

# Nur keine falschen Beschwerden!

## Impression-Management<sup>1</sup> mittels falscher Bescheidenheit?

M. Spitzer, Ulm

Wenn Menschen miteinander reden, dann geht es ihnen immer auch darum, einen guten Eindruck zu machen. Man spricht heute gern von „Impression-Management“. Wie aber macht man das? – Man möchte einerseits zeigen, dass man was drauf hat, um sich Respekt zu verschaffen. Man möchte aber andererseits auch gemocht werden, und hierfür ist beispielsweise die Demonstration von Bescheidenheit gut geeignet. Schließlich ist jedem klar, dass er/sie sich darum bemühen sollte, ehrlich zu sein: Wer den anderen etwas vormacht, was (er/sie) nicht ist, tut sich langfristig keinen Gefallen. Wie aber verschafft man sich Respekt, wird zugleich gemocht und kommt noch authentisch rüber? – Schwierig!

**Wie aber verschafft man sich Respekt, wird zugleich gemocht und kommt noch authentisch rüber? – Schwierig!**

Theorien unserer Motive bei sozialen Interaktionen drehen sich oft um die beiden erstgenannten Gesichtspunkte: Wir möchten kompetent erscheinen, als pfiffiger aktiver Gestalter unseres Geschicks. Zugleich aber möchten wir auch kommunikativ erscheinen, hilfsbereit, Wärme zeigen und moralische Integrität. Gleichzeitig gemocht und geschätzt zu werden ist jedoch gar nicht so einfach. Stellen Sie sich beispielsweise vor, Sie befinden sich in einem Job-Interview und werden nach ihren Stärken gefragt: Dann ist es gar nicht so einfach, nicht als Angeber zu erscheinen. Anderer-

seits sollte man auch nicht zu bescheiden sein. Was also tun?

Eine Lösung des Problems scheint darin zu bestehen, zugleich anzugeben und sich entweder zu beschweren oder Bescheidenheit zu signalisieren: „Ich hätte nie gedacht, dass ich das Rennen gewinnen könnte“. Oder: „Ich wurde zu zwei Kongressen eingeladen, nach Paris und nach Rom. Nun sind die gleichzeitig und ich muss mich leider entscheiden.“ Weil man mit einer Beschwerde Intimität signalisiert (man teilt sie nicht jedem mit) oder sich als mit jemandem „im gleichen Boot“ präsentiert („nutzt Dein Chef Deine Stärken auch so sehr aus?“), können Beschwerden Sympathie einbringen, solange man sie nicht überdosiert.

Wenn man also etwas Positives über sich selbst sagen möchte und zugleich aber nicht riskieren möchte, nicht gemocht zu werden (weil man als „Angeber“ rüber kommt), dann könnte man dem positiven Statement eine Beschwerde oder ein bisschen Bescheidenheit begeben und damit vielleicht beides erreichen: Respekt und Zuneigung. Ganz offensichtlich tun wir dies alle ziemlich oft, denn schon im Jahr 2012 schrieb der US-amerikanische Comedian und Publizist Harris Wittels ein Buch darüber, nachdem er das Titelgebende Wort erfunden hatte: (*to*) *humblebrag*. Das Wort setzt sich aus *to brag* (angeben, prahlen) und *humble* (demütig, bescheiden) zusammen und ließe sich mit „falsche Bescheidenheit“, „Bescheidenheitsprahlen“, „Angeberheulen“, „Scheinjammern“, „Angeben in aller Bescheidenheit“ oder „Bescheidenheitsaufschneiderei“ übersetzen.

Sein Buch ist voller Beispiele, etwa wie die Folgenden:

- „Warum die Leute nur glauben, dass ich technisch so begabt bin?“
- „Wie langweilig war das neulich mal wieder in der Hotel-Bar mit Paris Hilton.“

- „Es ist so schwer, sich zwischen einem Mercedes und einem BMW zu entscheiden.“
- „Brad Pitt tanzt wirklich nicht besonders gut.“
- „Ich hab den Schönheitswettbewerb gewonnen – die Leute machen eben Fehler.“
- „Ich hab nichts mehr zum Anziehen seit ich abgenommen habe.“

Wie kommen solche Statements bei *Ihnen* an? – Ich weiß nicht, wie es dem Leser geht, wenn er diese Aussagen liest. Nach einer gerade publizierten Studie dreier US-amerikanischer Psychologen mit insgesamt neun experimentellen Untersuchungen (1) ist es jedenfalls keine gute Idee, Angeberei mit Bescheidenheit oder einer Beschwerde zu tarnen, um dadurch besser davon zu kommen und liebenswerter zu erscheinen.

**Es ist keine gute Idee, Angeberei mit Bescheidenheit oder einer Beschwerde zu tarnen, um dadurch besser davon zu kommen und liebenswerter zu erscheinen.**

In einer ersten Studie ging es um das, was man früher die „Phänomenologie des getarnten Angebens“ genannt hätte. Hierzu wurden 646 Personen (mittleres Alter 45,5 ± 14,4 Jahre, 49,5% weiblich) gebeten, Aussagen wie die folgenden zur Kenntnis zu nehmen: „Ich habe es satt, dass die Leute mich immer für ein Model halten“, „ich kann nicht glauben, dass sie mich zur Sprecherin ihrer Gruppe gemacht haben“, „ich arbeite so schnell, dass ich mich oft lang-

Nervenheilkunde 2018; 37: 199–201

### Korrespondenzadresse

Prof. Dr. Dr. Manfred Spitzer, Universitätsklinikum Ulm  
Klinik für Psychiatrie und Psychotherapie III  
Leimgrubenweg 12, 89075 Ulm

weile“ und „warum sprechen mich die Leute an obwohl, ich gar kein Make-up benutze?“. Dann wurden sie gebeten, ein eigenes Erlebnis – jemand hat eine ähnliche Äußerung getätigt – zu beschreiben, wann das war, wen es betraf und wie oft man so etwas erlebt. Hierdurch fand man, dass falsche Bescheidenheit tatsächlich häufig ist und von Männern wie Frauen gleichermaßen geäußert wird. Meist handelt es sich um Freunde (36%), Mitarbeiter (20%), Familienmitglieder (20%) oder Bekannte (18%). Mehr als die Hälfte hatte eine Aussage falscher Bescheidenheit oder einer falschen Beschwerde entweder in den letzten 3 Tagen (24%) oder vor 3 bis 7 Tagen (29%) gehört, in knapp 60% war eine Beschwerde und in gut 40% war Bescheidenheit dem Angeben beigemischt. Die Themen, um die es beim Angeben ging, waren Schönheit und Attraktivität (37%), Geld und Reichtum (14%), erreichte persönliche Erfolge (11%) Intelligenz (8%), Fähigkeiten (7%), die eigene Persönlichkeit (6%) oder das Leben in der Gemeinschaft (3%).

Eine zweite Studie versuchte, den Phänomenen noch etwas genauer auf den Grund zu gehen, indem man 113 Personen (mittleres Alter  $34 \pm 11$  Jahre, 68,4% weiblich), die ein Smartphone mit Internet-Zugang besaßen, für eine Woche ein Tagebuch führen ließ, in das sie von Montag bis Freitag täglich eine Eintragung machen mussten, ob und was sie im Hinblick auf Bekundungen falscher Bescheidenheit erlebt hatten. Per Smartphone wurden die Teilnehmer jeweils um 16 Uhr nachmittags einer kleinen Befragung unterzogen und mussten angeben, ob sie eine Aussage getarnter Prahlerie gehört oder z. B. in einer Mail oder Kurznachricht oder in einem sozialen Online-Medium (z. B. Facebook, Twitter) mitgeteilt bekommen hätten. Diese sollten sie aufschreiben, und falls nichts entsprechendes erlebt wurde und es somit nichts zu aufzuschreiben gab, sollten sie drei Dinge, die sie an diesem Tag zum Mittagessen gegessen oder getrunken hatten, aufschreiben. (Dadurch sollte Faulheit als Grund, nichts aufzuschreiben, eliminiert werden.) Die Einträge wurden danach inhaltlich ausgewertet und auf drei Skalen von 1 (gar nicht) bis 7 (sehr) im Hinblick auf „Angeben“, „Beschwerden“ und „Be-

scheidenheit“ von vier unabhängigen Personen bewertet.

Gut 45% der Befragten berichteten über mindestens eine vernommene Äußerung von als Bescheidenheit oder Beschwerde getarntem Angeben am Tag; freitags war der Wert mit 31% am geringsten, montags mit 60% am höchsten. Wieder war in knapp 60% eine Beschwerde und in gut 40% Bescheidenheit dem Angeben beigemischt. Und auch die Themen, um die es beim Angeben ging, waren ganz ähnlich wie in der ersten Studie verteilt: Schönheit und Attraktivität (32%), Leistung bei der Arbeit (17%), erreichte persönliche Erfolge (15%), das Leben in der Gemeinschaft (11%), die eigene Persönlichkeit (10%), Fähigkeiten (8%) oder Geld und Reichtum (7,5%).

In einer dritten Studie zur Phänomenologie wurden 740 Twitter-Kurznachrichten, die im Rahmen der oben genannten Monografie *Humblebrag* von Harris Wittels zwischen Juni 2011 und September 2012 gesammelt worden waren (68,4% von Männern geschrieben), von zwei unabhängigen Personen ganz ähnlich wie in den Studien 1 und 2 ausgewertet (2). Diesmal waren 61% der prahlerischen Äußerungen durch Beschwerden und 39% Bescheidenheit getarnt oder versteckt. Mit dem Wissen darüber, was falsche Bescheidenheit oder Angeberbeschwerden sind, wie häufig dieses Verhalten ist und welche Themenbereiche betroffen sind, konnte nun die eigentliche psychologische Arbeit des Experimentierens losgehen.

Hierzu wurde in einer experimentellen Feldstudie die Effektivität des mit einer Beschwerde verbundenen Angebens mit ganz einfachem Angeben verglichen. Eine Studentin sprach im Mai 2016 über einen Zeitraum von drei Tagen 113 College-Studenten (55,8% weiblich) einzeln in insgesamt acht Cafés mit der Bitte, um ihre Unterschrift für eine Petition, an. Nachdem sie erklärt hatte, worum es ging, fragte sie beiläufig nach den Plänen der jeweils angesprochenen Person für den Sommer („What are you up to this summer by the way?“). Dann wartete sie die Antwort des befragten ab und reagierte darauf – streng abwechselnd – mit einer Prahlerie („That’s cool! I got my dream internship and got funding to travel to Paris“) oder einer als

Beschwerde maskierten Prahlerie („That’s cool! I got my dream internship and got funding to travel to Paris. Ugh it’s so hard to decide which one to choose“). Dann wurde allen Teilnehmern genau das gleiche Formular, das bereits drei Einträge zu „Name, E-Mail, Unterschrift“ in einer Liste enthielt, zur Unterschrift vorgelegt, wobei jedem Teilnehmer freigestellt war, nach Angabe von Name und E-Mail-Adresse zu unterschreiben oder nicht. Gemessen wurde die Entscheidung zur Unterschrift als Maß für das Gemocht-Werden der die Petition durchführenden Studentin in Abhängigkeit von deren Verhalten zuvor. Wie sich zeigte, gaben die Angesprochenen ihre Unterschrift signifikant häufiger ( $p = 0,01$ ), wenn die Person gerade einfach angegeben hatte als wenn sie gerade mittels einer Beschwerde versteckt angegeben hatte: Bedingung Angeben 85,7% Unterschriften versus Beschwerde-Angeben 64,9% Unterschriften).

In der nächsten Studie wurde dann untersucht, ob und wie sich die beiden Formen des versteckten Angebens, falsche Bescheidenheit und Angeberbeschwerden, und das einfache Angeben auf die Einschätzung der sich jeweils so verhaltenden Person im Hinblick auf „Mögen“, „Kompetenz“ und „Aufrichtigkeit“ auswirken. Dazu wurden jedem Teilnehmer 5 Aussagen falscher Bescheidenheit und 5 Angeberbeschwerden sowie jeweils die gleichen Aussagen ohne Beschwerde und ohne Bescheidenheit vorgelegt. Dann wurde noch mittels der erwähnten 7-Punkte-Skala gefragt, inwieweit die 20 Personen, von denen die insgesamt 20 Statements stammten, im Hinblick auf „Angeben“, „Bescheidenheit“ und „Beschwerden“ eingeschätzt wurden. Zur Durchführung wurden 403 Teilnehmer über einen entsprechenden Internet-Service rekrutiert (Mechanical Turk, Amazon).

Hierdurch wurde Folgendes gezeigt: Sowohl das Angeben als auch das bescheidene oder sich beschwerende Angeben werden – etwa gleich stark – als Angeben erlebt. Der Topos der Beschwerde schwächt das Erleben des Angebens gar nicht ab, der Topos der Bescheidenheit hilft hingegen ein bisschen. Auch das Mögen einer Person wird durch als Beschwerde vorgetragenes Angeben beeinträchtigt, nicht hingegen

durch bescheidenes Angeben. Nicht anders mit der erlebten Kompetenz der Person: Beschwert sie sich, wird sie als inkompetenter erlebt, ist sie „nur“ bescheiden, ist dem nicht so. Schließlich folg auch die Einschätzung der Ehrlichkeit diesem Muster: Wer sich beschwert, wirkt unehrlich, wer sich bescheiden gibt, nicht.

In einer weiteren Studie mit ähnlichem Design an 301 über den gleichen Internet-Service rekrutierten Personen (mittleres Alter  $36 \pm 11$  Jahre, 39,2% weiblich) wurden die drei Bedingungen „Angeben“, „sich beschweren“ und „sich beschwerend Angeben“ miteinander verglichen. Hierbei zeigte sich, dass Personen, die Angeben mit gleichzeitiger Beschwerde, weniger gemocht wurden als solche, die nur angeben oder sich nur beschweren. Mit der Bewertung der Kompetenz der Person war es ebenso: Wer sich angehend beschwert, wird als weniger kompetent erlebt als derjenige, der nur angibt oder sich nur beschwert. Bei der Ehrlichkeit gab es eine klare Reihenfolge: Beschwerde plus Angeben wird am wenigsten ehrlich erlebt, dann folgt Angeben und sich nur beschweren wird am ehrlichsten erlebt.

Bereits im ersten Experiment ging es um den Einfluss von falscher Bescheidenheit bzw. von als Beschwerde getarntem Angeben auf die Hilfsbereitschaft (Unterschreiben einer Petition). Dem wurde mittels des Diktatorspiels weiter nachgegangen, bei dem eine Person einen Geldbetrag (5 US Dollar) mit einer fremden Person nach ihrem eigenen Dafürhalten teilen kann. Zuvor erfuhr sie von der Person ein Statement zu sich selbst, bei dem es sich (randomisiert) um reines Angeben oder um mittels Beschwerde oder Bescheidenheit getarntes Angeben handelte. Wie erwartet, werden die „getarnten“ Angeber weniger gemocht, als weniger ehrlich erlebt und es wird ihnen weniger Geld zugewiesen.

Schließlich ging man noch der Frage nach, warum die Leute solches Verhalten (wie in den ersten drei Studien gezeigt) so

häufig an den Tag leben, wo es doch offensichtlich ineffektiv ist. Insgesamt 608 Teilnehmer (mittleres Alter  $36 \pm 12$  Jahre, 45,6% weiblich), sollten entweder ein Statement über sich aus vorgegebenen Aussagen aussuchen, um damit beim „Empfänger“ eines von drei Zielen zu erreichen: dass er einen als

- sympathisch,
- kompetent oder
- sympathisch und kompetent erlebt.

Auswählen konnten die Teilnehmer zwischen einer Beschwerde („I am so exhausted“), Angeben („I get elected to leadership positions“), oder als Beschwerde getarntem Angeben („I am so exhausted from getting elected to leadership positions“). Oder sie erhielten ein solches Statement und sollten dessen Sender einschätzen: wie sehr sie ihn mochten, wie kompetent er ihnen erschien und wie ehrlich.

Hierbei zeigte sich Folgendes: Wer gemocht werden möchte, der sendet eine Beschwerde (85,1%), wohingegen nur 7,9% eine als Beschwerde getarnte Prahlerei und nur 6,9% eine reine Prahlerei sendeten. Wer kompetent erscheinen will, der gibt an (66%) oder gibt mit einer getarnten Beschwerde an (19%), aber sendet kaum eine Beschwerde (15%). Wer beides, also sympathisch und kompetent erscheinen möchte, sendet hingegen eine als Beschwerde getarnte Prahlerei (50%), seltener eine reine Prahlerei (39,2%) und ganz selten eine Beschwerde (10,8%). Wie die Auswertung der Einschätzungen der „Empfänger“ ergab, führte das getarnte Angeben jedoch zu einer geringeren Einschätzung der Sympathie und der Kompetenz und der Ehrlichkeit.

**„Getarnte Prahlerei“ ist wenig hilfreich, wenn man seinen Wunsch, gemocht und respektiert zu werden, verfolgen möchte.**

In sieben Studien haben die Autoren mit hin zeigen können, dass „getarnte Prahle-

rei“ wenig hilfreich ist, wenn man seinen Wunsch, gemocht und respektiert zu werden, zugleich verfolgen möchte. Was nämlich dann leidet, ist die Wahrnehmung der eigenen Ehrlichkeit, und dadurch macht man sich die vom andren wahrgenommene eigene Wärme und Kompetenz kaputt. Die Daten der Autoren zeigen zudem, dass Bescheidenheit ein durchaus funktionierendes Werkzeug ist, mehr gemocht zu werden. Sie sind damit in gewisserweise Opfer ihrer eigenen Terminologie, denn „humblebrag“ heißt nun einmal Bescheidenheitsprahlen, und nicht „Beschwerdeprahlen“, obwohl die Autoren dieses unter „humblebrag“ fälschlich subsummieren. Sie trennen dann nicht zwischen beidem, auch dort, wo sie trennen könnten oder sollten, um die Ergebnisse klarer zu dokumentieren. Das ist misslich, denn es führt zum Ausschütten des Kindes (Bescheidenheit) mit der ganzen Badewanne der Tarnung von Prahlerei mittels Bescheidenheit oder Beschwerde.

Dies wiederum ist misslich, weil gerade den Amerikanern zuweilen etwas mehr Bescheidenheit gut zu Gesichte stünde. Überhaupt wundert einen, wie die Amerikaner darauf kommen, dass man mit Prahlerei kompetent erscheinen könne oder dass man sich mit einer Beschwerde beliebt macht. Dass 40% von ihnen glauben, Angeberei mache einen beliebt und würde Kompetenz ausstrahlen, erklärt aber vielleicht sogar, was derzeit kein Europäer versteht: das Verhalten des Präsidenten.

## Literatur

1. Setzer O, Gino F, Norton MI. Humblebragging: A distinct – and ineffective – self-presentation strategy. *Journal of Personality and Social Psychology* 2018; 114: 52–74.
2. Willels H. Humblebrag. The Art of False Modesty. New York, NY: Grand Central Publishing 2012.