

# **Die 2022 Re-Normierung des Reiss Motivation Profile®**

William Afleje, Statistiker, Reesh LLC  
Mike Reiss, Vizepräsident, IDS Publishing Corporation  
Maggi M. Reiss, Präsidentin, IDS Publishing Corporation

Ins deutsche übersetzt von der RMP Germany GmbH.

## Studienüberblick

Dieser Bericht beschreibt eine statistische Datenanalyse des Reiss Motivation Profile® (RMP), einem standardisierten psychologischen Test, der von Professor Steven Reiss entwickelt wurde. Das RMP identifiziert 16 Lebensmotive, die allen Menschen gemeinsam sind.

Jeder Mensch ist durch diese 16 Lebensmotive motiviert, priorisiert sie aber unterschiedlich. Die Art und Weise, wie ein Mensch nun diese Lebensmotive priorisiert, bestimmt seine Werte, beeinflusst die Entwicklung seiner Persönlichkeitsmerkmale und prognostiziert sein Verhalten im realen Leben.

Die Anwendung der Motivationstheorie von Professor Reiss findet sich in der Wirtschaft, beispielsweise im Rahmen von Führungskräfte trainings oder der Konfliktlösung. Sie wurde herangezogen, um Motivationsgründe für schulische Mangelleistungen zu diagnostizieren, um Student\*innen bei der College- und Berufswahl zu beraten, um Sportler\*innen zu ermöglichen, Spitzenleistungen zu erzielen, indem sie ihre Motive unter Wettbewerbsbedingungen und dem dabei auftretenden Stress verstehen lernen und sie wurde in der Paarberatung eingesetzt, um Werteunterschiede, die chronischen Beziehungskonflikten zugrunde liegen, zu identifizieren.

Die ursprünglichen Normen des RMP aus dem Jahr 2007 umfassten ca. 7.800 Befragte und basierten auf einem universellen Satz von Daten, die für beide Geschlechter sowie alle Länder und Altersgruppen standardisiert waren. Eine 2012 abgeschlossene Renormierung über etwa 45.000 Befragte unterstützte weiterhin die Verwendung eines universellen Satzes von Daten. Im Jahr 2017 ergab eine zweite Renormierung auf der Grundlage von ca. 80.000 Daten, signifikante Unterschiede zwischen Frauen und Männern bei fünf Lebensmotiven, was in der Folge zur Implementierung von Geschlechternormen führte. Es wurden auch separate Ländernormen für jene Länder entwickelt, die über ausreichende Daten verfügten, um statistisch gültige Vergleiche zu ermöglichen.

Die aktuelle statistische Analyse befasste sich mit vier Themen:

Wir haben die Notwendigkeit getrennter Geschlechternormen und getrennter Ländernormen erneut untersucht. Wir untersuchten erneut, ob die RMP-Werte systematisch mit dem Alter der Befragten variieren, und untersuchten mögliche Motivationsunterschiede zwischen den Generationen.

Die deskriptive Gesamtanalyse erbrachte den Nachweis, dass:

- Männer und Frauen sich weiterhin signifikant in denselben fünf zuvor identifizierten Lebensmotiven unterscheiden,
- Testteilnehmer\*innen aus verschiedenen Ländern sich nach wie vor in der Bedeutung einiger Motive unterscheiden
- RMP-Werte nicht mit dem Alter korrelieren

- die Durchschnittswerte und die Varianz für die Lebensmotive quer durch alle Generationen mit Ausnahme der Generation Z ziemlich konstant sind.

Die aktuellen Daten unterstützen nicht nur weiterhin die Verwendung getrennter Geschlechter- und Ländernormen, sondern bestätigen auch erneut, dass getrennte Altersnormen nicht notwendig sind. Darüber hinaus weisen die aktuellen Daten auf die Notwendigkeit separater Normen für die Generation Z hin.

### **Demografische Daten der RMP-Befragten**

Von 2002 bis 2021 sammelte die IDS Publishing Corporation RMP-Antworten von 135.807 Personen, darunter 61.065 Frauen (45 %) und 74.732 Männer (55 %). Die Testteilnehmer\*innen, die zwischen 12 und 99 Jahre alt waren (Mittelwert = 37), stammen aus 159 Ländern und sieben Generationen:

| <u>Generation</u> | <u>Geburtsjahre</u> | <u>Anzahl der Befragten</u> |
|-------------------|---------------------|-----------------------------|
| Zweiter Weltkrieg | 1922 - 1927         | 90                          |
| Nach dem Krieg    | 1928 - 1945         | 376                         |
| Babyboomer I      | 1946 - 1954         | 2,834                       |
| Babyboomer II     | 1955 - 1964         | 17,084                      |
| Generation X      | 1965 - 1980         | 56,589                      |
| Millennials       | 1981 - 1996         | 45,468                      |
| Generation Z      | 1997 - 2012         | 12,806                      |

### **Statistische Verfahren**

Die aktuellen statistischen Verfahren ähnelten denjenigen, die bei der 2017 durchgeführten Re-Normierung angewandt wurden. Bei der Analyse möglicher Unterschiede zwischen den Geschlechtern sowie zwischen Ländern und Generationen verwendeten wir einen Zweistichproben-z-Test, um zwei Mittelwerte zu vergleichen, und wir bestätigten diese Ergebnisse mit nicht-parametrischen statistischen Methoden.

Aufgrund der derzeitigen Stichprobengröße von 135 807 Befragten würden kleine Unterschiede zwischen den Mittelwerten zweier Gruppen als signifikant erscheinen, aber eine solche Signifikanz sollte als ein Artefakt der großen Anzahl von Testteilnehmer\*innen betrachtet werden. Obwohl der Unterschied zwischen 30,0 und 30,5 Punkten für eine einzige Testteilnehmerin bzw. einen einzelnen Testteilnehmer von Bedeutung sein mag, ist ein solch kleiner Unterschied nicht signifikant, wenn man die Mittelwerte von großen Gruppen vergleicht. Daher haben wir bei der Interpretation der Daten eine zusätzliche Einschränkung

vorgenommen. Um als signifikant zu gelten, war ein Unterschied von mehr als zwei erforderlich, wenn die Mittelwerte von zwei Gruppen (z. B. Frauen und Männer) verglichen wurden, und ein Unterschied von mehr als drei, wenn die Mittelwerte von drei oder mehr Gruppen (z. B. Länder, Generationen) verglichen wurden.

Bei der Untersuchung des möglichen Einflusses des Alters auf die RMP-Werte von Befragten haben wir eine Regressionsanalyse mit einem R-Quadrat-Wert als Maß für die Wirkung gerechnet.

### **Frage 1: Lassen die aktuellen Daten weiterhin signifikante Unterschiede in den Lebensmotiven zwischen den Geschlechtern erkennen?**

Die aktuelle Datenanalyse bestätigte die Ergebnisse der 2017 durchgeführten Re- Normierung in Bezug auf die geschlechtsspezifischen Unterschiede bei den RMP- Werten. Wie in Tabelle 1 dargestellt, haben Frauen und Männer ähnliche Motivationsprofile hinsichtlich der Lebensmotive Neugier, Essen, Familie, Ehre, Idealismus, Unabhängigkeit, Ordnung, Sparen, Beziehungen, Status, Ruhe und Rache. Bei fünf Lebensmotiven unterschieden sich die mittleren RMP-Werte von Frauen und Männern jedoch erheblich. Im Durchschnitt bewerteten Frauen die Lebensmotive Anerkennung und Schönheit deutlich höher als Männer, während Männer die Lebensmotive Körperliche Aktivität, Macht und Eros deutlich höher bewerteten. Mit anderen Worten: Frauen messen den Bedürfnissen nach Selbstbestätigung und ästhetischen Erfahrungen im Allgemeinen eine größere Bedeutung bei.

Männer hingegen legen im Allgemeinen mehr Wert auf die Bedürfnisse nach körperlicher Betätigung, Leistung und Sex.

Tabelle 1

| Differences in Life Motives Across Gender |         |       |
|---|---------|-------|
| Motive                                    | Females | Males |
| Acceptance                                | ↑       | ↓     |
| Beauty                                    | ↑       | ↓     |
| Curiosity                                 | .       | .     |
| Eating                                    | .       | .     |
| Family                                    | .       | .     |
| Honor                                     | .       | .     |
| Idealism                                  | .       | .     |
| Independence                              | .       | .     |
| Order                                     | .       | .     |
| Physical Activity                         | ↓       | ↑     |
| Power                                     | ↓       | ↑     |
| Romance                                   | ↓       | ↑     |
| Saving                                    | .       | .     |
| Social Contact                            | .       | .     |
| Status                                    | .       | .     |
| Tranquility                               | .       | .     |
| Vengeance                                 | .       | .     |

↑ Motive is a higher priority.

↓ Motive is a lower priority.

Es ist anzumerken, dass die aktuellen Ergebnisse die vor fünf Jahren festgestellten geschlechtsspezifischen Unterschiede bestätigen. Das heißt, wir haben dieselben fünf grundlegenden Lebensmotive - Anerkennung, Schönheit, Körperliche Aktivität, Macht, Eros - als Unterscheidungsmerkmale für die Motivprofile von Männern und Frauen ermittelt. Die Stabilität dieser Ergebnisse ist ein weiterer Beweis für die Gültigkeit des RMP als wissenschaftliches Instrument zur Erhebung von Lebensmotiven.

### **Frage 2: Unterstützen die aktuellen Daten weiterhin die Verwendung von Ländernormen?**

Aufgrund der Bedeutung der demographischen Auswertung nach Geschlechtern haben wir Ländernormen für jene Länder mit mindestens 900 weiblichen und 900 männlichen Testteilnehmer\*innen berechnet. Sieben Länder erfüllten dieses Kriterium: Österreich, Finnland, Deutschland, Polen, die Schweiz, Taiwan und die USA. Wie in Tabelle 2 dargestellt, zeigte die aktuelle Datenanalyse für fünf dieser sieben Länder einige signifikante Unterschiede.

Tabelle 2

| Differences in Life Motives Across Country by Gender |         |                    |         |                  |              |                    |                  |
|--|---------|--------------------|---------|------------------|--------------|--------------------|------------------|
| Motive   | Austria | Finland            | Germany | Poland           | Switzerland  | Taiwan             | USA              |
| Acceptance   | --      | --                 | --      | --               | --           | - $\bar{\uparrow}$ | --               |
| Beauty   | --      | - $\downarrow$     | --      | --               | --           | - $\bar{\uparrow}$ | --               |
| Curiosity  | --      | --                 | --      | --               | --           | --                 | --               |
| Eating   | --      | --                 | --      | --               | --           | --                 | --               |
| Family   | --      | - $\downarrow$     | --      | --               | --           | --                 | --               |
| Honor  | --      | --                 | --      | $\bar{\uparrow}$ | --           | --                 | $\bar{\uparrow}$ |
| Idealism   | --      | --                 | --      | --               | --           | - $\bar{\uparrow}$ | --               |
| Independence   | --      | --                 | --      | --               | --           | --                 | --               |
| Order  | --      | --                 | --      | --               | --           | --                 | --               |
| Physical Activity                                    | --      | $\bar{\uparrow}$   | --      | --               | --           | $\downarrow$       | --               |
| Power  | --      | - $\downarrow$     | --      | --               | --           | --                 | --               |
| Romance  | --      | $\bar{\uparrow}$   | --      | --               | --           | --                 | --               |
| Saving   | --      | $\downarrow$       | --      | --               | --           | - $\bar{\uparrow}$ | --               |
| Social Contact                                       | --      | --                 | --      | --               | --           | $\downarrow$       | --               |
| Status   | --      | --                 | --      | --               | $\downarrow$ | --                 | --               |
| Tranquility  | --      | --                 | --      | $\bar{\uparrow}$ | --           | $\bar{\uparrow}$   | --               |
| Vengeance  | --      | - $\bar{\uparrow}$ | --      | --               | --           | --                 | --               |

$\bar{\uparrow}$  Motive is a higher priority for Females.       $\bar{\uparrow}$  Motive is a higher priority for Males.

$\downarrow$  Motive is a lower priority for Females.       $\downarrow$  Motive is a lower priority for Males.

Bei einigen Lebensmotiven erzielten Frauen und Männer innerhalb eines Landes ähnliche Werte. Im Vergleich zu den globalen Normen erzielten beispielsweise sowohl Frauen als auch Männer, die in Polen ansässig sind, im Durchschnitt deutlich höhere Werte für die Lebensmotive Ehre und Ruhe. Sowohl Frauen als auch Männer in Polen legen also mehr Wert auf Charakter und Sicherheit als die Gesamtpopulation der RMP-Befragten.

Andere Lebensmotive wurden von Frauen und Männer innerhalb eines Landes unterschiedlich bewertet. Beim Vergleich der in der Schweiz Ansässigen mit der globalen RMP-Population stellten wir fest, dass Frauen, nicht aber Männer, das Lebensmotiv Status im Durchschnitt deutlich geringer bewerteten. Während also Männer in der Schweiz dem Bedürfnis nach Status eine durchschnittliche Bedeutung beimessen, legen Schweizer Frauen weniger Wert auf soziales Ansehen.

Für zwei Länder - Österreich und Deutschland - fanden wir keine signifikanten Unterschiede zwischen den Befragten und der globalen Population.

In zwei weiteren Ländern - der Schweiz und den USA - wurden Unterschiede nur bei einem Motiv und nur für Frauen festgestellt. Im Durchschnitt bewerteten die Frauen in der Schweiz das Lebensmotiv "Status" signifikant geringer, während die Frauen in den USA das Lebensmotiv "Ehre" signifikant stärker bewerteten, verglichen mit den globalen weiblichen Normen. Die Auswertungen der Befragten aus Polen unterschieden sich bei zwei Motiven deutlich von jenen der RMP-Gesamtpopulation. Wie bereits erwähnt, waren sowohl bei Frauen als auch bei Männern, die Polen als Wohnsitz angaben, die Lebensmotive Ehre und Ruhe stärker ausgeprägt.

Als wir die Ergebnisse der finnischen Befragten mit denen der gesamten RMP- Population verglichen, stellten wir bei sieben Motiven signifikante Unterschiede fest. Sowohl Frauen als auch Männer zeigten im Durchschnitt signifikant höhere Werte für Eros, und beide Geschlechter wiesen im Durchschnitt signifikant geringere Werte für Sparen auf. Im Allgemeinen waren die Werte der Frauen für das Lebensmotiv Körperliche Aktivität signifikant höher. Männer hingegen zeigten im Durchschnitt signifikant höhere Werte für Rache und signifikant geringere Werte für die Lebensmotive Schönheit, Familie und Macht. Diese Ergebnisse deuten darauf hin, dass Frauen und Männer in Finnland die Bedürfnisse nach Sex und Sammeln ähnlich bewerten, aber unterschiedliche Bewertungen für körperliche Fitness, Rache, ästhetische Erfahrungen, Familienleben und Leistung haben.

Die Einwohner\*innen Taiwans unterschieden sich ebenfalls bei sieben Motiven signifikant von der Gesamtpopulation. Sowohl Frauen als auch Männer bewerteten im Durchschnitt das Lebensmotiv Ruhe signifikant höher. Im Allgemeinen bewerteten Frauen die Lebensmotive Körperliche Aktivität und Beziehungen signifikant geringer. Die Werte der Männer hingegen waren im Durchschnitt signifikant stärker ausgeprägt bei den Lebensmotiven: Anerkennung, Schönheit, Idealismus und Sparen. Diese Ergebnisse deuten darauf hin, dass Frauen und Männer in Taiwan dem Bedürfnis nach Sicherheit eine ähnliche Bedeutung beimessen, dem Bedürfnis nach körperlicher Fitness, Gemeinschaft mit Gleichaltrigen, Selbstbestätigung, ästhetischen Erfahrungen, sozialer Gerechtigkeit und Sammeln jedoch eine unterschiedliche Bedeutung beimessen.

### **Frage 3: Zeigen die aktuellen Daten eine Korrelation zwischen den RMP-Werten und dem Alter der Befragten?**

Der ursprüngliche Normierungsprozess sowie die beiden vorangegangenen Re- Normierungen des RMP haben keinen Zusammenhang zwischen dem Alter einer Probandin bzw. eines Probanden und einem bestimmten Motiv gezeigt. Da seit 2017 etwa 55.000 neue Testteilnehmer\*innen hinzugekommen sind, haben wir uns entschlossen, erneut zu untersuchen, ob ein Zusammenhang zwischen den RMP-Ergebnissen und dem Alter besteht oder nicht.

Mit Hilfe der Regressionsanalyse haben wir ein statistisches Modell erstellt, bei dem das Motiv als Antwortvariable und das Alter als erklärende Variable dient. Ein R- Quadrat-Wert von weniger als 0,3 wird im Allgemeinen als sehr schwacher Effekt angesehen, während ein R- Quadrat-Wert von mehr als 0,7 im Allgemeinen als starke Effektgröße angesehen wird. Für jedes der mit dem RMP bewerteten Motive fanden wir keinen R-Quadratwert größer als 0,02. Daraus schließen wir, dass das Alter kein guter linearer Prädiktor dafür ist, wie ein Befragter bei einem der Lebensmotive abschneiden wird.

### **Frage 4: Zeigen die aktuellen Daten signifikante Unterschiede in den Lebensmotiven zwischen den Generationen?**

In Anbetracht der geringen Anzahl von Befragten aus den Generationen nach dem Zweiten Weltkrieg und der Nachkriegszeit, konzentrierte sich unsere Analyse nur auf die fünf Generationen, deren Daten für einen aussagekräftigen Vergleich ausreichten: Babyboomer I, Babyboomer II, Generation X, Millennials und Generation Z.

Wie in Tabelle 3 dargestellt, fanden wir für keines der Lebensmotive signifikante Unterschiede zwischen den Durchschnittswerten der Babyboomer I, Babyboomer II, Generation X und Millennials. Die Ergebnisse deuten darauf hin, dass Personen aus diesen Generationen im Allgemeinen ähnliche Werte teilen.

Tabelle 3

| Differences in Life Motives Across Generations |           |            |              |             |              |
|--|-----------|------------|--------------|-------------|--------------|
| Motive   | Boomers I | Boomers II | Generation X | Millennials | Generation Z |
| Acceptance                                     | -         | -          | -            | -           | -            |
| Beauty   | -         | -          | -            | -           | -            |
| Curiosity                                      | -         | -          | -            | -           | ↓            |
| Eating   | -         | -          | -            | -           | ↑            |
| Family   | -         | -          | -            | -           | ↓            |
| Honor  | -         | -          | -            | -           | -            |
| Idealism                                       | -         | -          | -            | -           | -            |
| Independence                                   | -         | -          | -            | -           | -            |
| Order  | -         | -          | -            | -           | -            |
| Physical Activity                              | -         | -          | -            | -           | -            |
| Power  | -         | -          | -            | -           | -            |
| Romance  | -         | -          | -            | -           | -            |
| Saving   | -         | -          | -            | -           | ↑            |
| Social Contact                                 | -         | -          | -            | -           | -            |
| Status   | -         | -          | -            | -           | -            |
| Tranquility                                    | -         | -          | -            | -           | ↑            |
| Vengeance                                      | -         | -          | -            | -           | ↑            |

↑ Motive is a higher priority for the Generation.      ↓ Motive is a lower priority for the Generation.

Für die Generation Z haben wir jedoch sechs Motive ermittelt, die diese Generation von den anderen vier Generationen unterscheidet: Neugier, Essen, Familie, Sparen, Ruhe und Rache. Im Vergleich zu früheren Generationen erzielten die Mitglieder der Generation Z im Durchschnitt signifikant höhere Werte bei den Lebensmotiven Essen, Sparen, Ruhe und Rache. Neugier und Familie bewerten sie im Durchschnitt geringer. Diese Ergebnisse deuten darauf hin, dass Mitglieder der Generation Z den Bedürfnissen nach Essen, Sammeln, Sicherheit und Rache eine größere Bedeutung beimessen, während sie den Bedürfnissen nach intellektuellem Denken und Familienleben eine geringere Bedeutung beimessen als Personen aus vier früheren Generationen.

Es ist anzumerken, dass die sechs Motive, die die Generation Z von früheren Generationen unterscheiden, für Frauen und Männer gleich sind. Im Durchschnitt bewerteten beide Geschlechter innerhalb der Generation Z Essen, Sparen, Ruhe und Rache signifikant höher und beide Geschlechter bewerteten Neugier und Familie signifikant geringer.

Wir verfügen über Auswertungen der Generation Z aus allen befragten Ländern, die meisten Daten von Mitgliedern der Generation Z haben wir aber aus 5 Ländern: Curacao, Finnland, Polen, Singapur und den USA. Angesichts der extrem unausgewogenen Zahlen konnten wir keine gültige Analyse möglicher Unterschiede zwischen den Ländern durchführen. Es ist jedoch wichtig festzustellen, dass die Unterschiede in den Motiven zwischen der Generation Z und früheren Generationen nicht auf ein Land oder eine Kultur beschränkt sind.

Um diese Ergebnisse besser zu verstehen, haben wir die Möglichkeit in Betracht gezogen, dass die Unterschiede bei Personen der Generation Z darauf zurückzuführen sein könnten, dass sie den RMP in einem jungen Alter absolviert haben (d. h. zwischen 12 und 24 Jahren). Daher verglichen wir die Ergebnisse der Generation Z mit denen von Millennials, die den Test im gleichen Alter absolviert hatten. Die Ergebnisse der Millennials, die den Test als Jugendliche und junge Erwachsene absolvierten, waren ähnlich wie die Ergebnisse der Millennials, die den Test im höheren Alter absolvierten. Das heißt, die Ergebnisse der jungen Millennials waren nicht mit denen der von Mitglieder der Generation Z vergleichbar. Das Alter zum Zeitpunkt des Tests scheint die Ergebnisse also nicht zu erklären.

Anschließend untersuchten wir die Möglichkeit, ob die durch COVID-19 ausgelöste globale Pandemie ungewöhnlich starke Auswirkungen auf Personen der Generation Z gehabt haben könnte. Aufgrund ihrer relativ begrenzten Lebenserfahrung könnten die Mitglieder der Generation Z weniger widerstandsfähig sein - das heißt, weniger in der Lage sein, die schädlichen Auswirkungen der Pandemie zu bewältigen. Diese Hypothese wurde jedoch nicht durch die Daten gestützt, da wir feststellten, dass sich die Ergebnisse der Generation Z, die den RMP vor März 2020 absolvierten, nicht signifikant von den Ergebnissen derjenigen unterschieden, die den Test nach diesem Datum absolvierten. Die globale Pandemie ist also keine wahrscheinliche Erklärung für die aktuellen Ergebnisse.

## **Schlussfolgerungen**

Die statistische Analyse der Daten von 135.807 Testteilnehmer\*innen, die den RMP zwischen 2002 und 2021 absolviert haben, ergab Unterschiede zwischen den Geschlechtern, Ländern und Generationen. Mit anderen Worten: Das Geschlecht, das Land, in dem eine Person wohnt, und die Generationskohorte können eine andere Perspektive darauf eröffnen, welche der Lebensmotive für die Personen am wichtigsten sind. Daher wird der RMP weiterhin getrennte Normen für Frauen und Männer sowie getrennte Normen für Länder, die über eine ausreichende Anzahl von Testteilnehmer\*innen verfügen, anbieten. Darüber hinaus wird der RMP zum ersten Mal eine separate Norm für Befragte der Generation Z enthalten.