

Das Werte-Profil™

Unternehmenskultur analysieren
um Nachhaltigkeit zu erzielen!



MACHWÜRTH TEAM INTERNATIONAL

Training & Consultancy
Management & Leadership
Marketing & Sales
Customer Service
Project Management
Teambuilding & Outdoor
E-Learning Programs

Hintergrund und Inhalt

Nur wer versteht, was Mitarbeiter bewegt, kann Top-Performance erzielen. Eine dauerhafte und in der Regel stabile Grundlage für die Motive von Mitarbeitern sind deren Werte und Wertstrukturen. Performance wird erzielt, indem diese Werte angesprochen werden.

Das Werte-Profil™ erfasst das Wertepotential der Mitarbeiter in einer Organisation und stellt fest, in welchem Umfang eine Organisation die Werte ihrer Mitarbeiter zu nutzen weiß. Das Werte-Profil™ geht davon aus, dass Führung, Strategie und auch Wandel einer Organisation nur dann erfolgreich sein können, wenn das Management den inneren Beweggründen der Mitarbeiter angemessen Rechnung trägt. Erst wenn verstanden wird, was die Mitarbeiter bewegt, können mit den geeigneten Interventionen Prozesse nachhaltig gestaltet und die Mitarbeiterpotentiale optimal wirksam werden.

Die innere Motivation des Menschen und seine Antriebswerte bestimmen in hohem Maße die Art und Weise, in der er sich engagieren und in die Organisation einfügen kann und will.



Wie funktioniert das Werte-Profil™?

Das Werte-Profil ist ein Online-Instrument.

- Man benötigt lediglich einen Browser und Zugang zu Intra- oder Internet.
- Auf Wunsch kann die Beantwortung der Fragen, die etwa 20 Minuten benötigt, anonym erfolgen.
- Die Testperson trifft dabei eine Wahl aus Begriffen, die in verschiedenen Kontexten (eigene Haltung, Organisation) angeboten werden.

Es ist ausreichend validiert, dass diese Begriffe die jeweiligen Antriebswerte bzw. Wertesysteme indizieren. (Da es mehr validierte Begriffe gibt als in der Standardanwendung online eingesetzt werden, kann der Fragebogen bei Bedarf um einige (kunden-) kontextspezifische Begriffe ergänzt werden).

Das Werte-Profil™ erzeugt einen Output für einzelne Personen, Teams, Abteilungen und die gesamte Organisation, wobei ein erstes individuelles Ergebnis unmittelbar online (auch für die Teilnehmer) verfügbar ist.

Beispiel einer Frage:

Vorhandene Sprachen

Frage A1

Welche Begriffe gefallen Ihnen, angesichts Ihrer Funktion, im Rahmen Ihrer Arbeit am meisten?

Wählen Sie die für Sie wichtigsten 3 Begriffe, staffeln Sie diese nach abnehmender Wichtigkeit von 1 bis 3 und klicken Sie die entsprechenden Felder an (1 = der wichtigste Begriff).

	1	2	3
Zusammenarbeit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ganzheitlichkeit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gestaltungsfreiheit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gerechtigkeit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Respekt vor früheren Generationen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sofortige Umsetzung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Erfolg	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Was bringt Ihnen der Einsatz des Werte-Profiles™?



Bei Personaleinsatz, Team- und Projektarbeit

- sind Sie in der Lage, die Werteinstellungen der Mitarbeiter im Hinblick auf Kommunikation, Zusammenarbeit und Aufgabenverteilung zu beachten und daraufhin abzustimmen
- können Sie Mitarbeiter so auswählen, dass die Antriebswerte zu den anstehenden Aufgaben passen und die Wertestrukturen der Mitarbeiter nicht miteinander kollidieren



In Krisen und Konflikten

- erhalten Sie Aufschluss über die Ursachen der Konflikte, anstelle lediglich die Symptome oberflächlich abzustellen



Bei der Gestaltung von Strategie, Führung und Wandel

- erhalten Sie Zugriff auf die stärksten persönlichen Struktur- und Leistungsparameter für Organisation und Führung
- erhalten Sie ein deutliches Bild davon, ob Mitarbeiter, Kultur und Strategie aufeinander abgestimmt sind
- gestalten Sie Change-Prozesse, die die Werteprofile der Mitarbeiter berücksichtigen

Ausgangspunkte

Basis des Werte-Profiles™ sind die Motivationsforschungen des amerikanischen Psychologen *Clare W. Graves*. Er hat gezeigt, dass das Vorhandensein bestimmter Ansammlungen (Cluster) von Werten die Dominanz bestimmter Wertesysteme signalisiert. Nach *Graves* hat die Menschheit entwicklungsgeschichtlich **bisher acht konsistente Wertesysteme** entwickelt, um auf die Herausforderungen ihrer Umwelt angemessen zu reagieren. **Wertesystem und Umwelt stehen in einem dynamischen Wechselverhältnis.**

Nachhaltige Welt

Synergie

Gemeinschaft

Erfolg

Ordnung

Macht

Identifikation

Überleben



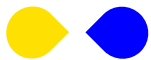
Aufbauend auf *Graves* hat der Niederländer *Egbert Kinds* in weiteren Forschungen dargelegt, dass sich die Dominanz bestimmter Wertesysteme auch als die Dominanz individueller Antriebswerte (zeitstabiles Wertesystem, das sich in der aktuellen Situation auswirkt) beschreiben lässt. Antriebswerte sind ebenfalls Cluster von Werten (zum Beispiel Tugenden, Einstellungen), die das menschliche Verhalten in bestimmten Situationen und zu bestimmten Zeiten prägen. Sie sind also, anders als die festen Persönlichkeitsmerkmale, veränderlich. Zudem können sie im beruflichen Kontext (zum Beispiel wirksam für die Arbeitsauffassung) anders ausgeprägt sein als im privaten Bereich.

Eine Organisationskultur stellt immer eine Mischung mehrerer Wertesysteme dar. Entscheidend ist es festzustellen, inwieweit diese Mischung und ihre Dynamik die jeweils beste Antwort auf aktuelle Probleme ist, beziehungsweise wie geeignet interveniert und koordiniert werden kann.

Wertesystem/Wertegefüge



- Türkis** **Strebt nach Verbindung mit der Lebensumgebung**
- Gelb** **Möchte die Dinge mit Hilfe von Fakten und Erfahrungen verstehen**
- Grün** **Strebt nach Balance zwischen Geben und Nehmen, Teilen**
- Orange** **Leisten, sich selbst mit anderen vergleichen, Konkurrenz**
- Blau** **Glauben an eine absolute Wahrheit, Prinzipientreue**
- Rot** **Seinen Platz erobern und verteidigen**
- Purpur** **Sich mit etwas identifizieren, Gefühl dazuzugehören**



Gelb will immer Neues und Freude, lässt sich gerne verführen. **Blau** will Ordnung und alles korrekt erledigen. **Gelb** will Verbände sehen, **Blau** will sich auf etwas fokussieren.



Orange will gerne besser sein als die anderen und stellt die eigenen Ziele über das Soziale. **Grün** möchte Gleichheit und will, dass das Soziale im Vordergrund steht.



Grün will gerne Harmonie in Auffassungen und sucht Solidarität. **Gelb** sucht neue Ideen und wird herausgefordert, wenn es keine Alternativen gibt.



Blau hält Regeln für wichtig und meint, jeder soll sie einhalten. **Orange** hält Ziele für wichtig, sucht Möglichkeiten und wird Regeln umgehen, wenn sie stören.



Rot will persönlichen Respekt und neigt sonst zu Konflikten. **Blau** möchte Konflikte und Kampf vermeiden, indem Beziehungen formal definiert werden.



Grün will individuelle, auf Personen zugeschnittene Behandlung. **Blau** will allgemeine Regeln, die für jeden gelten.

Was misst das Werte-Profil?

Das Werte-Profil™ ermittelt die aktuell wirksamen Antriebswerte von Mitarbeitern, Führungskräften, Teams und Organisationen zum Zeitpunkt der Erhebung. Dabei werden diese Antriebswerte im Kontext des *Graves'schen Modells* beschrieben. Zugleich erfasst es die Wahrnehmung von Werten in der Organisation sowie die Richtung gewünschter Werteveränderungen.

Wie wird das Werte-Profil™ im Ergebnis dargestellt?

Das Werte-Profil™ stellt zum einen die persönlichen Antriebswerte, zum anderen die persönliche Einschätzung der Werte in der heutigen und zukünftigen Organisation grafisch dar. Je nach Auswertungstiefe können die individuellen Daten mit den Ergebnissen anderer Beteiligter in der Organisation verglichen werden. Die Grafiken werden durch Text erläutert.

Beispiel einer Fragebogen-Auswertung:

