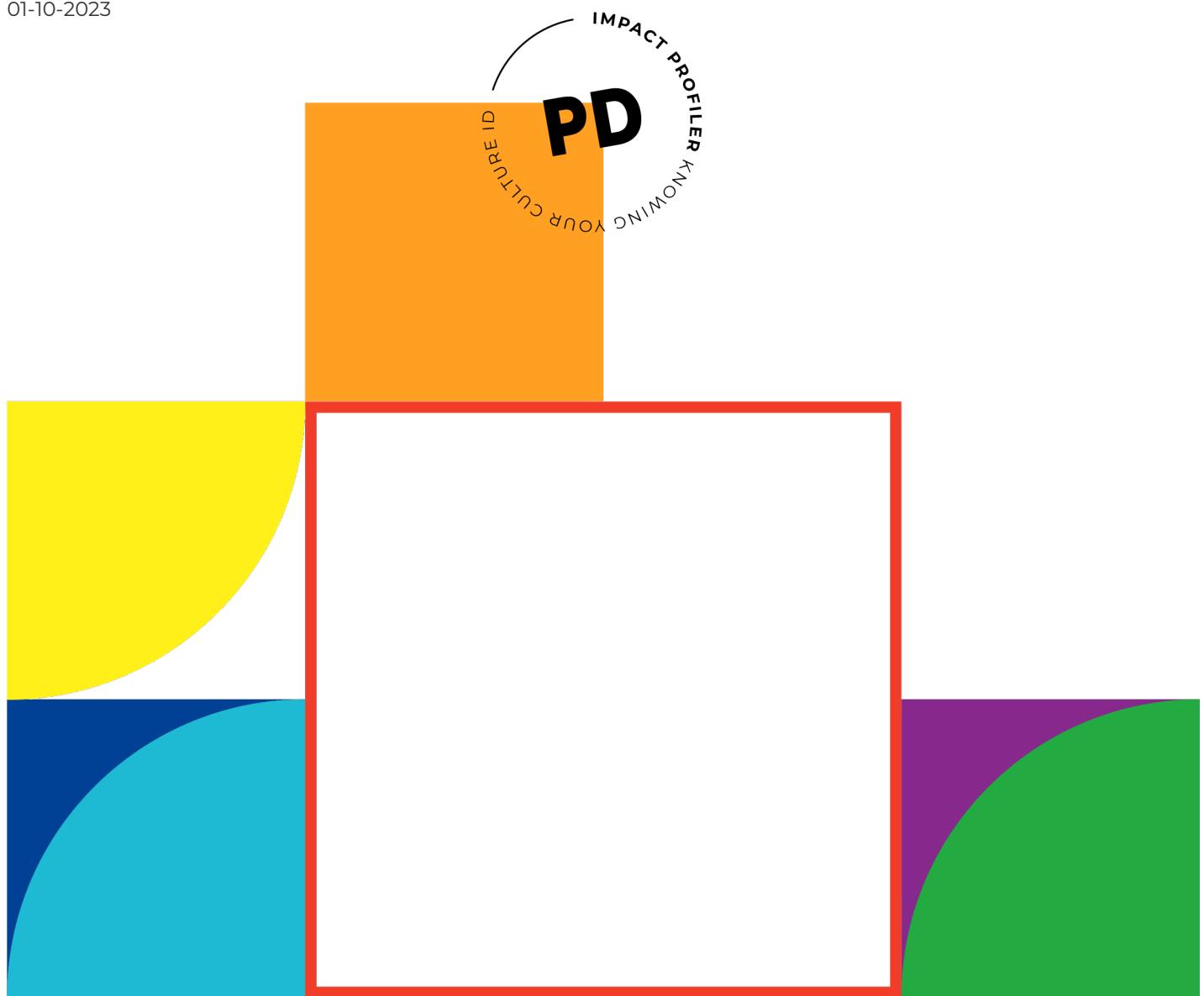


Impact Profiler

Knowing your Organization

Stephan Petzolt
Wolperdinger AG
01-10-2023



1. Erläuterungen

1.1. Impact Profiler

Der Impact Profiler ist ein methodischer Baustein im Impact Business Design und dient der Erfassung von kollektiven Werten und Antriebsmustern in Organisationen. Die Analyse erfolgt in sieben verschiedenen Wertesystemen, die jeweils mit einer Farbe dargestellt werden.

Die Methode basiert auf der Entwicklungstheorie des amerikanischen Forschers Clare W. Graves. Die Grundannahme dieser Theorie ist, dass jeder Mensch, jedes Team und jede Organisation spezifische Werte haben. Diese korrespondieren mit den Antreibern und den unterschiedlichen Sichtweisen, mit denen die Realität innerhalb und außerhalb des Systems betrachtet werden.

Jede Sichtweise steht für die subjektiven Denk-, Fühl- und Handlungsmuster des Systems. Jede Organisation hat also subjektive Wirklichkeiten. Wir möchten explizit darauf hinweisen, dass es um wertfreie Organisationsprofile geht. Keine Ausprägung ist gut oder schlecht, sondern situationsadäquat oder nicht. Jedes Muster hat in unterschiedlichen Umgebungen seine Qualitäten und auch seine Fallstricke.

Dieser neutrale Ansatz führt zu einem wertschätzenden Umgang mit dem Status Quo (Today). Ihr habt als Organisation bis heute überlebt und werdet euch von diesem Punkt aus konsequent Schritt für Schritt in Richtung Tomorrow bewegen.

Die Muster der Organisation werden auch als Wertesysteme bezeichnet. Jedes Wertesystem hat auch eine andere Sprache, mit der sie die Wirklichkeit beschreibt.

1.2 Warum diese Theorie?

Wie bei den Organisationsebenen des Lebens (Atom, Molekül, Zelle, Organe, Organismus) gilt auch hier: Jedes Wertesystem geht über die Vorhergehenden hinaus und schließt sie ein. Alles aus den vorhergehenden Ebenen transzendent, d.h. die vorherige Ebene wird in einer neuen Ebene immanent. Für das Impact Business Design und die enkelfähige Entwicklung von Organisationen ist diese Tatsache von entscheidender Bedeutung. Denn für die zunehmende Komplexität und Dynamik unserer ökonomischen und ökologischen Entwicklung braucht dieses Mehr an Realität, um dauerhaft im Spiel zu bleiben. Oder anders ausgedrückt: Das Unternehmen braucht ein Design, das zu adäquaten Haltungs- und Verhaltensstrategien führt. Das sorgt für nachhaltige Werte, die den Ansprüchen der drei großen Stakeholder gerecht werden: People, Planet, Profit.

Suchst du nach weiteren Informationen? Dann besuche auch
www.profiledynamics.de

1.3 Anmerkung zum generischen Maskulin

Wie im Impact Business Design Playbook sprechen wir im Impact Profiler Lesende aller Geschlechter an. Wir respektieren individuelle geschlechtliche Identitäten und Präferenzen. Dies konsequent in Sprache zum Ausdruck zu bringen, geht jedoch zu Lasten der Lesbarkeit. Wir haben uns daher für eine hybride Form entschieden. In einigen Teilen verwenden wir neutrale Bezeichnungen, während in anderen Abschnitten maskuline Begriffe gewählt haben, wobei wir ausdrücklich alle Geschlechter einschließen. Wir danken dir für dein Verständnis für diese Entscheidung.

1.4 Interpretationshilfen

Bei der Interpretation der entsprechenden Grafiken bieten sich zwei Fragekomplexe an:

- Gleichgewicht

Wie ist das Gleichgewicht der einzelnen Wertesysteme (lila bis türkis), bezogen auf die jeweiligen Items (Transformationshebel, Subhebel, Elemente, Today und Tomorrow)?

- Differenz

Wie ist das Ausprägungsniveau (dargestellt durch die Zahlenwerte bzw. die Höhe der Balken) der Wertesysteme (lila bis türkis)?

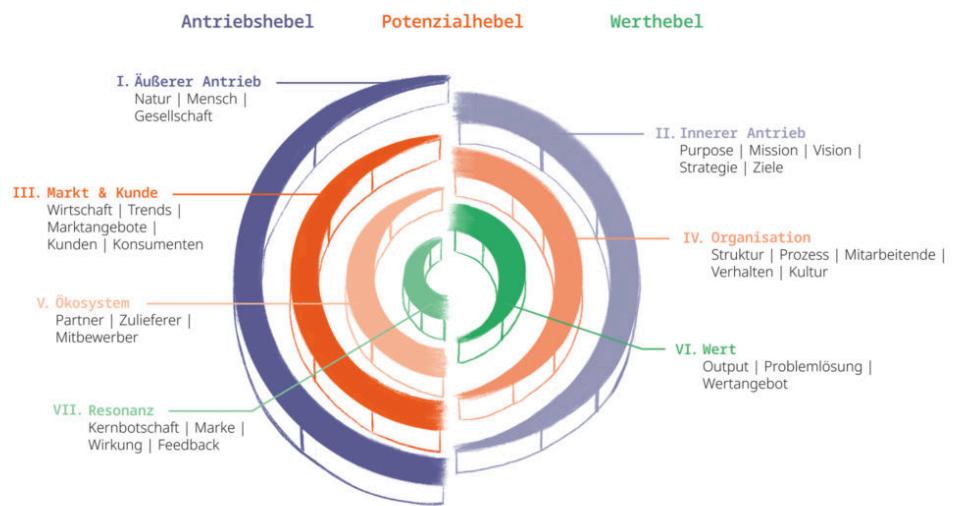
Grundsätzlich lassen sich zu Gleichgewicht und Diskrepanz folgende Aussagen treffen:

- Je mehr Punkte deine Organisation in einem Wertesystem aufweist, desto mehr Eigenschaften des jeweiligen Wertesystems treffen auf sie zu.
- Je mehr die inneren und äußeren Subhebel im Gleichgewicht sind, desto weniger Anpassungs- und Veränderungsdruck verspürt die Organisation und desto weniger Energiebedarf ist erforderlich, um diesem Druck zu begegnen.
- Je ausgewogener die Wertesysteme sind, desto vielfältiger ist das Denk-, Fühl- und Handlungsrepertoire, das die Organisation in verschiedenen unternehmensinternen Situationen nutzen kann.
- Diskrepanzen bei einer höheren Ausprägung (dargestellt in Zahlen und in der Höhe der Balken) haben eine höhere Bedeutung als Diskrepanzen bei niedrigeren Ausprägungen.
- Im Impact Business Oszillogramm wird ein Gleichgewicht in drei Prioritäten angestrebt:

1. Priorität: im Antriebshebel
2. Priorität: im Potenzialhebel
3. Priorität: im Werthebel

1.5 Aufbau

Der Aufbau des Impact Profilers folgt der Struktur des Impact Business Oszillogramms. Das Modell besteht aus den Ebenen der drei Transitionshebel, der sieben Subhebel und der 28 Elemente.



Transitionshebel

Die Transitionshebel beschreiben die Transformation von Energie im Impact Business Oszillogramm. Die oberste Ebene besteht aus drei Transitionshebel:

- **Antriebshebel** - Worauf das Unternehmen seine Energie richtet
- **Potenzialhebel** - Woraus das Unternehmen seine Energie schöpft
- **Werthebel** - Wie das Unternehmen seine Energie in Wert transformiert

Subhebel

Sie sind die Kraftwandler der Transformation im Impact Business Oszillogramm. Die sieben Subhebel konkretisieren die Transitionshebel:

- I Äußerer Antrieb
- II Innerer Antrieb
- III Markt & Kunde
- IV Organisation
- V Ökosystem
- VI Wert
- VII Resonanz

Elemente

Diese Ebene konkretisiert die Subhebel im Impact Business Oszillogramm dar. Wir nutzten für den Impact Profiler jeweils zwei Elemente pro Subhebel.

Folgende Elemente gehen in die Analyse ein:

- I **Äußerer Antrieb**: Natur und Gesellschaft
- II **Innerer Antrieb**: Purpose und Strategie
- III **Markt & Kunde**: Markt und Kunde
- IV **Organisation**: Prozesse und Kultur
- V **Ökosystem**: Partner und Mitbewerber
- VI **Wert**: Problemlösung und Wertbeitrag
- VII **Resonanz**: Kernbotschaft und Resonanz

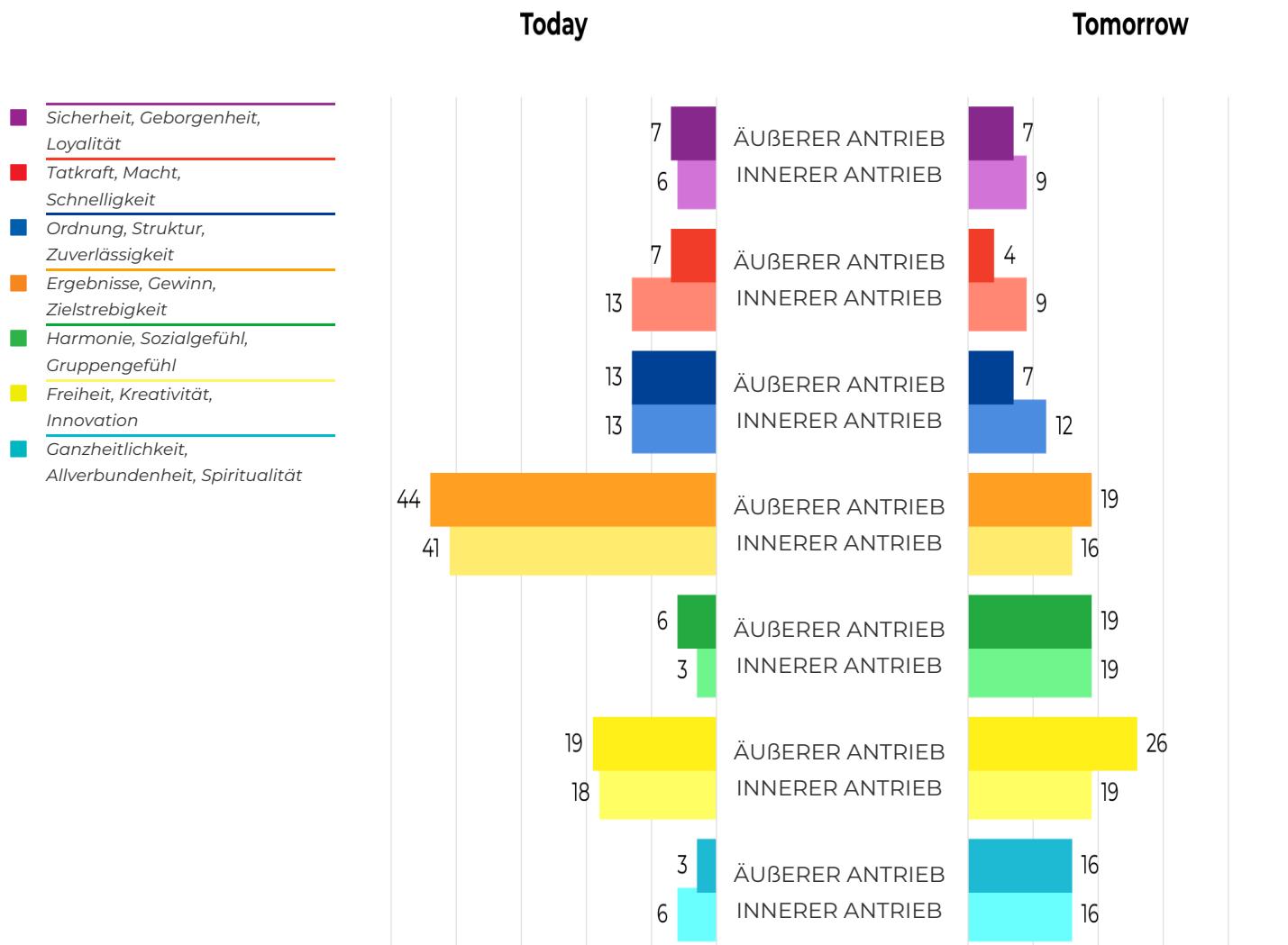
2 Auswertung der Transitionshebel nach Impact Business Design

2.1 Antriebshebel

Beim Antriebshebel wird die Lücke zwischen den Subhebeln Innerer und Äußerer Antrieb betrachtet.

Der äußere Antrieb besteht aus den Elementen **Natur** und **Gesellschaft**

Der innere Antrieb besteht aus den Elementen **Purpose** und **Strategie**.



Beachtenswertes im äußeren Antrieb

Die Ergebnisse im Today

Die heutige Einschätzung des äußeren Antriebs ist geprägt durch...

- ...das Sehen von Chancen und Ressourcen. Die Natur ist ein freier Gestaltungsspielraum, in dem Chancen ergriffen werden, und die Gesellschaft zeichnet sich durch überwiegend ehrgeizige Individuen und Organisationen aus. Besonders das Ergebnis in der natürlichen Umgebung weist eine hohe orange Ausprägung auf.
Ergebnis Natur (orange): 59
Ergebnis Gesellschaft (orange) 29
- ...Komplexität und freiem Denken. Die Natur ist ein Raum, in dem ein relativ komplexes Zusammenspiel und systemische Beziehungen vorherrschen. Die Gesellschaft besteht überwiegend aus Personen, die an neuen Entwicklungen interessiert sind. Besonders das Ergebnis in dem gesellschaftlichen Umfeld weist eine hohe gelbe Ausprägung auf.
Ergebnis Natur (gelb): 0
Ergebnis Gesellschaft (gelb): 38

Die 3 größten Veränderungen im äußeren Antrieb

- › Ein sehr starker relativer Rückgang bei Orange um -25%.
Der Einfluss von Effizienz und Erfolgsstreben auf den äußeren Antrieb wird zurückgehen.
- › Ein starker relativer Anstieg bei Türkis um 13.24%.
Der äußere Antrieb wird stärker durch ganzheitliches Denken und Nachhaltigkeit geprägt sein. Dies beinhaltet wahrscheinlich ein verstärktes Bemühen um Verbundenheit und um langfristige Perspektiven in der Natur sowie in der Gesellschaft.
- › Ein starker relativer Anstieg bei Grün um 13.24%.
Der äußere Antrieb wird stärker durch Harmonie und soziales Bewusstsein geprägt sein. Dies beinhaltet ein verstärktes Bemühen um Ausgleich und Mitmenschlichkeit in der Natur sowie in der Gesellschaft.

Notizen und offene Fragen

- Hat dich etwas besonders überrascht?
 - Siehst du irgendwo akkuten Handlungsbedarf?
 - Was möchtest du genauer beleuchten?
 - Allgemeine Gedanken und Notizen
-
-
-
-
-

Beachtenswertes im inneren Antrieb

Die Ergebnisse im Today

Die heutige Einschätzung des inneren Antriebs ist geprägt durch...

- ...Erfolgsstreben und Rentabilität. Mit unserem Purpose schauen wir primär auf ehrgeizige und messbare Ziele, die dem eigenen Return dienen. Unsere Strategie orientiert sich dabei immer an der eigenen Wettbewerbsfähigkeit. Besonders das Ergebnis in dem Sinn und Zweck (Purpose) weist eine hohe orange Ausprägung auf. Ergebnis Sinn und Zweck (Purpose) (orange): 44.12
Strategie (orange) 38.24

Die 3 größten Veränderungen im inneren Antrieb

- › Ein sehr starker relativer Rückgang bei Orange um -25%.
Der Einfluss von Effizienz und Erfolgsorientierung auf den inneren Antrieb wird zurückgehen.
- › Ein starker relativer Anstieg bei Grün um 16.18%.
Der innere Antrieb wird stärker durch Harmonie und soziales Engagement geprägt sein. Dies zeigt sich in einem zunehmenden Fokus auf zwischenmenschliche Beziehungen und gemeinschaftliche Werte im Unternehmenszweck und in der Strategie.
- › Ein relativer Anstieg bei Türkis um 10.3%.
Der innere Antrieb wird stärker durch ganzheitliches Denken und Nachhaltigkeit geprägt sein. Dies bedeutet eine verstärkte Berücksichtigung von globalen Perspektiven und langfristigen Auswirkungen im Unternehmenszweck und in der Strategie.

Notizen und offene Fragen

- Hat dich etwas besonders überrascht?
 - Siehst du irgendwo akkuten Handlungsbedarf?
 - Was möchtest du genauer beleuchten?
 - Allgemeine Gedanken und Notizen
-
-
-
-
-

Mögliche Spannungen und Reflexionsfragen zum Antriebshebel

Betrachtet man beide Antriebshebel in Hinblick auf die jeweiligen Wertesystem, können dort eventuelle Spannungen vorhanden sein. Nämlich immer dann, wenn ein Ungleichgewicht in den Ausprägungen herrscht. Das bedeutet nicht zwangsläufig ein Problem, aber es ist wichtig sich damit bewusst zu beschäftigen:

- Notizen:

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

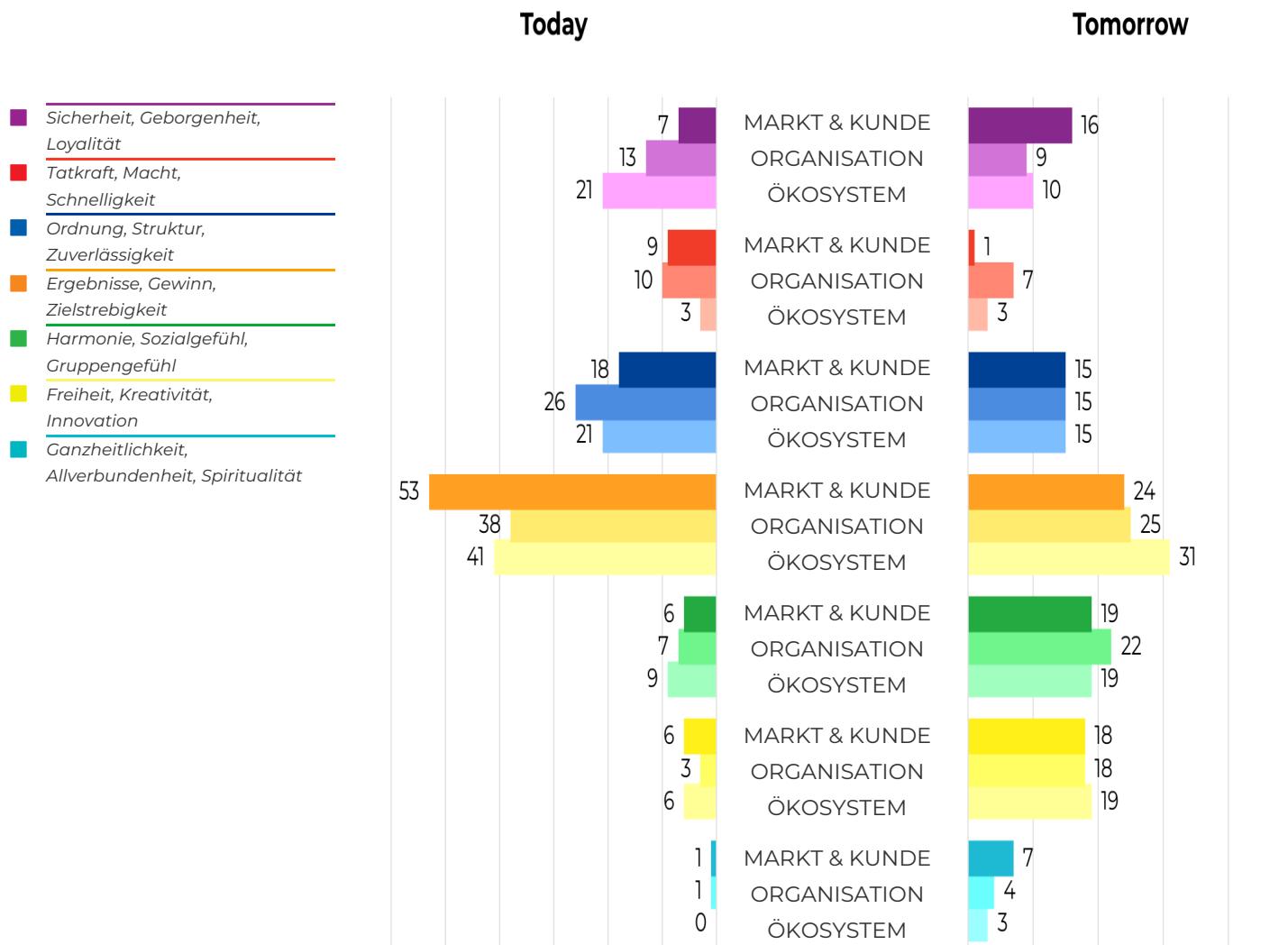
2.2 Potenzialhebel

Beim Potenzialhebel wird die Lücke zwischen den Subhebeln Markt & Kunde, der Organisation und dem Ökosystem betrachtet.

Markt und Kunde besteht aus den Elementen **Markt** und **Kunden**

Organisation besteht aus den Elementen **Prozesse** und **Kultur**.

Ökosystem besteht aus den Elementen **Partner** und **Konkurrenz**.



Beachtenswertes bei Markt & Kunden

Besondere Ergebnisse im Today

Die heutige Einschätzung von Markt & Kunden ist geprägt durch...

- ...Wettbewerb und dem Streben nach dem eigenen Vorteil. Wir sehen den Markt als einen Raum, in dem alle miteinander konkurrieren und nach rein wirtschaftlichem Erfolg streben. Die Kunden sind da ganz ähnlich, auch sie sind ambitionierte Taktiker mit einer eigenen Agenda. Besonders die Einschätzung des Marktes weist eine hohe orange Ausprägung auf.

Ergebnis Markt (orange): 58.82

Ergebnis Kunden (orange) 47.06

Die 3 größten Veränderungen bei Markt & Kunden

- Ein sehr starker relativer Rückgang bei Orange um -29.41%.
Der Einfluss von Wettbewerbsdenken und dem alleinigen Blick auf den eigenen Vorteil beim Markt und bei Kunden wird abnehmen.
- Ein starker relativer Anstieg bei Grün um 13.24%.
Der Einfluss von Zusammenschluss und Empathie innerhalb des Marktes und bei Kunden wird zunehmen. Das führt zu einem immer harmonischeren Umgang untereinander.
- Ein starker relativer Anstieg bei Gelb um 11.77%.
Markt und Kunden werden sich zunehmend vernetzen und innovative Lösungen bieten. Das führt zu einem immer kreativeren Umfeld, mit hohen Ansprüchen.
 - Generell wird der Fokus auf zukunftsorientierten Wertesysteme (gelb, türkis) zunehmen.

Notizen und offene Fragen

- Hat dich etwas besonders überrascht?
 - Siehst du irgendwo akkuten Handlungsbedarf?
 - Was möchtest du genauer beleuchten?
 - Allgemeine Gedanken und Notizen
-
-
-
-
-

Beachtenswertes innerhalb der Organisation

Besondere Ergebnisse im Today

Die Wahrnehmung der eigenen Prozesse und Kultur ist geprägt durch...

- ...kalkulierte Methoden und ein ehrgeiziges Mindset. Unsere Prozesse fokussieren sich auf Maßnahmen, die primär die interne Effizienz erhöhen sollen, und auch in der Kultur macht sich dieser unternehmerische Ansatz überall bemerkbar. Besonders die Einschätzung der eigenen Prozesse weist eine hohe orange Ausprägung auf.
Ergebnis Prozesse (orange): 41.18
Ergebnis Kultur (orange) 35.29
- ...geregelte Standards und klare Strukturen. Prozesse werden als Planungs- und Kontrollmechanismen gesehen, die zumeist schriftlich festgehalten sind. Das zeigt sich auch in der Kultur durch eine hohe Zuverlässigkeit und Pflichtbewusstsein. Besonders die Einschätzung der eigenen Prozesse weist eine hohe blaue Ausprägung auf.
Ergebnis Prozesse (blau): 32.35
Ergebnis Kultur (blau): 20.59

Die 3 größten Veränderungen innerhalb der Organisation

- › Ein starker relativer Anstieg bei Gelb um 14.71%.
Flexibilität und Kreativität innerhalb des Unternehmens wird zunehmen. Dadurch können Lösungen komplex werden, man ist aber auch immer offen für neue Technologien.
- › Ein starker relativer Anstieg bei Grün um 14.71%.
Gemeinsame Vereinbarungen und persönliche Beziehungen werden immer mehr an Bedeutung gewinnen. Das führt zu konsensorientierten Entscheidungen und emotionalen Absprachen untereinander.
- › Ein starker relativer Rückgang bei Orange um -13.24%.
Ein ehrgeiziges Mindset und kalkulierte Methoden werden innerhalb der Organisation weniger zum Ausdruck kommen.
 - Generell wird der Fokus auf zukunftsorientierten Wertesysteme (gelb, türkis) zunehmen.

Notizen und offene Fragen

- Hat dich etwas besonders überrascht?
 - Siehst du irgendwo akkuten Handlungsbedarf?
 - Was möchtest du genauer beleuchten?
 - Allgemeine Gedanken und Notizen
-
-
-
-
-

Beachtenswertes im Ökosystem

Besondere Ergebnisse im Today

Die Wahrnehmung der Partner und Mitbewerber ist geprägt durch...

- ...ambitionierte Parteien mit hoher Leistungsbereitschaft. Unsere Partner wollen stets das Beste für sich herausholen. Die Mitbewerber weisen viel Energie und taktisches Geschick auf. Es sind zielstrebige Organisationen. Besonders die Einschätzung der Partner weist eine hohe orange Ausprägung auf.
Ergebnis Partner (orange): 44.12
Ergebnis Mitbewerber (orange) 38.24
- ...eine gewisse Vergangenheitsorientierung und feste Muster. Partner werden insbesondere Loyalität und starke Traditionen zugeschrieben. Mitbewerber weisen mitunter geschlossene Einheiten mit viel Erfahrung auf. Besonders die Einschätzung der Mitbewerber weist eine hohe lila Ausprägung auf.
Ergebnis Partner (lila): 11.76
Ergebnis Mitbewerber (lila): 29.41
- ...Regeln und Verträge. Bei der Zusammenarbeit mit Partnern herrscht eine recht hohe Beständigkeit durch klare Vereinbarungen. Mitbewerber halten sich in der Regel an die geltenden Gesetze. Besonders die Einschätzung der Partner weist eine hohe blaue Ausprägung auf.
Ergebnis Partner (blau): 23.53
Ergebnis Mitbewerber (blau): 17.65
 - Das Profil weist eine spürbare Ausprägung für die vergangenheitsorientierten Wertesysteme (lila und blau) auf.

Die 3 größten Veränderungen im Ökosystem

- › Ein starker relativer Anstieg bei Gelb um 13.24%
Das Ökosystem wird zunehmend durch technologische Entwicklungen angetrieben und schöpft die Potenziale des Netzwerks aus. Dadurch entsteht eine zukunftsorientierte Ausrichtung.
 - › Ein relativer Rückgang bei Lila um -10.3%
Der Einfluss von Vergangenheitsorientierung und feste Muster innerhalb des Ökosystems wird abnehmen.
 - › Ein relativer Rückgang bei Orange um -10.3%
Die Parteien des Ökosystems werden weniger nach ambitionierten Zielen streben und zeigen im Verhältnis weniger Leistungsbereitschaft.
- Generell wird der Fokus auf zukunftsorientierten Wertesysteme (gelb, türkis) zunehmen.

Notizen und offene Fragen

- Hat dich etwas besonders überrascht?
 - Siehst du irgendwo akkuten Handlungsbedarf?
 - Was möchtest du genauer beleuchten?
 - Allgemeine Gedanken und Notizen
-
-
-
-
-
-

Mögliche Spannungen und Reflexionsfragen zum Potenzialhebel

Betrachtet man beide Antriebshebel in Hinblick auf die jeweiligen Wertesystem, können dort eventuelle Spannungen vorhanden sein. Nämlich immer dann, wenn ein Ungleichgewicht in den Ausprägungen herrscht. Das bedeutet nicht zwangsläufig ein Problem, aber es ist wichtig sich damit bewusst zu beschäftigen:

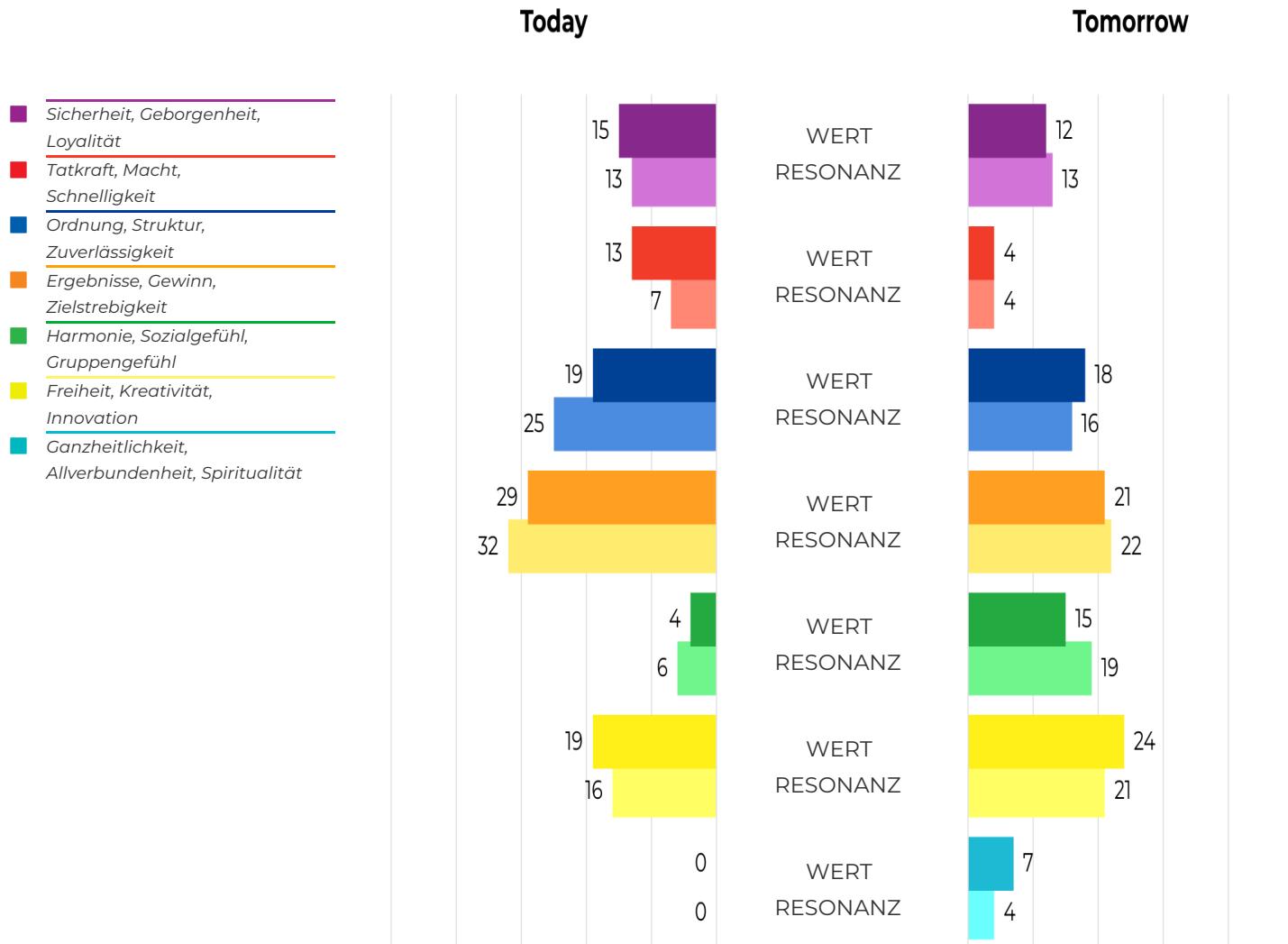
- Schaue dir die Grafik im Today nochmal genau an. Gibt es Spannungen, also ungleiche Verteilungen innerhalb eines Wertesystems. Wie lässt sich das erklären? Könnte ein Ungleichgewicht ein Problem in der Gegenwart darstellen?
-
.....
.....
.....
.....
.....

- Nun schaue dir die Grafik im Tomorrow nochmal genau an. Gibt es Spannungen, also ungleiche Verteilungen innerhalb eines Wertesystems. Wie lässt sich das erklären? Könnte ein Ungleichgewicht zu einem Problem werden?
-
.....
.....
.....
.....

2.3 Werthebel

Beim Werthebel wird die Lücke zwischen den Subhebeln Wert und Resonanz betrachtet.

Wert besteht aus den Elementen **Problemlösung** und **Nutzen**
Resonanz besteht aus den Elementen **Botschaft** und **Wirkung**.



Beachtenswertes beim Wert

Besondere Ergebnisse im Today

Die heutige Einschätzung des Wertbeitrags ist geprägt durch...

- ...Profitabilität und Ergebnisorientierung. Unseren Kunden verhelfen wir dabei, Chancen zu ergreifen. Unser allgemeiner Wertbeitrag zielt primär auf Erfolg und Prestige. Besonders die Einschätzung dem Nutzen weist eine hohe orange Ausprägung auf.
Ergebnis Angebot (orange): 26.47
Ergebnis Nutzen (orange) 32.35
 - ...Wissensaustausch und Offenheit. Die Problemlösungen, die wir für unsere Kunden bieten, zielen vermehrt auf die Vermittlung von Wissen. Unser Wertbeitrag beinhaltet daher meist kreative Konzepte und einfallsreiche Ideen. Besonders die Einschätzung dem Angebot weist eine hohe gelbe Ausprägung auf.
Ergebnis Angebot (gelb): 26.47
Ergebnis Nutzen (gelb): 11.76
 - ...Planbarkeit und Stabilität. Wir unterstützen unsere Kunden dabei, ihre Planungssicherheit zu steigern. Der Wert, den wir dadurch leisten, zielt auf ein zuverlässigeres Qualitätsmanagement ab. Besonders die Einschätzung dem Nutzen weist eine hohe blaue Ausprägung auf.
Ergebnis Angebot (blau): 17.65
Ergebnis Nutzen (blau): 20.59
- Das Profil weist eine spürbare Ausprägung für die rationalen Wertesystme (blau und gelb) auf.

Die 3 größten Veränderungen beim Werthebel

- Ein relativer Anstieg bei Grün um 10.3%
Wir werden durch unseren Wertbeitrag Dialog und Mitgefühl weiter fördern. Das sorgt für ein harmonisches Miteinander.
- Ein moderater relativer Rückgang bei Rot um -8.83%
Der Aspekt der Zeitersparnis und Dominanz in Bezug auf den Wertbeitrag wird abnehmen.
- Ein moderater relativer Rückgang bei Orange um -8.82%
Der Einfluss von Profitabilität und Ergebnisorientierung in Bezug auf den Wertbeitrag wird abnehmen.

Notizen und offene Fragen

- Hat dich etwas besonders überrascht?
 - Siehst du irgendwo akkuten Handlungsbedarf?
 - Was möchtest du genauer beleuchten?
 - Allgemeine Gedanken und Notizen
-
-
-
-

Beachtenswertes bei der Resonanz

Besondere Ergebnisse im Today

Die heutige Einschätzung der Resonanz ist geprägt durch...

- ...den Anspruch immer besser zu werden. Wir vermitteln mit unserer Kernbotschaft eine klare Ergebnisorientierung. Die Wirkung nach innen und außen verfolgt das klare Bedürfnis nach Optimierung und Effizienz. Besonders die Einschätzung der Botschaft weist eine hohe orange Ausprägung auf.
Ergebnis Botschaft (orange): 41.18
Ergebnis Wirkung (orange) 23.53
- ...Disziplin und Sicherheit. Mit unserer Kernbotschaft vermitteln wir ein hohes Maß an Verlässlichkeit, und die Wirkung, die wir dadurch erzielen, fördert ein geordnetes und geregeltes Umfeld. Besonders die Einschätzung der Botschaft weist eine hohe blaue Ausprägung auf.
Ergebnis Botschaft (blau): 26.47
Ergebnis Wirkung (blau): 23.53

Die 3 größten Veränderungen bei der Resonanz

- Ein starker relativer Anstieg bei Grün um 13.24%.
Harmonie und Nahbarkeit sind Werte, die in Zukunft stärker in den Hintergrund der Resonanz geraten werden. Dadurch vermitteln wir Herzlichkeit und die steigende Relevanz, dass alle gehört werden sollten.
- Ein relativer Rückgang bei Orange um -10.29%.
Wir vermitteln in Zukunft weniger den Anspruch, dass man ständig danach streben sollte immer besser zu werden.
- Ein moderater relativer Rückgang bei Blau um -8.82%.
Disziplin und Sicherheit sind Aspekte, die durch unsere Resonanz in Zukunft weniger in den Fokus rücken.
 - Generell wird der Fokus auf zukunftsorientierten Wertesysteme (gelb, türkis) zunehmen.

Notizen und offene Fragen

- Hat dich etwas besonders überrascht?
 - Siehst du irgendwo akkuten Handlungsbedarf?
 - Was möchtest du genauer beleuchten?
 - Allgemeine Gedanken und Notizen
-
-
-
-
-

Mögliche Spannungen und Reflexionsfragen zum Werthebel

Betrachtet man beide Antriebshebel in Hinblick auf die jeweiligen Wertesystem, können dort eventuelle Spannungen vorhanden sein. Nämlich immer dann, wenn ein Ungleichgewicht in den Ausprägungen herrscht. Das bedeutet nicht zwangsläufig ein Problem, aber es ist wichtig sich damit bewusst zu beschäftigen:

- Notizen:

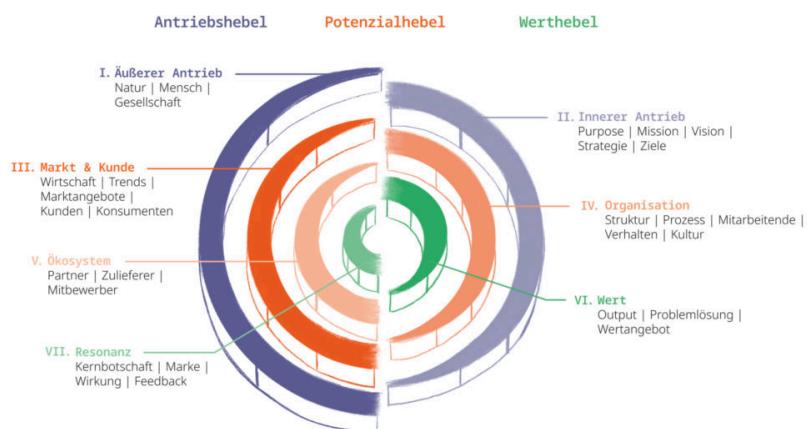
.....
.....
.....
.....
.....
.....

3. Eine verdichtete Auswertung

3.1 Innere Elemente Today - Tomorrow

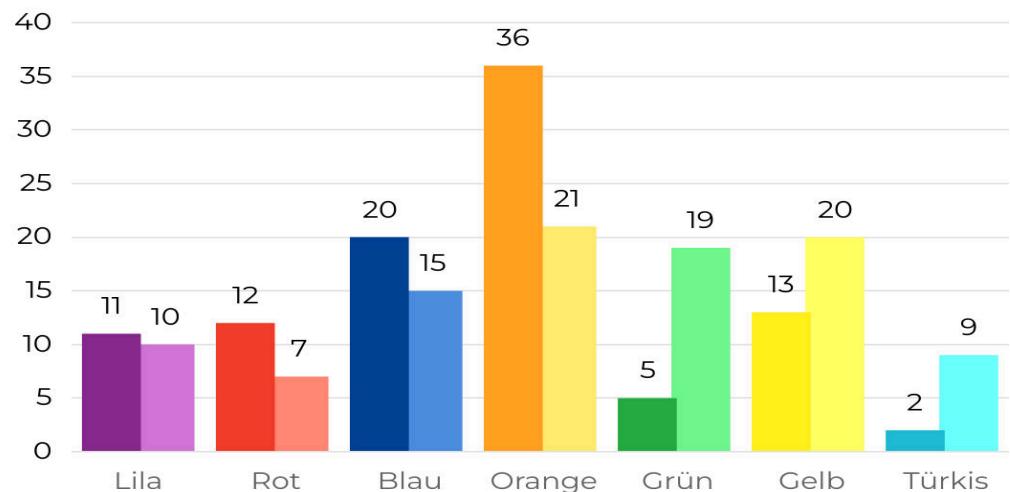
Die verdichtete Auswertung geht auf die unternehmensinternen Elemente ein. Diese Elemente definieren die interne Struktur und Funktionsweise eines Unternehmens. Sie beeinflussen, wie Entscheidungen getroffen werden, wie Teams zusammenarbeiten und wie die Organisation als Ganzes ihre Ziele verfolgt und erreicht.

Die folgenden Ergebnisse befassen sich mit dem rechten Teil des Oszillogramms: dem inneren Antrieb (Purpose und Strategie), der Organisation (Prozesse und Kultur) und dem Wert (Problemlösung und Wertbeitrag).



Das Werteprofilprofil der inneren Elemente wird im Today-Tomorrow - Vergleich dargestellt. Der linke Balken zeigt die prozentualen Ergebnisse im Today, der rechte Balken jeweils die Ergebnisse im Tomorrow. Auf den folgenden Seiten werden die Ergebnisse genauer ausgeführt.

- | | |
|---|---|
| ■ | Sicherheit, Geborgenheit, Loyalität |
| ■ | Tatkraft, Macht, Schnelligkeit |
| ■ | Ordnung, Struktur, Zuverlässigkeit |
| ■ | Ergebnisse, Gewinn, Zielstrebigkeit |
| ■ | Harmonie, Sozialgefühl, Gruppengefühl |
| ■ | Freiheit, Kreativität, Innovation |
| ■ | Ganzheitlichkeit, Allverbundenheit, Spiritualität |



Der Gipfel des Erfolgs bietet die beste Aussicht, aber die Kletterei sollte nicht auf Kosten anderer gehen.

Das Ziel ist das Ziel (Today: 36 | Tomorrow: 21)

Eine sehr starke orange Ausprägung zeichnet sich durch eine Umgebung aus, die Erfolg und Leistung an erster Stelle stellt. Es herrscht ein starker Antrieb, die Besten zu sein und Anerkennung zu ernten, was allerdings zu einem Umfeld führen kann, in dem der Zweck die Mittel heiligt und zwischenmenschliche Beziehungen zweitrangig werden.

Mit einer Abnahme von Orange könnte eine Reduktion der Leistungsorientierung und Ergebnisfokussierung einhergehen. Dies könnte die Profitabilität und Innovationskraft im Unternehmen mindern.

Regeltreue und Ordnung (Today: 20 | Tomorrow: 15)

Strikte Regeln sind die Grundlage von Verlässlichkeit.

Ist Blau stark ausgeprägt, zeigt sich eine Organisation, die großen Wert auf Regeln, Disziplin und Pflichterfüllung legt. Dies fördert hohe Standards und Zuverlässigkeit, kann jedoch auch dazu führen, dass neue Ideen und Veränderungen mit Skepsis betrachtet werden und erst angenommen werden, wenn sie schriftlich festgehalten und legitimiert sind.

Ein konstantes blaues Wertesystem bedeutet, dass die Organisation ihre Ausrichtung auf Regeln, Ordnung und Disziplin fortsetzt. Dies sorgt für gleichbleibende Planungssicherheit und Zuverlässigkeit in den Arbeitsabläufen.

Innovationsgeist (Today: 13 | Tomorrow: 20)

Das Gleichgewicht zwischen Wissen und Handeln führt zu Innovationen.

Ein moderater Gelb-Anteil in einer Organisation reflektiert eine Balance zwischen Offenheit für neue Ideen und praktischer Anwendbarkeit. Es wird Wert auf Forschung und Verständnis gelegt, jedoch ohne die Umsetzung und die Mitarbeitenden aus den Augen zu verlieren.

Eine Zunahme von Gelb signalisiert ein wachsendes Interesse an ganzheitlichem Denken und intellektueller Freiheit. Dies fördert Innovation und Offenheit, kann aber zu Überkomplexität und Analyselähmung führen.

Kraftvolle Impulse (Today: 12 | Tomorrow: 7)

Ergebnisse entstehen nicht nur durch Durchsetzungskraft, sondern auch durch durch Teamarbeit.

Eine moderate Ausprägung des roten Wertesystems steht für ein gesundes Gleichgewicht zwischen Schnelligkeit und Ruhe. Hier gibt es Raum für starke Personen und persönliche Initiative, ohne dass man mit dem Kopf durch die Wand geht. Das Ergebnis lässt auf eine bedachte Umsetzung von Plänen schließen, ohne dabei Risikoscheu zu sein.

Die Abnahme von Rot bedeutet eine Reduktion der Durchsetzungskraft und des Wettbewerbsgeistes. Dies könnte die Entschlossenheit und Risikobereitschaft innerhalb des Unternehmens schwächen.

Tradition und Innovation müssen keine Gegensätze sein – das eine gibt uns Wurzeln, das andere Flügel.

Tradition trotz Fortschritt (Today: 11 | Tomorrow: 10)

Die Stärke der Tradition gibt uns Sicherheit und Ruhe. Eine moderate Ausprägung des Lila-Wertesystems zeigt ein ausgewogenes Verhältnis zwischen Stabilität und Veränderung. Hier werden tradierte Werte und Sicherheit geschätzt, ohne dass sie die Weiterentwicklung der Organisation hemmen. Ein mittleres Maß an Lila fördert Loyalität und Zusammenhalt, ohne grundsätzlich die Anpassungsfähigkeit zu beeinträchtigen.

Ein gleichbleibendes Lila-Wertesystem bedeutet, dass das Unternehmen seine Schwerpunkte auf Sicherheit, tradierte Bindungen und Rituale beibehält. Dies bewahrt das Gefühl der Zugehörigkeit und Loyalität innerhalb der Organisation.

Jenseits der Harmonie (Today: 5 | Tomorrow: 19)

In einer Organisation mit geringer grüner Ausprägung wird weniger Wert auf Konsens und Harmonie gelegt. Dies kann zu einer effizienteren Entscheidungsfindung führen, aber möglicherweise zulasten des Gemeinschaftsgefühls und des zwischenmenschlichen Verständnisses gehen.

Eine Zunahme des grünen Wertesystems weist auf eine verstärkte Ausrichtung auf Mitarbeiterorientierung, Harmonie und Konsensbildung hin. Während dies ein inklusiveres und fürsorglicheres Arbeitsumfeld schafft, könnte es die Entscheidungsfindung verlangsamen und die Ergebnisorientierung vernachlässigen.

Pragmatismus vor Illusion (Today: 2 | Tomorrow: 9)

Ein zu starkes Streben nach Einigkeit kann die Handlungsfähigkeit bremsen.

Pragmatismus und Idealismus müssen Hand in Hand gehen.

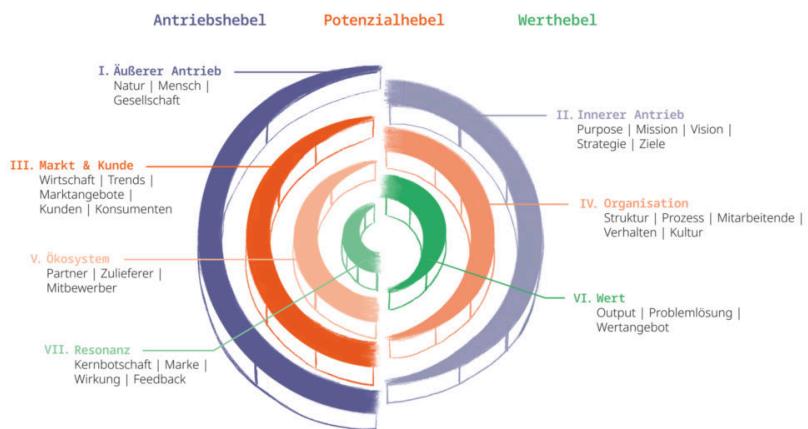
Organisationen mit einer geringen türkisen Ausprägung bewerten die Bedeutung von Ganzheitlichkeit und globalem Bewusstsein als eher nachrangig. Sie bevorzugen den Blick auf konkrete Themen, öffnen sich aber gelegentlich für integrative und ganzheitliche Perspektiven.

Mit einer Zunahme von Türkis bewegt sich das Unternehmen hin zu einer globalen Vision und Integration. Es strebt nach Lösungen, die das Wohl des gesamten Planeten berücksichtigen, was jedoch die praktische Umsetzung herausfordern könnte.

3.2 Äußere Elemente Today - Tomorrow

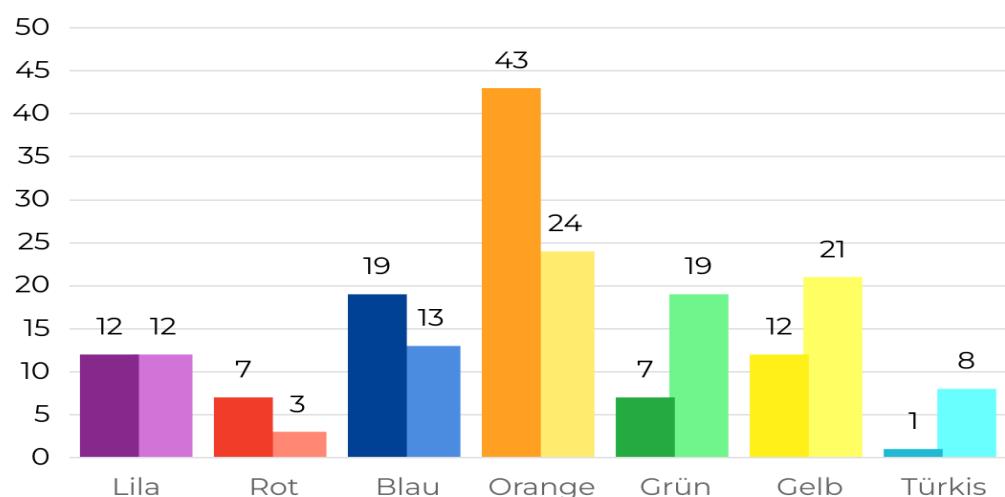
Neben den unternehmensinternen Elementen sind die externen Faktoren entscheidend für die Ausrichtung und den Erfolg eines Unternehmens. Sie repräsentieren die äußeren Kräfte, die ein Unternehmen nicht direkt steuern kann, auf die es jedoch reagieren und an die es sich anpassen muss. Die Wichtigkeit dieser äußeren Faktoren liegt in ihrer Fähigkeit, sowohl Chancen als auch Risiken zu interpretieren.

Die folgenden Ergebnisse befassen sich also mit dem linken Teil des Oszillogramms: dem äußeren Antrieb (Natur und Gesellschaft), dem Markt und Kunden, dem Ökosystem (Partner und Mitbewerber) und der Resonanz (Kernbotschaft und Resonanz).



Folgendes Profil ergibt sich für die externen Faktoren im Today-Tomorrow - Vergleich. Der linke Balken zeigt alle prozentualen Ergebnisse im Today, der rechte Balken jeweils die Ergebnisse im Tomorrow.

- | |
|---|
| Sicherheit, Geborgenheit, Loyalität |
| Tatkraft, Macht, Schnelligkeit |
| Ordnung, Struktur, Zuverlässigkeit |
| Ergebnisse, Gewinn, Zielstrebigkeit |
| Harmonie, Sozialgefühl, Gruppengefühl |
| Freiheit, Kreativität, Innovation |
| Ganzheitlichkeit, Allverbundenheit, Spiritualität |



Die Verfolgung von
Spitzenleistungen bestimmt alle
Entscheidungen.

Alleiniger Fokus auf Erfolg (Today: 43 | Tomorrow: 24)

Eine so stark ausgeprägte Ausrichtung auf das orange Wertesystem deutet darauf hin, dass die externen Elemente den Fokus ausschließlich auf materiellen Erfolg und die Überlegenheit im Wettbewerb legen. Dies bedeutet, dass jeder seine eigene Agenda hat und opportunistisch nach dem Platz an der Spitze strebt. Das macht das Umfeld unglaublich effektiv und performant. Man muss also auf der Hut sein und sich damit abfinden, dass man nur als Mittel zum Zweck verwendet wird und der individuelle Erfolg über einem gemeinschaftlichen Mehrwert liegen wird. Die Bedeutung von sozialer Verantwortung und ethischen Überlegungen ist immer nachrangig. Eine Abnahme des orangen Wertesystems deutet darauf hin, dass Einflüsse mit einer breiteren Perspektive betrachtet werden und nicht nur materiellen Erfolg als Maßstab angelegt wird. Dies könnte eine stärkere Betonung auf soziale und ökologische Verantwortung sowie auf langfristige Nachhaltigkeit mit sich bringen.

Ordnung als Basis (Today: 19 | Tomorrow: 13)

Eine starke Ausprägung von Blau führt zu einer hohen Wahrnehmung von Ordnung und Beständigkeit in der Bewertung der externen Elemente. Das Umfeld verlässt sich auf klare, festgehaltene Regeln und Prozesse, um Sicherheit und Zuverlässigkeit zu gewährleisten. Dies führt zu einer hohen Planungssicherheit im Umgang. Bedeutend ist jedoch auch, dass man sich strikt nach diesen Regeln und Gesetzen verhalten muss, um akzeptiert und nicht sanktioniert zu werden. Eine Abnahme des blauen Wertesystems zeigt, dass die externen Elemente möglicherweise eine weniger rigide und strukturierte Herangehensweise einnehmen wird. Es bewegt sich in Richtung größerer Flexibilität und Offenheit für unkonventionelle Lösungen, was die Möglichkeit für kreativere und freiere Ansätze ermöglicht.

Balance zwischen Erbe und Fortschritt (Today: 12 | Tomorrow: 12)

Die Anerkennung der Bedeutung kultureller Erbschaften prägt die Wahrnehmung externer Elemente und ihrer Dynamiken, ohne dass jedoch eine unerschütterliche Treue erzwungen wird. Dies führt zu einer ausgewogenen Haltung gegenüber Veränderungen im Umfeld, wobei Gemeinschaftswerte sowohl bewahrt als auch behutsam angepasst werden. Obwohl die Vergangenheit respektiert wird, besteht eine gewisse Offenheit für zukunftsorientierte Ausrichtungen, die jedoch mit Bedacht gewählt werden.

Ein gleichbleibendes Lila-Wertesystem bedeutet, dass das Unternehmen seine Sichtweise auf externe Elemente beibehält, mit einer konstanten Wertschätzung für Tradition und kulturelle Identität.

Das Gleichgewicht von Tradition
und Innovation formt unser
Umfeld

Analyse trifft Aktion (Today: 12 | Tomorrow: 21)

Ein Gleichgewicht zwischen
Verstehen und Handeln.

Eine moderate Ausprägung des Innovationsgeistes und der Freiheit durch Wissen ist in der Wahrnehmung der externen Elemente erkennbar. Das Umfeld zeigt Interesse an intellektuellen Herausforderungen, neue Entwicklungen und systemischen Zusammenhängen, jedoch nicht in einem übermäßigen Maße. Veränderungen werden begrüßt, aber nicht zwangsläufig in jedem Bereich angestrebt. Neue Informationen werden aufgenommen, aber nicht immer unmittelbar in neue Lösungen umgesetzt. Dies schafft eine gewisse Ausgewogenheit zwischen Anspruch und Stabilität. Eine Zunahme signalisiert eine verstärkte Fokussierung auf analytische Tiefe und ganzheitliches Verständnis in der Bewertung externer Faktoren. Das Streben nach umfassendem Wissen und innovativen Ansätzen wird intensiviert.

Zurückhaltung statt Dominanz (Today: 7 | Tomorrow: 3)

Geringer Fokus auf Konfrontation
eröffnet vielfältige Wege der
Zusammenarbeit.

Bei einer geringen Wahrnehmung des roten Wertesystems schätzt das Unternehmen externe Faktoren mit einer Neigung zur Vorsicht und weniger aggressiven Strategien ein. Diese Haltung fördert die Suche nach diplomatischen Lösungen und Partnerschaften, anstatt Konfrontation zu priorisieren. Es wird Wert auf langfristige Beziehungen gelegt und man sieht den Erfolg nicht ausschließlich durch den Ausbau des eigenen Einflussbereichs und Respekts, sondern in anderen Fähigkeiten, wie nachhaltige Netzwerke zu schaffen und zu pflegen. Ein gleichbleibendes rotes Wertesystem bedeutet, dass das Umfeld in Bezug auf territoriale Machtkämpfe und Risikobereitschaft gleich bleibt. Die externen Elemente werden weder dominanter noch wird die Ausprägung von Machtpolitik zurückgehen.

Weniger Fokus auf Harmonie (Today: 7 | Tomorrow: 19)

Indem wir über die Grenzen der
Harmonie hinausgehen,
erkunden wir effektive Wege.

Eine geringe Neigung zum Konsens und zur Harmonie ist in den externen Elementen erkennbar, was sich durch ein niedriges Ergebnis im grünen Wertesystem zeigt. Es besteht kaum ein Drang, aufeinander zu achten, und Konflikte werden offen ausgetragen. Man legt weniger Wert darauf, alles gemeinsam zu besprechen, sondern fokussiert sich auf die eigenen Bedürfnisse und bevorzugt eine direktere Kommunikation. In einem solchen Umfeld fühlt man sich nicht durch die Suche nach Harmonie eingeschränkt, und man sollte nicht allzu viel Nächstenliebe oder einen sanften Umgang erwarten. Eine Zunahme signalisiert eine verstärkte Fokussierung auf soziale Verantwortung, Gleichheit und Gemeinschaft in der Bewertung externer Faktoren. Das Streben nach Harmonie und ethischem Handeln wird intensiviert, was das Engagement für nachhaltige Entwicklung und faire Praktiken fördert.

Begrenzte globale Perspektive (Today: 1 | Tomorrow: 8)

Wir konzentrieren uns auf das
Greifbare.

Eine geringe Ausprägung in ganzheitlichem Denken und Spiritualität ist in der Wahrnehmung der externen Elemente vorhanden. Es wird weniger Wert auf globale Interkonnectivität und holistisches Bewusstsein gelegt. Alltagsprobleme werden vorrangig als relevant betrachtet, ohne sie im Kontext des größeren Ganzen zu sehen. Der nachhaltige Blick in die Zukunft wird in diesem Umfeld auf nicht allzu viel Anerkennung stoßen. Man befasst sich eher mit konkreten Herausforderungen der Gegenwart, mit einem direkten Return.

Eine Zunahme signalisiert eine verstärkte Fokussierung auf globales Bewusstsein und ganzheitliches Verständnis in der Bewertung externer Faktoren. Das Unternehmen intensiviert seine Bemühungen, integrative Lösungen zu entwickeln, die ökologische Nachhaltigkeit und globale Verbundenheit berücksichtigen.

3.4 Tabellarische Ergebnisse

Transformations-hebel	Subhebel	Elemente	Ergebnisse Today							
			Lila	Rot	Blau	Orange	Grün	Gelb	Türkis	
Antriebshebel	I. Äußerer Antrieb			7.35	7.35	13.24	44.12	5.88	19.12	2.94
	I. Äußerer Antrieb	A. Natur	5.88	8.82	14.71	58.82	5.88	0	5.88	
		B. Gesellschaft	8.82	5.88	11.76	29.41	5.88	38.24	0	
	I. Innerer Antrieb			5.88	13.24	13.24	41.18	2.94	17.65	5.88
	II. Innerer Antrieb	A. Purpose	5.88	11.76	14.71	44.12	2.94	14.71	5.88	
		B. Strategie	5.88	14.71	11.76	38.24	2.94	20.59	5.88	
Potentialhebel	III. Markt und Kunde			7.35	8.82	17.65	52.94	5.88	5.88	1.47
	III. Markt und Kunde	A. Markt	5.88	14.71	11.76	58.82	2.94	5.88	0	
		B. Kunde	8.82	2.94	23.53	47.06	8.82	5.88	2.94	
	IV. Organisation			13.24	10.29	26.47	38.24	7.35	2.94	1.47
	IV. Organisation	A. Prozesse	8.82	5.88	32.35	41.18	8.82	0	2.94	
		B. Kultur	17.65	14.71	20.59	35.29	5.88	5.88	0	
Werthebel	V. Ökosystem			20.59	2.94	20.59	41.18	8.82	5.88	0
	V. Ökosystem	A. Partner	11.76	2.94	23.53	44.12	5.88	11.76	0	
		B. Mittbewerber	29.41	2.94	17.65	38.24	11.76	0	0	
	VI. Wert			14.71	13.24	19.12	29.41	4.41	19.12	0
	VI. Wert	A. Problemlösung	14.71	14.71	17.65	26.47	0	26.47	0	
		B. Wertbeitrag	14.71	11.76	20.59	32.35	8.82	11.76	0	
Werthebel	VII. Resonanz			13.24	7.35	25	32.35	5.88	16.18	0
	VII. Resonanz	A. Kernbotschaft	11.76	2.94	0	41.18	5.88	11.76	0	
		B. Wirkung	14.71	11.76	23.53	23.53	5.88	20.59	0	

Transformations-hebel	Subhebel	Elemente	Ergebnisse Tomorrow							
			Lila	Rot	Blau	Orange	Grün	Gelb	Türkis	
Antriebshebel	I. Äußerer Antrieb			7.35	4.41	7.35	19.12	19.12	26.47	16.18
	I. Äußerer Antrieb	A. Natur	8.82	5.88	5.88	23.53	14.71	17.65	23.53	
		B. Gesellschaft	5.88	2.94	8.82	14.71	23.53	35.29	8.82	
	I. Innerer Antrieb			8.82	8.82	11.76	16.18	19.12	19.12	16.18
	II. Innerer Antrieb	A. Purpose	8.82	14.71	11.76	14.71	11.76	17.65	20.59	
		B. Strategie	8.82	2.94	11.76	17.65	26.47	20.59	11.76	
Potentialhebel	III. Markt und Kunde			16.18	1.47	14.71	23.53	19.12	17.65	7.35
	III. Markt und Kunde	A. Markt	17.65	2.94	8.82	35.29	14.71	17.65	2.94	
		B. Kunde	14.71	0	20.59	11.76	23.53	17.65	11.76	
	IV. Organisation			8.82	7.35	14.71	25	22.06	17.65	4.41
	IV. Organisation	A. Prozesse	5.88	8.82	17.65	20.59	32.35	8.82	5.88	
		B. Kultur	11.76	5.88	11.76	29.41	11.76	26.47	2.94	
Werthebel	V. Ökosystem			10.29	2.94	14.71	30.88	19.12	19.12	2.94
	V. Ökosystem	A. Partner	14.71	5.88	11.76	17.65	14.71	32.35	2.94	
		B. Mittbewerber	5.88	0	17.65	44.12	23.53	5.88	2.94	
	VI. Wert			11.76	4.41	17.65	20.59	14.71	23.53	7.35
	VI. Wert	A. Problemlösung	11.76	5.88	17.65	23.53	11.76	23.53	5.88	
		B. Wertbeitrag	11.76	2.94	17.65	17.65	17.65	23.53	8.82	
Werthebel	VII. Resonanz			13.24	4.41	16.18	22.06	19.12	20.59	4.41
	VII. Resonanz	A. Kernbotschaft	8.82	2.94	0	20.59	20.59	26.47	5.88	
		B. Wirkung	17.65	5.88	17.65	23.53	17.65	14.71	2.94	

4 Die Wertesysteme im Überblick

Lila

Lila ist das Antriebsmuster, das für Familiengefühl, Geborgenheit, Vertrauen und Identität steht. Organisationen mit hohem Lila-Anteil im Profil kommt es darauf an, Sicherheit und Geborgenheit zu geben. Sie legen großen Wert auf Treue und Loyalität und weisen eine starke gegenseitige Bindung auf.

Traditionen und Symbole sind wichtige Merkmale der lila Organisation; das Kollektiv ist wichtiger als die Einzelperson. Lila Organisationen mögen keine Veränderungen, sondern möchten am liebsten alles beim Alten belassen.

Stärken: Beständigkeit, Treue, Hingabe

Fallstricke: Starrheit, Ängstlichkeit, Naivität

Rot

Organisationen mit hoher roter Bewertung nehmen die Welt als einen Ort wahr, an dem jeder seine eigene Position zu verteidigen hat, wobei Konflikten nicht aus dem Weg gegangen wird. Führungskräfte erwarten Respekt von den Mitarbeitenden, von der Leitung erwarten sie eine starke und klare Führung.

Rote Organisationen sind äußerst durchsetzungskraftig und stressbeständig. Man erkennt sie an dem dominanten Auftreten, mit dem sie sich nicht immer Freunde machen. Rote Organisationen mögen ein dynamisches Umfeld mit hohem Tempo, das ein starkes und schlagfertiges Auftreten verlangt.

Stärken: Dominanz, im Hier und Jetzt, Mut

Fallstricke: Rücksichtslosigkeit, Undifferenziertheit, Impulsivität

Blau

Blaue Organisationen legen Wert auf Ordnung, Regelmäßigkeit, Klarheit und Disziplin. Sie legen strenge Normen an, die einzuhalten sind. Engagement und Gewissenhaftigkeit sowie ein Bestreben, Dinge auch zu Ende zu führen, kennzeichnet sie.

Regeln sind wichtig, und wer sich nicht daran hält, wird sanktioniert. Blaue Organisationen verfügen über viel Struktur sowie klare und umfassende Anweisungen.

Stärken: Qualität, Pflichterfüllung, Ehrlichkeit

Fallstricke: Strenge, Inflexibilität, Veränderungsunwilligkeit

Orange

Orangene Organisationen sind durch Unternehmertum, Leistungsorientierung und Ergebnisorientierung gekennzeichnet. Erfolg wird gerne in Form teurer und trendiger materieller Dinge zur Schau gestellt (z.B. hochwertige Bürogebäude).

Organisationen mit hohem Orange-Anteil sehen eine Welt voller Chancen, in der Risiken einzugehen sind, um das Ziel zu erreichen. Orange mag Wettbewerb und Herausforderungen, mit denen man punkten und Wertschätzung ernten kann. Teilen von Erfolg ist schwierig.

Stärken: Zweckmäßigkeit, Produktivität und Flexibilität

Fallstricke: Erfolg auf Kosten anderer, Arroganz, Berechnung

Grün

Grüne Organisationen legen großen Wert auf Mitarbeiterorientierung. Blick für Mitmenschen, Geselligkeit und Einfühlungsvermögen sind dabei typisch. Alle Mitarbeitenden sind gleich wertvoll. Organisationen mit Grün sind oft freundlich, hilfsbereit und fürsorglich, streben nach Harmonie und mögen keine Konflikte.

Es wird viel kommuniziert, auch über Gefühle. Dadurch kann es zu langen Beratungen kommen, ohne dass Beschlüsse gefasst werden.

Stärken: Konsens-Orientierung, Fairness, Toleranz

Fallstricke: Konfliktvermeidung, Entscheidungsschwäche, Übersensibilität

Gelb

Gelbe Organisationen geben viel Raum für intellektuelle Freiheit, ganzheitliches Denken, Forschung und neue Ideen. Sie sind gegenüber den Auffassungen und Ideen anderer offen, ziehen aber selbst ihre eigenen Schlussfolgerungen und verteidigen die eigenen Ideen mit Argumenten.

Organisationen mit hohen Gelb-Anteilen versuchen den Dingen auf den Grund zu gehen, um es wirklich zu verstehen und hinterfragen kritisch. Sie überraschen häufig mit originellen und überraschenden Ideen, machen es aber auch schon mal zu kompliziert.

Stärken: Offenheit, Wissen, Kreativität

Fallstricke: Kompliziertheit, Theorielastigkeit, Eigensinnigkeit

Türkis

Organisationen mit starkem Türkis stehen für eine weltweite Vision, für Integration und Einfachheit. Alles auf der Erde bewegt sich im Zusammenhang miteinander. Mensch und Organisation bilden dabei nur einen winzigen Bestandteil des irdischen Ökosystems und des Kosmos.

Geld, Status und Macht sind irrelevant, die alltäglichen Probleme sind unwichtig. Organisationen mit hohem Türkis-Anteil können gut relativieren. Sie streben Nachhaltigkeit und Verbundenheit auf einer höheren Ebene an.

Stärken: Schlichtheit, Selbstlosigkeit, Ganzheitlichkeit

Fallstricke: Abgehobenheit, Konturenlosigkeit, Unkonkretheit

5 Ausblick

Die Erkenntnisse, die du mit dem Impact Profiler gewonnen hast, fließen gemeinsam mit der qualitativen Analyse mit dem Impact Business Oszillogramm in den Schritt 8, die Gap-Analyse ein.

Dies ist die Phase, wo du die Erkenntnisse zusammenträgst und Impact Maßnahmen auf dem Weg zur enkelfähigen Transformation ableitest.

Wir wünschen dir weiterhin viel Freude.

Solltest Du noch Fragen haben, so setze dich einfach mit uns in Verbindung. Du erreichst uns unter

kontakt@impact-business-design.de