



HOGAN WERTE (MVPI)

BENENNT DIE GRUNDWERTE, ZIELE UND INTERESSEN EINER PERSON

Daten & Fakten

- Beschreibt Grundwerte, Ziele und Interessen einer Person auf 10 Dimensionen. Gibt individuelle Hinweise für Auswahl und/oder Entwicklung
- Sagt Führungsstil, Entscheidungsverhalten, Job-Zufriedenheit voraus, unterstützt in der Stellenbesetzung, optimiert Teamzusammensetzung
- Besteht aus 200 Fragen, Antwortformat Zustimmung/Unentschieden/Ablehnung, 15 Min. Durchführungszeit auf gesicherter Online-Plattform
- International einsetzbar: Fragebögen in über 40 Sprachen, Auswertungen ebenfalls in über 40 Sprachen für unterschiedliche Zielgruppen
- Globale und 40 nationale Normen verfügbar

Qualitätsmerkmale

- Basiert auf 80 Jahren Forschung zu Interessen, Werten und Motiven, u.a. von Allport, Murray und McClelland
- Nachweis der Treffsicherheit in über 100 Kriteriervalidierungsstudien in allen Branchen. Sicherung der Qualität und Testgütekriterien durch fortlaufende empirische Studien
- Globale Norm basierend auf einer Stichprobe mit 48.000 berufstätigen Erwachsenen, Landesnormen mit mind. 500
- Keine Diskriminierung (EEOC, AGG)
- Weitere Details im technischen Handbuch*

Geeignet für

- Auswahl/Recruiting
- Entwicklung
- Talentmanagement
- High Potential- und Nachfolgeplanung
- Teamentwicklung

In der Auswahl

- Beschreibt die Passung der Werte von Bewerbern mit der Organisationskultur, beschreibt deren Führungsstil und -kultur
- Zeigt die passende Arbeitsumgebung auf, um Potentiale zu heben und Risiken zu vermeiden
- Beschreibt, welche Faktoren die Zufriedenheit der Kandidaten bestimmen

In der Entwicklung

- Gibt Empfehlungen zu Karrierewegen
- Zeigt, wie alternative Herangehensweisen an Entscheidungen zum Erfolg in der Organisation führen können
- Zeigt, wie ein Entwicklungsplan erstellt werden kann
- Gibt Kandidaten Selbsterkenntnis, die sie brauchen, um erfolgreich zu sein

Beispielfragen

- Ich helfe gerne anderen Menschen
- Ich nehme es ziemlich genau mit richtig und falsch
- Zeiten ändern sich, aber unsere Traditionen sollten es nicht
- Ich mag keine faulen Leute ohne Ehrgeiz

DIMENSIONEN

Anerkennung	Reagiert auf Aufmerksamkeit, Bestätigung und Lob
Machtstreben	Streben nach Erfolg, Errungenschaften, Status und Kontrolle
Genussstreben	Ausrichtung auf Spass, Genuss und Vergnügen
Selbstlosigkeit	Der Wunsch anderen zu helfen und einen Beitrag für die Gesellschaft zu leisten
Verbundenheit	Wunsch nach und Pflege von sozialen Kontakten
Tradition	Wertschätzung des Bestehenden, starke persönliche Überzeugungen und Pflichtbewusstsein
Sicherheitsstreben	Bedürfnis nach Vorhersagbarkeit, Planbarkeit, Struktur und Ordnung
Profitstreben	Interesse an Geld, Erträgen, Investments und neuen Geschäftsmöglichkeiten
Ästhetik	Bedürfnis nach Selbstdarstellung, achtet auf Design von Arbeitsabläufen und -umfeld
Wissenschaftsorientierung	Die Suche nach Wissen, Forschung, Technologie und Daten

AUSWIRKUNGEN VON WERTEN

Antriebskräfte Ihre Werte sind Ihre Hauptantriebskräfte - die Dinge im Leben, durch die Sie motiviert werden. Werte bestimmen Ihre Ziele und symbolisieren das, was Sie anstreben und was Sie zu erreichen hoffen. Ihre Werte legen fest, was Sie sich von Ihrer Arbeit und vom Leben wünschen.

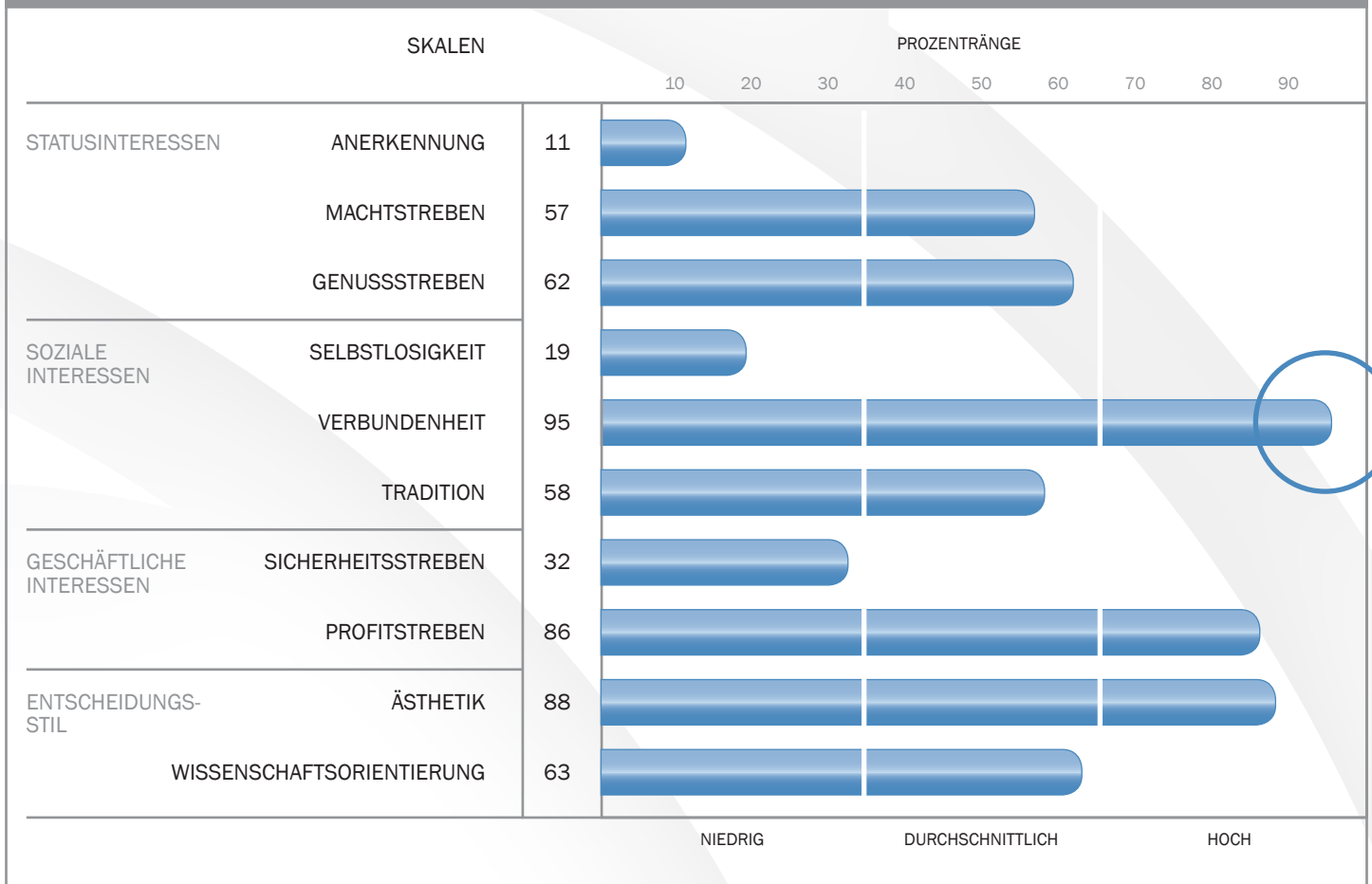
Passung zur Organisation Ihre Werte bestimmen, wie gut Sie mit einer Unternehmenskultur zusammenpassen. Menschen sind glücklich und produktiv in Kulturen, die mit ihren Werten übereinstimmen und sie sind gestresst und unglücklich in Kulturen, die von Ihren Werten abweichen.

Führungsstil und -kultur Ihre Werte spiegeln die Dinge wider, die Sie als lohnend empfinden und denen Sie Aufmerksamkeit schenken oder die Ihnen missfallen bzw. denen Sie aus dem Weg gehen. Ihre Werte legen daher die Verhaltensweisen fest, die Sie schätzen und belohnen und die Verhaltensweisen, die Sie ignorieren bzw. die Ihnen missfallen. Ihre Werte beeinflussen das Umfeld, welches Sie als Führungskraft prägen.

Unbewusste Voreingenommenheit Werte kommen oft ausserhalb der bewussten Wahrnehmung zum Tragen und beeinflussen sowohl das Denken als auch das Handeln. Sie haben Einfluss auf Ihre Entscheidungen - im Hinblick auf Menschen, Projekte, Pläne und Strategien. Werte filtern die Wahrnehmung von Erfahrungen, besonders in Hinblick darauf, was wünschenswert oder nicht wünschenswert, gut oder schlecht ist.



DAS WERTEPROFIL



EIN BEISPIEL AUS DEM WERTEBERICHT FÜR FÜHRUNGSKRÄFTE DIE

DIMENSION VERBUNDENHEIT ←

ANTRIEBSKRÄFTE

Sie neigen dazu, persönlich durch den Wunsch motiviert zu sein:

- Interaktionen mit anderen Menschen zu maximieren

PASSUNG ZUR ORGANISATION

Sie fühlen sich beim Arbeiten in Umgebungen am wohlsten, in denen:

- Man sich darauf verlässt, dass Teams die Arbeit erledigen

FÜHRUNGSSTIL UND -KULTUR

Die Kultur, die Sie als Führungsperson erschaffen, neigt dazu:

- Teambasiert mit flexiblen Regeln und Rollen zu sein

UNBEWUSSTE VOREINGENOMMENHEIT

Möglicherweise sind Sie sich nicht über die folgenden Aspekte Ihres Führungsstils bewusst:

- Möglicherweise verwechseln Sie Aktivität (z.B. in Besprechungen und Gesprächen) mit Produktivität