



GLOSSAR

Methoden und Modelle

MODELLE ZUR UNTERSCHIEDUNG VON PERSÖNLICHKEITEN

Heute werden weltweit, vorwiegend in der Personalwirtschaft, zahlreiche bewährte Instrumente zur Analyse von Persönlichkeits-Profilen eingesetzt. International besonders bekannt sind:

Die Big Fives

Der MBTI (Meyers-Briggs-Typen-Indikator)

Das DISG Persönlichkeits-Profil (Dominant / Initiativ / Stetig / Gewissenhaft)

MODELLE ZUR UNTERSCHIEDUNG VON PERSÖNLICHKEITEN

DIE BIG FIVES

Die Big Fives

Die Big Five ist ein Modell der Persönlichkeitspsychologie, das fünf grundlegende Persönlichkeitsdimensionen beschreibt. Es wird auch als das Fünf-Faktoren-Modell (FFM) bezeichnet. Die Big Five sind:

Offenheit für Erfahrungen: Beschreibt, wie aufgeschlossen, kreativ und neugierig eine Person ist. Menschen mit hoher Offenheit bevorzugen Vielfalt, Ideenreichtum und sind experimentierfreudig, während solche mit niedriger Offenheit traditionelle und vertraute Dinge bevorzugen.

Gewissenhaftigkeit: Reflektiert den Grad an Selbstdisziplin, Zuverlässigkeit und Organisationsfähigkeit einer Person. Gewissenhafte Menschen sind tendenziell ordentlich, pflichtbewusst und verantwortungsbewusst, während weniger gewissenhafte Personen eher spontan und nachlässig sind.

Extraversion: Beschreibt das Maß an geselligem Verhalten, Energie und positiver Emotionen einer Person. Extravertierte genießen die Gesellschaft anderer, sind kontaktfreudig und wirken oft energiegeladener, während Introvertierte eher zurückgezogen und ruhiger sind.

Verträglichkeit (auch: Freundlichkeit): Zeigt, wie kooperativ, mitfühlend und freundlich eine Person ist. Menschen mit hoher Verträglichkeit sind empathisch und rücksichtsvoll, während solche mit niedriger Verträglichkeit eher wettbewerbsorientiert und kritisch sein können.

Neurotizismus (auch: emotionale Stabilität): Reflektiert das Ausmaß der emotionalen Stabilität oder Anfälligkeit für negative Emotionen. Menschen mit hohem Neurotizismus erleben häufiger Angst, Ängstlichkeit und Unsicherheit, während Menschen mit niedrigem Neurotizismus emotional ausgeglichener sind.

Das Big-Five-Modell wird als eines der umfassendsten und anerkanntesten Modelle der Persönlichkeitspsychologie angesehen. Es wird oft in wissenschaftlichen Studien und in der Praxis verwendet, um Persönlichkeitsmerkmale zu messen, Verhaltensweisen zu erklären und Prognosen in verschiedenen Lebensbereichen zu treffen, wie zum Beispiel in der Berufswahl, im Teammanagement und in der Partnerschaftsanalyse.

MODELLE ZUR UNTERSCHIEDUNG VON PERSÖNLICHKEITEN DER MBTI (MEYERS-BRIGGS-TYPEN-INDIKATOR)

Der MBTI (Meyers-Briggs-Typen-Indikator)

Der Myers-Briggs-Typenindikator (MBTI) ist ein Persönlichkeitsinstrument, das auf den Theorien von Carl Gustav Jung basiert und von Isabel Briggs Myers und ihrer Mutter, Katharine Cook Briggs, entwickelt wurde. Der MBTI zielt darauf ab, individuelle Präferenzen in vier Dimensionen der Persönlichkeit zu identifizieren, die jeweils durch zwei Gegensatzpaare dargestellt werden:

Extraversion (E) - Introversion (I): Beschreibt, wie Menschen Energie gewinnen. Extravertierte fühlen sich durch den Kontakt mit anderen lebendig und gesellig, während Introvertierte ihre Energie durch die Zeit allein regenerieren.

Sensing (S) - Intuition (N): Bezieht sich auf die Art und Weise, wie Menschen Informationen aufnehmen und verarbeiten. Sensing-Typen sind praktisch und auf Fakten fokussiert, während Intuitive eher auf Muster, Zusammenhänge und Möglichkeiten achten.

Thinking (T) - Feeling (F): Beschreibt, wie Menschen Entscheidungen treffen. Thinking-Typen legen Wert auf logische Analysen und objektive Kriterien, während Feeling-Typen Empathie und emotionale Aspekte berücksichtigen.

Judging (J) - Perceiving (P): Bezieht sich auf den Umgang mit der Außenwelt. Judging-Typen bevorzugen Struktur, Planung und Organisation, während Perceiving-Typen Flexibilität und Anpassungsfähigkeit schätzen.

Kombiniert ergeben diese vier Dimensionen insgesamt 16 verschiedene Persönlichkeitstypen (z. B. ISTJ, ENFP, INTJ, etc.). Der MBTI wird häufig in der Persönlichkeitsentwicklung, beruflichen Beratung, Teamarbeit und anderen Bereichen eingesetzt, um Menschen dabei zu helfen, ihre eigenen Präferenzen besser zu verstehen und effektiver mit anderen zu kommunizieren. Es ist jedoch wichtig zu beachten, dass der MBTI auch Kritik erhalten hat, da er eine binäre Sichtweise auf die Persönlichkeit fördert und nicht immer zuverlässig und wissenschaftlich fundiert ist.

MODELLE ZUR UNTERSCHIEDUNG VON PERSÖNLICHKEITEN

DAS DISG PERSÖNLICHKEITS-PROFIL (DOMINANT / INITIATIV / STETIG / GEWISSENHAFT)

Das DISG Persönlichkeits-Profil (Dominant / Initiativ / Stetig / Gewissenhaft)

Das DISG-Modell ist ein Persönlichkeitsmodell, das von Dr. William Moulton Marston entwickelt wurde und vier grundlegende Verhaltensstile beschreibt. Jeder Buchstabe in "DISG" steht für einen bestimmten Persönlichkeitstyp:

Dominant (D): Menschen mit einem dominanten Verhaltensstil sind zielgerichtet, entscheidungsfreudig und durchsetzungsfähig. Sie sind oft selbstbewusst und nehmen gerne die Führung.

Initiativ (I): Personen mit einem initiativen Verhaltensstil sind kontaktfreudig, optimistisch und gesellig. Sie sind oft inspirierend und begeistern andere leicht.

Stetig (S): Menschen mit einem stetigen Verhaltensstil sind teamorientiert, zuverlässig und geduldig. Sie arbeiten gerne im Hintergrund und sind sehr loyal.

Gewissenhaft (C): Personen mit einem gewissenhaften Verhaltensstil sind analytisch, gründlich und genau. Sie legen Wert auf Fakten und sind sehr strukturiert.

Das DISG-Modell ist in der Persönlichkeits- und Kommunikationstheorie weit verbreitet und wird häufig in Bereichen wie Personalentwicklung, Teamarbeit, Führung und Verkaufstraining eingesetzt, um ein besseres Verständnis der individuellen Verhaltenspräferenzen zu ermöglichen und die zwischenmenschliche Kommunikation zu verbessern. Es sollte jedoch beachtet werden, dass Menschen normalerweise eine Kombination von Merkmalen aus allen vier Verhaltensstilen aufweisen können, und das Modell bietet lediglich eine grobe Einteilung, um die verschiedenen Persönlichkeitstendenzen zu beschreiben.

KOMMUNIKATION

- **Transaktionsanalyse (TA)**
- **Ok-Ok Modell**
- **Das Pyramid Principle
(Pyramidenprinzip)**



TRANSAKTIONSANALYSE VS. OK-OK MODELL

Die Transaktionsanalyse (TA) ist eine Theorie der menschlichen Persönlichkeit und Kommunikation, die von Eric Berne entwickelt wurde. Sie untersucht die Interaktionen zwischen Menschen und wie sie miteinander kommunizieren. Die TA verwendet das Modell der "Ich-Zustände", um verschiedene Teile der Persönlichkeit zu beschreiben:

- **Eltern-Zustand:** Enthält Einstellungen, Überzeugungen und Verhaltensweisen, die eine Person von ihren Eltern oder anderen Autoritätspersonen übernommen hat.
- **Erwachsenen-Zustand:** Repräsentiert rationale, objektive und informationsorientierte Gedanken und Reaktionen.
- **Kind-Zustand:** Enthält Emotionen, Gefühle und Verhaltensweisen, die aus der Kindheit stammen und vom Eltern-Zustand geprägt sein können.

Die TA analysiert "Transaktionen" zwischen den Ich-Zuständen zweier Personen und ob diese harmonisch (komplementär) oder konfliktreich (überkreuzt) ablaufen. Die TA kann verwendet werden, um Kommunikationsmuster und zwischenmenschliche Beziehungen zu verstehen und zu verbessern.

OK-OK-MODELL

Das OK-OK-Modell ist eine Methode, die von Thomas Anthony Harris, einem Schüler von Eric Berne, entwickelt wurde. Es befasst sich mit den Zustimmungsebenen in der Kommunikation. Im OK-OK-Modell gibt es vier Ebenen der Zustimmung:

- **Ich-OK-Du-OK:** Hier gibt es gegenseitige Zustimmung, Offenheit und Ehrlichkeit in der Kommunikation. Es fördert eine positive Beziehung und Zusammenarbeit.
- **Ich-OK-Du-nicht-OK:** In dieser Ebene fühlt sich eine Person überlegen oder besser als die andere, was zu Konflikten und Missverständnissen führen kann.
- **Ich-nicht-OK-Du-OK:** Hier fühlt sich eine Person minderwertig oder schlechter als die andere, was zu Selbstzweifeln und Unsicherheit führen kann.
- **Ich-nicht-OK-Du-nicht-OK:** In dieser Ebene fühlen sich beide Parteien minderwertig oder negativ, was zu negativen Interaktionen und destruktiven Beziehungen führen kann.

Das OK-OK-Modell bietet eine Möglichkeit, die Zustimmungsebenen in der Kommunikation zu identifizieren und zu verstehen. Es kann dazu beitragen, die Kommunikation zu verbessern, indem man sich bewusst wird, in welcher Ebene man sich befindet, und versucht, auf die Ebene von Ich-OK-Du-OK zu gelangen. Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die Transaktionsanalyse sich auf die Analyse der Kommunikation und Interaktionen zwischen den Ich-Zuständen konzentriert, während das OK-OK-Modell die verschiedenen Ebenen der Zustimmung in der Kommunikation betrachtet. Beide Modelle können dazu beitragen, zwischenmenschliche Beziehungen zu verbessern und eine effektivere Kommunikation zu fördern.

DAS PYRAMID PRINCIPLE (PYRAMIDENPRINZIP)

Das Pyramid Principle (Pyramidenprinzip) ist eine Methode zur Strukturierung und Präsentation von Informationen, die von Barbara Minto entwickelt wurde. Es wird häufig in der Unternehmensberatung, im Management und in anderen geschäftlichen Kontexten verwendet, um komplexe Ideen und Probleme klar und überzeugend zu kommunizieren. Die grundlegende Idee hinter dem Pyramidenprinzip ist es, Informationen in einer logischen und hierarchischen Struktur zu präsentieren, ähnlich einer Pyramide. Die Kernkonzepte des Pyramidenprinzips sind:

- **Die Hauptthese (Hauptidee):** Jede Präsentation oder jedes Schreiben sollte eine klare Hauptthese haben, die die zentrale Aussage oder Botschaft ist, die vermittelt werden soll.
- **Top-down-Ansatz:** Die Informationen sollten von oben nach unten in der Hierarchie präsentiert werden, wobei die wichtigsten Punkte zuerst kommen und die Details später folgen.
- **Gruppierung von Informationen:** Die Informationen sollten in gut definierte Gruppen oder Kategorien unterteilt werden, die logisch miteinander verbunden sind.
- **Logische Struktur:** Die Informationen sollten so organisiert sein, dass sie eine klare logische Struktur haben, die leicht verständlich ist und es dem Leser oder Zuhörer ermöglicht, die Argumentation oder den Gedankenfluss zu folgen.
- **Konsistenz:** Die Verwendung von klarer, präziser und konsistenter Sprache ist wichtig, um Missverständnisse zu vermeiden und die Klarheit der Botschaft zu erhöhen.

Das Pyramidenprinzip hilft dabei, Überzeugungskraft und Klarheit in der Kommunikation zu erreichen, indem es sicherstellt, dass die wichtigsten Informationen zuerst präsentiert werden und der Leser oder Zuhörer schrittweise in immer detailliertere Aspekte eingeführt wird. Dadurch wird die Aufmerksamkeit des Publikums auf das Wesentliche gelenkt und die Botschaft bleibt besser im Gedächtnis. Es ist eine nützliche Technik, um komplexe Probleme zu strukturieren und effektive Geschäftsentscheidungen zu treffen.

LEADERSHIP

- Das Modell der "Inneren Antreiber"
- Die Start-Stop-Continue-Methode
- Das GROW-Modell
- Das SCARF-Modell
- Das BANI-Modell
- VUCA



DAS MODELL DER "INNEREN ANTREIBER"

Das Modell der "Inneren Antreiber" wurde von dem Psychologen Taibi Kahler entwickelt und beschreibt fünf psychologische Bedürfnisse oder Antreiber, die das Verhalten von Menschen beeinflussen. Diese Antreiber entstehen oft früh in der Kindheit und beeinflussen unsere Persönlichkeit und Handlungen im Erwachsenenalter. Hier sind die fünf "Inneren Antreiber":

- **Bitte-anderen-Gefallen-Tun:** Menschen mit diesem Antreiber haben ein starkes Bedürfnis, anderen zu gefallen und es allen recht zu machen. Sie setzen die Bedürfnisse anderer oft über ihre eigenen und möchten Anerkennung und Zustimmung erhalten.
- **Sei-perfekt:** Personen mit diesem Antreiber streben nach Perfektionismus und legen hohe Maßstäbe für sich selbst und andere an. Sie haben Schwierigkeiten, Fehler zu akzeptieren und sind oft sehr selbstkritisch.
- **Beeil-dich:** Dieser Antreiber äußert sich in dem Bedürfnis, immer aktiv zu sein und Dinge schnell zu erledigen. Menschen mit diesem Antreiber können sich schwer entspannen und fühlen sich unwohl, wenn sie nichts tun.
- **Streng-dich-an:** Personen mit diesem Antreiber setzen sich hohe Ziele und streben nach Erfolg und Leistung. Sie sind ehrgeizig und motiviert, können aber auch unter Stress geraten, wenn ihre Erwartungen nicht erfüllt werden.
- **Sei-stark:** Dieser Antreiber äußert sich in dem Bedürfnis, unabhängig und stark zu erscheinen. Menschen mit diesem Antreiber verbergen oft ihre Gefühle und Schwächen und zeigen wenig Verletzlichkeit.

Das Modell der "Inneren Antreiber" kann helfen, Verhaltensmuster zu verstehen und zu erkennen, welche Bedürfnisse und Motivationen hinter bestimmten Verhaltensweisen stehen. Es kann auch dabei unterstützen, potenziell belastende oder destruktive Antreiber zu identifizieren und diese in eine positive Richtung zu lenken. Durch das Bewusstsein für diese inneren Antreiber können Menschen besser mit sich selbst umgehen und ihre Beziehungen und ihre Lebensqualität verbessern

DIE START-STOP-CONTINUE-METHODE

Die Start-Stop-Continue-Methode ist eine einfache und effektive Feedback-Technik, die häufig in Gruppen, Teams und Organisationen verwendet wird, um Feedback zu sammeln und Veränderungen anzustoßen. Bei dieser Methode werden die Teilnehmer aufgefordert, drei Arten von Rückmeldungen zu geben:

- **Start:** Hier werden Aktivitäten, Ideen oder Verhaltensweisen vorgeschlagen, die bisher nicht durchgeführt wurden, aber die eingeführt werden sollten. Es geht darum, neue positive Ansätze oder Initiativen zu starten, die das Team oder die Organisation voranbringen können.
- **Stop:** In dieser Kategorie geben die Teilnehmer Rückmeldungen zu Aktivitäten, Prozessen oder Verhaltensweisen, die als negativ oder ineffektiv betrachtet werden und die gestoppt oder beendet werden sollten. Es geht darum, schädliche oder hinderliche Praktiken zu identifizieren, die verbessert oder eliminiert werden müssen.
- **Continue:** Hier werden Aktivitäten, Prozesse oder Verhaltensweisen angesprochen, die positiv bewertet werden und beibehalten werden sollten. Es geht darum, diejenigen Aspekte zu verstärken, die gut funktionieren und einen Mehrwert bieten.

Die Start-Stop-Continue-Methode kann in verschiedenen Kontexten angewendet werden, wie beispielsweise in Team-Meetings, Projektevaluierungen, Feedback-Sitzungen oder Retrospektiven. Sie fördert eine offene und konstruktive Diskussion über die Stärken und Verbesserungspotenziale eines Teams oder einer Organisation. Durch diese Art von Feedback können Veränderungen und Verbesserungen identifiziert und umgesetzt werden, um die Leistung und Zusammenarbeit zu optimieren. Es ist wichtig, dass die Rückmeldungen respektvoll und konstruktiv formuliert werden, um ein unterstützendes und offenes Umfeld für die Beteiligten zu schaffen.

DAS GROW-MODELL

Das GROW-Modell ist ein populäres Coaching-Framework, das von Sir John Whitmore entwickelt wurde. Es dient als Leitfaden für Coaching-Gespräche und hilft Coaches, ihre Klienten dabei zu unterstützen, ihre Ziele zu definieren und Fortschritte zu erzielen. Das Akronym GROW steht für die vier Hauptphasen des Modells:

- **Goal (Ziel):** In dieser Phase wird das klare Ziel oder die gewünschte Zielsetzung des Klienten identifiziert. Das Ziel sollte spezifisch, messbar, erreichbar, relevant und zeitgebunden (SMART) sein. Der Coach hilft dem Klienten, das Ziel klar zu formulieren und dessen Bedeutung und Auswirkungen zu verstehen.
- **Reality (Realität):** Hier werden die aktuellen Umstände, die Ressourcen und Hindernisse des Klienten betrachtet. Der Coach ermutigt den Klienten, eine ehrliche Bestandsaufnahme seiner aktuellen Situation vorzunehmen und mögliche Einschränkungen und Herausforderungen zu erkennen.
- **Options (Optionen):** In dieser Phase werden verschiedene Handlungsoptionen und Strategien entwickelt, um das Ziel zu erreichen. Der Coach fördert kreatives Denken und hilft dem Klienten, alternative Ansätze zu erkunden, um mögliche Lösungen zu finden.
- **Will (Willen):** Die letzte Phase des GROW-Modells befasst sich mit der Festigung des Engagements des Klienten, seine gewählten Optionen in konkrete Handlungspläne umzusetzen. Der Coach unterstützt den Klienten dabei, einen klaren Aktionsplan zu entwickeln und sich auf die Umsetzung zu fokussieren.

Das GROW-Modell ist flexibel und kann an verschiedene Coaching-Situationen angepasst werden. Es fördert die Selbstreflexion und Eigenverantwortung des Klienten, da dieser aktiv in den Prozess der Zielsetzung und Lösungsfindung einbezogen wird. Das Modell bietet eine strukturierte Herangehensweise an Coaching-Gespräche und hat sich als wirksames Werkzeug für persönliche Entwicklung und berufliche Leistung erwiesen.

DAS SCARF-MODELL

Das SCARF-Modell wurde von David Rock, einem Neurowissenschaftler und Coach, entwickelt. Es ist ein Rahmenwerk, das sich auf die sozialen Bedürfnisse von Menschen am Arbeitsplatz und in sozialen Situationen konzentriert. SCARF ist eine Abkürzung für fünf wichtige Dimensionen, die das Verhalten und die Reaktionen von Menschen in sozialen Interaktionen beeinflussen:

- **Status (Status):** Status bezieht sich auf die Wahrnehmung der Position einer Person innerhalb einer Gruppe oder Organisation. Menschen sind in der Regel empfindlich gegenüber Statusunterschieden und reagieren emotional auf Veränderungen in ihrem sozialen Status.
- **Certainty (Gewissheit):** Gewissheit bezieht sich auf das Bedürfnis der Menschen nach Vorhersehbarkeit und klaren Informationen über ihre Umgebung. Unsicherheit oder unvorhersehbare Ereignisse können Stress und Angst auslösen.
- **Autonomy (Autonomie):** Autonomie beschreibt das Verlangen nach Kontrolle über die eigenen Handlungen und Entscheidungen. Menschen schätzen es, die Freiheit zu haben, ihre eigenen Entscheidungen zu treffen und ihr Handeln zu steuern.
- **Relatedness (Zugehörigkeit):** Zugehörigkeit betrifft das Bedürfnis nach sozialen Verbindungen und positiven zwischenmenschlichen Beziehungen. Menschen fühlen sich wohler und motivierter, wenn sie sich mit anderen verbunden fühlen.
- **Fairness (Fairness):** Fairness bezieht sich auf die Wahrnehmung von Gerechtigkeit und Ausgewogenheit in sozialen Austauschprozessen. Ungerechtigkeit oder das Gefühl, benachteiligt zu sein, kann negative Emotionen hervorrufen.

Das SCARF-Modell ist besonders relevant für Führungskräfte, da es ihnen hilft, die Bedürfnisse ihrer Mitarbeiter besser zu verstehen und eine positive und produktive Arbeitsumgebung zu schaffen. Indem sie auf diese Dimensionen achten und diese Bedürfnisse erfüllen, können Führungskräfte die Zusammenarbeit, das Engagement und die Leistung ihrer Teams verbessern. Das Modell basiert auf neurowissenschaftlichen Erkenntnissen und bietet wertvolle Einblicke in die menschliche Motivation und das Verhalten in sozialen Kontexten.

DAS BANI-MODELL

Das BANI-Modell ist eine Ansicht der Zukunft, das von der Unternehmensberatungsfirma Detecon International entwickelt wurde. Es beschreibt vier entscheidende Eigenschaften, die Organisationen in einer zunehmend unsicheren und sich ständig verändernden Welt berücksichtigen sollten. Die vier Elemente des BANI-Modells sind:

- **Brittle (Brüchig):** Dies bezieht sich auf Systeme, die aufgrund ihrer Starrheit und mangelnden Anpassungsfähigkeit leicht brechen oder versagen können, wenn sie mit unerwarteten Veränderungen konfrontiert werden.
- **Anxious (Ängstlich):** Die Komplexität und Unsicherheit der Zukunft können Angst und Sorgen in Organisationen hervorrufen. Es kann schwierig sein, klare Vorhersagen zu treffen und geeignete Maßnahmen zu ergreifen.
- **Nonlinear (Nicht-linear):** Das BANI-Modell betont, dass Veränderungen in der Zukunft nicht immer vorhersehbar oder linear verlaufen werden. Ereignisse können sich sprunghaft und unerwartet entwickeln.
- **Incomprehensible (Unverständlich):** In einer äußerst komplexen und unsicheren Welt könnten die Entwicklungen und Veränderungen für einige Menschen oder Organisationen unverständlich oder schwer zu interpretieren sein.

Das BANI-Modell fordert Unternehmen auf, sich auf ihre Anpassungsfähigkeit, Flexibilität und Innovationskraft zu konzentrieren, um den Herausforderungen einer sich wandelnden Welt erfolgreich zu begegnen. Es ermutigt dazu, nicht nur auf bekannte Strategien und lineare Prognosen zu vertrauen, sondern auch auf Veränderungen vorbereitet zu sein, die möglicherweise nicht klar verständlich oder vorhersagbar sind.

VUCA

- VUCA ist eine Abkürzung, die für die Grundlagen einer komplexen und unsicheren Welt steht. Sie beschreibt die folgenden vier Aspekte:
 - **Volatilität (Volatility):** Bezieht sich auf die Unbeständigkeit und Instabilität von Ereignissen und Situationen. In einer volatilen Umgebung ändern sich Bedingungen rasch und unvorhersehbar.
 - **Unsicherheit (Uncertainty):** Reflektiert die mangelnde Klarheit und Vorhersagbarkeit zukünftiger Ereignisse. In einer unsicheren Umgebung sind Informationen begrenzt, und es ist schwierig, präzise Prognosen zu treffen.
 - **Komplexität (Complexity):** Beschreibt die Vielzahl von Faktoren und deren Wechselwirkungen in einem System. Komplexe Situationen sind schwer zu verstehen und erfordern oft einen systemischen Ansatz.
 - **Mehrdeutigkeit (Ambiguity):** Bezieht sich auf die Existenz verschiedener Interpretationen und Bedeutungen von Ereignissen. In einer mehrdeutigen Umgebung kann es schwierig sein, die richtige Handlungsweise zu erkennen.
 - Diese Grundlagen von VUCA werden oft verwendet, um die Herausforderungen zu beschreiben, denen Organisationen, Individuen und Gesellschaften in der heutigen Welt gegenüberstehen. Ein Verständnis von VUCA kann dazu beitragen, effektiver auf Veränderungen zu reagieren und sich an eine sich ständig wandelnde Umgebung anzupassen.
-