negativ mit „Offenheit für Erfahrungen“ ( $p = 0,00343$ ).

Bemerkenswert ist, dass die Persönlichkeitsdimension „Neurotizismus“ jeweils höchst signifikant negativ mit „Gewissenhaftigkeit“ ( $p = 0,00109$ ) und „Verträglichkeit“ ( $p = 0,00070$ ) korreliert. Zu „Extraversion“ ist der negativ lineare Zusammenhang ( $r = -0,41818$ ) in der vorliegenden Studie ebenfalls höchst signifikant ( $p = 0,00001$ ). Eine Korrelation zwischen „Neurotizismus und Offenheit für Erfahrungen“ liegt nicht vor ( $p = 0,26875$ ).

## 6. Diskussion und Interpretation der Ergebnisse

Durch die vorliegende Studie konnten interessante Erkenntnisse in Bezug auf die Forschungsfrage gewonnen werden. Die Hypothesen 1a und 1b, welche Unterschiede in den Gruppen „hoher“ und „niedriger“ Ausprägungen auf der Persönlichkeitsdimension „Offenheit für Erfahrungen“ untersuchten, wurden abgelehnt. Die Berechnung des Bravais-Pearson Korrelationskoeffizienten zur Überprüfung einer Korrelation jener Persönlichkeitsdimension und der Anfälligkeit für die Ankerheuristik ist statistisch nicht signifikant. Auch die Berechnung des Spearman Rangkorrelationskoeffizienten zur Ermittlung einer Korrelation von „Offenheit für Erfahrungen“ und der Anfälligkeit für den Bestätigungsfehler wies keine statistisch signifikanten Ergebnisse auf. Ebenfalls ohne statistisch signifikante Effekte hinsichtlich der Korrelationskoeffizienten und der aufgestellten Hypothesen blieben die Persönlichkeitsdimensionen „Verträglichkeit“ und „Gewissenhaftigkeit“. Folglich bedeutet dies in der vorliegenden Studie, dass diese Ausprägungen auf den jeweiligen Persönlichkeitsdimensionen keinen nennenswerten Effekt auf die Anfälligkeit für die Ankerheuristik und den Bestätigungsfehler haben.

Bei der Persönlichkeitsdimension „Extraversion“ wurde eine mäßige Beweislast gegen die Alternativhypothese, welche besagt, dass Testpersonen mit niedrigen Werten in der Persönlichkeitsdimension „Extraversion“ eine stärkere Anfälligkeit für den Bestätigungsfehler aufweisen als Testpersonen mit hohen Werten, festgestellt ( $p = 0,06707$ ).

Bemerkenswert sind die teilweise verhältnismäßig niedrigen p-Werte bei der Persönlichkeitsdimension Neurotizismus. Die Hypothese 5a, mit Bezug auf die Ankerheuristik und 5b, die den Zusammenhang von Neurotizismus und dem Bestätigungsfehler überprüft, wurden abgelehnt. In Bezug auf Neurotizismus und der Anfälligkeit für die Ankerheuristik konnte eine statistisch signifikante Korrelation mittels des Bravais-Pearson Korrelation nicht falsifiziert werden ( $p = 0,01964$ ). Der Spearman Rangkorrelationskoeffizient, welcher die Korrelation der Neurotizismuswerte und der Anfälligkeit für den Bestätigungsfehler untersucht, erwies mit  $p = 0,07676$  eine mäßige Beweislast. Die Empfänglichkeit von Personen mit hohen Neurotizismuswerten für den Bestätigungsfehler und die Ankerheuristik deckt sich mit den Erkenntnissen von Strough et al. (2011, S. 69), die feststellten, dass emotional instabile Personen häufiger auf affektbasierte Heuristiken zurückgreifen. Diese emotionale Instabilität ist unter anderem charakteristisch für Menschen mit hohen Neurotizismuswerten (Raab et al., 2022, S. 174). Da der p-Wert der getesteten Hypothesen über dem gewählten Signifikanzniveau von 0,05 liegt, kann jedoch keine definitive Aussage über einen statistisch signifikanten Effekt getroffen werden. Den potenziellen Zusammenhang empirisch stärker zu überprüfen ist ein Hinweis auf weiteren Forschungsbedarf.

Neurotizismus korreliert in den vorliegenden Ergebnissen nicht statistisch signifikant mit der Persönlichkeitsdimension „Offenheit für Erfahrungen“. Jedoch weist Neurotizismus bei der durchgeführten Studie eine statistisch höchst signifikante negative Korrelation jeweils mit den Persönlichkeitsdimensionen „Extraversion“ ( $p = 0,00001$ ), „Gewissenhaftigkeit“ ( $p = 0,00109$ ) und „Verträglichkeit“ ( $p = 0,00070$ ) auf. Diese Ergebnisse decken sich mit den Erkenntnissen von Borkenau und Osterdorf (2008, S.10f.) Borkenau und Osterdorf stellten ebenfalls eine positive Korrelation unter den Merkmalen „Extraversion“, „Gewissenhaftigkeit“ und „Verträglichkeit“ fest. Eine signifikant positive Korrelation konnte in der vorliegenden Studie unter den Persönlichkeitsdimensionen „Extraversion und Gewissenhaftigkeit“ ( $p = 0,01707$ ) sowie „Extraversion und Verträglichkeit“ ( $p = 0,03901$ ) festgestellt werden. Die Korrelation zwischen „Gewissenhaftigkeit und Verträglichkeit“ war in der vorliegenden Studie nicht signifikant. Diese Erkenntnisse und Korrelationen sind besonders für den Bereich der Praxisimplikation von Bedeutung.

## 6.1 Praxisimplikation und Limitation der Ergebnisse

Die vorliegenden Forschungsergebnisse lassen sich konkret in der Praxis anwenden. So können beispielsweise, bei Verhandlungen die Ergebnisse zum eigenen Vorteil genutzt werden. Wenn sich das Persönlichkeitsprofil des Gegenübers als eines mit einem hohen Neurotizismuswert äußert, so ergibt sich aufgrund der vorliegenden Ergebnisse die Möglichkeit, unter der Anwendung der untersuchten Heuristiken, die Verhandlung zum eigenen Vorteil zu gestalten. Personen mit einem hohen Neurotizismuswert weisen häufig unter anderem eine geringe Lebenszufriedenheit, Unruhe, sowie Angst und Stimmungsstörungen auf (Chen et. al., 2023, S. 1; Bornstein et al., 2018, S. 240f.) Ein geringer Extraversionswert äußert sich im zwischenmenschlichen Kontext durch eine zurückhaltende Art (Asendorpf 2024, S. 93). Halten sich Personen häufig nicht an selbstbestimmte Regeln oder soziale Normen deutet dies auf eine geringe Ausprägung auf der Persönlichkeitsdimension „Gewissenhaftigkeit“ hin (Westhoff et. al., 2013, S. 202). Tendenziell willensschwache, zu entspannte und unambitionierte Personen stellen das Gegenteil von gewissenhaften Menschen dar (McCrae & Costa, 2008, S. 274). Ein niedriger Verträglichkeitswert lässt sich durch unter anderem durch Egoismus, Aggression und Arroganz (McCrae & Costa, 2008, S. 274) charakterisieren. Da die Persönlichkeitsdimensionen „Gewissenhaftigkeit“, „Extraversion“ und „Verträglichkeit“ jeweils signifikant negativ mit Neurotizismus korrelieren, sind die genannten Äußerungen ein Indikator für einen erhöhten Neurotizismuswert. Wird der Gegenüber in einer Verhandlungssituation beispielsweise mithilfe der genannten Charakteristika als eine Person mit hohem Neurotizismuswert identifiziert, können die genannten Heuristiken gezielt genutzt werden, um die eigene Verhandlungsposition zu verbessern. Des Weiteren geben die vorliegenden Ergebnisse Verbesserungspotential für

die eigene Person in einer Verhandlung. Durch die Bewusstwerdung der potenziell stärkeren Anfälligkeit für die Heuristiken können Personen ihre Schwachstellen bei Verhandlungen optimieren und somit in Zukunft bessere Ergebnisse erzielen.

Da die vorliegende Studie auf einer Online-Befragung basiert, bringt dies sowohl methodische als auch inhaltliche Limitationen mit sich. Die erste zu erwähnende Limitation der vorliegenden Studie bezieht sich auf den Teil des NEO-FFI-30. Soziale Erwünschtheit beschreibt Beschönigungstendenzen von Zielpersonen, um sozial erwünschte Antworten zu erlangen. Bei den Antworten orientieren sich die Zielpersonen an von Ihnen angenommenen sozialen Normen, was auch für Skalen des NEO-FFI gilt (Borkenau & Ostendorf, 2008, S.10; Häder & Häder, 2009, S.175). Der Effekt der sozialen Erwünschtheit ist auch bei der vorliegenden Studie nicht auszuschließen. Fragen des NEO-FFI-30 wie beispielsweise Item 14 „Manche Leute halten mich für selbstsüchtig und selbstgefällig.“ könnten hiervon besonders betroffen sein. Das Ergebnis beispielsweise „selbstgefällig“ zu sein, sehen Testpersonen potenziell als sozial unerwünscht an, woraus sich eine Verzerrung bei dem gewählten Item ergibt. Eine weitere Limitation stellt die Selektionsverzerrung (*engl. Self-Selection-Bias*) dar, welcher die Darstellung einer zugrundeliegenden Grundgesamtheit in Frage stellt (Eatwell 1990, S. 201). Zu berücksichtigen ist ebenfalls, dass sich die vorliegende Studie eine Online-Befragung von inszenierten Verhandlungsszenarien ist. Es ist definitiv zu bemerken, dass die vorliegenden Ergebnisse sich nicht zwangsläufig in einer Präsenzverhandlung bestätigen müssen. Bei der Online-Befragung können emotionale Zustände sowie externe Stressoren nicht kontrolliert werden. Die Unterschiede zwischen einer Online- und einer Präsenzverhandlung wurden bereits in multiplen Studien untersucht. Beispielsweise verhandeln Personen in Präsenz erfolgreicher als über Video (Binckebanck 2023, S. 849) Die Implikation der vorliegenden Studie auf eine Verhandlungssituation in der realen Welt gilt es mit weiteren Forschungen zu überprüfen. Eine Limitation, welche sich auf die untersuchten Verhandlungsszenarien bezieht, gilt es ebenfalls zu erwähnen. Zwar wurden die Teilnehmer gebeten die Verhandlungen unabhängig von ihren aktuellen finanziellen Rahmenbedingungen zu bewerten, jedoch besteht die Limitation, dass Personen in einer realen Verhandlung die Verhandlungssituation anders bewerten und wahrnehmen. Die Bewertung und Wahrnehmung könnten sich auf die Anfälligkeit gegenüber den genannten Heuristiken auswirken. Dies gilt es mit weiterem Forschungsbedarf zu überprüfen.

## 6.2 Fazit

Die Untersuchung des Einflusses der Big Five Persönlichkeitsmerkmale auf die Anfälligkeit für die Ankerheuristik und den Bestätigungsfehler in Verhandlungen hat bezüglich der Persönlichkeitsdimension „Neurotizismus“ und „Extraversion“ Erkenntnisse hervorgebracht. Die geschilderten Auswertungen und Interpretationen zeigen, dass insbesondere Neurotizismus eine Rolle spielen könnte, da sich hier teilweise niedrige p-Werte ergaben. Allerdings konnten die aufgestellten Hypothesen nicht eindeutig bestätigt werden, sodass weitere Forschung notwendig ist, um den Zusammenhang zwischen Persönlichkeit und kognitiven Verzerrungen in Verhandlungen tiefergehend zu analysieren. Hierfür liefert die signifikante Korrelation des Neurotizismuswertes und der Anfälligkeit für die Ankerheuristik einen guten Anhaltspunkt. Die Praxisimplikationen, welche sich aus der vorliegenden Studie ableiten, sind vielfältig. Durch die bewusste Einschätzung der Ausprägungen auf den jeweiligen Persönlichkeitsdimensionen können Verhandlungsteilnehmer profitieren. Potenzielle Schwachstellen im Entscheidungsprozess zu können hierdurch minimiert werden. Auf der anderen Seite kann das Wissen über die wahrzunehmende Persönlichkeit des Gegenübers strategisch genutzt werden, um Verhandlungen erfolgreicher zu führen und gezielt die untersuchten Heuristiken anzuwenden. Personen mit einer „hohen“ Ausprägung auf der Persönlichkeitsdimension „Neurotizismus“ könnten beispielsweise empfänglicher für die untersuchten Heuristiken sein als Personen mit einer „niedrigen“ Ausprägung. Dies schafft die Möglichkeit, Verhandlungsstrategien entsprechend anzupassen. Gleichzeitig sind die Limitationen der vorliegenden Studie nicht außer Acht zu lassen. Die gewonnenen Erkenntnisse der Online-Befragung könnten durch die Limitationen der sozialen Erwünschtheit sowie der Selektionsverzerrung beeinflusst worden sein. Darüber hinaus konnten emotionale Zustände und das tatsächliche Interesse an den Verhandlungsgegenständen der Testpersonen nicht kontrolliert werden. Aufgrund dessen sollten weitere Forschungen die Generalisierbarkeit der Erkenntnisse sicherstellen. Trotz jener genannten Einschränkungen liefert die vorliegende Studie wertvolle Erkenntnisse über den Einfluss der Big Five Ausprägungen auf die untersuchte Ankerheuristik sowie den Bestätigungsfehler und legt eine Grundlage für weitere Forschung in dem genannten Bereich.

## 7. Literaturverzeichnis

- ADAC (2024) *SUV-Standardmodell-Vergleich*. Verfügbar unter: <https://www.adac.de/rund-ums-fahrzeug/auto-kaufen-verkaufen/kauffipps/suv-standardmodell-vergleich/> (Abgerufen am: 20. September 2024).
- Aronson, Elliot Wilson, TIMOTHY; AKERT, ROBIN. 2008. *Sozialpsychologie*. Place of publication not identified: Pearson Studium.
- Asendorpf, Jens B. 2024. *Persönlichkeitspsychologie für Bachelor*. Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg.
- Audi AG (2024a) *Avant Modelle*. Verfügbar unter: <https://www.audi.de/de/brand/de/neuwagen/fahrzeugtypen/avant.html> (Abgerufen am: 20. September 2024).
- Audi AG (2024b) *SUV Modelle*. Verfügbar unter: <https://www.audi.de/de/brand/de/neuwagen/fahrzeugtypen/suv.html> (Abgerufen am: 20. September 2024).
- AutoScout24 (2024) *Kleinwagen Übersicht*. Verfügbar unter: <https://www.auto-scout24.de/auto/aufbautyp/kleinwagen/> (Abgerufen am: 20. September 2024).
- Beck, Hanno. 2014. *Behavioral Economics: Eine Einführung*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Binckebanck, Lars. 2023. *Digitalisierung Im Vertrieb: Strategien Zum Einsatz Neuer Technologien in Vertriebsorganisationen*. 2nd ed. Edition Sales Excellence Series. Wiesbaden: Springer Vieweg. in Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH.
- Boeger, Annette, und Mike Lüdmann. 2022. *Psychologie für die Gesundheitswissenschaften*. Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg.
- Borkenau, Peter, und Fritz Ostendorf. 2008. *NEO-Fünf-Faktoren-Inventar nach Costa und McCrae*. Göttingen: Hogrefe Verlag GmbH & Co.KG.
- Bornstein, M. H., M. E. Arterberry, K. L. Fingerman, und J. E. Lansford. 2018. *The SAGE Encyclopedia of Lifespan Human Development*. Thousand Oaks (Calif.): SAGE publications.
- Boz, Anil, und Azize Ergeneli. 2014. „Women Entrepreneurs' Personality Characteristics and Parents' Parenting Style Profile in Turkey“. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 109 (Januar):92–97.
- Braunecker, Claus. 2023a. *How to do empirische Sozialforschung: eine Gebrauchsanleitung*. 2., Vollständig überarbeitete Auflage. UTB Schlüsselkompetenzen 5595. Wien: facultas.
- Braunecker, Claus. 2023b. *How to do Statistik und SPSS: eine Gebrauchsanleitung*. 2., Vollständig überarbeitete Auflage. utb Schlüsselkompetenzen 5596. Wien: facultas.
- Brockmann, Siegfried. 2011. „Sport Utility Vehicles (SUV) im Unfallgeschehen“, September, 19.
- Caputo, Andrea. 2014. „Relevant Information, Personality Traits and Anchoring Effect“. *International Journal of Management and Decision Making* 13 (1): 62.
- Carnevale, P J, und D G Pruitt. 1992. „Negotiation and Mediation“. *Annual Review of Psychology* 43 (1): 531–82.
- Chen, Ling, Xiqin Liu, Xiangrun Weng, Mingzhu Huang, Yuhan Weng, Haoran Zeng, Yifan Li, Danna Zheng, und Caiqi Chen. 2023. „The Emotion Regulation Mechanism in Neurotic Individuals: The Potential Role of Mindfulness and Cognitive Bias“. *International Journal of Environmental Research and Public Health* 20 (2): 896.
- Christiansen, Neil D., und Robert P. Tett. 2008. „Toward a Better Understanding of the Role of Situations in Linking Personality, Work Behavior, and Job Performance“. *Industrial and Organizational Psychology* 1 (3): 312–16.
- Costa, Paul T., und Robert R. McCrae. 1992a. „The Five-Factor Model of Personality and Its Relevance to Personality Disorders“. *Journal of Personality Disorders* 6 (4): 343–59.
- Costa, Paul T., und Robert R. McCrae. 1992b. „The Five-Factor Model of Personality and Its Relevance to Personality Disorders“. *Journal of Personality Disorders* 6 (4): 343–59.

- Costa, Paul T., und Robert R. McCrae. 2010. „The Five-Factor Model, Five-Factor Theory, and Interpersonal Psychology“. In *Handbook of Interpersonal Psychology*, herausgegeben von Leonard M. Horowitz und Stephen Strack, 1. Aufl., 91–104. Wiley.
- De Brabandt, Charlotte Anabelle. 2021. *Verhandeln in Krisenzeiten: Von Verhandlungskompetenz zu Verhandlungsintelligenz*. Fit for Future. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Eatwell, John. 1990. *Econometrics*. London: Palgrave Macmillan UK.
- Eckstein, Peter P. 2016. *Angewandte Statistik mit SPSS: Praktische Einführung für Wirtschaftswissenschaftler*. 8., Überarb. Aufl. 2016. SpringerLink Bücher. Wiesbaden: Springer Gabler.
- Eroglu, Cuneyt, und Keely L. Croxton. 2010. „Biases in Judgmental Adjustments of Statistical Forecasts: The Role of Individual Differences“. *International Journal of Forecasting* 26 (1): 116–33.
- Galinsky, Adam D., und Thomas Mussweiler. 2001. „First Offers as Anchors: The Role of Perspective-Taking and Negotiator Focus.“ *Journal of Personality and Social Psychology* 81 (4): 657–69.
- Gerrig, Richard J. 2018. *Psychologie*. 21., Aktualisierte und Erweiterte Auflage. Hallbergmoos/Germany: Pearson.
- Gilkey, Roderick W, und Leonard Greenhalgh. o. J. „The Role of Personality in Successful Negotiating“.
- Goldberg, Lewis R. 1992. „The Development of Markers for the Big-Five Factor Structure“.
- Goldberg, Lewis R. 1993. „The Structure of Phenotypic Personality Traits“. *American Psychologist*.
- Harvard Law School (2024) *In negotiation, how much does personality matter?*. Verfügbar unter: <https://www.pon.harvard.edu/daily/negotiation-skills-daily/in-negotiation-how-much-does-personality-matter-nb/> (Abgerufen am: 20. September 2024).
- Häder, Michael, und Sabine Häder. 2009. *Telefonbefragungen über das Mobilfunknetz: Konzept, Design und Umsetzung einer Strategie zur Datenerhebung*. SpringerLink Bücher. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften / GWV Fachverlage GmbH, Wiesbaden.
- Helmold, Marc. 2023. *Verhandlungen gewinnen: Konzepte, Methoden und Tools*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Helmold, Marc, Tracy Dathe, und Florian Hummel. 2019. *Erfolgreiche Verhandlungen: Best-in-Class Empfehlungen für den Verhandlungsdurchbruch*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Hough, Leaetta M, Newell K Eaton, und Marvin D Dunnette. 1990. „Criterion-Related Validities of Personality Constructs and the Effect of Response Distortion on Those Validities“, Juli.
- Howard, Pierce J., und Jane Mitchell Howard. 2002. *Führen mit dem Big-Five-Persönlichkeitsmodell: das Instrument für optimale Zusammenarbeit*. Frankfurt/Main New York: Campus-Verl.
- John, Oliver P., Richard W. Robins, und Lawrence A. Pervin, Hrsg. 2008. *Handbook of personality: theory and research*. 3rd ed. New York: Guilford Press.
- Kahneman, Daniel, und Amos Tversky. 1973. „ON THE PSYCHOLOGY OF PREDICTION“, März.
- Kolm, Serge-Christophe, und J. Mercier Ythier. 2006. *Foundations*. 1st ed. Amsterdam: Elsevier.
- Körner, Annett, Michael Geyer, Marcus Roth, Martin Drapeau, Gabriele Schmutzer, Cornelia Albani, Siegfried Schumann, und Elmar Brähler. 2008. „Persönlichkeitsdiagnostik mit dem NEO-Fünf-Faktoren-Inventar: Die 30-Item-Kurzversion (NEO-FFI-30)“. *PPmP - Psychotherapie · Psychosomatik · Medizinische Psychologie* 58 (6): 238–45.
- Kraftfahrt-Bundesamt (KBA) (2024) *Statistik Fahrzeuge – Neuzulassungen nach Segmenten, Oktober 2024*. Verfügbar unter:

[https://www.kba.de/SharedDocs/Downloads/DE/Statistik/Fahrzeuge/FZ11/fz11\\_2024\\_10.xlsx?\\_\\_blob=publicationFile&v=2](https://www.kba.de/SharedDocs/Downloads/DE/Statistik/Fahrzeuge/FZ11/fz11_2024_10.xlsx?__blob=publicationFile&v=2) (Abgerufen am: 20. September 2024).

- Kreggenfeld, Udo. 2021. *Erfolgreich systemisch verhandeln: Ganzheitliche Verhandlungsstrategien – Checklisten – Anwendungsbeispiele*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Kronthaler, Franz. 2016. *Statistik angewandt: Datenanalyse ist (k)eine Kunst Excel Edition*. 1. Aufl. 2016. Springer-Lehrbuch. Berlin Heidelberg: Springer Spektrum.
- Kumar, Vibhash, Ria Dudani, und Latha K. 2023. „The Big Five Personality Traits and Psychological Biases: An Exploratory Study“. *Current Psychology* 42 (8): 6587–97.
- Kunda, Ziva. 1990. „The Case for Motivated Reasoning.“ *Psychological Bulletin* 108 (3): 480–98.
- Kuzinski, Christoph. 2021. *Verhandeln mit Empathie und Strategie: In komplexen Situationen optimale Ergebnisse erzielen*. Haufe Lexware.
- Lord, Charles G, Lee Ross, und Mark R Lepper. 1979. „Biased Assimilation and Attitude Polarization: The Effects of Prior Theories on Subsequently Considered Evidence“.
- McCrae, Robert R. 1994. „Openness to Experience: Expanding the Boundaries of Factor V“. *European Journal of Personality* 8 (4): 251–72.
- McCrae, Robert R, und Paul T Costa. 1997. „Personality Trait Structure as a Human Universal“. *American Psychologist*.
- McCrae, Robert R., und Paul T. Costa. 2008. „Empirical and Theoretical Status of the Five-Factor Model of Personality Traits“. In *The SAGE Handbook of Personality Theory and Assessment: Volume 1 — Personality Theories and Models*, von Gregory Boyle, Gerald Matthews, und Donald Saklofske, 273–94. 1 Oliver’s Yard, 55 City Road, London EC1Y 1SP United Kingdom: SAGE Publications Ltd.
- McCrae, R. R., & Sutin, A. R. (2009). Openness to experience. In M. R. Leary & R. H. Hoyle (Eds.), *Handbook of individual differences in social behavior* (pp. 257–273). The Guilford Press.
- McCrae, Robert R., und Oliver P. John. 1992. „An Introduction to the Five-Factor Model and Its Applications“. *Journal of Personality* 60 (2): 175–215.
- McElroy, Todd, und Keith Dowd. 2007. „Susceptibility to Anchoring Effects: How Openness-to-Experience Influences Responses to Anchoring Cues“. *Judgment and Decision Making* 2 (1): 48–53.
- Myers, David G., und C. Nathan DeWall. 2023. *Psychologie*. Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg.
- Neyer, Franz J., und Jens B. Asendorpf. 2024. *Psychologie der Persönlichkeit*. Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg.
- Nickerson, Raymond S. 1998. „Confirmation Bias: A Ubiquitous Phenomenon in Many Guises“. *Review of General Psychology* 2 (2): 175–220.
- Noguchi, Kenji, Carol L. Gohm, und David J. Dalsky. 2006. „Cognitive Tendencies of Focusing on Positive and Negative Information“. *Journal of Research in Personality* 40 (6): 891–910.
- Northcraft, Gregory B, und Margaret A Neale. 1987. „Experts, Amateurs, and Real Estate: An Anchoring-and-Adjustment Perspective on Property Pricing Decisions“. *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 39 (1): 84–97.
- O’Brien, Jonathan. 2016. *Negotiations for Procurement Professionals*. 2. Aufl.
- Oetzel, Sebastian, und Andreas Luppold. 2023. *33 Phänomene der Kaufentscheidung: Kundenverhalten besser verstehen – Wissen und Inspiration*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Peugeot Deutschland (2024a) *Kombis*. Verfügbar unter: <https://www.peugeot.de/modelle/kategorien/kombis.html> (Abgerufen am: 20. September 2024).
- Peugeot Deutschland (2024b) *SUV Modelle*. Verfügbar unter: <https://www.peugeot.de/modelle/kategorien/suv.html> (Abgerufen am: 20. September 2024).

- Raab, Gerhard, Alexander Unger, und Fritz Unger. 2022. *Marktpsychologie: Grundlagen und Anwendung*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Raad, Boele de. 2000. *The Big Five Personality Factors: The Psycholexical Approach to Personality*. Seattle (Wash.): Hogrefe & Huber.
- Rothmann, S., und E. P. Coetzer. 2003. „The Big Five Personality Dimensions and Job Performance“. *SA Journal of Industrial Psychology* 29 (1).
- Scheid, Sandro, und Stefanie Vogl. 2021. *Data Science: Grundlagen, Methoden und Modelle der Statistik*. Hanser eLibrary. München: Hanser.
- Schredelseker, Klaus. 2017. *Alltagsentscheidungen: Die anderen sind nicht dümmer als wir*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Schumann, René, Stefan Oswald, und Philippe Gillen. 2021. *Verhandeln mit System: Spieltheorie und Verhaltensökonomie im Einkauf – die Erfolgsformel für Profis*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.
- SEAT Deutschland (2024) *Kleinwagen Modelle*. Verfügbar unter: <https://www.seat.de/seat-autos/seat-kleinwagen> (Abgerufen am: 20. September 2024).
- Stegemann, Manuel. 2024. *Konsumverhalten verstehen, beeinflussen und messen: Die Psychologie hinter effektivem Marketing*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Stemmler, Gerhard, Dirk Hagemann, Manfred Amelang, und Frank M. Spinath. 2016. *Differentielle Psychologie und Persönlichkeitsforschung*. 8., Überarbeitete Auflage. Kohlhammer Standards Psychologie. Stuttgart: Verlag W. Kohlhammer.
- Stocker, Toni Clemens, und Ingo Steinke. 2022. *Statistik: Grundlagen und Methodik*. 2., Korrigierte Auflage. De Gruyter Studium. Berlin Boston: De Gruyter Oldenbourg.
- Strough, JoNell, Tara E. Karns, und Leo Schlosnagle. 2011. „Decision-making Heuristics and Biases across the Life Span“. *Annals of the New York Academy of Sciences* 1235 (1): 57–74.
- Taber, Charles S., und Milton Lodge. 2006. „Motivated Skepticism in the Evaluation of Political Beliefs“. *American Journal of Political Science* 50 (3): 755–69.
- Tversky, Amos, und Daniel Kahneman. 1974. „Judgment under Uncertainty: Heuristics and Biases“ 185.
- Volkswagen AG (2024) *Variant Modelle*. Verfügbar unter: <https://www.volkswagen.de/de/specials/variant-modelle.html> (Abgerufen am: 20. September 2024).
- Watzka, Klaus. 2021. *Erfolgsfaktor Gewissenhaftigkeit von Mitarbeitern: Theoretische Grundlagen und praktische Managementempfehlungen*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Weller, Joshua, Andrea Ceschi, Lauren Hirsch, Riccardo Sartori, und Arianna Costantini. 2018. „Accounting for Individual Differences in Decision-Making Competence: Personality and Gender Differences“. *Frontiers in Psychology* 9 (November):2258.
- Werth, Lioba, Markus Denzler, und Jennifer Mayer. 2020. *Sozialpsychologie – Das Individuum im sozialen Kontext: Wahrnehmen – Denken – Fühlen*. Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg.
- Westhoff, Karl, Michael B Steinborn, und Anne Schurz. 2013. „Was versteht man unter dem Konstrukt »Gewissenhaftigkeit«?“
- Winker, Peter. 2017. *Empirische Wirtschaftsforschung und Ökonometrie*. 4. Aufl. 2017. Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg.
- Zhao, Hao, und Scott E. Seibert. 2006. „The Big Five Personality Dimensions and Entrepreneurial Status: A Meta-Analytical Review.“ *Journal of Applied Psychology* 91 (2): 259–71.
- Zhuang, Yinuo. 2023. „The Application of the Anchoring Effect in Pricing, Consumer Purchases and Auctions“. *Highlights in Business, Economics and Management* 11 (Mai):211–16.
- Zwick, Patrick. 2021. *Unternehmenskrisen bewältigen: Die Bedeutung der Persönlichkeit für erfolgreiches Management in der Krise*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.