

Auswertung Self-Check

Entscheidungstyp



Sie sind

tendenziell wettbewerbsorientiert-spontan

Sie sind tendenziell wettbewerbsorientiert-spontan.

Sie wandeln genau auf dem Grat zwischen Wettbewerbsorientierung und Spontaneität. Die Tendenzen zu sachlogisch-rationalen und zu emotionalen Entscheidungen heben sich gegenseitig auf. Gleichzeitig ist Ihre Präferenz für schnelle Entscheidungen eher schwach ausgebildet.

Damit vereinigen Sie die Vorzüge aus zwei Welten. Sie wissen um die Bedeutung von sachlogisch-rationalen Kriterien für Entscheidungen und achten bei Entscheidungen auf die eigenen Bedürfnisse und Gefühle. Sie wollen Kontrolle und wissen, dass das nur begrenzt möglich ist. Und solange Fehlentscheidungen korrigiert werden können und nicht auf Kosten anderer gehen, ist das zwar unschön, aber nicht weiter schlimm.

Das macht Entscheiden einerseits schwerer, weil Entscheidungskriterien und ihre Bedeutung je nach Situation immer wieder neu verhandelt und priorisiert werden müssen. Andererseits ermöglicht genau das eine große Anpassungsfähigkeit an unterschiedliche Kontexte.

Unsystematische Vorgehensweisen und nicht belegte Behauptungen sind in Ihren Augen Hinweise auf Inkompetenz. Also testen Sie theoretisch nicht belegbare Behauptungen einfach.

Für eine Entscheidung brauchen Sie

... normalerweise nicht viel: eine paar Alternativen, eine Übersicht über Zahlen, Daten, Fakten, Ihr Bauchgefühl und die Aussicht auf tolle Mitstreiter. Besonders gut wäre, wenn Sie das Ganze über einen systematischen Entscheidungsprozess mit klaren Entscheidungskriterien – einen Entscheidungsbaum, eine Nutzwertanalyse oder ähnliches – absichern könnten.

Damit sind Sie für die unsichere Seite des Unternehmertums ausgezeichnet aufgestellt. Sie verfolgen Ihre Vorhaben mit Mut und Improvisationsvermögen.

So kommen Sie weiter

1. Formulieren Sie eine oder mehrere Optionen, die es Ihres Erachtens wert sind, ausprobiert zu werden.
2. Führen Sie eine erste, grobe Fakten-Recherche durch, um ein Gefühl dafür zu gewinnen, was für eine Entscheidung relevant ist.
3. Definieren Sie Kriterien und gewichten Sie sie. Erstellen Sie z.B. eine Nutzwertanalyse.
4. Formulieren Sie Fragestellungen, die für die Bewertung beantwortet werden müssen.
5. Überlegen Sie, wie sie diese Fragestellungen mit Hilfe von Tests validieren können. Beschreiben Sie dafür,
 - a. Erfolgskriterien (Woran merke ich, dass es klappt?)
 - b. ein Testverfahren (Mit welchen Aktivitäten kann ich feststellen, ob es klappt?) und
 - c. Abbruchkriterien (Woran merke ich, dass es nicht funktioniert? Wann breche ich ab?)Weil die Frage, ob ich etwas abbrechen will, zu den sehr schwierigen Fragen gehört, halten Sie sich unbedingt an Ihre Abbruchkriterien.
6. Bewerten Sie die Optionen. Jetzt sollte Ihnen schon vieles klar sein.
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. Tendenziell schnelle Entscheider laufen Gefahr die Konsequenzen einer Entscheidung für andere unter zu bewerten. Der Grund: Ihr Wunsch, schnell ins Tun zu kommen. Grundsätzlich können Sie sich zwar vorstellen, welche Konsequenzen Ihre Entscheidungen für andere haben. Die freudige Erwartung der nächsten Aktivitäten mit interessanten Mitstreitern drängen jedoch andere Aspekte oft in den Hintergrund.
Schauen Sie sich die andere Seite der Medaille an, auch wenn Sie den eigenen Tatendrang ein wenig zähmen müssen. Lassen Sie das Gespräch mit den wichtigsten Stakeholdern Ihrer Entscheidung oder mit Leuten, die Ihre Ideen einem Machbarkeitstest unterziehen, nicht unter den Tisch fallen. Das erspart Ihnen unter Umständen viel Aufwand und absehbar schlechte Erfahrungen.
2. Normalerweise haben Sie keine Schwierigkeiten, Entscheidungen zu treffen. Wenn das jedoch einmal anders sein sollte, lohnt es sich an zwei Stellen genauer hinzusehen. Entweder spielen neben dem Wunsch, erfolgreich oder aktiv zu sein, noch andere Bedürfnisse eine Rolle. Etwa, wenn Sie durch eine berufliche Entscheidung Ihre Ehe aufs Spiel setzen. Oder es mischen sich plötzlich soziale Normen und Werte ein. Das ist der Fall, wenn Sie Ihre Ziele nur mit Betrug oder verbrecherischem Verhalten erringen könnten und sich innerlich dagegen sträuben.
Dann kommen Sie nur dann guten Gewissens und mit innerer Überzeugung zu einer Entscheidung, wenn Sie den darin enthaltenen Zielkonflikt neu austarieren. Schauen Sie hin und geben Sie neben der Zielorientierung auch anderen Entscheidungskriterien eine Chance.

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. Vielen 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.