

## Interview mit Friedbert Gay zum persolog® Persönlichkeits-Modell

Herr Gay, Sie sind heute mit der persolog GmbH unter anderem Lizenzgeber für das [persolog® Persönlichkeits-Modell](#).



Im Fokus steht das Verhalten des Individuums in bestimmten Situationen. Das Modell unterstützt mithilfe der Eigenreflexion die Selbsterkenntnis, bzw. ermöglicht eine personalisierte ganzheitliche Selbsteinschätzung. Gleichzeitig hilft es, die Unterschiede im Verhalten anderer in einer respektvollen Weise zu beschreiben und regt zum Verständnis für andere Verhaltensstile an, um wertschätzender miteinander umgehen zu können.

Dabei geht es um die Verhaltensdimensionen **D**ominant, **I**nitiativ, **S**tetig und **G**ewissenhaft sowie deren Mischformen.

### 1. Wann wurde das Modell entwickelt und was war der Anlass?

Das persolog® Persönlichkeits-Modell hat eine längere Vorgeschichte: Ursprünglich wurde Prof. John G. Geier 1968 vom Dekan der Universität Minnesota damit beauftragt, für die Medizinstudenten ein neues Curriculum für das Fach Psychologie<sup>1</sup> zu entwickeln. Im Anforderungsprofil war als wichtig herausgestellt worden, dass die Medizinstudenten befähigt werden sollten, sich selbst besser wahrzunehmen, ihr Verhalten zu reflektieren und sie für die Reaktionen der Patienten zu sensibilisieren. John Geier erzählte mir, dass die Studenten oft aus einem Elternhaus stammten, bei dem die Eltern schon der medizinischen Profession nachgingen.

Bei den Studenten stellten die Hochschullehrer fest, dass sie nicht „mit den Patienten“ sondern „zu den Patienten“ sprachen. Also experimentierten die Hochschullehrer mit dem bereits an der Universität vorhandenen MMPI<sup>2</sup>. Dies stieß bei den Studenten auf Ablehnung, weil sie den MMPI als ein klinisches Instrument ansahen. Nach etlichen Besprechungen sowohl mit den Studenten als auch mit der Verwaltung war klar, dass im Rahmen des Curriculums ein neues Produkt entwickelt werden musste, was den Studenten Selbsterkenntnis und Weiterentwicklung der sozialen Kompetenzen ermöglichte und kein „klinisches Geschmäckle“ hinterließ. So wurde für das neue Produkt nicht mehr „Inventory“ sondern der Begriff Lerninstrument verwendet, weil die Mediziner den Begriff „Instrument“ bereits gut kannten. Des Weiteren durfte es kein Likert Skalenformat haben (um nicht als klinisch zu gelten), deshalb wurde aufgrund der Selbstausswertung das Forced Choice Format gewählt. Um die Akzeptanz zu erhöhen, sollte es selbst ausgefüllt, selbst ausgewertet werden und die Nutzer in die Lage versetzt werden, es selbst zu interpretieren. Das war zu dieser Zeit ein völlig

<sup>1</sup> In Zusammenarbeit mit 19 anderen Medizinischen Ausbildungsstätten in den USA

<sup>2</sup> Hathaway, Starke R.; McKinley, J. Charnley (1967): Minnesota Multiphasic Personality Inventory Manual – Revised. In: New York: Psychological Corporation 1967.



neuer Ansatz. Nachdem 1970 ein Budget von 1,0 Mio. Dollar vorhanden war, wurde an die Umsetzung gegangen und 1972 nach der Prüfung durch ein Peer Review Team<sup>3</sup> veröffentlicht.

Prof. Geier leitete die Summer School der Universität von Michigan an der sich viele Führungskräfte von IBM einfanden. Aufgrund diverser Nachfragen hat Prof. Geier das Modell überarbeitet und für den branchenüber-greifenden Einsatz aufgestellt. Als Grundlage dienten unter anderem die Verhaltensbeobachtungen des Psychologen William M. Marston. Zusätzlich wurden in den Unternehmen durch teilnehmende Beobachtung, Fremdbewertung und Auswertegesprächen Daten gewonnen, mittels „Card Sort-Verfahren“ die Verhaltensdimensionen erarbeitet und die Aussagen erweitert. Mit dieser Überarbeitung wurde der Name „Personal Profile Systems“ geprägt, gleichzeitig wurde der Umfang wesentlich erweitert. Eine Überprüfung des Profils wurde durch den Kaplan<sup>4</sup>- und den Winchester Report<sup>5</sup> bescheinigt.

Mit der geschäftlichen Entwicklung war Prof. Geier zu dieser Zeit sehr zufrieden, allerdings nicht im Hinblick auf die theoretische Fundierung und Weiterentwicklung des Profils. Deshalb setzte er große Hoffnung in die Weiterentwicklung, als er 1979 das Unternehmen Performax Inc. an die Carlson Learning Company verkaufte und zugleich 1. Präsident der Company wurde. Er dachte, dass ein größeres Unternehmen mehr Geld in Forschung und Entwicklung stecken würde. Da sich das Produkt sehr gut verkaufte, sah der Eigentümer keine Notwendigkeit, einem Verkaufschlager zusätzliche Gelder für Forschung zur Verfügung zu stellen. So trennten sich 1983 wieder die Wege.

1988 nahm Prof. Geier seine Forschungstätigkeiten wieder auf und entwickelte das DISG-Modell mit M.S. Dorothy Downey und einem Research Team<sup>6</sup> weiter. Es flossen neuere Ansätze von Wissenschaftlern wie Erich Fromm, Alfred Adler und Martin Fishbein ein und vor allem wurde die Umsetzung der Verbesserungsvorschläge des Peer-Review Teams angegangen.

Übrigens, in Deutschland erhielt DISG-Training ab 1990 das Lizenzgeberrecht. Um leichter in den Markt zu kommen, wurde für DISG bzw. DISG Training 1991 das ® Zeichen beantragt. So besaß DISG-Training schon 1993 eine eingetragene Wortmarke, was der Lizenzgeber selber zu dieser Zeit noch nicht beantragt hatte, bzw. gar nicht wollte. Die Zusammenarbeit mit Carlson Learning Company (später Inscape Publishing) wurde bis zum 31.12. 2003 fortgeführt. Aufgrund unterschiedlicher Zielvorstellungen wollten wir als DISG-Training GmbH keinen neuen Vertrag unterschreiben, sondern suchten die Zusammenarbeit direkt mit Prof. Geier, der das Profil fortlaufend weiterentwickelte und die Vorschläge und Hinweise des Peer Review Team Stück für Stück umsetzte. Vieles von dem, was aus den Erfahrungen mit dem bisherigen Inscape Instrument aus unserer Sicht verbesserungswürdig gewesen ist hatte er bereits

---

<sup>3</sup> Ist bei der Verwendung öffentlicher Gelder auch in Deutschland obligatorisch. Das Peer Review Team bestand aus: Prof. Dr. Brown, Prof. Dr. Hathaway, Prof. Dr. Lykken, Prof. Dr. Meskin, Prof. Dr. Torrance

<sup>4</sup> Kaplan, Sylvan J.; Kaplan, E. W. (1983): The Kaplan Report. A STUDY OF THE VALIDITY OF THE PERSONAL PROFILE SYSTEM. Reprint 1992.

<sup>5</sup> Kaplan, Sylvan J.; Kaplan, Barbara E.W. (1984): The Winchester Report. 1. The Validity of the Child's Profile, the Personal Profile System, The youth development Profile and the Action Projection System. Unter Mitarbeit von Jack W. Morrison, Jones V. Rouyan, Scott Lines A., Pamela Paradowski, John D. Thomson und Woodward Von Tripp. Hg. v. Performax Systems International, Inc. Performax Systems International, Inc. Minneapolis.

<sup>6</sup> Research Team: John G. Geier Ph.D, Laurence Meskin Ph.D, James Kinny Ph.D., Allen Lange Ph.D. und John Prosek M.S.

realisiert. Unser neuer Lizenzgeber war ab 1.1.2004 Geier Learning International und wir als persolog hatten plötzlich weltweite Rechte.

**a. Wann wurde das persolog® Persönlichkeits-Modell erstmals veröffentlicht?**

Im Jahr 2004 kam das Modell dann unter dem Namen persolog® Persönlichkeits-Modell auf den Markt. Die persolog GmbH war dann alleinige Lizenznehmerin von Geier und für alle Trainer und Coaches gleichzeitig die Lizenzgeberin.

Es unterscheidet sich vom bisherigen DISG-Modell durch das Vorhandensein von 2 Fragebögen, welche das „Forced Choice“ Problem entschärften. Sie wurden von allesamt von Prof. Geier und seinem Team zunächst qualitativ entwickelt und empirisch überprüft. Dadurch wurde eine differenziertere Auswertung möglich und die Einsatzbereiche erweitert.

**b. Wann war das letzte Update?**

Es gab mehrere Updates mit unterschiedlichen Schwerpunkten, so zum Beispiel 2003/2004 (u.a. Messung der Item-Qualität mittels Likert-Skala) eine Inhaltliche und 2012 gab es eine graphische Überarbeitung. Für 2020 ist ein weiteres inhaltliches Update vorgesehen, in das die Erfahrungswerte und Rückmeldungen der zertifizierten Anwender\*innen und Teilnehmer\*innen und die aktuellen Herausforderungen der Arbeitswelt eingeflossen sind.

Es werden unter anderem weiterführende Interpretationen in der Teamarbeit möglich, sowie den Themen im VUCA Umfeld, wie z. B. Agilität und dem Umgang mit den Veränderungen [Innere und Äußere Konflikte] Rechnung getragen. Dabei sind nicht nur die Änderungen im Profil interessant, sondern auch die Erweiterungen bei den Teilnehmerunterlagen und im dazugehörigen Präsentations-material. Begleitend zum nächsten Update wird es für zertifizierte Anwender\*innen sicher wieder Webinar Angebote geben.

**2. Welche Zielgruppe sprechen Sie mit Ihrem Tool vorzugsweise an?**

Wir haben inzwischen über 6.000 Trainer\*innen, Coaches und Berater\*innen im deutschsprachigen Raum zertifiziert, von denen viele als interne Trainer\*innen in Unternehmen tätig sind.

Die verschiedenen Interpretationsstufen werden je nach Bedürfnis und Zeit eingesetzt. Mit Persönlichkeit im Fokus haben wir ein speziell auf den Coach zugeschnittenes Produkt in Angebot.

Die Zielgruppe der Profile sind Menschen, denen Selbsterkenntnis ermöglicht werden soll. Es geht darum, die eigenen Verhaltensweisen zu reflektieren und im Zusammenwirken mit Dritten (Kund\*innen, Mitarbeitenden, Kolleg\*innen) manche Reaktionen in bestimmten Situationen besser zu verstehen und Handlungsalternativen entwickeln zu können.



Beispielhaft nenne ich

- Vertriebler\*innen, welche im Sales auch bei „schwierigen“ Kunden erfolgreichere Abschlüsse tätigen wollen.
- Mitarbeitende, die z. B. von der Fachkraft zur Führungskraft werden und sich neu positionieren müssen.
- Führungskräfte, die den Umgang mit „schwierigen“ Mitarbeitenden verändern und Konflikte schon im Entstehen reduzieren möchten.
- Teams zu entwickeln, wenn der Diversity-Gedanke umgesetzt werden soll.

### **3. Welchen Nutzen bietet das Modell im Coaching für Coachee und Coach?**

Das persolog® Persönlichkeits-Modell bietet sich an, wenn Coachees sich reflektieren wollen, vor großen Veränderungen stehen, in einem vorab bestimmten Fokus Leistungsdefizite aufweisen oder neue Fragestellungen für sich bearbeiten wollen.

Das Profil „Persönlichkeit im Fokus“ ist eine beschreibende Analyse, anhand derer der Coach eine Standortbestimmung vom situativen Verhalten des Coachees erhält. Der Coach kann dann einen Schwerpunkt bearbeiten oder aber die gesamte Auswertung in mehreren Sitzungen bearbeiten. Da das persolog® Modell einen situativen Ansatz verfolgt, lässt es sich sehr gut mit dem systemischen Ansatz beleuchten. Durch die Auswertungsinformationen des Modells lässt sich eine Basis schaffen, die zeitlich sehr effektiv ist und für spätere Maßnahmen sehr viele Anknüpfungspunkte für das praktische Coaching-Gespräch beinhaltet.

### **4. Wie hoch ist die Akzeptanz in Unternehmen auf einer Skala von 1 bis 10?**

Anhand meiner Erfahrungen würde ich sagen: „Auf jeden Fall über 9“. Es spricht für sich, dass in 90% der DAX-Unternehmen bereits zertifizierte Trainer\*innen das Modell einsetzen.

Neben den Informationen aus der Empirie, zeichnet sich das Modell durch eine hohe Augenscheinvalidität aus. Es gibt nur wenige, die sagen „das bin ich nicht“. Das Profil zeichnet sich durch eine hohe Praktikabilität und Zuverlässigkeit aus. Denn der Teilnehmer hat die Eigenverantwortung dafür, den Fokus auf die Situation und das Umfeld zu legen. Er füllt es eigenständig aus, bei der Auswertung und Interpretation steht ihm professionelle Unterstützung zur Seite. Die Umsetzbarkeit ist gegeben und als Ergänzung sage ich Zweiflern immer wieder: „Realität schlägt Papier“.

### **5. Welche wissenschaftlichen Grundlagen sind die Basis für den Test?**

Wie bereits angedeutet, wurden die ersten grundsätzlichen Nachweise über die Validitäts- und Reliabilitätsuntersuchungen bereits 1972 und die Konstruktvalidität durch den Kaplan-Report 1984 belegt. Seit 1994 haben wir vor allem im deutschsprachigen Bereich kleinere und

größere Studien durchgeführt. Da wir ein Forced Choice Instrument verwenden (Format der erzwungenen Wahl), haben wir uns zunächst um die Qualität unserer Items gekümmert. Ausgehend vom amerikanischen Datenmaterial wurden die Items mittels Übersetzung und Rückübersetzung in verschiedenen Sprachen<sup>7</sup> übertragen und anschließend die Items im Likert Skalen Format überprüft. Abschließend wurden dann die Reliabilitätswerte (Chronbachs-Alpha) berechnet. Prof. Geier selbst hat das Modell/Instrument vor allem qualitativ entwickelt<sup>8</sup> und nur vereinzelt quantitativ überprüft. Die Zusammenstellung der einzelnen Wortgruppen wurden von ihm ebenfalls qualitativ vorgenommen und mit Hilfe von moderierten Expertenrunden evaluiert.

Seit 2004 hat persolog vor allem die quantitativen Untersuchungen vorangetrieben. Dies erfolgte einerseits in Absprache und mit Hilfe von Prof. Geier selbst und andererseits mit Hilfe der Universität Koblenz Landau<sup>9</sup>.

Die Ergebnisse dieser Untersuchungen<sup>10</sup> wurden dann in einem Bericht<sup>11</sup> für wissenschaftlich interessierte Leser\*innen veröffentlicht. Derzeit läuft in neun Ländern und drei Sprachen eine Studie<sup>12</sup> zum Thema „Persönlichkeit im Kontext von Kultur“.

## 6. Bitte nennen Sie empirische Untersuchungen

Es gibt diverse empirische Untersuchungen, die in Deutschland, Österreich, Schweiz, Italien, Rumänien, Niederlande, Norwegen, Dänemark, USA und in Kolumbien für das jeweilige Land erhoben wurden.

Diese Studien stehen in der jeweiligen Sprache den Distributoren für den Trainer-Leitfaden zur Verfügung.

## 7. Welche Persönlichkeitsschichten berührt der Test?

- Verhalten ist das Wichtigste, was wir aus den Ergebnissen des Profils betrachten, denn vom Verhalten kann man auf Vieles schließen, zum Beispiel auf die Werte. Umgekehrt ist es weitaus schwieriger.
- Folgende Verhaltensleistungsbereiche können bearbeitet werden: Flexibilität, Durchsetzungsstärke, Kreativität, Teamfähigkeit, Optimismus und Einsichtsfähigkeit
- Bei den Kompetenzen geht es um die Persönlichkeits-, Sozial-, Methodenkompetenz und als Ergebnis natürlich Handlungskompetenz. Fachkompetenzen lassen sich allerdings nur in Spuren ableiten.

---

<sup>7</sup> Deutschland, Österreich, Schweiz, Niederlande, Dänemark, Norwegen, Italien, Rumänien;

<sup>8</sup>Geier, John G. (1989): Energetics of personality. Minneapolis, Minn.: Aristos Pub. House (Aristos psychology trilogy, v. 1).

<sup>9</sup> Campus Landau / Fachbereich 8: Psychologie / Diagnostik, Differentielle- und Persönlichkeitspsychologie, Methodik und Evaluation / Dr. Christine Altstötter-Gleich

<sup>10</sup> Als Vergleichsinstrument wurde der Neo-Pi-R mit herangezogen.

<sup>11</sup> Wittmann, Renate (2011): Wissenschaftlicher Bericht Wissenschaftlicher Bericht zum persolog® Persönlichkeits-Modell - revised Juli 2011. persolog GmbH.

<sup>12</sup> Als Vergleichsinstrument wird der SVS (Kulturelle Werteorientierungen) von Prof. S. H. Schwartz angewandt

- Werte: das Modell basiert auf den Ansätzen von Erich Fromm
- Motive und Glaubenssätze werden in Interpretationsstufe 3 bearbeitet.

### 8. Gibt es ein anderes Modell, das dieses Modell ergänzt?

Diese Frage beantworte ich gerne mit einem bildhaften Vergleich. Nehmen wir die Landkarten, welche es z. B. von Deutschland gibt: Autobahnkarte; ICE-Karte, Flüsse-Städte-Seen-Karte, Karte zu Bodenschätzen, topographische Karte usw.

Frage: Wenn ich einen ICE-Bahnhof suche – werde ich diesen auf der Autobahnkarte finden? Nein, wirklich nicht. Vielleicht lässt sich vermuten, dass bei einem Autobahnkreuz und einer größeren Stadt wahrscheinlich auch ein ICE Bahnhof ist, aber wissen kann man es nicht. Dies leistet die ICE-Karte. Für mich gilt: Ein gutes Persönlichkeitsinstrument wird immer etwas zum Andocken an andere Modelle haben, sofern der gleiche Rahmen (im Beispiel der Umriss der Deutschlandkarte) gesetzt wird. Und diesen Rahmen bilde ich als Person.

Nehmen wir das persolog® Zeitmanagement-Profil: Es beschäftigt sich mit der Erhebung, wo ich persönlich im Bereich Selbstmanagement Verbesserungspotenziale habe. Das Persönlichkeits-Profil könnte dann bei der Frage unterstützen, wie ich es nutzen bzw. umsetzen kann. Auch das persolog®Selbstführungs-Profil kann mir in agilen Zeiten dabei helfen, mich selbst auszurichten und mir über meine Prioritäten im Klaren zu werden, selbst wenn es drunter und drüber geht. Diese Art von Zusatznutzen sind für mich immer gute Ergänzungen.

### 9. Was kostet eine Auswertung für zertifizierte Anwender\*innen?

Das richtet sich nach der Wahl des Auswertungsgrades. Die Preise wurden so kalkuliert, dass es für Unternehmen möglich ist, das Profil einer Vielzahl von Mitarbeitenden anzubieten.

### 10. Wie lange benötigt der Endkunde für einen Fragebogen?

Auch hier spiegelt sich die Praktikabilität, da Teilnehmer\*innen für die Beantwortung und Auswertung nur ein überschaubares Zeitfenster brauchen.

- Fragebogen Online: ca. 10-12 Minuten, die Auswertung erfolgt über das Internet und steht nach spätestens 8 Minuten als PDF bzw. HTML Datei zur Verfügung.
- Fragebogen Papier: ca. 10-12 Minuten, die Auswertung in Papierform dauert ca. 25 Minuten

### 11. Welchen Aufwand habe ich als Coach dabei?

Der Coach achtet darauf, dass vor dem Bearbeiten des Fragebogens der Ausfüller entsprechend „gebrieft“ wurde und er den situativen Ansatz verstanden hat. Das Ausfüllen des



Fragebogens erfolgt durch den Coachee innerhalb einiger Minuten. Für die gemeinsame Auswertung ist der Zeitaufwand abhängig von der Wahl der Interpretationsstufen.

### **12. Gibt es eine kostenlose Testversion für Coaches?**

Es gibt einen kostenfrei zu beziehenden Musterbericht. Weiteres gerne auf Anfrage. Zudem kann man an unseren Umfragen teilnehmen und sich so an unserer Forschung beteiligen.

### **13. Was muss an Zeit und finanziellen Mitteln für die Zertifizierung investiert werden?**

In 2020 sind 21 öffentliche Zertifizierungen in DACH in 16 verschiedenen Städten geplant. Die Teilnehmer müssen dafür drei Tage Zeit mitbringen.

Weiterführende Informationen zu den Zertifizierungen erhalten Sie direkt auf [www.persolog.de](http://www.persolog.de).

Darin sind umfangreiche Materialien für den direkten Einsatz im Seminar enthalten. Vom Trainerleitfaden, über Teilnehmerunterlagen, Profile, den PowerPoint-Vorlagen bis hin zu einem ausgearbeiteten Seminarkonzept gibt es so ziemlich alles, was das Herz des Trainers/Coaches höher schlagen lässt.

### **14. Wann ist der Return on Investment?**

Ich würde die Behauptung aufstellen, dass sich eine Zertifizierung für einen Coach mit 8-10 Kunden/Jahr mehr als rentiert.

### **15. Inwieweit unterstützt die persolog GmbH bei der Kundenakquisition?**

Das persolog Persönlichkeits-Profil ist im Weiterbildungsbereich relativ bekannt. Aus den Zertifizierungen wissen wir, dass es immer wieder Teilnehmer gibt, die bei der Vorstellungsrunde schon andeuten, dass sie zur Zertifizierung kommen, weil Kunden, bzw. zukünftige Kunden nach dem zertifizierten Trainer/Coach gefragt hatten. Persolog selbst ist bei Endkunden nur im Rahmen von F&E Maßnahmen tätig.

Ansonsten bietet persolog Musterangebote und eine Reihe von Texten für die Akquise an.

### **16. Welchen Support gibt es?**

Persolog bietet neben den allgemein zugänglichen FAQ im Internet für Trainer\*innen/Coaches einen persönlichen Support. Insgesamt beschäftigt persolog in der Zentrale 40 Mitarbeiter\*innen, so dass eigentlich immer jemand im Hause ist, der telefonisch, per Email oder virtuell fachliche Unterstützung leisten kann.





Außerdem werden regelmäßig Webinare zu unterschiedlichen Themenschwerpunkten und Updates angeboten.

### **17. Gibt es Best Cases für die Kundenansprache?**

Ja, zum Beispiel unseren Bestseller: „Das 1x1 der Persönlichkeit“. Das Buch ist inzwischen in 8 Sprachen erschienen und ist schon für sich eine Fundgrube. In meinen Augen gibt weltweit kein vergleichbares Buch mit solch gut ausgearbeiteten und pragmatischen Hinweisen.

Zusätzlich erhalten zertifizierte Anwender\*innen exklusiv eine Vielzahl von Materialien (Checklisten, Profile, Leitfäden, Produkte). Das heißt, der Coach kann selbst festlegen, welche Fallstudien, Arbeitsinhalte oder Vorgehensweisen er für seine Aufgaben verwenden will.

Es gibt weitere Angebote zum Beispiel zu den Themen Verkauf an schwierige Kunden, Verkaufsstrategieplaner, Produkte zum Thema Führung, Teamarbeit und Business Coaching.

### **18. Wie wird der Aspekt der "sozialen Erwünschtheit" berücksichtigt?**

Der Aspekt der sozialen Erwünschtheit betrifft uns nicht so sehr. Man muss beachten, dass das Persönlichkeits-Profil Selbsterkenntnis ermöglichen soll und als solches ist dieses Instrument auch konzipiert. Die Frage nach sozialer Erwünschtheit wird vor allem für Forensische Instrumente als auch für psychologisches Assessment relevant. Allerdings bedingen solche Instrumente dann den Psychologen bzw. Psychiater.

Mit unserer eingeschränkten Anzahl von Fragen, bei denen es um Selbsterkenntnis geht, sind „sozial erwünschte Antwortmuster“ nicht auszuschließen. Trotzdem gibt es in unserem Profil durch die zwei getrennten Fragebogen Hinweise, die dem erfahrenen Coach Deutungsmöglichkeiten aufzeigen. Aber das hat eher mit dem erfahrenen Coach zu tun und nicht so sehr mit dem Persönlichkeits-Profil.

### **19. Wie differenziert sich das persolog® Persönlichkeits-Modell aus Ihrer Sicht von anderen DISG-Profilen?**

Ich bin mir nicht sicher, ob es nicht müßig ist diese Frage zu beantworten. Vielleicht fange ich mal so an. Alle die sich auf Marston beziehen, müssen erklären, wie das möglich ist, sich auf Marston zu beziehen, der nie einen Fragebogen oder ein Assessment erstellt hat, sondern den ersten Lügendetektor entwickelt hat (dafür brauchte er eine Theorie). Außer der Dominanz hat er keiner der Begriffe benutzt, die heutzutage von vielen anderen „DISC“-Profilen (Initiativ, Stetig und Gewissenhaft) verwendet werden. Marston Begrifflichkeiten waren – Dominance, Compliance, Submission und Inducement – und zwar in dieser Reihenfolge<sup>13</sup>.

---

<sup>13</sup> Quelle: Marston, William Moulton (Hg.) (1987): Emotions of Normal People: Performax Systems International Inc.



Anbieter, die sich auf Jung beziehen, würde ich gerne fragen, wo es Hinweise dafür gibt, dass Jung seine Arbeit auf Extraspektion bezieht. Meines Wissens war er an Introspektion interessiert und hat dort auch geforscht.

Es ist unzweifelhaft, dass das erste sogenannte DISG Instrument (1972) von Prof. Geier und seinem Team an der Universität von Minnesota entwickelt wurde. Es ist auch unzweifelhaft, dass Geiers letzte Entwicklung das persolog Persönlichkeits-Profil ist.

Das Ergebnis seiner Entwicklungen, beinhaltet die soziologischen Konstrukte von Erich Fromm und das psychologische Konstrukt von Alfred Adler. Das Ergebnis ist ein Beurteilungsprozess, der Temperament, Verhalten und Charakter berücksichtigt. Die Reaktionsfelder in unseren Profilen erzeugen Interpretationen, die zu einer höheren Produktivität am Arbeitsplatz beitragen.

Da die Duplizierung von „DISG“ weit verbreitet ist, ist das Konstrukt der allermeisten Klone auf das des Verhaltens beschränkt.

Unsere Arbeit befasst sich mit sozialen Zusammenhängen, welche die Entscheidungsfindung sowohl im sozialen als auch im beruflichen Umfeld verbessern. Für den theoretischen Kern hat Prof. Geier Erkenntnisse aus der Physik, Neurologie, Biochemie, Molekularbiologie, Philosophie und Sozialpsychologie berücksichtigt. Die Materialien sind klar, konsistent, praktisch und relevant für eine wichtige menschliche Frage: Wie man in seinem Leben einen Sinn dafür entwickeln kann, was wir tun und wie wir es tun.

Herr Gay, herzlichen Dank für dieses Interview.

Das Interview wurde geführt von Silke Görgens  
[Silke Görgens Unternehmensberatung, Köln](#)