

# Myers-Briggs Typenindikator®

**Sich und andere gekonnt wahrnehmen,  
geeignet entscheiden**

**MBTI® Lizenzierung und Anwendung**





## Myers-Briggs Typenindikator MBTI® – PROFILierung durch Persönlichkeit

„Das ist ja wohl typisch!“, diese Aussage ist oft der Ansatzpunkt für eine Diskussion zum Thema Persönlichkeit, einem Thema, dem sich das Persönlichkeitsprofil MBTI® verschrieben hat. Als eines der weltweit am häufigsten eingesetzten Persönlichkeitsprofile hilft es uns, typische Präferenzen unserer Persönlichkeit im Berufs- und Privatleben zu charakterisieren.

### Präferenzen beim Wahrnehmen und Entscheiden

Wer seinen Typ als Persönlichkeit beschreiben will, braucht Antworten auf zwei zentrale Fragen:

- Nehmen Sie Ihre Umwelt eher im Detail wahr oder steht für Sie das Gesamtbild im Vordergrund?
- Sind Sie bei Entscheidungen eher ein rationaler Typ oder entscheiden Sie empathisch?

Neben den beiden zentralen Fragen, wie wir Entscheidungen treffen und wie wir unsere Umwelt wahrnehmen, hilft der MBTI zu klären, woher wir unsere Energie beziehen und ob wir eher strukturiert oder flexibel unser Leben ausrichten und planen.

### Selbst-Erkenntnis im wahrsten Sinn des Wortes

Schon die beiden „Erfinderinnen“ des MBTI wollten mit dem Instrument vor über 50 Jahren Menschen dabei unterstützen, sich ihrer individuellen Präferenzen bewusst zu werden und daraus Entwicklungsaspekte für eine reife Persönlichkeit zu definieren.

Denn gerade darin liegt die Bedeutung des MBTI: Wir sind nicht einer Schublade zuzuordnen, sondern immer auch in der Lage, uns bewusst differenziert zu verhalten.

#### Woher beziehen Sie Ihre Energie?

**E**xtraversion



„Lasst uns darüber reden“

**I**ntroversion



„Lass mich mal nachdenken“

#### Wie nehmen Sie bevorzugt Informationen auf?

**S**ensitives Empfinden



„So sehen die Fakten aus“

**I**ntuitives Wahrnehmen



„Da erkenne ich viele Möglichkeiten“

#### Wie fällen Sie Entscheidungen?

**T**hinking (Denken)



„Das ist doch logisch“

**F**ühlen



„Was macht das mit mir?“

#### Wie gehen Sie mit der Außenwelt um?

**J**udging (Urteilen)



„Ich mag klare Ziele und Pläne“

**P**erceiving (Wahrnehmen)



„Ich lass es mal auf mich zukommen“

### Geht nicht, gilt nicht

Der MBTI hilft Menschen, sich selbst und ihr Verhalten zu verstehen, aber auch Wertschätzung für andere zu zeigen und Unterschiede konstruktiv zu nutzen. Organisationen nutzen ihn, um Personal optimal zu fördern, natürliche Potenziale von Mitarbeitern zu entwickeln oder effektive Kommunikation zwischen Mitarbeitern, Kollegen, Vorgesetzten oder Kunden zu erzielen. Eines ist bei der Beschreibung der Persönlichkeit jedoch wichtig, sie ist kein Freifahrtschein nach dem Motto „Ich bin halt so...“ oder „Ich kann nicht anders...“.

### Einsatzbereich: weitreichend und weltweit

Das Einsatzgebiet ist dabei weitreichend. So wird der MBTI zum einen zur persönlichen Standortbestimmung und als Entwicklungsinstrument genutzt, sei es im (Einzel-)Coaching oder bei der individuellen Entwicklung von Führungspersönlichkeiten.

Zum anderen nutzen immer mehr Unternehmen den MBTI, um das Bewusstsein für Teamarbeit zu stärken. Hier hilft der MBTI, die entsprechenden Mitarbeiterpotenziale zu beschreiben und trägt so als Analyseinstrument zu einer effektiveren Zusammenarbeit bei.

## Klare Analyse, eindeutige Profile

Die wertschätzende, klare und eindeutige Sprache machen das Instrument zu einem idealen Katalysator für Prozesse über Organisations-, Abteilungs- oder Landesgrenzen hinweg. Die dynamische Betrachtung der Persönlichkeit sowie seine inhaltliche Tiefe erlauben differenzierte Entwicklungsaussagen als Ergebnis der Auseinandersetzung mit dem eigenen MBTI-Profil.

## MBTI®-Profil an der Spitze

Immer wieder beweist der MBTI seine Bedeutung als starkes Instrument der Personalentwicklung. So ist der MBTI zum Beispiel nach Studien der Fachhochschule Mannheim das bekannteste und am häufigsten eingesetzte Profil in deutschen MDAX-Unternehmen.

Insbesondere zählt:

- die seit Jahrzehnten weltweit durchgeführte intensive Überprüfung der psychometrischen Qualität.
- der universelle Einsatz in über zehn verschiedenen europäischen Sprachen.
- die unübertroffene Vielseitigkeit in der Anwendung.
- Persönlichkeit als dynamisches System zu betrachten.

## Anwendung und Lizenzierung

Seit 2002 führt a-m-t neben den auch im Programm beschriebenen Anwendungen zum Bereich Führung, Team oder Coaching als exklusiver Partner für OPP Ltd. die Lizenzierungen für den MBTI im gesamten deutschsprachigen Raum, also auch in der Schweiz und in Österreich, durch.

## Multimedia

Gerade um das Thema Persönlichkeit zu vermitteln, braucht es nicht nur gute Trainer und Coaches, sondern auch ansprechendes Material. Lange fehlte für den MBTI die Möglichkeit, dieses umfangreiche und tiefe Instrument in einer filmischen Umsetzung zu präsentieren. Mit den Filmszenen zu den MBTI-Typen ist nun jeder in der Lage, direkt und nicht nur vor dem geistigen Auge zu sehen.



Zusammen mit unserem „Klassiker“, dem 30-Minuten-Buch „Profilierung durch Persönlichkeit“ aus dem Gabal Verlag bieten wir so allen Anwendern weitere Produkte rund um das Thema Persönlichkeit.

Auf den Seiten 4 und 5 beschreiben wir den Lizenzierungsworkshop.

Offene Angebote zur Anwendung finden Sie auch auf den Seiten 6 und 7. Zur Beantwortung weiterführender Fragen, zum Beispiel in anderen Anwendungsfeldern wie

- Teamentwicklung
- Potenzialbeschreibung
- Innovationsmanagement
- Führungskräftecoaching
- Konfliktmanagement
- Umgang mit Stress

stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung.

## Lizenzierung für Trainer und Anwender – den MBTI® anwenden können

Wer das auf den vorherigen Seiten beschriebene MBTI-Instrument nutzen möchte, braucht dafür eine persönliche Lizenz. Ein weltweit standardisiertes Ausbildungsverfahren gibt den Nutzern Sicherheit in der Anwendung, sichert die Qualität der Nutzung und verfolgt das Ziel, eine ethisch verantwortete Anwendung des MBTI zu gewährleisten.

### Zielgruppe

Die Ausbildung wendet sich an alle, die sich für den Einsatz des Instrumentes qualifizieren wollen. Der Teilnehmerkreis besteht aus externen Trainern, Beratern, Coaches sowie internen HR-Spezialisten und Führungskräften.

### Ziel und Nutzen

Mit der MBTI-Ausbildung erhalten die Teilnehmer einen reflektierten Einblick in Persönlichkeitstheorien und Typenforschung sowie Anwendungssicherheit bei der Platzierung des MBTI und der Gestaltung von Feedbackgesprächen. Den erfolgreichen Abschluss der Lizenzierung belegt das personengebundene Zertifikat zur zeitlich unbegrenzten Nutzung des Instrumentes.

### Inhalt der Lizenzierung

- Einführung in Persönlichkeitsprofile
- Interpretation nach Typen und Präferenzen
- Ethische Aspekte und Implementierung
- Auswertung des Instrumentes
- Feedback-Übungen
- Hintergründe zur Persönlichkeitsentwicklung im Zusammenhang mit dem MBTI
- Vertiefende Praxisaufgaben, zum Beispiel für Teamentwicklung, Coaching, aber auch für den Umgang mit Stress oder mit verschiedenen Temperamenten
- Statistische Grundlagen
- Vorstellung des MBTI-Films mit Szenen zu den Themen „Führen“, „Entscheiden“ und „Überzeugen“
- Abschlussprüfung

### Methoden

Die Workshopteile bestehen aus Übungen, Gruppenarbeiten, Vorträgen und Präsentationen, einschließlich Abendarbeit. An die ersten drei Trainingstage schließt sich eine Feldstudie der Teilnehmer an. Ein zweiter Teil dient zur Reflektion und Vertiefung der Inhalte.

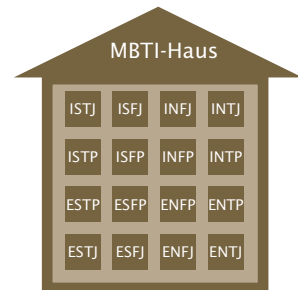
### Voraussetzung für Lizenzierung und Nutzungserlaubnis

- Im Vorfeld: Ausfüllen des MBTI-Instrumentes und Ermittlung des eigenen Typs in einem qualifizierten Auswertungsgespräch durch einen lizenzierten Trainer,
- Erfolgreiche Durchführung von MBTI-Gesprächen im Rahmen des Workshops und als Praxisarbeit,
- Teilnahme an beiden Workshopteilen und Bestehen der Abschlussprüfung.

### Veranstaltungsdauer

5 Tage

gegliedert in einmal drei Tage, Praxisanwendung und einmal zwei Tage





## Lizenzierung zur Nutzung der Analyse von Verhaltenspräferenz (großer Fragebogen)

Während der MBTI Step I Aufschluss über die Präferenzen für Wahrnehmen und Entscheiden gibt, zeigt MBTI Step II in der Beschreibung zusätzlicher Verhaltensweisen auf, wie und ob Sie sich bevorzugt innerhalb oder außerhalb Ihrer Präferenz verhalten. Der MBTI Step II nutzt dabei über die schon im Step I verwendeten Präferenzen hinaus *insgesamt 20 Facetten*, um die Komplexität und Einzigartigkeit der menschlichen Persönlichkeit noch genauer abzubilden.

Dieses Zusatzwissen ist besonders im Coaching und in der Potenzialentwicklung nützlich.

Gerade bei kleinen Gruppen (zum Beispiel Geschäftsleitungen) lohnt sich der differenzierte Blick auf die MBTI-Facetten der Teilnehmer. Herrscht nach den Präferenzen noch Homogenität, werden spätestens mit den einzelnen Facetten und ihren Ausprägungen zusätzliche Aspekte im Umgang mit der Unterschiedlichkeit der Gruppenmitglieder und daraus resultierende Potenziale deutlich. Sie können nun für eine positive Performance genutzt werden.

Aber auch beim Einzelcoaching ist der Blick auf den eigenen Entscheidungsstil, die Veränderungsbereitschaft, die Kommunikations- und Konfliktfähigkeit wichtig für die Beschreibung von Entwicklungsaspekten des Coachee.

### Anwendung und Lizenzierung

Neben der Begleitung von Einzelpersonen und Teams bietet a-m-t auch die Lizenzierung zum Step II an. Dort erhalten die Teilnehmer

- einen tieferen Einblick in das Persönlichkeitsmodell des MBTI,
- Anwendungssicherheit bei komplexen Fällen in der Einzelbegleitung und bei der Teamentwicklung,
- ein Zertifikat zur Nutzung des Instrumentes.

#### Energiequelle: E-I-Präferenzen

##### E xtraversion

initierend  
ausdrucksstark  
gesellig  
aktiv  
begeistert

##### I ntroversion

annehmend  
zurückhaltend  
vertraut  
reflektierend  
ruhig

#### Wahrnehmen: S-N-Präferenzen

##### S ensitives Wahrnehmen

konkret  
realistisch  
praktisch  
erfahrungsorientiert  
traditionell

##### i Ntuitives Wahrnehmen

abstrakt  
ideenreich  
konzeptionell  
theorieorientiert  
originell

#### Entscheiden: T-F-Präferenzen

##### T hinking (Denken)

logisch  
begründet  
hinterfragend  
kritisch  
hart

##### F ühlen

einfühlsam  
verständnisvoll  
ausgleichend  
akzeptierend  
sanft

#### Außenwirkung: J-P-Präferenzen

##### J udging (Urteilen)

systematisch  
vorausplanend  
frühzeitig  
geplant  
methodisch

##### P erceiving (Wahrnehmen)

zwanglos  
flexibel  
knapp  
spontan  
situativ

### Veranstaltungsdauer

1,5 Tage

Erster Tag 16:00 Uhr bis 20:30 Uhr

Zweiter Tag 9:00 Uhr bis 16:00 Uhr



# Offene Veranstaltung zum MBTI®

## Mit dem MBTI® auf dem Weg zu High-Performance-Teams

„Das Team ist der Star“ – damit diese Aussage wahr wird, muss nicht nur im Sport auf dem Weg zur Top Performance vieles berücksichtigt werden. Denn mit der Aussage „die Gruppe ist besser als der Einzelne“ hatte schon so mancher als Vorgesetzter oder Mitarbeiter zu kämpfen.

Die Gruppe ist nur dann besser als der Einzelne, wenn es den Teilnehmern gelingt, den Kampf um die besten Plätze der Gruppenhierarchie und ihre Beziehungsdynamik so zu reduzieren, dass die optimale Problemlösung des Teams und der gemeinsame Erkenntnisfortschritt im Vordergrund stehen.

Um dann aber auch noch als High-Performance-Team zu agieren, bedarf es neben gemeinsamen Zielen einer Teamkultur, in der Unterschiede gewollt und für Top-Performance genutzt werden.

### Ziel und Nutzen

Mit dem MBTI steht ein Instrument zur Verfügung, das die Klärung von gruppendynamischen Beziehungen hin zu mehr Teamperformance in einer wertschätzenden Form ermöglicht und Teams sowohl Potenziale als auch blinde Flecken aufzeigt.

Ausgehend von der Auswertung ihres eigenen MBTI-Profiles erleben die Teilnehmer im Rahmen verschiedener Teamaufgaben die Chancen, die sich aus der MBTI-Teamanalyse ergeben. Sie reflektieren den Beitrag Ihrer Persönlichkeit in ähnlichen Situationen innerhalb der Organisation. Dabei runden neben den vielen interaktiven Aufgaben und Übungen Trainerinput und Diskussionen das Thema „MBTI & Team“ ab.

### Inhalt

- Das eigene MBTI-Profil bestimmen und in der Praxis nachvollziehen
- Gruppendynamik und Teamperformance unterscheiden

- Typgerechte Motivation durch individuellen Umgang mit Lob und Anerkennung
- Aufgaben im Team „wahrnehmen“ und Unterschiedlichkeit nutzen, Erkenntnisfortschritt ermöglichen
- Unterschiedliche Entscheidungspräferenzen als Chance statt Bedrohung begreifen
- Teams bei Innovations- und Veränderungsprozessen begleiten
- Persönliche „Achillesferse“ und „blinden Fleck“ im Team beachten
- Teams führen, Ansätze aus der Temperamentsforschung und dem MBTI
- Konflikt und Streit in Gruppen und Teams meistern

### Zielgruppe

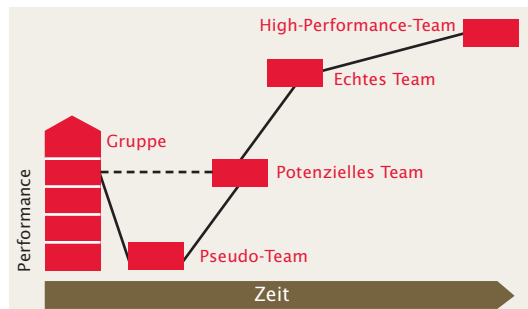
Alle, die ihr Team weiterbringen oder Spannungen im Team vermeiden wollen, egal ob Führungskraft, Gruppensprecher, Teammitglied oder zuständiger HR-Spezialist.

### Veranstaltungsdauer

1,5 Tage

Erster Tag 15:00 Uhr bis 18:00 Uhr (plus Abendgespräch)

Zweiter Tag 8:30 Uhr bis 17:00 Uhr





## Mit dem MBTI® zu mehr Kundenorientierung in Service und Vertrieb

„Wann beginnt eigentlich die 15-Uhr-Parade?“ Wer glaubt, diese Frage sei ein schlechter Scherz, der irrt. Denn an ihr lässt sich Kundenorientierung verdeutlichen. Hunderte von Besuchern stellen diese Frage in den Disney Themenparks auf der ganzen Welt. Und die Mitarbeiter nutzen sie, um eindrucksvoll zu belegen, was Kundenorientierung à la Disney bedeutet: Kundenerwartungen übertreffen. So wird die Antwort entsprechend den Bedürfnissen des Kunden ausfallen – dem einen wird ein Schattenplatz vorgeschlagen, die anderen erhalten einen Tipp für das anschließende Programm mit dem Rest der Familie.

Kundenorientierung bedeutet, den Kunden gedanklich in den Vordergrund zu stellen, ohne das Unternehmensziel aus den Augen zu verlieren. Dazu gehört ein sicherer Umgang mit den Interessen des Kunden, den eigenen Produkten, mit Sprache und auch die Fähigkeit zur Selbstreflexion.

### Inhalt

- Bestimmung des eigenen MBTI-Profiles und Auswirkungen in der Service- und Vertriebswelt
- Vertrieb heißt Nutzen stiften und Erträge durch/trotz Kundenorientierung erzielen
- Best Practice: Kundenorientierung à la Disney
- CRM-Strategien, um langfristige Beziehungen zu in- und externen Kunden aufzubauen
- Persönlichkeitsmerkmale zum Verhandlungserfolg nutzen
- Erleben der MBTI-Präferenzen im Kundengespräch (zum Beispiel adressatengerechte Kommunikation)
- Gesprächsführung und Überzeugung in kritischen Gesprächssituationen

### Zielgruppe

Alle Kundenbetreuer, Service- und Vertriebskräfte, Hotelmitarbeiter und Einzelhändler, die ihre persönliche und

### Führung, Kommunikation, Überzeugen



ST = Zahlen, Daten, Fakten

#### Stil

- effektiver Organisator
- handlungsorientiert

#### Zu überzeugen durch

- Fakten und sachliche Beantwortung von Fragen



SF = individueller Nutzen

#### Stil

- freundlicher Gesprächspartner
- bedürfnisorientiert

#### Zu überzeugen durch

- Darsstellung von Nutzenargumenten



NT = Kompetenz

#### Stil

- konzeptioneller Planer
- möglichkeitsorientiert

#### Zu überzeugen durch

- Darlegung theoretischer Hintergründe und Kompetenz



NF = Begeisterung

#### Stil

- kollegiale Persönlichkeit
- motivationsorientiert

#### Zu überzeugen durch

- Beziehungsebene zur Sprache bringen

### Ziel und Nutzen

Das Arbeiten mit dem MBTI verdeutlicht Persönlichkeitsmerkmale und vermittelt, wie dieses Wissen über die eigene Person und die des Kunden dazu beitragen kann, die Interessen und Erwartungen des Gegenüber zu erkennen und strategisch im Vertrieb zu nutzen.

Kundenorientierung in Service und Vertrieb folgt klaren ökonomischen Interessen: positive Kundenorientierung führt zu geringer Kundenfluktuation, zu weniger Preisensibilität – sie macht Spaß, wenn sie zu Erträgen führt!

betriebliche Performance durch reflektierten Umgang mit Kunden steigern wollen.

### Veranstaltungsdauer

1,5 Tage

Erster Tag 15:00 Uhr bis 19:00 Uhr (plus Abendgespräch)

Zweiter Tag 9:00 Uhr bis 17:00 Uhr

Preise und Teilnahmebedingungen  
finden Sie in unserer Preisübersicht.

(auch als Download unter [www.a-m-t.de](http://www.a-m-t.de))



A-M-T Management Performance AG  
Südstraße 7 ■ 42477 Radevormwald  
Telefon: +49-(0)2195-92 69 00 ■ Fax: +49-(0)2195-92 69 01  
performance@a-m-t.de ■ [www.a-m-t.de](http://www.a-m-t.de)

A-M-T Management Performance GmbH  
Alte Landstraße 18 ■ CH-8800 Thalwil (bei Zürich)  
Telefon: +41-(0)44-721 00 50 ■ Fax: +41-(0)44-721 00 55  
performance@a-m-t.ch ■ [www.a-m-t.ch](http://www.a-m-t.ch)