scan-up

Präsentation Health on top III

Bonn, im September 2005

scan.up AG
Kleine Reichenstraße 7 // 20457 Hamburg
Telefon_+49 (0)40 8080388-60 // Telefax_+49 (0)40 8080388-95 // E-Mail_info@scan-up.de
Vorstand: Kerstin Liesenfeld (Vorsitz), Volker Herwig / HRB_84639 Hamburg // Steuer-Nr_813090051
www.scan-up.de

Stand: August 2005

Copyright scan.up AG

Gliederung

I Einführung und theoretischer Hintergrund

II scan und Gesundheit

III Verfahren

IV Gütekriterien

Stand: August 2005

Copyright scan.up AG

scan-up

Gliederung

I Einführung und theoretischer Hintergrund

II scan und Gesundheit

III Verfahren

IV Gütekriterien

Stand: August 2005

Copyright scan.up AG

scan-up

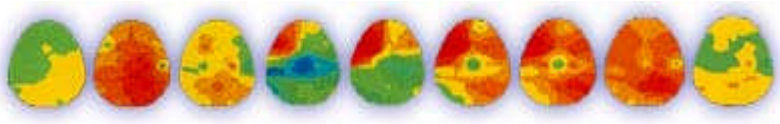
Agenda

- Vorstellung des scan-Verfahrens
- scan und Gesundheit
- scan in der Praxis (Dr. Meyer-Hoeven/Pawlik Sales Consultants)

Stand: August 2005
Copyright scan.up AG

Was ist scan? (1/2)

Hirnstrommessungen ermöglichen es, dem Gehirn „bei der Arbeit“ zuzusehen.



Stand: August 2005

Copyright scan.up AG

Was ist scan? (2/2)

Mit Hilfe der Bilder wird z.B. sichtbar, wie

- sich Menschen an neue Situationen anpassen,
- sie Entscheidungen treffen,
- sie auf unterschiedlichen Wegen Lösungen finden,
- sie Misserfolge verarbeiten.

Das scan-Verfahren wurde anhand einer großen Stichprobe von Personen mit den Ergebnissen von EEG und bildgebenden Verfahren abgestimmt und in Übereinstimmung gebracht.

Stand: August 2005
Copyright scan.up AG

Das scan-Verfahren wurde von Prof. Dr. Julius Kuhl entwickelt

1967- 1972	Studium der Psychologie in Bochum und Philadelphia, USA
1976	Promotion im Fach Psychologie (Computer-simulation und experimentelle Überprüfung von Modellen der Leistungsmotivation)
1982	Habilitation („Motivation, Konflikt und Hand-lungskontrolle“, erschienen im Springer-Verlag, Heidelberg, 1983)
1982- 1986	Leitender Wissenschaftler (C3) am Max-Planck-Institut für psychologische Forschung in München
ab 1986	Professor (C4) an der Universität Osnabrück (Lehrstuhl für Differentielle Psychologie und Persönlichkeitsforschung
seit 1986	Mehr als 20 Drittmittel-Projekte. Forschungsthemen u.a.: - Selbststeuerung - Motivation (Leistung, Beziehung, Macht)

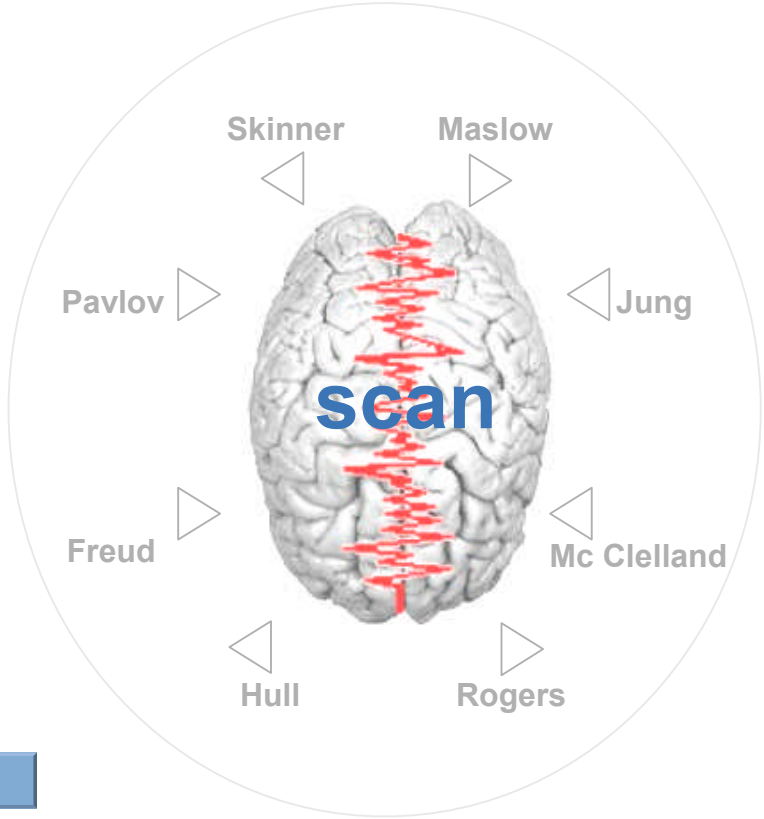
Stand: August 2005

Copyright scan.up AG

scan-up

scan vereint die großen Theorien der Psychologie

- Die scan-Methode wurde von **Prof. Dr. Kuhl** entwickelt
- Sie basiert auf über **25 Jahre Grundlagen- und Anwendungsforschung**
- **Psychologische Prozesse** und Funktionen sind inzwischen **messbar**
- Die großen Theorien der Psychologie wurden zur **PSI-Theorie*** integriert, die dem scan-Verfahren zugrunde liegt



Stand: August 2005

Copyright scan.up AG

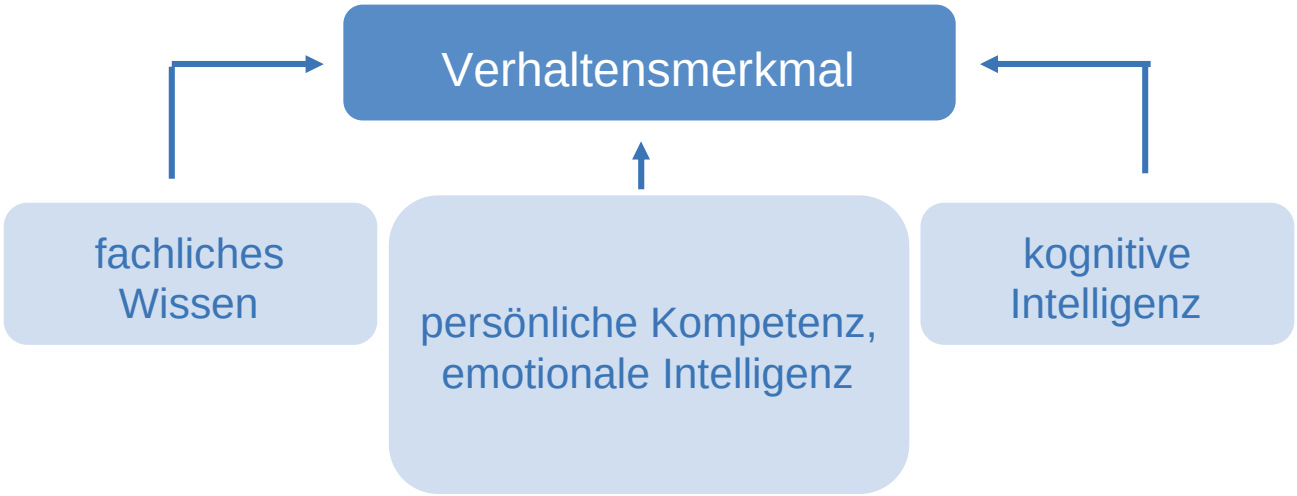
scan-up

Warum scan?

„People get hired by qualifications and they get fired because of attitudes“

Stand: August 2005
Copyright scan.up AG

Warum scan?



Nach Goleman (Emotionale Intelligenz, München 2000) basiert der mit Abstand größte Teil des Vertriebs- bzw. Führungserfolges auf persönlichen Kompetenzen.

Stand: August 2005
Copyright scan.up AG

Was wird gescannt?

Copyright scan.up AG

scan-up

Messung nach drei Reaktionsebenen

Das scan-Verfahren erfasst Persönlichkeitskomponenten differenziert nach drei Reaktionsebenen

Erstreaktion	spontanes Verhalten	beständige Eigenschaften und Verhaltensweisen
Zweitreaktion	motiviertes, zielgerichtetes Verhalten	bilden die Basis für individuelle Veränderungsmaßnahmen eines Menschen
Drittreaktion	Verhalten unter Stress	

Copyright scan.up AG

Wie funktioniert scan?

- Online-Verfahren mit Hilfe von zahlreichen Fragen und undefinierten Bildersituationen
- bis zu 120 Persönlichkeitsfacetten sind messbar Potenziale, Kompetenzen, Persönlichkeit
- vollautomatischer Ergebnisversand der Daten
- optional: Feedback-Gespräche mit geschulten und zertifizierten scan-Experten

Copyright scan.up AG

Wo hilft scan?

Eine Potenzialanalyse zur Persönlichkeitsevaluierung,
die sich hervorragend eignet zur Unterstützung von

- Personalauswahlverfahren,
- Arbeitsplatz- und Aufgabenanalysen,
- Personal- und Führungskräfteentwicklung
  - gezieltes und effizientes Vorgehen im Bereich Coaching, Training, Teamentwicklung,…
  - Messbarkeit von Maßnahmen durch Abbildung individueller Entwicklungserfolge im Zeitablauf
- Burn-out-Prophylaxe.

Copyright scan.up AG

Gliederung

I Einführung und theoretischer Hintergrund

II scan und Gesundheit

III Verfahren

IV Gütekriterien

Stand: August 2005
Copyright scan.up AG

scan-up

Burn-out (1/2)

Körperliche Ursachen:

- Permanent starker Stress ➔Stresshormone bleiben auf unnatürlich hohem Niveau ➔ Stressreize werden sensibler wahrgenommen und im Körper umgesetzt ➔ körperliche Beschwerden

Psychische Ursachen:

- Menschen mit hohem Engagement und großem Ehrgeiz, die effektiv und konzentriert arbeiten, denen aber gleichzeitig Energiequellen und Regenerationsmöglichkeiten fehlen (Dr. Ruhwandl)
- Hohe Erwartungen an den Job, die eigenen Leistungen und die eigene Person (auch bezogen darauf, anderen Menschen helfen zu können)
- Perfektionsstreben
- Haben oft sehr leistungsorientierte Erziehung genossen
- Fehlende Selbstwahrnehmung

Copyright scan.up AG

Burn-out (2/2)

Soziale und organisationspsychologische Ursachen:

- ständige Frustration, Nichterreichen von Zielen
- zu komplexe oder zu anspruchslose Aufgaben
- Zeitdruck
- fehlende Autonomie, zu starke Kontrolle
- fehlende Rückmeldung, Lob, Anerkennung
- schlechtes Verhältnis zum Vorgesetzten

Stand: August 2005
Copyright scan.up AG

Motive als Kraftquellen (1/6)

Motive

- geben dem Handeln eine Richtung und die notwendige Energie
- befähigen zu einer spezifischen Wahrnehmung und liefern damit individuelle Handlungsimpulse

Motivation

- ist der Zustand des Motiviertseins
- ist durch spezifische Motive geprägt

Copyright scan.up AG

Motive als Kraftquellen (2/6)

Bewusste Motive (explizit)	Unbewusste Motive (implizit)
reflektier- und verbalisierbare Willensprozesse	unreflektierte Prozesse, die zu Verhaltensimpulsen führen
über Fragebögen und bewusste Antworten erfasst	über projektive Verfahren erfasst (Bildgeschichten)
Stärke besonders relevant, wenn klare Vorgaben gemacht werden und Druck entsteht.	Stärke besonders relevant, wenn eigener Antrieb erforderlich und wenn man „im ruhigen Fahrwasser“ schwimmt
eher auf kurzfristigen Erfolg ausgerichtet	entscheidend relevant für den langfristigen Erfolg (und bei neuen Herausforderungen)

Copyright scan.up AG

Übereinstimmung der Motive (3/6)

Weitgehende Übereinstimmung der bewussten und unbewussten Motive

1. führt zu emotionalem Gleichgewicht
2. erhöht Tatkraft und Durchhaltevermögen
3. bedeutet Authentizität

Stand: August 2005
Copyright scan.up AG

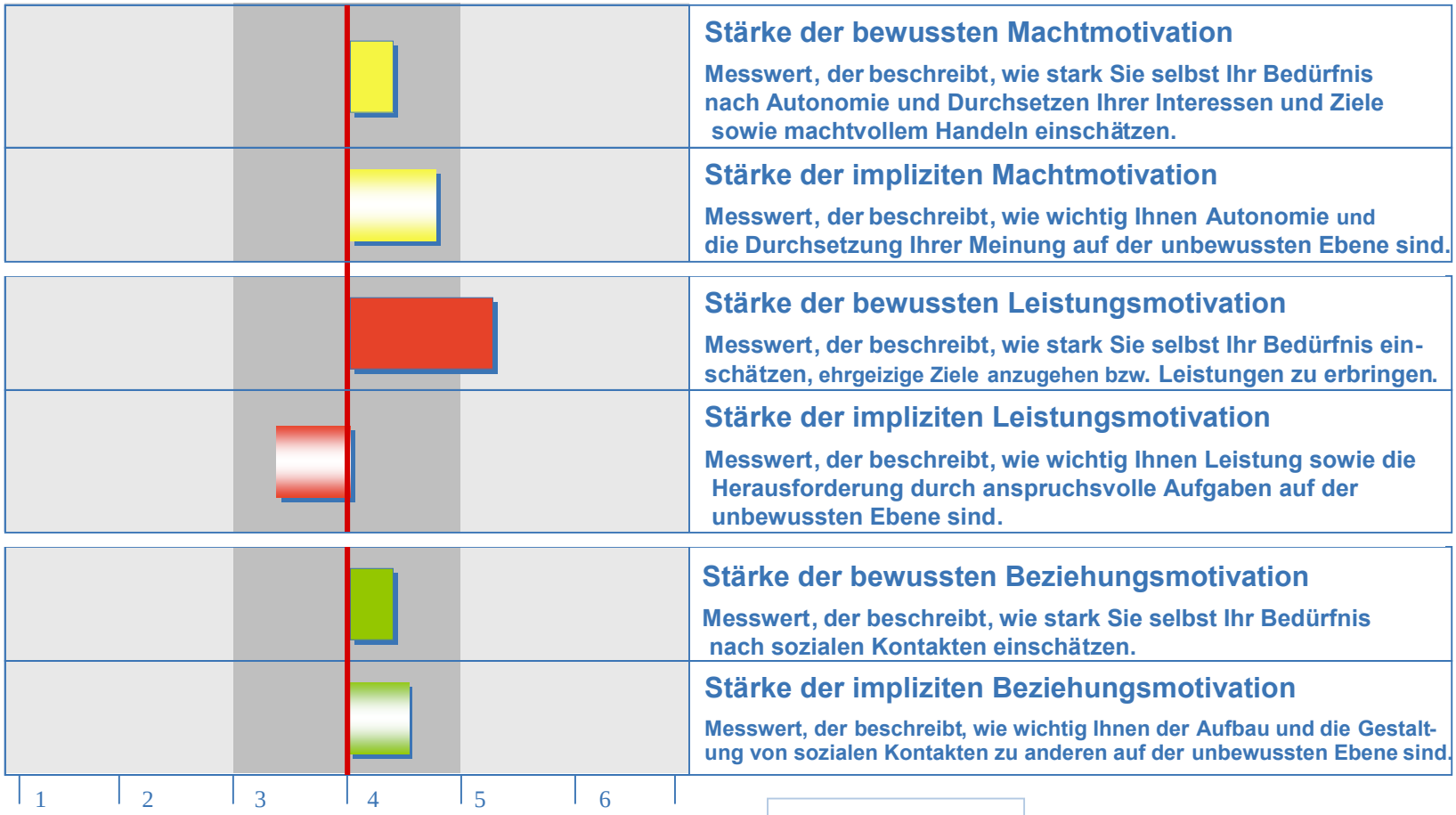
Nichtübereinstimmung der Motive (4/6)

Nichtübereinstimmung der bewussten und unbewussten Motive

1.	kann zu emotionalem Ungleichgewicht führen (nicht „bei sich selbst“ sein)
2.	Überschätzung der eigenen Kräfte ➔z.B. Burnout
3.	Unterschätzung der eigenen Energiereserven ➔ Potenziale liegen brach

Copyright scan.up AG

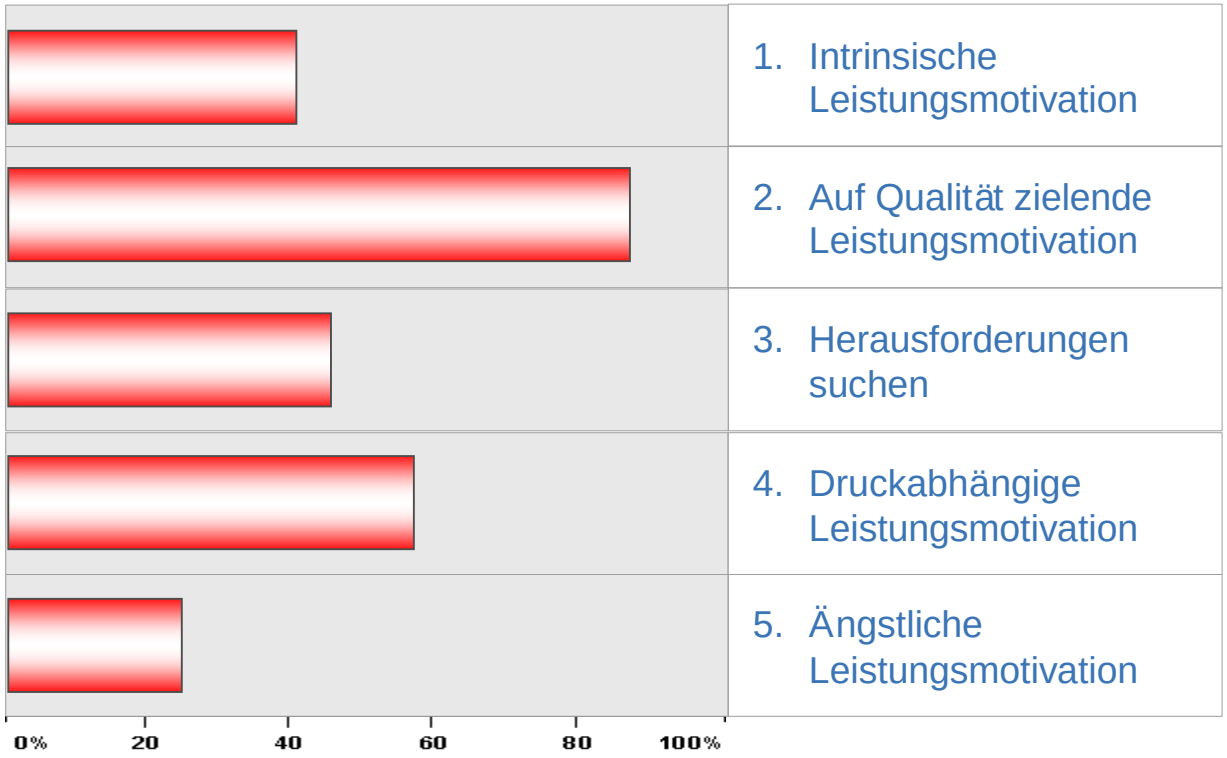
Vergleich der Motivstärken (5/6)



Stand: August 2005
Copyright scan.up AG

Leistungsmotiv (implizit) (6/6)

Implizites Motiv: Leistung



Copyright scan.up AG

Gliederung

I Einführung und theoretischer Hintergrund

II scan und Gesundheit

III Verfahren

IV Gütekriterien

Stand: August 2005
Copyright scan.up AG

Die scan-Produkte

60˚ scan	Potenzialanalyse zur bewußten Motivstruktur
120˚ scan	Potenzialanalyse zur bewussten / unbewussten Motivstruktur oder zum Selbstmanagement
360˚ scan	Potenzialanalyse zum individuellen Führungs- oder Vertriebspotenzial
Company scan	unternehmensspezifisch angepasste Potenzialanalyse

Copyright scan.up AG

Der Unterschied zu anderen Verfahren

- Statusdiagnostik vs. Ressourcendiagnostik
- keine Typenbildung, sondern ganzheitliche Betrachtung (systemisch)
- scan-Ergebnisse beruhen auf experimenteller Verhaltensanalyse, ergänzt durch EEG und bildgebende Verfahren
- Alleinstellungsmerkmal durch Messung der impliziten Motivstrukturen (OMT-Operanter Motiv-Test, Prof. Kuhl); Voraussage zukünftiger Entwicklungsmöglichkeiten (Verhaltensprognosen)
- Potenzialerkennung von Ressourcen-Einsatz unter Stress (Berücksichtigung der Belastungsgrenzen des Kandidaten)

Copyright scan.up AG

Gliederung

I Einführung und theoretischer Hintergrund

II scan und Gesundheit

III Verfahren

IV Gütekriterien

Stand: August 2005

Copyright scan.up AG

scan-up

Das sagen die Experten: Erpenbeck / v. Rosenstiel

„Forschungsgruppen mit einem ähnlich umfassenden, theoretisch fundierten und entwicklungsorientierten konzipierten diagnostischen Ansatz sind uns nicht bekannt.“

Handbuch Kompetenzmessung, 2003, S.432

Copyright scan.up AG

Das sagen die Experten: KPMG-Testat

- Außergewöhnlich hohes Potenzial der scan-Produkte, da wissenschaftlich gut fundiert und enger Bezug zur beruflichen Praxis.
- Theoretische Konzeption und Konstruktvalidität einzigartig im Vergleich zu anderen Verfahren.
- Durch Professor Kuhls innovative Forschungsarbeit „Paradigmenwechsel“ in der qualitativen Sozialforschung.
- Dynamischer Bezug relevanter Persönlichkeitssysteme, dadurch Überlegenheit gegenüber herkömmlichen Instrumenten.
- Hohe Bedeutung für die moderne Personalentwicklung, da präzise maßgeschneiderte Personalentwicklungsmaßnahmen ableitbar.

Copyright scan.up AG

Auszug aus der Referenzliste

Stand: August 2005
Copyright scan.up AG

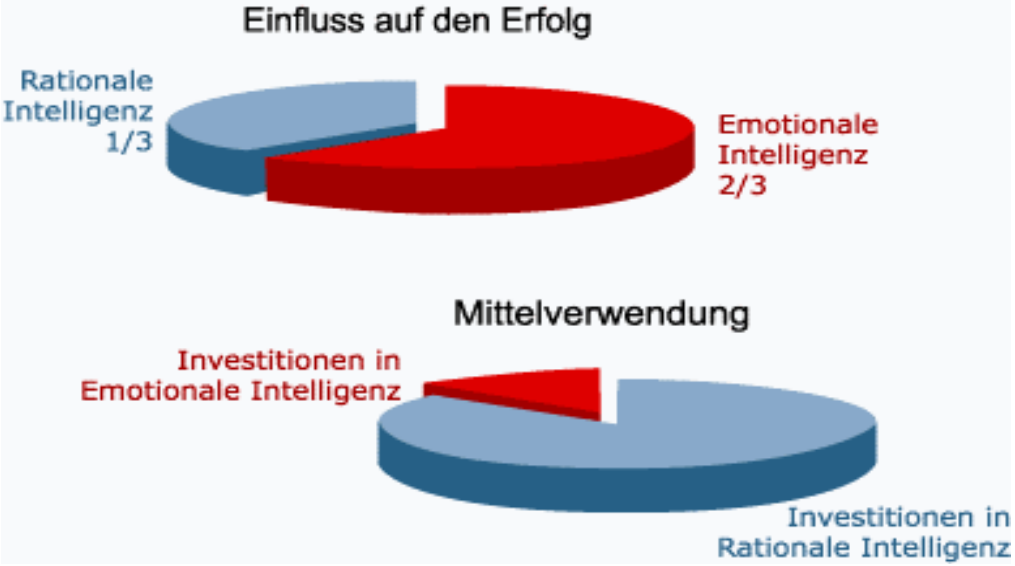
scan-up

Vielen Dank für
Ihre Aufmerksamkeit!

Wir finden die richtige Person

Warum scan?

Der Nutzen des scan-Verfahrens: Investition in die soft skills

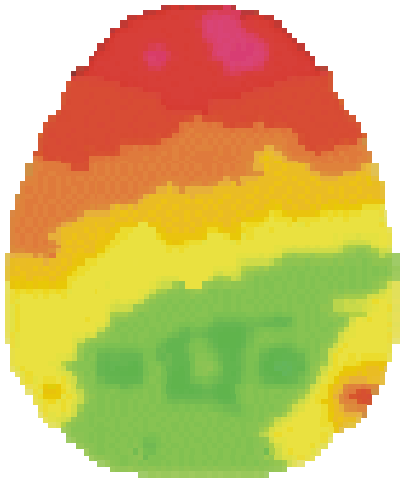


Fazit: Investiert wird v.a. in die „falschen“ Produktionsfaktoren.

Copyright scan.up AG

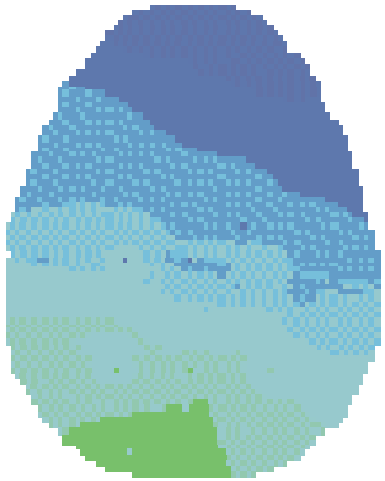
Experimentelle Basis der scan-Diagnostik

Selbstblockade unter Stress



Lageorientierung nach Misserfolg: Blockade des „Fühlens“ und des Selbstzugangs unter Stress; Verlust von Überblick, Kreativität und Zugang zu eigenen Gefühlen, Bedürfnissen und Zielen.

Selbstzugang unter Stress



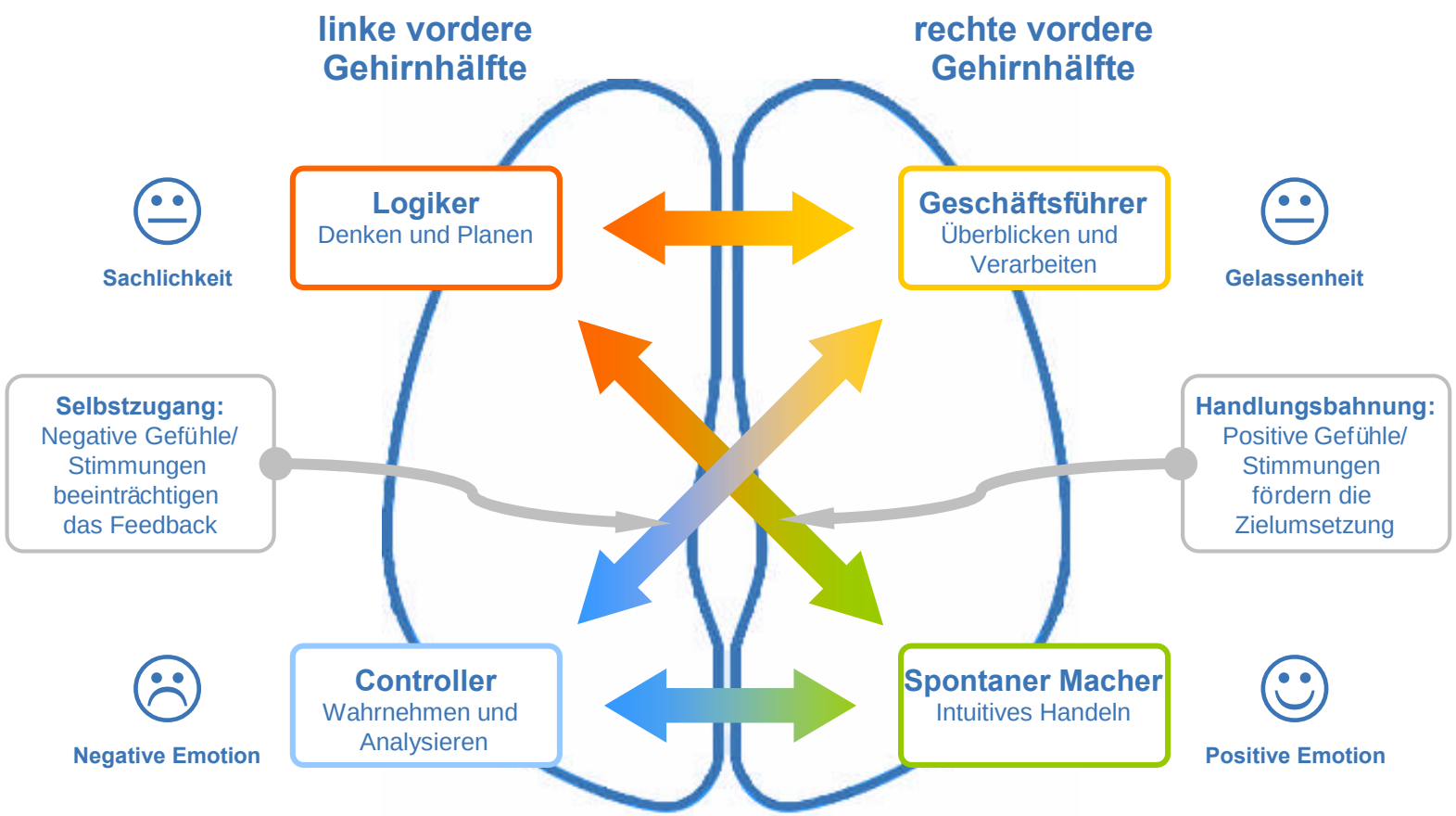
Handlungsorientierung nach Misserfolg: Der Zugang zum Selbst („Fühlen“) ist aktiviert; Handeln aus dem Überblick wird möglich (kreative Problembewältigung).

Die durch **scan** gefundenen **Unterschiede im Umgang mit Misserfolg und Bedrohungen** konnten durch Hirnstrom-messungen bestätigt werden.

Copyright scan.up AG

scan-up

PSI-Theorie nach Prof. Julius Kuhl



Copyright scan.up AG

scan-up

Gütekriterien (2/3)

Validität (Gültigkeit)

Die Validität der scan-Funktionsskalen ist durch zahlreiche nationale wie international publizierte Untersuchungen dokumentiert.

A) Inhaltsvalidität

Die scan-Produkte sind in der Repräsentativität der berücksichtigten mentalen Funktionen einzigartig. Es gibt kein annähernd ähnlich repräsentatives Verfahren, das so viele Funktionskomponenten von Emotion, Motivation, Kognition und Selbststeuerung erfasst.

B) Konstruktvalidität

Die scan-Produkte weisen eine Vielzahl von Untersuchungsbefunden zur Bestätigung der Konstrukt-Validität auf.

Die Funktions-Skalen der scan-Produkte fußen nicht – wie andere Verfahren - auf faktorenanalytischen Korrelationen von Verhaltensdaten oder beobachtbaren Eigenschaften, sondern auf experimentell nachweisbaren Mental-Mechanismen und -Funktionen. Diese werden von den verschiedenen scan-Produkte hochsignifikant abgebildet.

Copyright scan.up AG

Gütekriterien (1/3)

Zuverlässigkeit (Reliabilität)

A) Interrate Reliabilität

Fast alle scan-Funktionsskalen sind objektiv auswertbar, erzielen also eine 100 % Übereinstimmung. Beim scan-Verfahren zur Beurteilung der impliziten Motivstruktur werden Übereinstimmungen zwischen 0,80 bis 0,85 erzielt.

B) Innere Konsistenz (Cronbach´s Alphas)

Es gibt scan-Produkte mit unterschiedlichen Testlängen. Diese können entsprechend unterschiedliche Anforderungen an Reliabilität und Ökonomie bedienen.

Die scan-Gesamtskalen haben interne Konsistenzen über 0,80, meist sogar über 0,90. Wenn man sich aus Zeitgründen auf die Kurzskalen beschränkt, wird die innere Konsistenz naturgemäß geringer, liegt aber immer über 0,60, meist sogar über 0,70 (selbst wenn man auf 4 Funktions-Items pro Skala kürzt).

C) Retest-Reliabilität

Die Retest-Reliabilität der scan-Verfahren liegt bei 0,50 bis 0,60. Der Wert ist deshalb relativ geringer, weil bei den Menschen bereits allein durch das scan.up Feedback nachhaltige Veränderungsprozesse angestoßen werden. Die Veränderungs-Sensitivität von scan ist durch verschiedene wissenschaftliche Publikationen belegt.

Stand: August 2005

Copyright scan.up AG

Gütekriterien (3/3)

Validität (Gültigkeit)

C) Prognostische Validität

Es gibt sehr viele Befunde, die weit über das mit anderen Verfahren erzielbare Ergebnis hinausgehen.

Beispiele

1. Die Korrelation zwischen Motivkennwerten aus dem 360° scan und einem hochreliablen (verhaltensbasierten) Expertenrating der Führungsstärke im Assessment-Center lag bei 0,66.

2. Die Trefferraten eines 360° scan-basierten Assessments zur Vorhersage umsatzstarker versus umsatzschwacher Handelsvertreter für eine große deutsche Versicherung lagen zwischen 72 und 91%!

D) Soziale Validität

Die scan-Produkte knüpfen in Theorie und Praxis an vertraute Konzepte aus dem beruflichen Alltag (z.B. Führung oder Vertrieb) an. Diese Konzepte werden mit scan jedoch präzisiert und differenziert. Dies führt zu einer hohen internen und externen Akzeptanz der Verfahren.

Copyright scan.up AG

Beispielfragen (1/2)

16/25

Ich bin im allgemeinen SELBSTBEWUSST.

- gar nicht
- ganz wenig
- wenig
- etwas
- überwiegend
- sehr stark
- vollkommen

Klicken Sie bitte die Antwortalternative an, die am ehesten auf Sie zutrifft!

Stand: August 2005
Copyright scan.up AG

scan-up

Beispielfragen (2/2)

9/76

Wenn ich an meine bisherigen Leistungen denke, fühle ich mich ganz wohl.

- trifft gar nicht zu
- trifft etwas zu
- trifft überwiegend zu
- trifft ausgesprochen zu

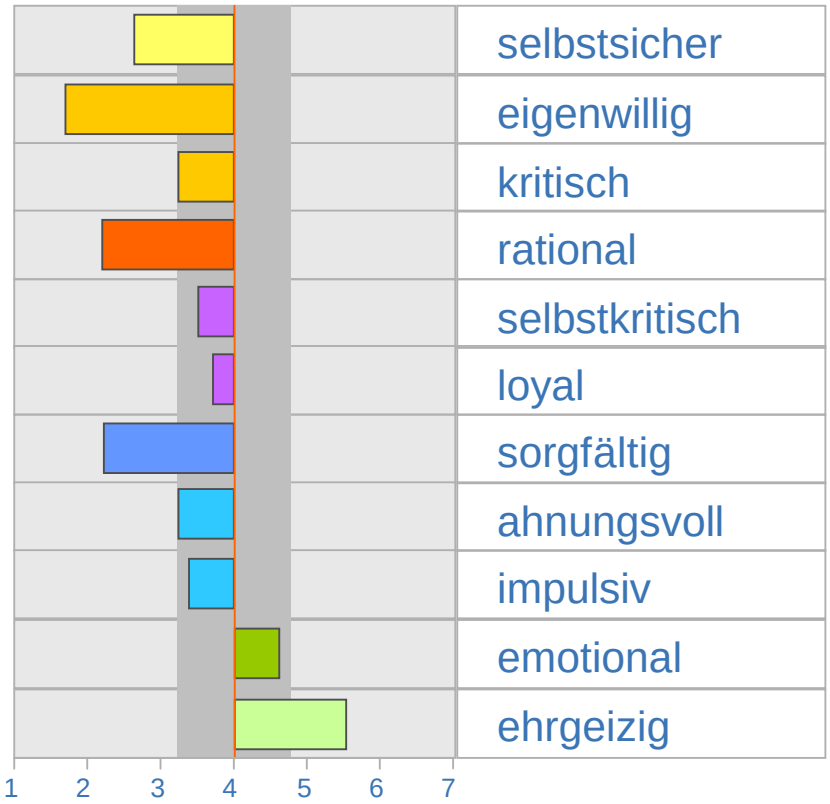
Wählen Sie bitte eine Antwortalternative aus!

Copyright scan.up AG

Darstellung mit Normbereichen

Ihr persönlicher Stil

Bei neuen Aufgaben/Situationen reagieren Sie zuerst eher ...



Stand: August 2005
Copyright scan.up AG

Beispiel für eine Bildersituation (1/2)

Erfinden Sie eine kurze Geschichte oder Szene zu diesem Bild.
Klicken Sie dann zunächst die Person bzw. Gruppe an. Sie soll die Hauptrolle in Ihrer Geschichte spielen. Daraufhin erscheinen auf der rechten Seite vier Fragen und die dazugehörigen Eingabefelder.

Beantworten Sie die Fragen mit Bezug auf die von Ihnen gewählte Hauptperson. Klicken Sie dazu mit der linken Maustaste in das Eingabefeld unter der jeweiligen Frage.

Copyright scan.up AG

Beispiel für eine Bildersituation (2/2)

Erfinden Sie eine kurze Geschichte oder Szene zu diesem Bild.
Klicken Sie dann zunächst die Person bzw. Gruppe an. Sie soll die Hauptrolle in Ihrer Geschichte spielen. Daraufhin erscheinen auf der rechten Seite vier Fragen und die dazugehörigen Eingabefelder.

Beantworten Sie die Fragen mit Bezug auf die von Ihnen gewählte Hauptperson. Klicken Sie dazu mit der linken Maustaste in das Eingabefeld unter der jeweiligen Frage.

Was ist für die Person in dieser Situation wichtig und was tut sie?

Wie fühlt sich die Person?

Warum fühlt sich die Person so?

Wie geht die Geschichte aus?

Copyright scan.up AG