

Auswertung Self-Check

Entscheidungstyp



Sie sind ein
methodischer Entscheidungstyp
mit wettbewerbsorientierten Anteilen

Sie sind ein methodischer Entscheidungstyp mit wettbewerbsorientierten Anteilen.

Sie entscheiden gerne auf Grundlage genauer Kenntnisse der Details und eines nachvollziehbaren Entscheidungsprozesses. Sie wollen verstehen, was sie entscheiden. Ihnen reicht es normalerweise nicht den Wald zu sehen, sie möchten auch die Bäume untersuchen. Das braucht seine Zeit. Aber besser genauer hingeschaut, als später die Entscheidung revidieren zu müssen.

Unstrukturierte, chaotische Vorgehensweisen, allgemeine und nicht belegte Behauptungen und unlauteres Verhalten sind Ihnen ein Graus.

Für eine Entscheidung brauchen Sie

Eigentlich sind Sie der Meinung, man müsse den Dingen auf den Grund gehen. Am liebsten wollen Sie immer noch mehr Zahlen, Daten und Fakten. Sie wollen nichts übersehen. Allerdings weiß ihre wettbewerbsorientierte Seite, dass im Sinne der eigenen Ziele oft auch ohne Kenntnis aller Details entschieden werden muss.

Um zu einer Entscheidung zu kommen, wollen Sie Informationen bewerten, abwägen und gewichten können. Sie arbeiten am Liebsten entlang eines systematischen Entscheidungsprozesses mit klaren Entscheidungskriterien.

So kommen Sie weiter

1. Beschreiben Sie zunächst zwei bis drei mögliche Entscheidungsoptionen.
2. Formulieren Sie einige Hypothesen, welche Konsequenzen diese Entscheidungsoptionen jeweils hätten. Berücksichtigen Sie dabei besonders die Frage, inwiefern Ihre individuellen Ziele und Bedürfnisse vorangebracht werden
3. Definieren Sie Kriterien für die Bewertung der unterschiedlichen Optionen und gewichten Sie sie. Erstellen Sie z.B. eine Nutzwertanalyse.
4. Formulieren Sie Fragestellungen, mit denen Sie die Hypothesen überprüfen können und die für die Bewertung beantwortet werden müssen.
5. Versuchen Sie die Hypothesen mit Hilfe Fakten-Recherchen zu widerlegen. Nehmen Sie sich dafür die Zeit, die sie brauchen, um weitgehend zufrieden zu sein. Sie dürfen gründlich sein.
6. Bewerten Sie die Optionen. Jetzt sollten Sie eigentlich weitgehende Klarheit haben.
7. Schlafen Sie trotzdem noch mindestens einmal darüber und lassen Sie das Ergebnis der Bewertung wirken. Wenn Ihr Bauch kein Veto einlegt, haben Sie eine Entscheidung.

Probieren Sie's aus. Es ist ziemlich wahrscheinlich, dass Sie auf diesem Weg die innere Überzeugung gewinnen, die für eine Entscheidung nötig ist. Wenn nicht, müssen wir tiefer graben. Dann können wir ziemlich sicher davon ausgehen, dass einzelne Elemente in Ihrem z.T. unbewussten Entscheidungsrahmen widerstreiten. Es scheint Zielkonflikte zu geben. Das könnte z.B. der Fall sein, wenn sich Ihnen die Möglichkeit bietet reich zu werden, aber nur auf Kosten anderer.

Dann müssen wir von Ihrer Präferenz abweichen und neue Wege gehen. Wenn Sie wollen, helfen wir Ihnen gerne weiter. Nehmen Sie Kontakt zu uns auf.

Kontakt

Zum Schluss gibt es noch ein paar Tipps, auf die Sie achten sollten.

Darauf sollten Sie achten ...

Wir empfehlen Ihnen vor allem auf zwei Aspekte zu achten.

1. Am Liebsten wägen Sie auf Grundlage von Analysen und detaillierten Untersuchungen, Erkenntnisse gegeneinander ab und stellen die Pros und Contras einander gegenüber. Aber sind Sie sich immer aller Kriterien bewusst, die diesem Abwägungsprozess zugrunde liegen? Wonach werden beispielsweise zwei alternative Investitionsmöglichkeiten verglichen? Natürlich nach dem besseren ROI – oder vielleicht doch nach dem Risiko – oder dem Nutzen für den Erhalt von Arbeitsplätzen? Vermutlich werden Sie im Vorfeld einer Entscheidung mindestens eine Nutzwertanalyse mit gewichteten Kriterien angelegt haben. Aber vielleicht ist es Ihnen ja auch schon passiert, dass das Ergebnis irgendwie nicht passte.
Nutzen Sie ihr Bauchgefühl als zusätzliche Ressource - nicht so sehr, weil jede Entscheidung immer auch eine emotionale Seite hat. Der „Bauch“ steht vielmehr für unbewusstes Wissen - Wissen, dass wir gesammelt und wegsortiert haben, damit es unsere Verarbeitungskapazitäten nicht weiter belastet. Über die Intuition haben wir Zugang zu diesem Wissen – immer dann, wenn es gebraucht wird. So wie der erfahrene Brandmeister, der seine Leute aus dem brennenden Haus beordert, weil er spürt, dass etwas nicht stimmt.
2. Es gibt Entscheidungen bei denen Ihnen Analysen nur sehr begrenzt helfen. Das sind sogenannten Entscheidungen unter Unsicherheit, also Entscheidungen für die es keine vollständigen Informationen gibt. Karl Valentin soll das Problem einmal sehr treffend auf den Punkt gebracht haben: „Prognosen sind schwierig, besonders, wenn sie die Zukunft betreffen.“ Dazu bräuchten Sie – wie bei der Wettervorhersage – ein weitgehend zutreffendes Modell gesetzmäßiger Zusammenhänge, die dafür erforderlichen Daten und vermutlich ganz erhebliche Rechnerleistung um sich den möglichen Zukünften anzunähern.
In diesen Fällen – und das sind die schwierigen, richtungsweisenden Entscheidungen – geht es bei der Entscheidungsfindung um etwas Anderes. Es geht darum, selbst die Gewissheit zu erlangen, das Richtige zu tun. Um zu dieser Gewissheit zu gelangen, brauchen Sie mehr - oder besser anderes - als Zahlen, Daten, Fakten. Sie müssen das „Warum“ ihrer Entscheidung beantworten können und nach dem „Wie“ suchen. Wenn die Antwort auf das „Warum“ die Steigerung des Unternehmenswerts ist, sieht das „Wie“ anders aus, als wenn sich ein Unternehmen der Nachhaltigkeit durch Gewinnung erneuerbarer Energiequellen widmet.

Empfehlen Sie uns weiter.

Und wenn Ihnen der Selbsttest Spaß gemacht und Sie die Ergebnisse überzeugt haben, empfehlen Sie den Test weiter. Teilen Sie ihn bei XING, LinkedIn, Twitter und Facebook. Viele Dank dafür.



Entscheidungshelfer gesucht?

Wenn Sie vor einer schwierigen Entscheidung im beruflichen Kontext stehen und nicht so recht weiterkommen, sprechen Sie uns an. Wir unterstützen Menschen bei richtungsweisenden Entscheidungen und ihrer Umsetzung.

[Kostenloses Erstgespräch vereinbaren](#)

Zum Abschluss

Wir speichern die Ergebnisse der Befragung in anonymisierter Form, um statistische Auswertungen über die verschiedenen Entscheidungstypen durchführen zu können. Deshalb finden sich am Schluss des Fragebogens noch einige Fragen zu demografischen Angaben. Ihre Email-Adresse wird nur einmal genutzt, um Ihnen die Auswertung zukommen zu lassen – es sei denn Sie haben sich in eine Mailingliste eingetragen.