



TTI
SUCCESS
INSIGHTS®

Team Motivationsreport

Musterteam

Musterfirma

22.4.2013

Ihr INSIGHTS MDI® Partner:

Kaderli Coaching & Training
CH 5032 Aarau - Rohr

Schweiz: +41(0)79'332'5415

office@ingokaderli.com - www.ingokaderli.com



EINLEITUNG ZUM TEAM-MOTIVATIONSREPORT

Die Wertvorstellungen einer Person zu kennen, hilft uns zu verstehen WARUM jemand etwas tut. Der INSIGHTS MDI® Motivationsreport misst die Ausprägung von sechs Grundeinstellungen innerhalb eines Teams:

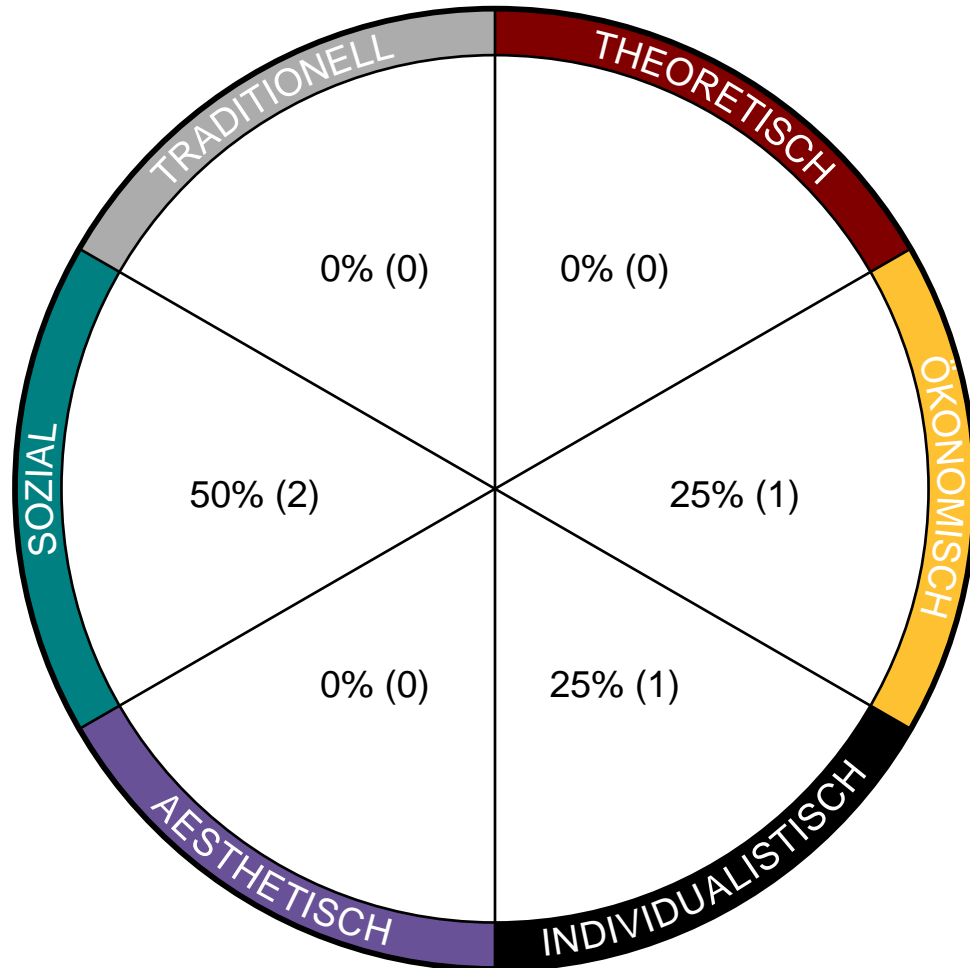
- Theoretisch
- Ökonomisch
- Ästhetisch
- Sozial
- Individualistisch
- Traditionell

Wertvorstellungen, die das Verhalten eines Menschen bestimmen, werden oft als verborgene Motivatoren bezeichnet, weil sie nicht immer auf den ersten Blick erkennbar sind. Zweck dieses Reports ist es, einige dieser Motivationsfaktoren näher zu erläutern und die Stärken, die jemand bereits in das Team mitbringt, weiter auszubauen.



STÄRKSTE MOTIVATION

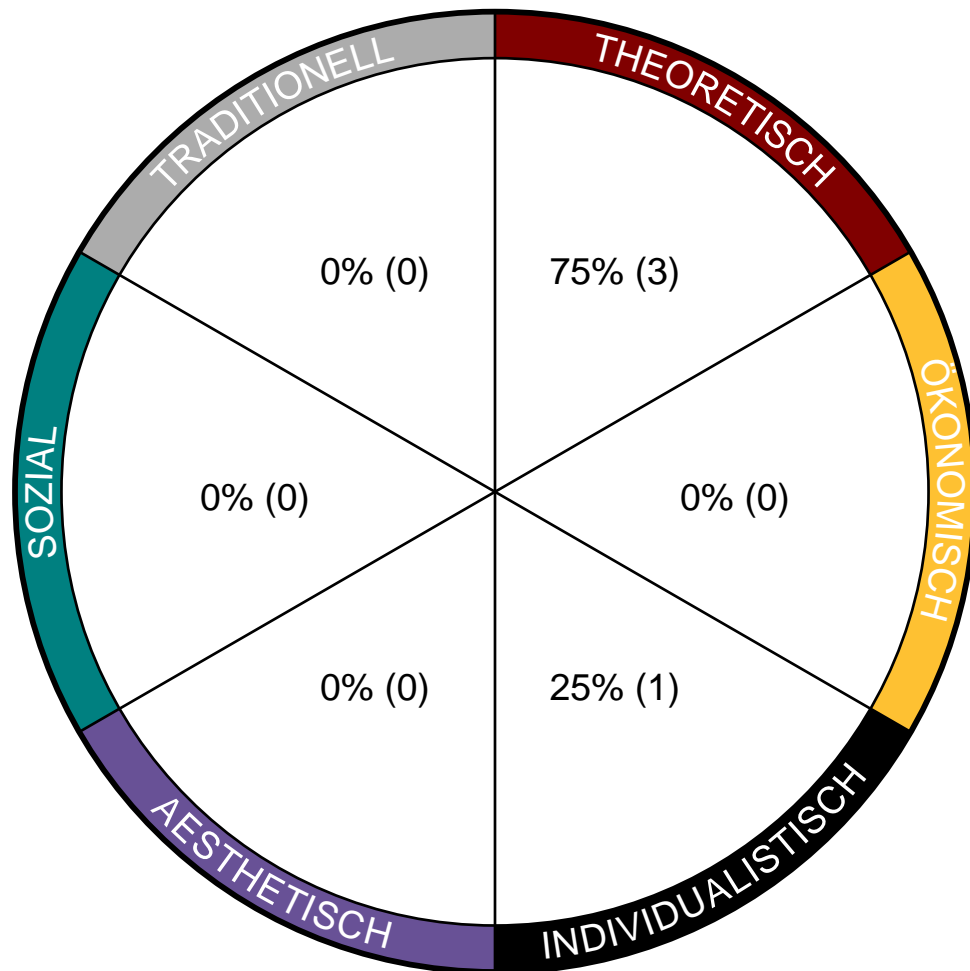
Das folgende Teamrad zeigt die stärkste Motivation des Teams.





ZWEITSTÄRKSTE MOTIVATION

Das folgende Teamrad zeigt die zweitstärkste Motivation des Teams.





THEORETISCH

Die unten aufgeführte Zahl in Prozent, zeigt die Teammitglieder an, die den Theoretischen Wert als stärkste oder zweitstärkste Motivation haben. Basierend auf diesen Ergebnissen wurden die folgenden Aussagen gemacht, um den Teammitgliedern diese Motivation verständlicher und bewusster zu machen.

0% der stärksten Motivation (0)
75% der zweitstärksten Motivation (3)

Unterstützende Faktoren

Theoretisch motivierte Menschen entwickeln sich am besten in einer Umgebung, in der sie:

- Probleme und Ungereimtheiten im Team lösen können
- Teamprojekte definieren und systematisieren können
- intellektuelle Prozesse durchführen können
- Wissen erlangen, sowie die Wahrheit und die Unwahrheit herausfinden können
- der Wahrheit auf den Grund gehen können (im Team)

Behindernde Faktoren

Theoretisch motivierte Menschen tendieren dazu,

- praktische Angelegenheiten, die das Team betreffen, zu ignorieren und zu missachten.
- größeren Wert auf das Entdecken der Wahrheit zu legen als auf die persönliche Sicherheit.
- den Fokus mehr auf das Entdecken der Wahrheit zu legen als auf die tatsächliche Anwendung
- zu großen Fokus auf Fakten und Wahrheiten im Team zu legen
- keine zeitnahen Entscheidungen zu treffen, da auf der Suche nach der Wahrheit

Team-Merkmale

Theoretisch motivierte Menschen tendieren dazu,

- Untersuchungen zu präsentieren und Schlussfolgerungen zu ziehen.
- dem Team Fragen zu Untersuchungen und Feststellungen abzufordern.
- an Seminaren, Web-Seminaren und Konferenzschaltungen teilzunehmen.
- das Wissen des Teams zu fördern.
- Teamziele festzustellen und zu systematisieren.





INDIVIDUALISTISCH

Die unten aufgeführte Zahl in Prozent, zeigt die Teammitglieder an, die den Individualistischen Wert als stärkste oder zweitstärkste Motivation haben. Basierend auf diesen Ergebnissen wurden die folgenden Aussagen gemacht, um den Teammitgliedern diese Motivation verständlicher und bewusster zu machen.

25% der stärksten Motivation (1)
25% der zweitstärksten Motivation (1)

Unterstützende Faktoren

Individualistisch motivierte Menschen entwickeln sich am besten in einer Umgebung, in der sie:

- die Möglichkeit haben über Teambeziehungen ihre Position zu fördern.
- eine Gewinner-Strategie planen und ausführen können.
- ein Team führen können.
- mittels Macht die Teamziele erreichen können.
- sich selbst und andere kontrollieren und führen können, um den Teamerfolg zu erzielen.

Behindernde Faktoren

Individualistisch motivierte Menschen tendieren dazu,

- größeren Wert auf die eigene Entwicklung zu legen, als auf die anderen Menschen.
- Macht einzusetzen, um die Teammitglieder unter Kontrolle zu halten.
- eigene Zielerreichung über die des Teams zu stellen.
- es zuzulassen, dass Macht sie beherrscht.
- Autoritäten innerhalb des Teams zu übergehen.

Team-Merkmale

Individualistisch motivierte Menschen tendieren dazu,

- das Team zu führen.
- taktisch vorzugehen und sich im Team zu positionieren.
- den Fokus auf das Erreichen von Teamzielen zu legen.
- Autorität und Verantwortlichkeit gleichermaßen im Team zu benötigen.
- innerhalb der Weisungslinie zu arbeiten, um eigene Position zu fördern.







SOZIAL

Die unten aufgeführte Zahl in Prozent, zeigt die Teammitglieder an, die den Sozialen Wert als stärkste oder zweitstärkste Motivation haben. Basierend auf diesen Ergebnissen wurden die folgenden Aussagen gemacht, um den Teammitgliedern diese Motivation verständlicher und bewusster zu machen.

50% der stärksten Motivation (2)
0% der zweitstärksten Motivation (0)

Unterstützende Faktoren

Sozial motivierte Menschen entwickeln sich am besten in einer Umgebung, in der sie:

- Konflikte und Schwierigkeiten im Team beseitigen können.
- Teammitglieder unterstützen können, wenn diese unerfüllte Bedürfnisse oder Schwierigkeiten haben.
- selbstlos sein können.
- persönliches Interesse an Teammitgliedern zeigen können.
- Schwierigkeiten innerhalb des Teams beseitigen können.

Behindernde Faktoren

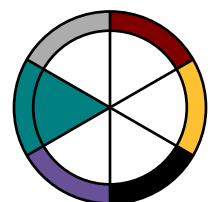
Sozial motivierte Menschen tendieren dazu,

- den Fokus auf Teammitglieder zu legen und sich dabei selbst in den Hintergrund zu stellen.
- sich übereifrig für etwas einzusetzen, was für sie und das Team nachteilig sein könnte.
- anfällig für Lose-Win Beziehungen zu sein, da der Fokus ausschließlich auf der Förderung anderer liegt.
- das Gefühl zu haben, dass zuviel Wert auf die Ergebnisorientierung gelegt wird.
- mit unsensiblen Entscheidungen oder Handlungen nicht einverstanden zu sein.

Team-Merkmale

Sozial motivierte Menschen tendieren dazu,

- großzügig zu sein was Zeit, Talent und Ressourcen betrifft.
- Potential von Teammitgliedern zu erkennen und zu entwickeln.
- sich darauf zu konzentrieren, wie andere profitieren können.
- ihren Fokus darauf zu haben, wie Schwierigkeiten und Konflikte verringert werden können.
- das Potential aller Teammitglieder zu maximieren.





ÖKONOMISCH

Die unten aufgeführte Zahl in Prozent, zeigt die Teammitglieder an, die den Ökonomischen Wert als stärkste oder zweitstärkste Motivation haben. Basierend auf diesen Ergebnissen wurden die folgenden Aussagen gemacht, um den Teammitgliedern diese Motivation verständlicher und bewusster zu machen.

25% der stärksten Motivation (1)
0% der zweitstärksten Motivation (0)

Unterstützende Faktoren

Ökonomisch motivierte Menschen entwickeln sich am besten in einer Umgebung, in der sie:

- Ressourcen einsetzen, um die Teamziele zu erreichen.
- mittels Zeit, Talenten und Ressourcen messbare Ergebnisse erzielen können.
- die Teamressourcen kreativ einsetzen können.
- die Anwendbarkeit innerhalb des Teams und deren Ressourcen einsetzen können.
- die Teameffizienz nutzen können.

Behindernde Faktoren

Ökonomisch motivierte Menschen tendieren dazu,

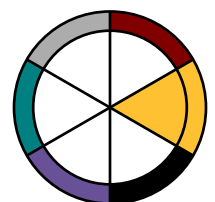
- unzufrieden und frustriert zu sein, wenn die Teamressourcen verschwendet werden.
- entmutigt zu sein, wenn die Erträge des Teams nicht angemessen sind.
- zu starken Fokus auf die Erträge zu legen und deshalb den Blick für Details zu verlieren.
- den Fokus auf den idealen Nutzen zu legen, wobei der Blick für den realistischen Nutzen von Ressourcen verloren gehen könnte.
- Qualität und Gefühle zu opfern für Nutzen und Effizienz.

Team-Merkmale

Ökonomisch motivierte Menschen tendieren dazu,

- Teamressourcen zu nutzen, um Ergebnisse zu erzielen.
- Ware, Materialien und Service zu produzieren und sie für das wirtschaftliche Wachstum zu vermarkten.
- die außergewöhnliche Fähigkeit zu besitzen, Teamressourcen zu maximieren.
- sich des Nutzens der Team-Ressourcen und der Zeit bewusst zu sein.
- zu sehr auf die Teammitglieder zu achten, die Zeit und/oder Ressourcen verschwenden.

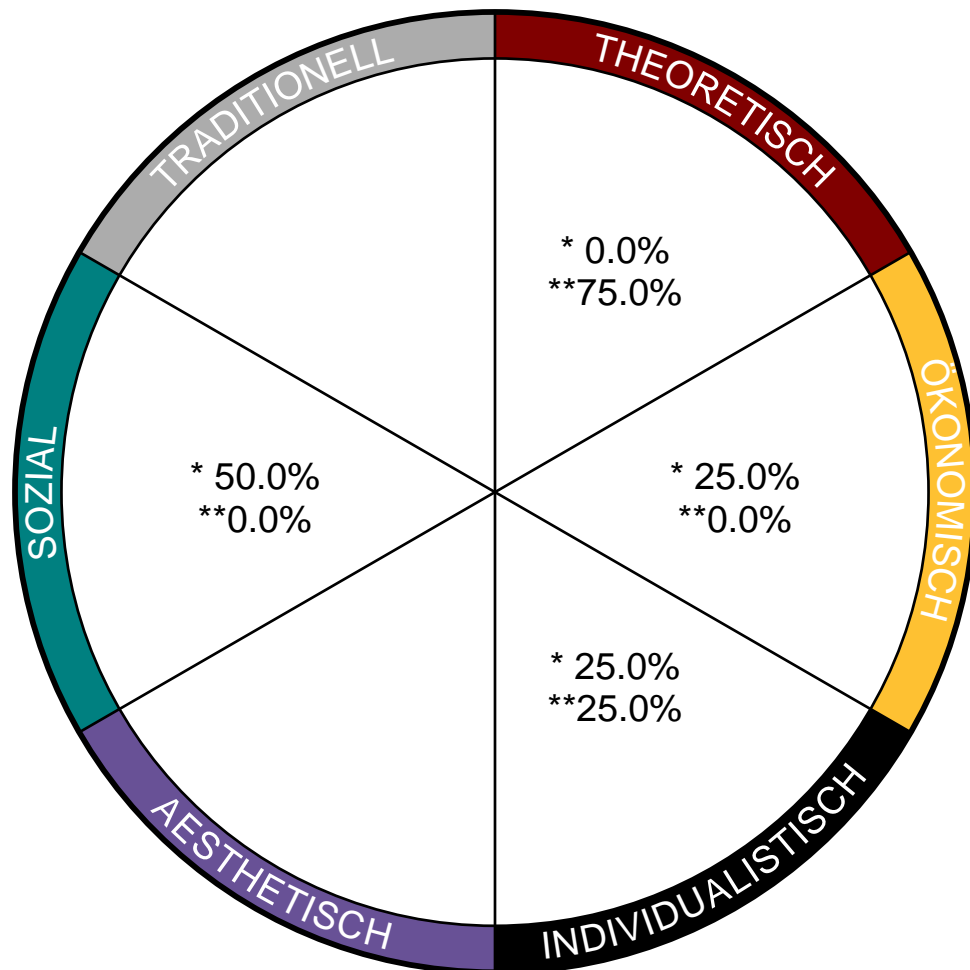






POTENTIELLE BEDÜRFNISSE DER TEAMMITGLIEDER

Dieser Abschnitt beschäftigt sich mit den Antriebsfaktoren, die innerhalb der Teamstruktur niedrig oder gar nicht vorhanden sind. Auf den folgenden Seiten erklären wir Ihnen wie sich die einzelnen Antriebsfaktoren auf das Team auswirken. Manchmal werden nicht alle Antriebsfaktoren von der Teamkultur oder der Unternehmenskultur unterstützt.



* - stärkste Motivation ** - zweitstärkste Motivation

Kaderli Coaching & Training

Schweiz: +41(0)79'332'54'15

office@ingokaderli.com · www.ingokaderli.com

Musterteam

AESTHETISCH

Die unten aufgeführte Zahl in Prozent, zeigt die Teammitglieder an, die den en Wert als stärkste oder zweitstärkste Motivation haben. Basierend auf diesen Ergebnissen wurden die folgenden Aussagen gemacht, um den Teammitgliedern diese Motivation verständlicher und bewusster zu machen.

0% der stärksten Motivation (0)
0% der zweitstärksten Motivation (0)

Unterstützende Faktoren

Ästhetisch motivierte Menschen entwickeln sich am besten in einer Umgebung, in der sie:

- Kreativität, Harmonie und Balance im Team erleben
- ihre subjektiven Erfahrungen einsetzen können
- ihre Kreativität ausleben können
- ihre Fähigkeit nutzen können, die Gefühle der Teammitglieder zu verstehen
- eine Wertschätzung aller Eindrücke erfahren.

Behindernde Faktoren

Ästhetisch motivierte Menschen tendieren dazu,

- dass subjektive Gefühle das tägliche Leben behindern
- ein unrealistisches Wunschbild des Teams zu haben
- disharmonische Situationen im Team zu vermeiden
- dass Schwierigkeiten und Hindernisse des Lebens ihre Teamfähigkeit beeinflussen
- in chaotischer Umgebung ineffizient zu sein

Team-Merkmale

Ästhetisch motivierte Menschen tendieren dazu,

- nach Selbstverwirklichung und Selbsterfüllung zu streben.
- Wert auf das Beseitigen von Unzufriedenheiten und Unannehmlichkeiten im Team zu legen.
- den Fokus auf Wachstum und Entwicklung im Team zu legen.
- Disharmonien im Team zu erkennen.
- Kreativität, Harmonie und Balance im Team zu erhalten.





TRADITIONELL

Die unten aufgeführte Zahl in Prozent, zeigt die Teammitglieder an, die den en Wert als stärkste oder zweitstärkste Motivation haben. Basierend auf diesen Ergebnissen wurden die folgenden Aussagen gemacht, um den Teammitgliedern diese Motivation verständlicher und bewusster zu machen.

0% der stärksten Motivation (0)
0% der zweitstärksten Motivation (0)

Unterstützende Faktoren

Traditionell motivierte Menschen entwickeln sich am besten in einer Umgebung, in der sie:

- einen tieferen Sinn im Handeln des Teams erleben.
- das Leben ganzheitlich betrachten können.
- ihre Prinzipien auf alle Situationen übertragen können.
- ihre Entscheidungen basierend auf ihren Prinzipien treffen können.
- ein Glaubenssystem haben.

Behindernde Faktoren

Traditionell motivierte Menschen tendieren dazu,

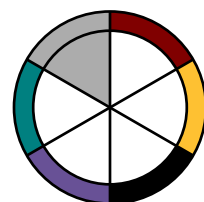
- ihr eigenes Glaubenssystem an höchste Stelle zu setzen.
- sich selbst für Überzeugungen oder Glaubenssysteme einzusetzen.
- Überzeugungen und Glaubenssysteme zu haben, die für das Team nachteilig sind.
- sich selbst mit Überzeugungen oder Glaubenssystemen schaden.
- engstirnig gegenüber neuen Ideen oder Veränderungen innerhalb des Teams zu sein.

Team-Merkmale

Traditionell motivierte Menschen tendieren dazu,

- nach dem Sinn des Lebens in einem Glaubenssystem zu suchen.
- konsequent nach dem vorbestimmten Lebensplan zu leben.
- aufzuzeigen, wie Teampläne sich in die ideale Richtung entwickeln können.
- aufzuzeigen, wie ihr Glaubenssystem das Team unterstützt noch erfolgreicher zu sein.
- Regeln festzulegen, an die sich die Teammitglieder halten sollen.



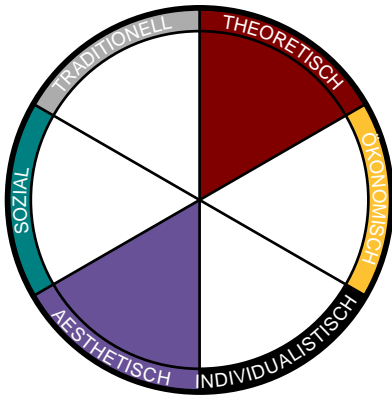




ERMITTLUNG DER ANTRIEBSFAKTOREN

Dieser Abschnitt konzentriert sich auf das Konfliktpotential von Personen mit unterschiedlichen Werten und zeigt auf, ob sie sich grundsätzlich verstehen oder nicht. An dieser Stelle ist es wichtig zu erwähnen, dass der PIW-Report ausschließlich die Werte interpretiert und nicht den Einfluss des Verhaltens in Betracht zieht. Befragte Personen mit ähnlichen Werten, könnten sich darüber einig sein was zu tun ist, jedoch unterschiedliche Ansätze der Durchführung haben, also wie etwas zu tun ist.

Theoretisch ↔ Ästhetisch



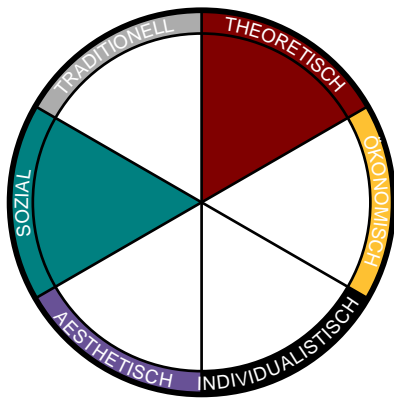
- objektiv versus subjektiv
- Fakten versus Emotionen
- Menschen mit hohem theoretischen Wert könnten Menschen mit hohem ästhetischen Wert grundsätzlich hinterfragen und sich mit einer subjektiven Antwort nicht zufrieden geben.
- Menschen mit hohem theoretischen Wert könnten Menschen mit hohem ästhetischen Wert als engstirnig erscheinen, die sogenannten "Alleswisser".
- Menschen mit hohem ästhetischen Wert könnten Tatsachen und Fakten ablehnen, die sich auf einen anderen Menschen nachteilig auswirken. Die Ablehnung dieser Tatsachen könnte Menschen mit hohem theoretischen Wert fragwürdig erscheinen, ja sogar wütend machen.





ERMITTLUNG DER ANTRIEBSFAKTOREN

Theoretisch ↔ Sozial



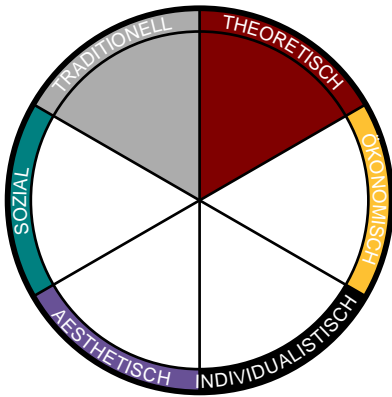
- Menschen mit hohem theoretischen Wert könnte es unlogisch erscheinen, wenn den Menschen mit hohem sozialen Wert andere Menschen wichtiger sind als die Wahrheit herauszufinden.
- Menschen mit hohem theoretischen Wert könnten bei der Erforschung von Tatsachen durch erhebliche Schwierigkeiten gehen oder Verluste erleiden, was Menschen mit hohem sozialen Wert nicht passieren würde.
- Menschen mit hohem sozialen Wert könnten faktenorientierte Entscheidungen als ungerecht erleben.
- Menschen mit hohem sozialen Wert könnten Schwierigkeiten haben, Menschen mit hohem theoretischen Wert zu verstehen, welche Entscheidungen treffen, die zu emotionslosen und hartherzigen Ergebnissen führen.





ERMITTLUNG DER ANTRIEBSFAKTOREN

Theoretisch ↔ Traditionell



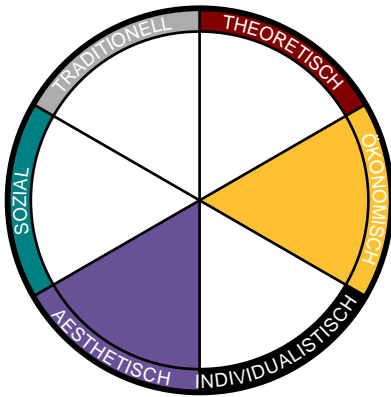
- Könnten sich gegenseitig als stur, engstirnig und möglicherweise ignorant erleben.
- Menschen mit hohem theoretischen Wert könnten das Glaubenssystem von Menschen mit hohem traditionellen Wert in Frage stellen.
- Menschen mit hohem theoretischen Wert könnten die subjektive Argumentation von Menschen mit hohem traditionellen Wert nicht akzeptieren und Gegenargumentationen aufstellen, die sie faktenorientiert hinterfragen.
- Menschen mit hohem traditionellen Wert könnten das Gefühl haben, dass Menschen mit hohem theoretischen Wert den Blick für das "große Ganze" verlieren, in dem der Fokus zu sehr auf den Zweck gerichtet ist und sie gegenüber neuen Überzeugungen verschlossen sind.





ERMITTLUNG DER ANTRIEBSFAKTOREN

Ökonomisch ↔ Ästhetisch



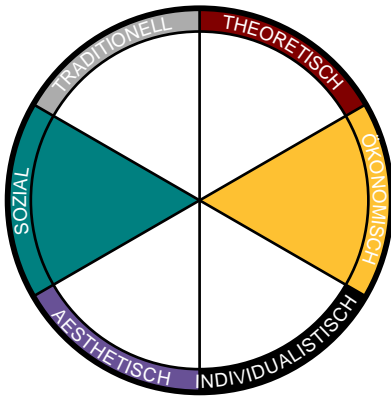
- Nutzen und Handeln in Bezug auf Form und Harmonie
- Menschen mit hohem ökonomischen Wert könnten Menschen mit hohem ästhetischen Wert, deren Fokus auf Gestalt und Schönheit liegt als verschwenderisch betrachten, was Zeit und Ressourcen betrifft.
- Menschen mit hohem ökonomischen Wert sehen keinerlei Nutzen darin, wie Menschen mit hohem ästhetischen Wert ihre Kreativität zum Ausdruck bringen.
- Die objektive Wahrnehmung hinsichtlich Effizienz steht im direkten Widerspruch zu den subjektiven Gefühlen.
- Menschen mit hohem ästhetischen Wert könnten gewinnorientierte Entscheidungen, deren Nutzen persönliche Schwierigkeiten oder Disharmonie nach sich ziehen, entweder ablehnen oder vermeiden.





ERMITTLUNG DER ANTRIEBSFAKTOREN

Ökonomisch ↔ Sozial



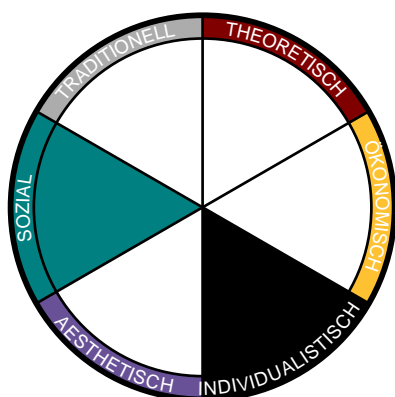
- Menschen mit hohem ökonomischen Wert wählen für sich den effizientesten Weg, der nicht unbedingt sozial ist, weshalb Menschen mit hohem sozialen Wert dieses Handeln stark anzweifeln.
- Menschen mit hohem ökonomischen Wert könnten einen Nutzen erwarten und Menschen mit hohem sozialen Wert ggf. missverstehen oder mit deren selbstlosem Handeln nicht einverstanden sein.
- Menschen mit hohem ökonomischen Wert könnten Menschen mit hohem sozialen Wert als "leichte Beute" oder als "Fußabtreter" bezeichnen.
- Menschen mit hohem sozialem Wert könnten Menschen mit hohem ökonomischen Wert als egoistisch und eigennützig erleben.
- Menschen mit hohem sozialen Wert könnten kein Verständnis für und stimmen nicht mit gewinnorientierten Entscheidungen überein, die aus Gründen der Effizienz und des Nutzens getroffen werden und zu Unruhe, Konflikten oder Stress führen könnten.





ERMITTLUNG DER ANTRIEBSFAKTOREN

Sozial ↔ Individualistisch



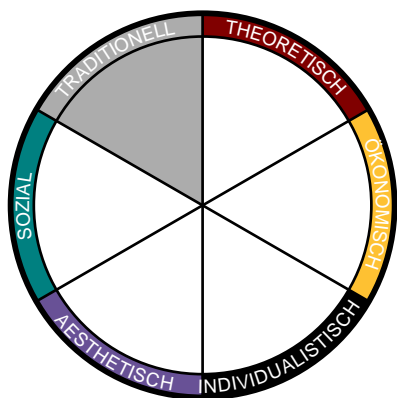
- Menschen mit hohem sozialen Wert könnten Schwierigkeiten mit Menschen bekommen, die einen hohen individualistischen Wert haben, weil diese dazu neigen, sich persönlich über andere zu stellen.
- Menschen mit hohem individualistischen Wert unterstützen andere meist, um in irgendeiner Weise selbst zu profitieren. Menschen mit hohem sozialen Wert könnten mit diesem Ansatz Schwierigkeiten haben, da sie der Meinung sind, dass Hilfe für andere Menschen ein selbstloser Akt sein sollte.
- Menschen mit hohem individualistischen Wert, könnten wenig Respekt vor der Selbstlosigkeit der Menschen mit hohem sozialen Wert haben.
- Menschen mit hohem individualistischen Wert sehen selbstlose Handlungen als versäumte oder vergeudete Gelegenheiten an.
- Menschen mit hohem sozialen Wert könnten Menschen mit hohem individualistischen Wert als egoistisch und egozentrisch erleben.
- Menschen mit hohem individualistischen Wert sind der Meinung, dass sich Menschen mit hohem sozialen Wert ausnutzen lassen.





ERMITTLUNG DER ANTRIEBSFAKTOREN

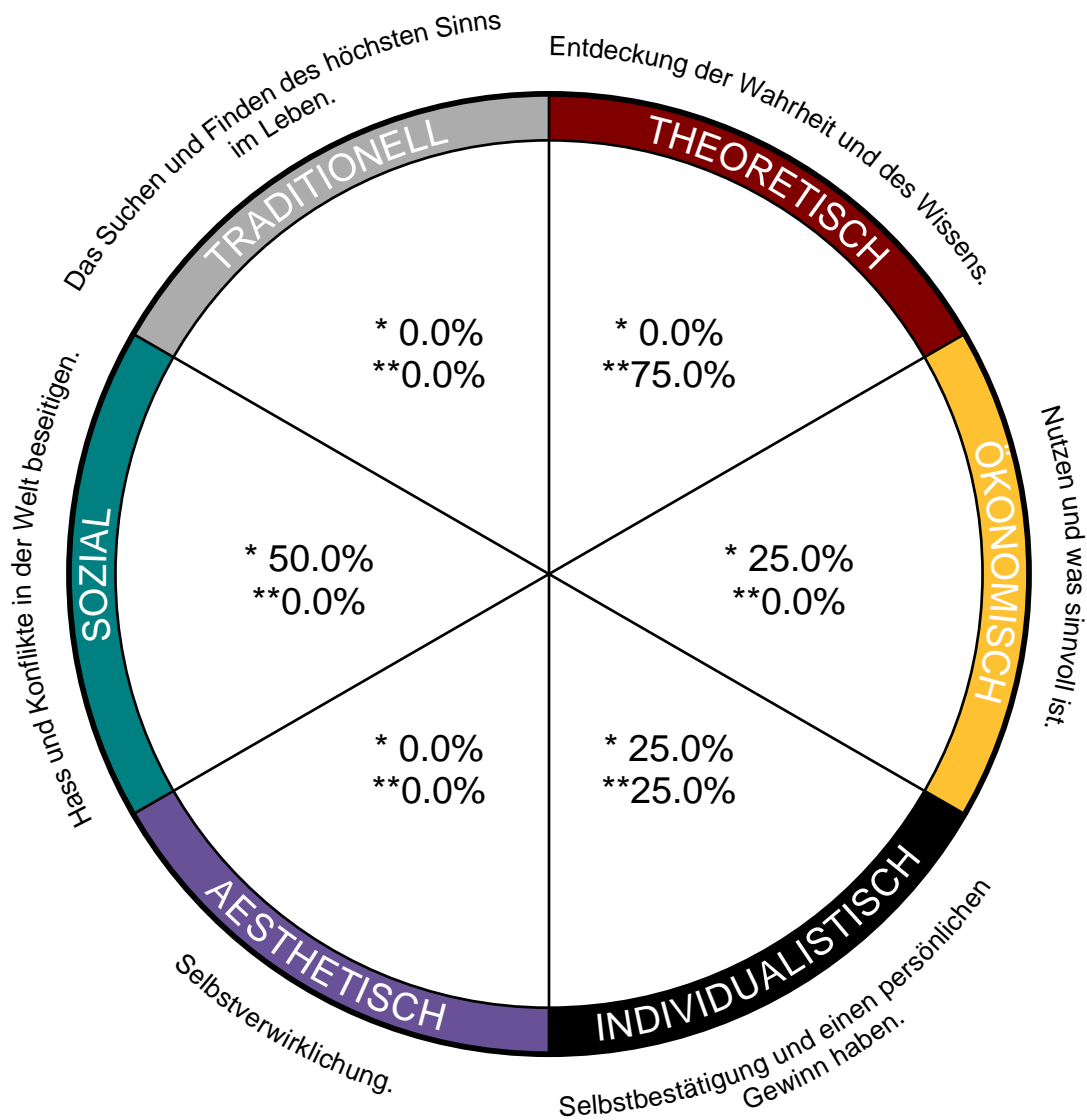
Traditionell ↔ Traditionell



- Menschen mit hohem traditionellen Wert akzeptieren ausschließlich Menschen, die das gleiche Glaubenssystem haben.
- Menschen mit hohem traditionellen Wert geraten in Konfliktsituationen, wenn deren Glaubenssysteme völlig unterschiedlich sind.
- Menschen mit hohem traditionellen Wert, könnten mit Menschen, die einen niedrigerem traditionellen Wert haben, auskommen, wenn beide einen übereinstimmenden Bereich in einem gemeinsamen System finden.
- Menschen mit hohem traditionellen Wert sind unnachgiebig in Bezug auf die Überzeugungen ihres Glaubenssystems.



MOTIVATIONSZIEL



* - stärkste Motivation ** - zweitstärkste Motivation

Kaderli Coaching & Training

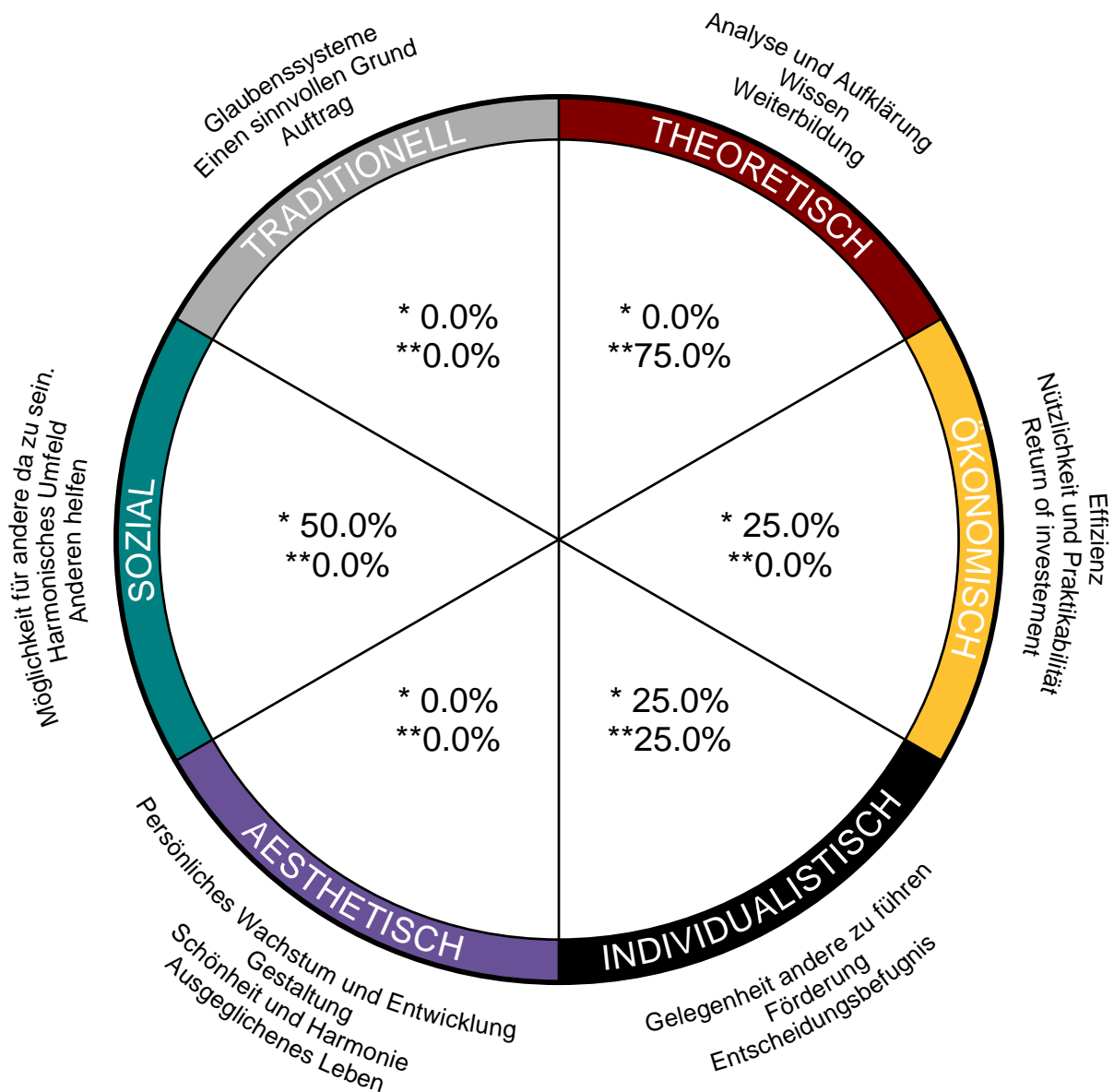
Schweiz: +41(0)79'332'54'15

office@ingokaderli.com · www.ingokaderli.com

Musterteam



IDEALE UMGEBUNG



* - stärkste Motivation ** - zweitstärkste Motivation

Kaderli Coaching & Training

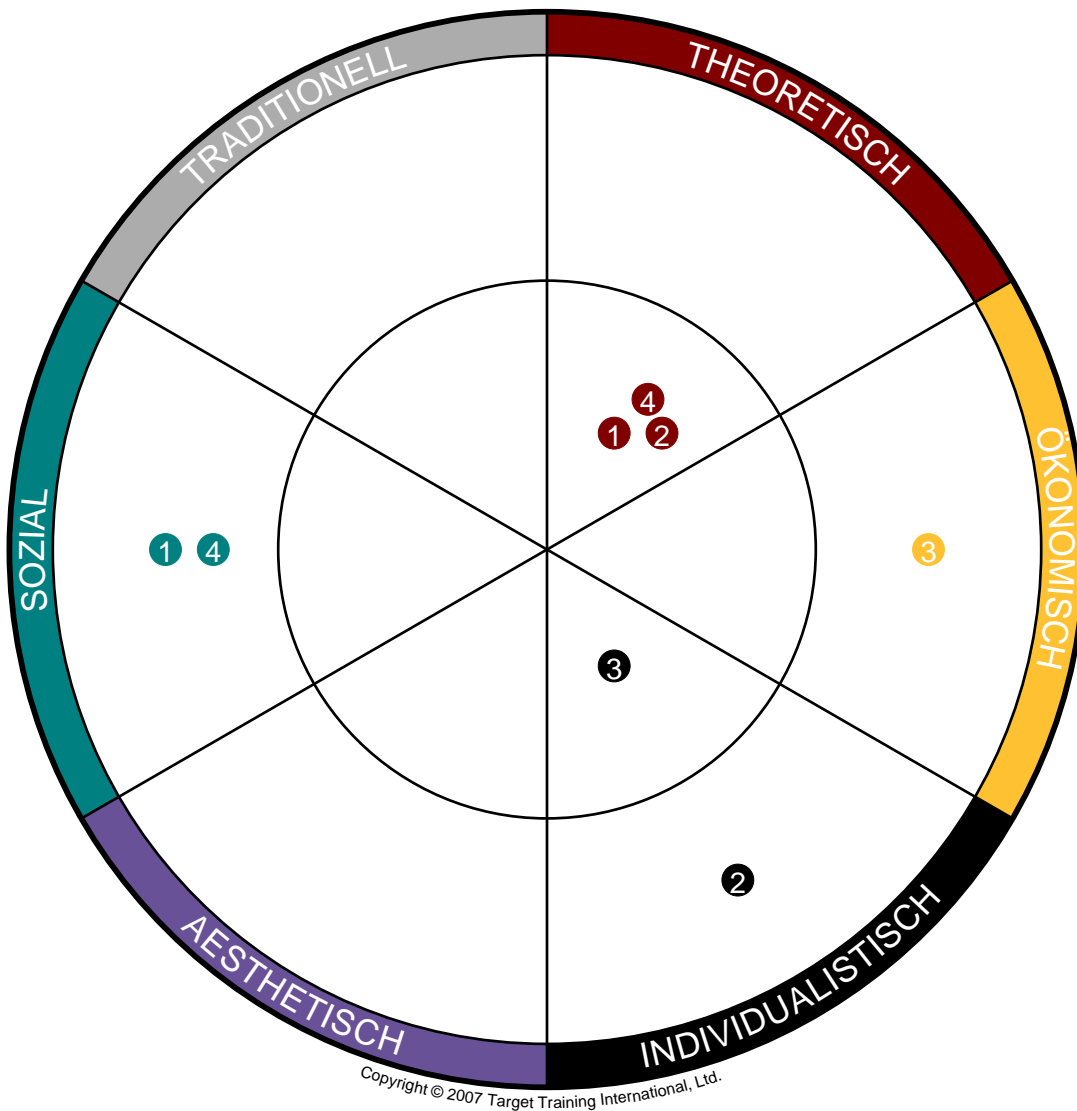
Schweiz: +41(0)79'332'54'15

office@ingokaderli.com · www.ingokaderli.com

Musterteam



MOTIVATIONS - TEAMRAD



Äußerer Ring = 1 Einstellung Innerer Ring = 2 Einstellung