

Chemistree – LMU Studie 2018

Was ist der **größte Hebel für ein erfolgreiches Matching**? Wann entsteht wirklich etwas Neues? Welche unterschiedlichen Ergebnisse zeitigen verschiedene Matching-Ansätze bezüglich der Persönlichkeit und den Präferenzen der Teilnehmer?

Diese Fragen stellen wir uns seit langem. Im Sommer 2018 sind wir den Antworten einen großen Schritt näher gekommen: Knapp 400 Teilnehmer haben sich bei uns gemeldet, um sich von uns im Rahmen einer wissenschaftlichen Studie matchen zu lassen. In diesem Setting nutzten wir die Möglichkeit, die Hälfte davon nach maximaler Persönlichkeitsähnlichkeit zu matchen (nach Studienlage also ideal), die andere Hälfte aber nach maximaler Unterschiedlichkeit (nach Studienlage also eher katastrophal). Im Anschluss an die Treffen haben wir alle Teilnehmer nach Ihrer Zufriedenheit mit und den Ergebnissen aus den Treffen befragt.

Die Erkenntnisse aus dieser Studie helfen uns dabei, unser Matching noch besser und zielgerichteter zu machen.

Setting

Den Rahmen unserer Studie bildete eine Masterarbeit am Lehrstuhl für Psychologische Methodenlehre und Diagnostik der LMU München, in Zusammenarbeit mit der Chemistree GmbH. Die Arbeit wurde durchgeführt von Anna-Maria Goering, Werkstudentin bei Chemistree und Masterstudentin an der LMU. Die Betreuung erfolgte durch Dr. Felix Schönbrodt, Principal Investigator an der LMU und Masterarbeitsbetreuer von Seiten der LMU, und Rosmarie Steininger, Geschäftsführerin von Chemistree und Projektkoordinatorin der Masterarbeit.

Die zentrale Fragestellung der Studie lautete **„Wie kann das Matching zweier Individuen auf Basis von Persönlichkeitsähnlichkeit das positive Ergebnis einer dyadischen Beziehung vergrößern?“**

Die bisherige Forschung betont die Relevanz eines guten Matches zwischen MentorIn und Mentee, insbesondere in Bezug auf die Persönlichkeit. Metaanalysen haben eine positive Beziehung von Ähnlichkeit in Einstellungen, Glaube, Werten und Persönlichkeit mit den Variablen instrumentelle und psychosoziale Unterstützung, sowie Beziehungsqualität aufgezeigt. Weitere Studien geben Aufschluss über eine positive Verbindung zu interpersonaler Attraktivität, Vertrauen und Selbstoffenbarung sowie Zufriedenheit.

Die Mehrheit der Mentoring-Studien beruht dabei auf korrelativen Daten. In der vorliegenden Studie werden hingegen zwei Individuen auf Basis von Persönlichkeit in einem experimentellen Setting gematcht.

Im Rahmen der Studie wurden alle Teilnehmer nach ihren Präferenzen zur Netzwerk-erweiterung und zum Erfahrungsaustausch gematcht. Die Rahmenbedingungen wurden für alle Teilnehmer optimiert, sodass sie sich aufgrund aller formalen Kriterien gut gematcht fühlten.

Ein erster Fragebogen mit einer Bearbeitungszeit von etwa 20 Minuten diene als Grundlage, um passende Matches zu finden. Es folgte ein persönliches 30 bis 60-minütiges Treffen, das per E-Mail vereinbart wurde. Ein Gesprächsleitfaden stand zum Download bereit. Ein zweiter Fragebogen mit einer Bearbeitungszeit von ca. 20 Minuten diene zur Evaluation des Treffens.

Teilnehmer

Die Teilnehmer erhielten die Gelegenheit, kostenlos auszuprobieren, wie Matching funktioniert. Und sie bekamen ihr ganz individuelles Match gemäß ihrer fachlichen Präferenzen. Die Teilnehmer konnten entscheiden, ob sie ihr Netzwerk in einem bestimmten Bereich erweitern oder sich zu ihren Interessen austauschen wollten.

Folgende demografische Daten wurden erfasst: Beruf, Berufserfahrung, akademischer Hintergrund, Geschlecht, Alter und zeitliche Präferenzen. Außerdem wurde der Netzwerkwunsch und -angebot abgefragt. Weitere Informationen beinhalteten Interessensaustausch, den möglichen Ort für ein persönliches Treffen (erste zwei Ziffern der PLZ), die Big Five Persönlichkeitsfaktoren und Motive.

Der Folgefragebogen klärte Fragen, ob sich Matchingpartner getroffen hatten, die Dauer des Treffens, ob der Gesprächsleitfaden genutzt wurde, Feedback zum Gesprächsleitfaden, Feedback zum Match und Verbesserungsvorschläge zum Matchingprozess.

Die abhängigen Outcome Variablen waren instrumentelle Unterstützung, psychologische Unterstützung, Beziehungsqualität, Attraktivität, Vertrauen, Selbstoffenbarung, Zufriedenheit, wahrgenommene Ähnlichkeit übergreifend, wahrgenommene Motive & Big Five.

Kernergebnisse

Sie Studie erbrachte folgende zentrale Ergebnisse:

1. **Die richtigen Rahmenbedingungen unterstützen das Matching:** Im gewählten Setting wurde die Mehrzahl der Outcome Variablen wie z.B. Vertrauen oder Zufriedenheit über alle Teilnehmer und Gruppen hinweg hoch bewertet.

Unsere Bewertung: Die Tatsache, dass ein professionelles Matching anhand individuell abgefragter relevanter Präferenzen in einem wertschätzenden Setting erfolgte, führte offensichtlich zu hoher Zufriedenheit. Dies entspricht auch unseren Erfahrungen.

2. **Je extravertierter der/die Matchingpartner/in ist, umso mehr fühlen sich die TeilnehmerInnen in ihrer Zielerreichung und persönlichen Weiterentwicklung unterstützt.** Gleichzeitig bewerten sie die Beziehungsqualität besser und ihre/n Matchingpartner/in als fachlich und sozial attraktiver. Ebenso steigt das Vertrauen gegenüber dem/r Partner/in und man gibt mehr Informationen von sich preis.

Unsere Bewertung: Unserer Ansicht nach ist es wahrscheinlich, dass sich dieser Effekt bei Matches, die auf längere Frist angelegt sind (z.B. Mentoring, Projektarbeit), abschwächt, da sich dann auch eher introvertierte Menschen zunehmend öffnen.

3. **Das Matching auf Basis von Persönlichkeitsähnlichkeit sagt die Zufriedenheit der Teilnehmer vorher.** Folglich sind TeilnehmerInnen umso zufriedener, je ähnlicher sie in ihrer Persönlichkeitsausprägung gematcht werden.

Unsere Bewertung: Persönlichkeitsähnlichkeit ist keine hinreichende Basis für ein gutes Match, in dem auch gute Ergebnisse entstehen, da lediglich die Zufriedenheit steigt, aber nicht die Zielerreichung.

4. **Das Matching auf Basis von Persönlichkeitspräferenz Erfüllung sagt die instrumentelle und psychologische Unterstützung, sowie die Beziehungsqualität vorher.** Dies bedeutet für das Matching, dass je mehr die TeilnehmerInnen mit Persönlichkeiten gematcht werden, mit denen sie gerne zusammenarbeiten, umso mehr Unterstützung in der Zielerreichung und persönlichen Weiterentwicklung erfahren sie und umso positiver beurteilen sie die Beziehungsqualität.

Unsere Bewertung: Präferenz Erfüllung ist nicht nur in Bezug auf fachliche Kriterien, sondern auch auf persönliche Kriterien die überlegene Methode zu matchen. Hier entstehen signifikant bessere Ergebnisse.

Zudem haben wir im Rahmen der Studie festgestellt, dass nur die Präferenz Erfüllung bei bestimmten Eigenschaften zu signifikant besseren Ergebnissen führt: Von 35 abgefragten persönlichen Eigenschaften und Motiven konnten wir so die 11 Eigenschaften herausdestillieren, die wir nun tatsächlich als Basis für unsere Matching-Verfahren verwenden.

Denn: Neues entsteht, wenn die richtigen Menschen sich begegnen – und wenn dabei die Chemie stimmt – Chemistree macht's möglich.