

Alexandra Tries

Namensbilder im Generationsvergleich
Wahrnehmung von
Persönlichkeitseigenschaften anhand
von Vornamen

78 Seiten
Psychologie

erhältlich als:

E-Book (pdf, epub)

E-Book-Preis € 29,99 (D, A)

E-Book-ISBN: 978-3-389-17288-9

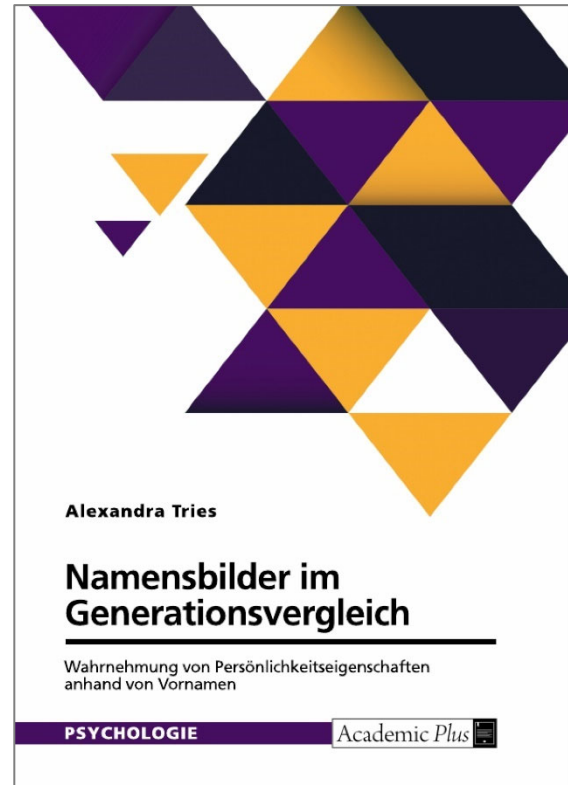
Print-Buch (PoD)

Print-Preis € 42,95 (D, A)

Print-ISBN: 978-3-389-17289-6

Im Januar 2026 erschienen.

<https://www.grin.com/document/1687031>



Vornamen-Stereotype: Generationen im Direktvergleich

In ihrer Publikation „Namensbilder im Generationsvergleich. Wahrnehmung von Persönlichkeitseigenschaften anhand von Vornamen“, erschienen im Januar 2026 im GRIN-Imprint Academic Plus, beleuchtet Alexandra Tries, wie stark Vornamen bis heute soziale Erwartungen prägen. Anhand einer Online-Studie zeigt die Autorin, wo Namensstereotype generationsübergreifend stabil bleiben – und an welchen Stellen sie sich in jüngeren Altersgruppen sogar verschärfen.

Ob im Bewerbungsprozess, in der Schule oder in sozialen Medien: Vornamen wirken als schnelle, sprachlich kodierte Marker und lösen häufig automatisierte Zuschreibungen aus. Tries greift dieses Spannungsfeld aus sozialpsychologischer Perspektive auf und prüft empirisch, ob sich solche „Namensbilder“ über Generationen hinweg halten. Die Arbeit liefert belastbare Daten zu vier Beispielnamen und macht sichtbar, wie Wahrnehmung, Mediennarrative und persönliche Kontakte zusammenwirken – mit Relevanz für Forschung, Bildung und Praxis.

Quantitative Studie zeigt stabile Namensstereotype

Das quantitative Studiendesign erfasst die Bewertung der Vornamen Alexander, Laura, Kevin und Chantal in drei Altersgruppen (16–20, 21–40, 41+). Die Ergebnisse weisen hochsignifikante Effekte des Namens auf: Alexander und Laura werden konsistent positiver wahrgenommen, während Kevin und Chantal deutlich negativer bewertet werden. Zudem zeigen sich Generationseffekte und Interaktionen, wobei die jüngste Altersgruppe besonders ausgeprägte negative Bewertungen berichtet. Ein praxisrelevanter Befund ist, dass persönliche Bekanntschaft stereotype Zuschreibungen mindert – ein Hinweis auf die Wirkung von Kontakt und bewusster Reflexion.

Die Publikation richtet sich an Studierende und Forschende der Sozialpsychologie sowie angrenzender Felder (u. a. Namensforschung, Sprach- und Kommunikationswissenschaft). Darüber hinaus ist sie relevant für Praktiker:innen in Bildung, Medienethik und HR/Recruiting, die Bias-Risiken in Wahrnehmungs- und Auswahlprozessen reduzieren möchten.

Das Buch ist im Januar 2026 im GRIN-Imprint Academic Plus erschienen (ISBN: 978-3-389-17289-6)

Direktlink zur Veröffentlichung: <https://www.grin.com/document/1687031>

Kostenlose Rezensionsexemplare sind direkt über den Verlag unter presse@grin.com zu beziehen.

Schlagworte: Vornamen, Namensstereotype, Generationenvergleich, Online-Befragung, Sozialpsychologie, Persönlichkeitsmerkmale, Wahrnehmung

Pressekontakt:

GRIN Publishing GmbH
Waltherstr. 23
80337 München
Tel: +49-(0)89-550559-0
presse@grin.com