



# Profilauswertung

**Ella Explorer**

14 Oktober 2009

**VERTRAULICH**

## Einleitung

Dieser Bericht ist in Zusammenhang mit einer professionellen Auswertung zu verwenden. Die darin enthaltenen Aussagen sind als Hypothesen zu verstehen, die unter Nutzung von weiteren Datenquellen wie beispielsweise Interviews, biographischen Angaben und anderen Bewertungsergebnissen validiert werden sollten. Alle in diesem Bericht enthaltenen Informationen sind vertraulich und verantwortungsvoll zu behandeln. Im 16PF Manual finden Sie Hintergrundinformationen und detaillierte Erläuterungen zu diesem Bericht.

## Antwortstilindizes

### Normgruppe:

#### Deutsch - Beide Geschlechter

Alle Antwortstilindizes liegen im Normalbereich; es gibt keinen Hinweis darauf, dass diese in Frage gestellt werden müssen.

### Impression Management

Die Teilnehmerin hat ein Selbstbild gezeichnet, das weder besonders selbstkritisch noch besonders positiv ist.

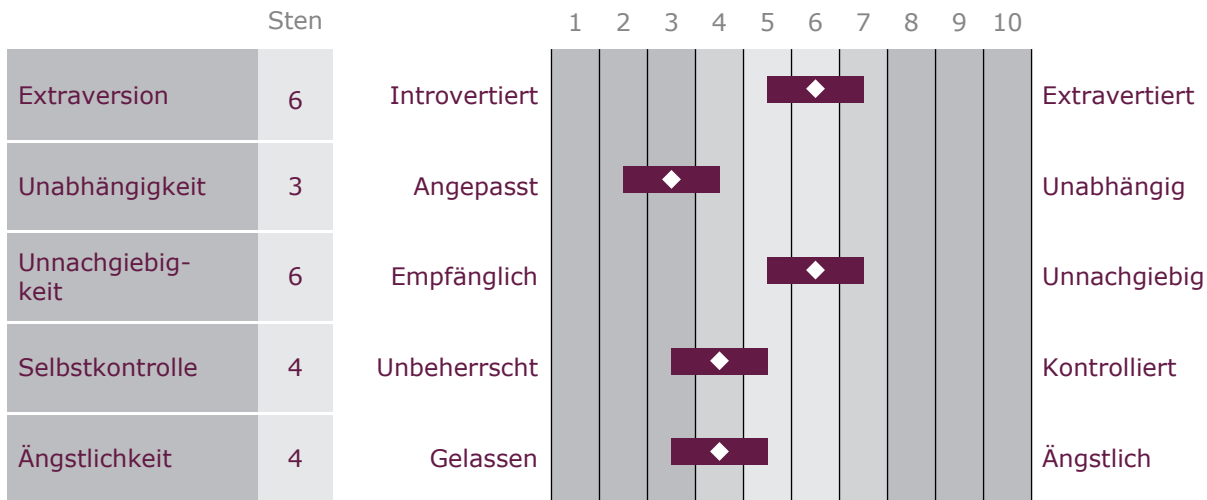
### Akquieszenz

Die Teilnehmerin hat nicht auf eine einwilligende Art geantwortet, d.h. sie hat nicht einfach jeder Aussage zugestimmt. Die Art der Antworten kann jedoch auch auf eine Person zutreffen, die eine Mehrzahl von 'b' ('?') oder 'c' ('falsch') Antworten gegeben hat. Daher sollte in der Auswertung der Infrequenzindex genau betrachtet werden, um das Ausmaß festzustellen, in dem die Antworten der Teilnehmerin unorthodox oder ungewöhnlich sind.

### Infrequenz

Die Teilnehmerin hat die meisten Aussagen auf eine Art beantwortet, die der anderer Leute entspricht; es ist unwahrscheinlich, dass sie die Antworten nur zufällig gegeben hat.

## Globalfaktoren



### Definition der Globalfaktoren

#### Extraversion

Soziale Orientierung; der Wunsch, in Gesellschaft zu sein und von anderen beachtet zu werden; die Energie, die in das Initiieren und in die Pflege von Beziehungen investiert wird.

A: Wärme  
F: Lebhaftigkeit  
H: Soziale Kompetenz  
N: Privatheit (-)  
Q2: Selbstgenügsamkeit (-)

#### Unabhängigkeit

Die Rolle, die eine Person in der Interaktion mit anderen übernimmt; das Ausmaß, in dem diese wahrscheinlich die Ansichten anderer Menschen beeinflusst oder sich von deren Ansichten beeinflussen lässt.

E: Dominanz  
H: Soziale Kompetenz  
L: Wachsamkeit  
Q1: Offenheit für Veränderung

#### Unnachgiebigkeit

Die Art, wie eine Person Informationen verarbeitet; das Ausmaß, in dem diese Person Probleme auf objektiver, kognitiver Ebene löst oder subjektive oder persönliche Überlegungen einfließen lässt.

A: Wärme (-)  
I: Empfindsamkeit (-)  
M: Abgehobenheit (-)  
Q1: Offenheit für Veränderung (-)

#### Selbstkontrolle

Reaktion auf extern bedingte Einflussfaktoren des Verhaltens; interne Selbstdisziplin.

F: Lebhaftigkeit (-)  
G: Regelbewusstsein  
M: Abgehobenheit (-)  
Q3: Perfektionismus

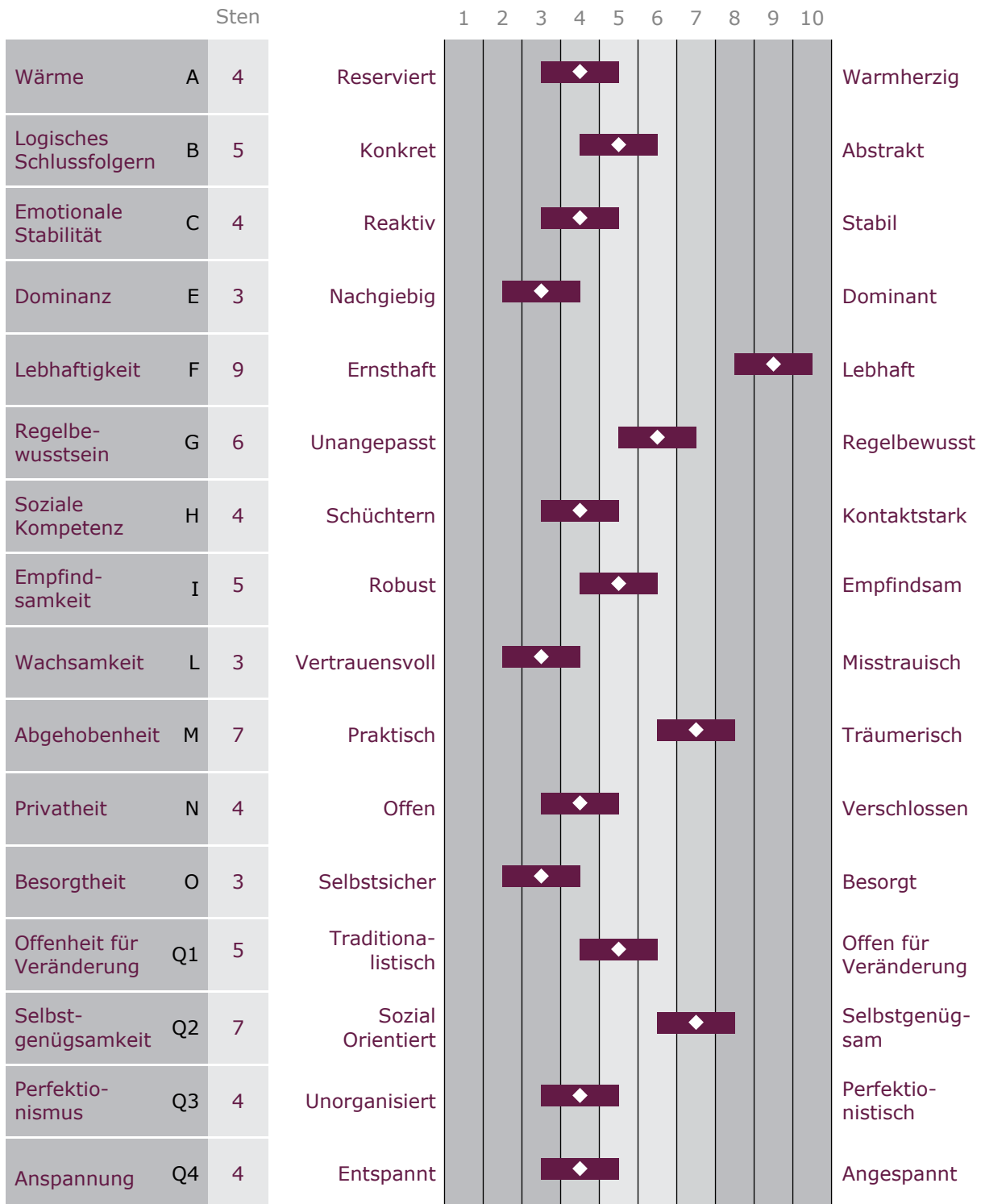
#### Ängstlichkeit

Emotionale Anpassungsfähigkeit; die Arten der erlebten Emotionen und deren Intensität.

C: Emotionale Stabilität (-)  
L: Wachsamkeit  
O: Besorgtheit  
Q4: Anspannung

(-) Weist auf eine negative Beziehung zwischen dem Global- und Primärfaktor hin

## Primärfaktoren



## Item-Zusammenfassung

Diese Seite der 16PF-Auswertung ist ausschließlich für die Verwendung durch qualifizierte Experten vorgesehen. Die Informationen auf dieser Seite sind streng vertraulich zu behandeln.

### Item-Antworten

1	c	25	b	49	a	73	c	97	c	121	b	145	b	169	b
2	a	26	c	50	c	74	a	98	a	122	c	146	c	170	a
3	c	27	a	51	c	75	a	99	a	123	c	147	b	171	c
4	a	28	a	52	a	76	a	100	a	124	c	148	a	172	c
5	c	29	a	53	c	77	a	101	c	125	a	149	a	173	c
6	c	30	a	54	c	78	a	102	c	126	b	150	a	174	a
7	c	31	a	55	c	79	b	103	c	127	a	151	c	175	c
8	a	32	a	56	c	80	a	104	c	128	c	152	c	176	a
9	c	33	c	57	a	81	a	105	a	129	a	153	a	177	b
10	c	34	a	58	a	82	c	106	b	130	b	154	b	178	c
11	a	35	c	59	c	83	a	107	a	131	a	155	a	179	c
12	a	36	c	60	a	84	a	108	c	132	c	156	c	180	c
13	a	37	a	61	c	85	c	109	c	133	a	157	c	181	b
14	c	38	a	62	a	86	b	110	a	134	c	158	c	182	b
15	c	39	c	63	c	87	c	111	c	135	b	159	b	183	b
16	a	40	b	64	c	88	c	112	b	136	c	160	c	184	b
17	c	41	c	65	a	89	a	113	c	137	c	161	b		
18	a	42	c	66	c	90	a	114	c	138	a	162	b		
19	c	43	a	67	a	91	c	115	a	139	b	163	a		
20	a	44	a	68	c	92	a	116	c	140	c	164	c		
21	a	45	b	69	a	93	c	117	c	141	a	165	a		
22	c	46	b	70	c	94	a	118	a	142	a	166	a		
23	a	47	c	71	c	95	a	119	a	143	b	167	c		
24	c	48	a	72	a	96	c	120	c	144	a	168	a		

### Statistische Zusammenfassung:

Anzahl der a-Antworten	=	75 von 170 (44%)
Anzahl der b-Antworten	=	21 von 170 (12%)
Anzahl der c-Antworten	=	74 von 170 (44%)
Anzahl fehlender Antworten	=	0 von 184 (0%)

Faktor	A	B	C	E	F	G	H	I	L	M	N	O	Q1	Q2	Q3	Q4	IM	IN	AC
Rohwerte	18	6	21	17	24	23	18	22	18	22	20	17	19	24	18	19	24	7	43
Fehlende Antworten	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Dieser Bericht wurde unter Verwendung der 16PF Fragebogen Normgruppe (Gesamtstichprobe) erstellt.



OPP Ltd  
Elsfield Hall  
15-17 Elsfield Way  
Oxford OX2 8EP  
UK  
t: +44 (0)845 603 9958  
f: +44 (0)1865 557483  
enquiry@opp.eu.com  
www.opp.eu.com

IPAT Inc.  
PO Box 1188  
Champaign, IL 61824-1188  
USA  
t: +1 217 352 4739  
t: +1 800 225 4728  
f: +1 217 352 9674  
custserv@ipat.com  
www.ipat.com

© Copyright 1994, 2007 Institute for Personality and Ability Testing, Inc. (IPAT), PO Box 1188, Champaign, IL 61824-1188, USA. Alle Rechte vorbehalten. Außer zum Zwecke der Benutzung von OPP's elektronischem Assessment-Service, ist die Übersetzung oder Reproduktion, ob komplett oder teilweise, die Speicherung in einem EDV-System oder die Weitergabe jeder Art bzw. in jeglicher Form (mechanisch, elektronisch, als Fotokopie, Tonaufnahme, usw.) ohne die vorherige schriftliche Genehmigung des Herausgebers verboten. Diese Veröffentlichung darf nicht weiterverkauft, verliehen, geleast, getauscht, weitergegeben oder auf andere Weise an Dritte übermittelt werden. Weder der Käufer noch ein einzelner Testanwender, der vom Käufer beschäftigt oder in einem Vertragsverhältnis zum Käufer steht, ist befugt, als Agent, Vertriebskanal oder Händler für diese Veröffentlichung zu handeln.

® 16PF ist ein eingetragenes Warenzeichen von OPP Ltd in der USA, der Europäischen Gemeinschaft und anderen Ländern. IPAT ist eine 100%ige Tochtergesellschaft der OPP Ltd.

® OPP ist ein eingetragenes Warenzeichen von OPP Ltd in der Europäischen Gemeinschaft.