

DIGITAL-CAMP 2020

METHODEN ZUR ENTSCHEIDUNGSFINDUNG

PROJEKTRÄGER



Haus des Stiftens
Engagiert für Engagierte

GEFÖRDERT DURCH DIE



DEUTSCHE STIFTUNG
FÜR ENGAGEMENT
UND EHRENAMT

METHODEN ZUR ENTSCHEIDUNGSFINDUNG

Gisela Bhatti

Geschäftsführende Gesellschafterin
Cloud und Rüben gGmbH

ehem. Beraterin bei Fundraising und System

Themen: Entwicklungszusammenarbeit & Bildung

Organisationen: buddy E.V., NETZ Bangladesch e.V., u.a.



METHODEN ZUR ENTSCHEIDUNGSFINDUNG

YES.

NO.

MAYBE.

I DON'T KNOW.

CAN YOU REPEAT THE QUESTION?

METHODEN ZUR ENTSCHEIDUNGSFINDUNG

I. Was lässt uns gute Entscheidungen treffen? Was macht es schwer?

II. Schritte und Methoden zur Entscheidungsfindung

1. Wie beginnen? IST-Analyse und SOLL-Analyse.
2. Erst: Ko-Kriterien, dann: Must-Haves
3. SWOT-Analyse möglicher Lösungen schafft Überblick
4. Entscheidungs-Matrix: Kriterien definieren und gewichten
5. Diskutieren Sie es aus!

III. Objekt von Wissenschaft und Kunst aka „Links“

**I. Was läßt uns gute
Entscheidungen treffen?
Und was macht es schwer?**

Die gute Nachricht ...

Entscheidungen per se sind weder richtig, noch falsch.

Der Blickwinkel der anschließenden Bewertung zählt.



Was lässt uns gute & schnelle Entscheidungen treffen?

- Entscheiden Sie vormittags!
- Seien Sie ausgeschlafen!
- Und vor allem bei wichtigen Entscheidungen: nicht zu oft.
- ...
- Werfen Sie eine Münze!

Was macht uns das Entscheiden schwer?

Angst ...

- vor Neuem.
- vor Verlust.
- vor Verantwortung.

Selbst-Sabotage ...

durch Perfektionsanspruch:
wider besseren Wissens WOLLEN
wir die eierlegende Wollmilchsau.

Kognitive Dissonanz ...

Widersprüche aushalten
ist unangenehm.

Wann wird evtl. Entscheidungshilfe benötigt?

- Hohe Reichweite der Entscheidung.
- Fehlende Klarheit über die Folgen.
- Hohe Anzahl der Möglichkeiten.
- Fehlende Klarheit über die Alternativen.
- Fehlende Klarheit über die eigenen Ziele.



II. Entscheidungs- findung

So läuft die Entscheidungsfindung ab

Was wollen Sie?
Was erwarten Sie?
Festlegung, wofür
Sie eine Lösung
bzw. Alternative
suchen und was
diese erfüllen
muss.

**1.) Prioritäten
setzung**

2.) Recherche

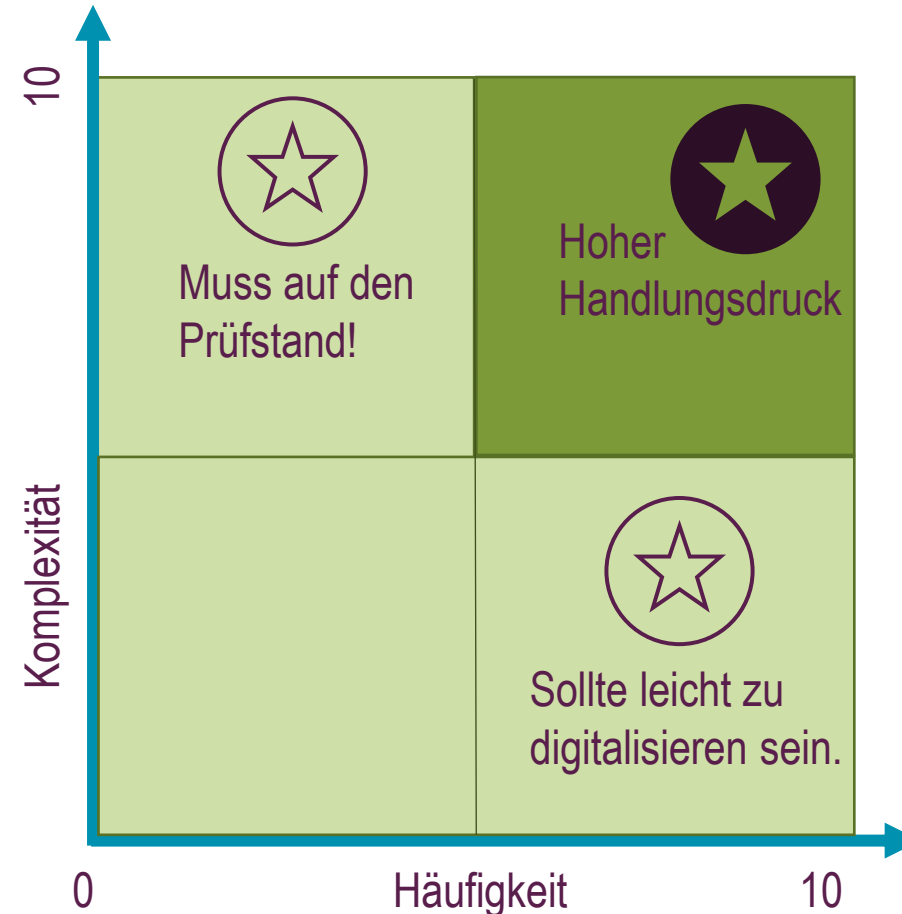
3.) Abwägung

**4.)
Unsicherheit**

#Entscheidung

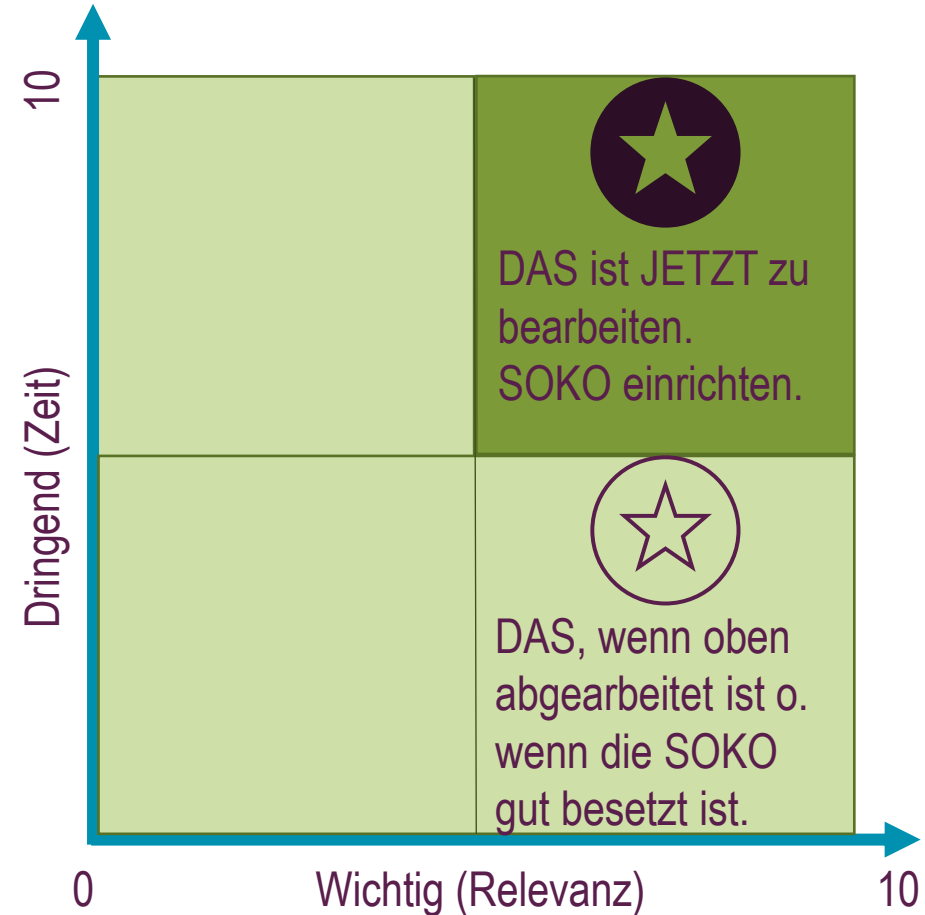
Beispiel „Digitalisierung“: Womit beginnen?

- **Workshop** mit allen MA bzw. aus allen Arbeitsbereichen. Auch „stille Wasser“ und „niemals Meckerer*innen“ einbeziehen.
- Frage: Welche Prozesse haben wir überhaupt? Ja, alle!
- Visualisieren in „Leidensmatrix“



Beispiel „Digitalisierung“: Womit beginnen?

ggf. Zwischenschritt:
**Wenn es sich oben
rechts knubbelt...**



Beispiel „Digitalisierung“: Wie beginnen?

1. Ausführliche IST-Analyse der kritischen Quadranten

Wie sieht es JETZT aus:

Wer macht	(wer ist beteiligt?)
was	(welche Aufgabe?)
wie	(manuell? Mit einem System?)
wann	(in welchen Schritten? Prozess?)
konkret?	

Beispiel „Digitalisierung“: Wie beginnen?

2. Auswertung der IST-Analyse

- Schwachstellen aufzeigen
- Verbesserungspotenziale entdecken

3. SOLL-Analyse für Daten- und Prozess-Management

- Welches System wofür?
- Welches System ist wann führend?

Wie beginnen?

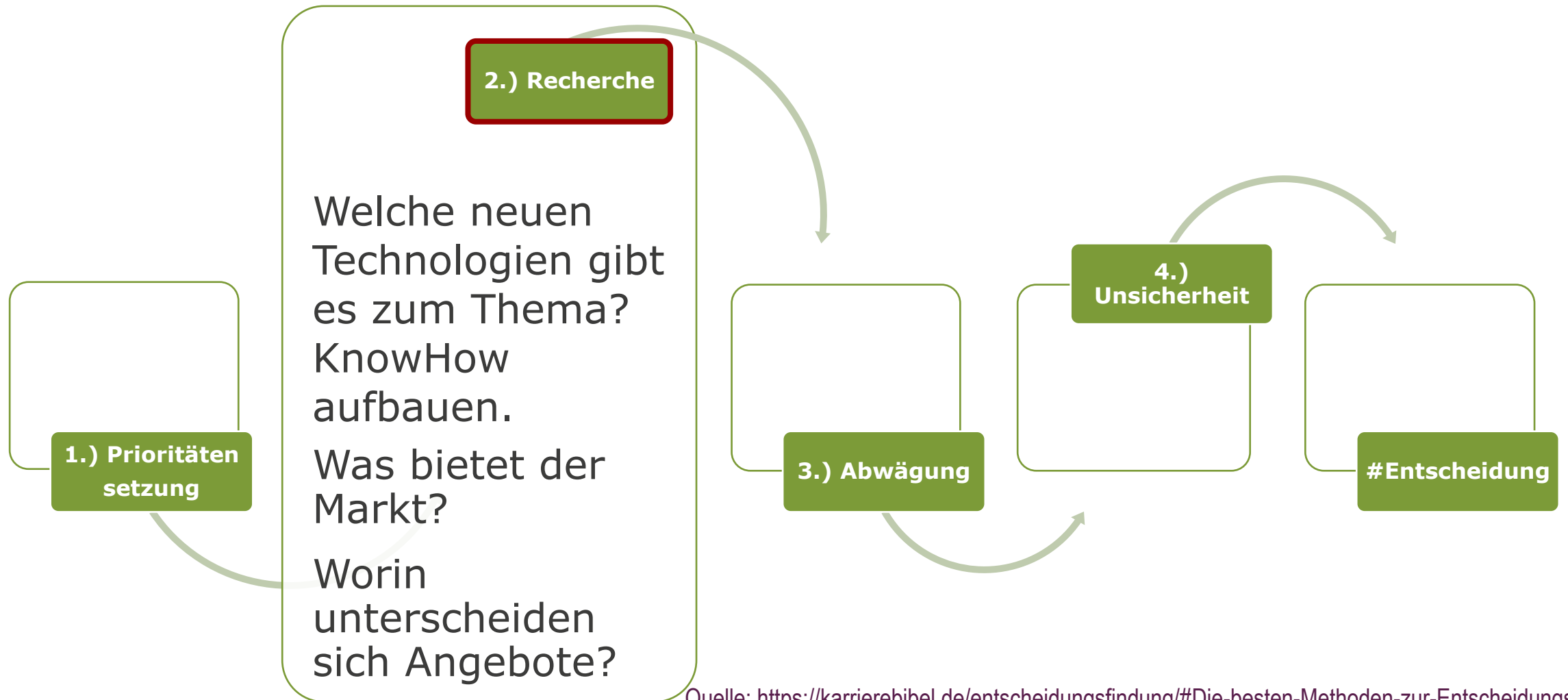
Rahmenbedingungen für Lösungen ...

in Erfahrung bringen/ verhandeln/ definieren.

Daraus folgen:

KO-/ Ausschlusskriterien.

So läuft die Entscheidungsfindung ab



Recherche – Beispiel CRM / Fundraising-Datenbank

Legen Sie fest, wie lange Ihre Recherche dauern soll, damit Sie irgendwann auch ins Tun kommen.

Denken Sie dran:

Sie schreiben keine Doktorarbeit.

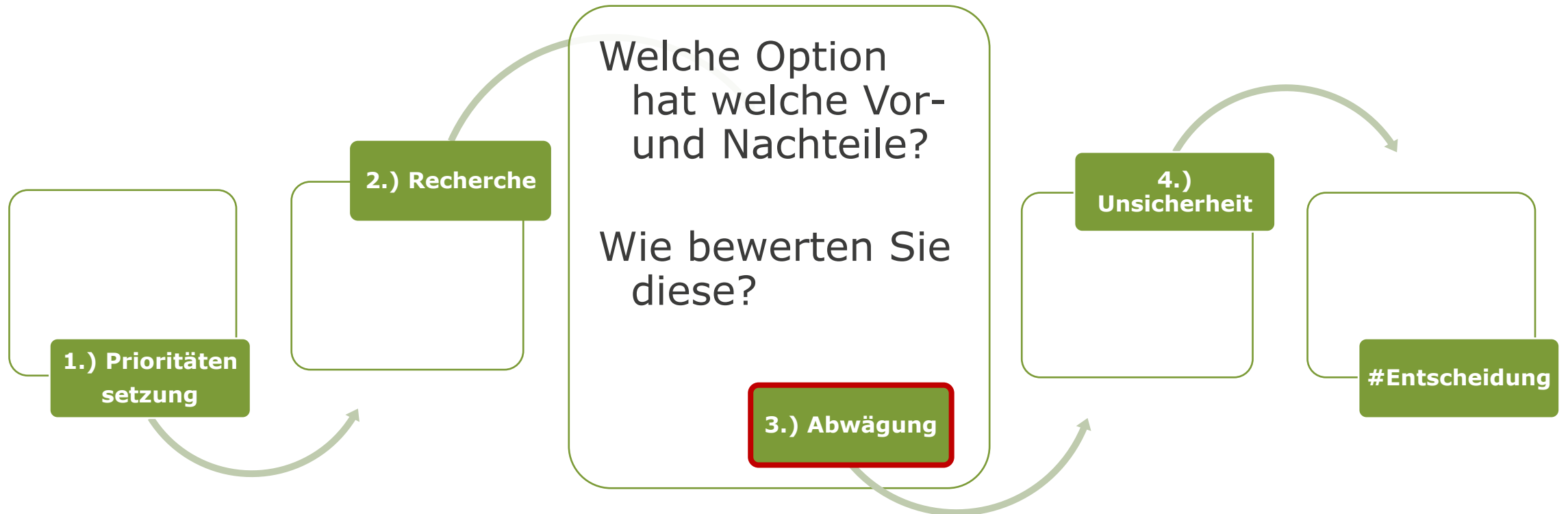
Recherche – Beispiel CRM / Fundraising-Datenbank

- Suchen Sie in den **Werbeanzeigen** Ihrer Branchenpublikationen,
- Befreundete Organisationen um **Empfehlung** bitten,
- Fragen Sie Google/ **Ecosia**,
- **Newsletter** abonnieren (und lesen!)

Recherche – Beispiel CRM / Fundraising-Datenbank

- Besuch von Vorträgen, Stammtischen und Webinaren, wo man **Expert*innen oder Suchende treffen** könnte,
- Gezielte **Literatur** (eröffnen Sie keine Bibliothek),
- **(Online-) Präsentationen von Anbietern,**
- **Orientierungs-Angebote** anfordern, Folgekosten bedenken.
- Ggf. **Unterstützung einkaufen.**

So läuft die Entscheidungsfindung ab



Abwägung - Beispiel CRM / Fundraising-Datenbank

Friendly Reminder:

Bedenken Sie Ihre **Ausschluss-Kriterien**.

Zu 100%.

Choose your battles wisely.

Abwägung - Beispiel CRM / Fundraising-Datenbank

Definieren Sie klar Ihre (wenigen!) **Must-Haves...**

... und nehmen Sie nur Lösungs-Optionen ins Rennen, die diese 100% abbilden.

Abwägung - Beispiel CRM / Fundraising-Datenbank

SWOT-Analyse der potentiellen Lösungen

S	Strengths/	Stärken
W	Weakness/	Schwäche
O	Opportunities/	Chancen
T	Threats /	Risiken

	Stärken	Schwächen
IST	Guter Support ... Lösungs-Option 1	Starres System ...
ZUKUNFT	Ausgereiftes Produkt > ein starker Partner, um ins Thema reinzukommen ...	Wenn wir stark wachsen, irgendwann nicht mehr flexibel genug ...
	Chancen	Risiken

Abwägung - Beispiel CRM / Fundraising-Datenbank

Entscheidungs-Kriterien definieren und gewichten.

Dazu zählen funktionale und andere Aspekte in Ihrer Organisation: finanziell, personell, ideell, strukturell,...

Ziel:

ALLE Perspektiven der Organisation werden berücksichtigt!

Abwägung - Beispiel CRM / Fundraising-Datenbank

Entscheidungs-Kriterien

Mächtiger Schritt. Diskussion wichtig.



Wenn Kosten bei allen gleich sind,
kommt der Punkt raus

Abwägung - Beispiel CRM / Fundraising-Datenbank

Variante 1

Entscheidungs-Kriterien	Gewichtung Kriterien
Funktionale Anforderungen	
allgemeine Anf.: Kosten	
allgemeine Anf.: Service-Qualität	
allgemeine Anf.: User-Interface	
allgemeine Anf.: Branchen-Kenntnisse des Anbieters	

Abwägung - Beispiel CRM / Fundraising-Datenbank

Variante 1

Entscheidungs-Kriterien	Gewichtung Kriterien	Produkt Bewertung, wie sie (im Vergleich untereinander) die Anforderungen erfüllen		
		Produkt 1	Produkt 2	Produkt 3
Funktionale Anforderungen	50%			
allgemeine Anf.: Kosten	30%			
allgemeine Anf.: Service-Qualität	10%			
allgemeine Anf.: User-Interface	5%			
allgemeine Anf.: Branchen-Kenntnisse des Anbieters	5%			
	100%			



1=schlecht erfüllt [...] 10=sehr gut erfüllt

Abwägung - Beispiel CRM / Fundraising-Datenbank

Variante 1

Entscheidungs-Kriterien	Gewichtung Kriterien	Produkt Bewertung, wie sie (im Vergleich untereinander) die Anforderungen erfüllen			Bewertung der einzelnen Kriterien gewichten
		Pro- dukt 1	Pro- dukt 2	Pro- dukt 3	
					Gewichtung Kriterien x Produkt-Bewertung=
Funktionale Anforderungen	50%	6	8	8	
allgemeine Anf.: Kosten	30%	9	7	5	
allgemeine Anf.: Service-Qualität	10%	6	7	7	
allgemeine Anf.: User-Interface	5%	9	8	9	
allgemeine Anf.: Branchen-Kenntnisse des Anbieters	5%	8	9	9	
	100%	7,8	7,8	7,6	



Abwägung - Beispiel CRM / Fundraising-Datenbank

Variante 1

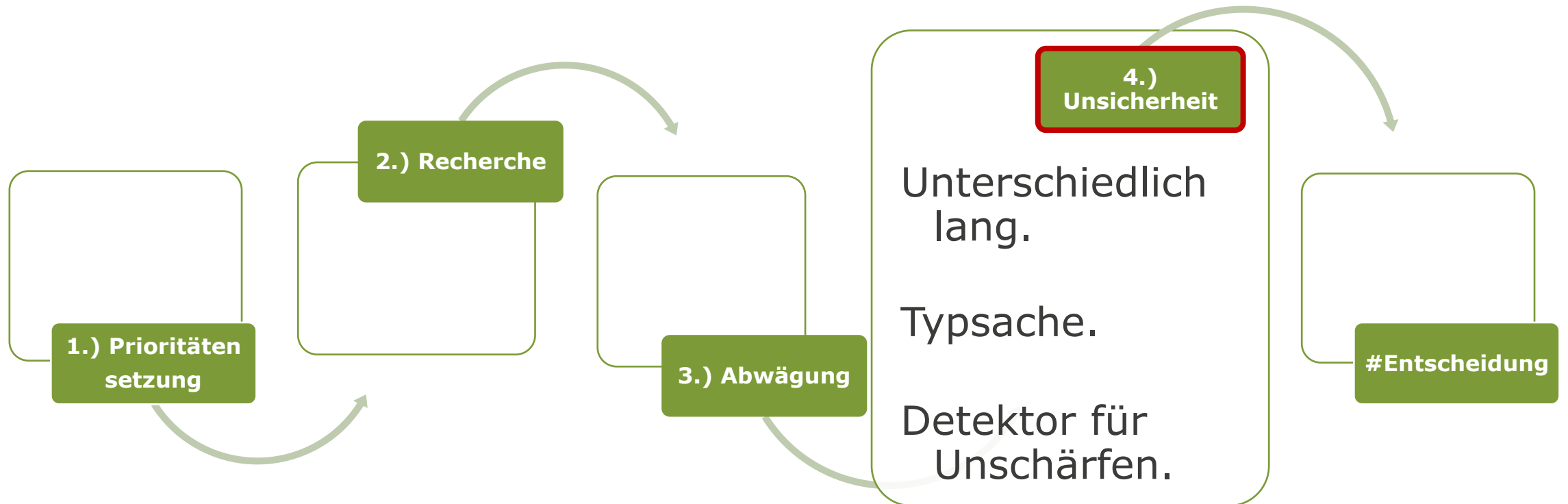
Entscheidungs-Kriterien	Gewichtung Kriterien	Produkt Bewertung, wie sie (im Vergleich untereinander) die Anforderungen erfüllen			Bewertung der einzelnen Kriterien gewichten		
		Produkt 1	Produkt 2	Produkt 3	Gewichtung Kriterien x Produkt-Bewertung=		
Funktionale Anforderungen	50%	6	8	8	300	400	400
allgemeine Anf.: Kosten	30%	9	7	5	270	210	150
allgemeine Anf.: Service-Qualität	10%	6	7	7	60	70	70
allgemeine Anf.: User-Interface	5%	9	8	9	45	40	45
allgemeine Anf.: Branchen-Kenntnisse des Anbieters	5%	8	9	9	40	45	45
	100%	7,8	7,8	7,6	715	765	710

Abwägung - Beispiel CRM / Fundraising-Datenbank

Variante 2

- **Workshop** mit allen MA bzw. allen Arbeitsbereichen. Auch stille Wasser und „niemals Meckerer*innen“ einbeziehen.
- **Diskutieren Sie es aus!** Es geht hier gar nicht so sehr um das WAS der Entscheidung, sondern vielmehr um das WIE. **Transparenz, Beteiligung und Nachvollziehbarkeit.**
- Kann mit Variante 1 kombiniert werden!

So läuft die Entscheidungsfindung ab

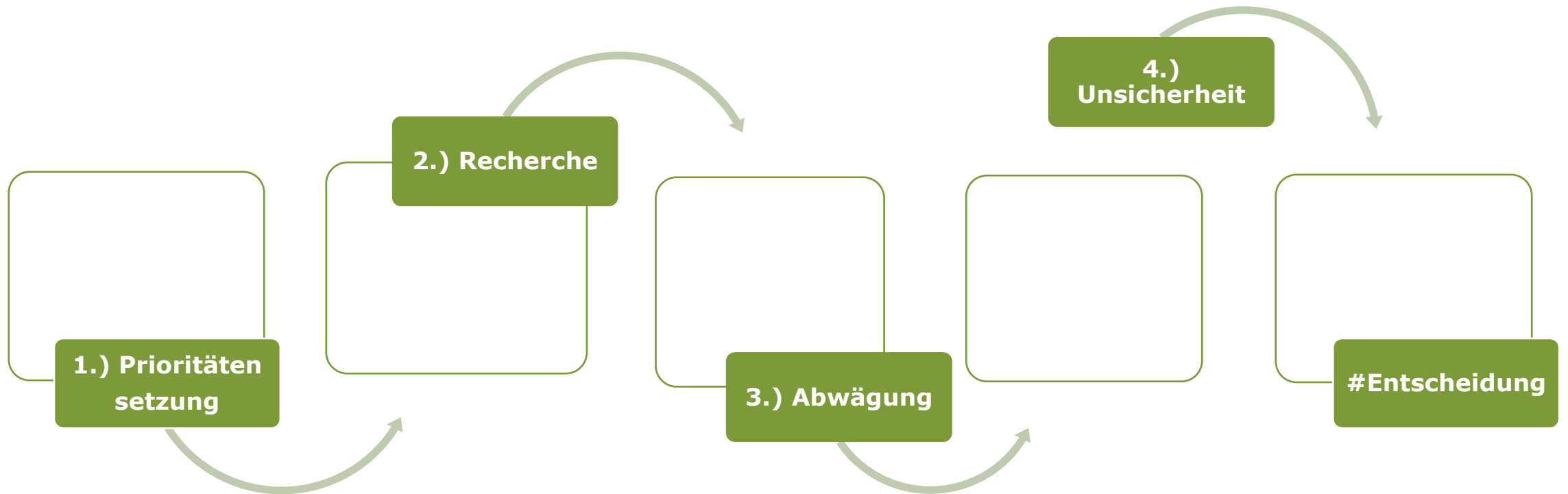


Unsicherheit aushalten: Typsache

- Sacken lassen oder losstürmen.
- Den Beteiligten Zeit lassen, Einwände zu platzieren oder Sekt aufmachen.
- Bauchgefühl befragen.

Im Zweifelsfall die Unschärfe suchen und nacharbeiten.

So läuft die Entscheidungsfindung ab



Quelle: <https://karrierebibel.de/entscheidungsfindung/#Die-besten-Methoden-zur-Entscheidungsfindung>

You got it!

#Entscheidung

Je besser Sie Ihre Entscheidung vorbereitet haben,
umso weniger stressig erleben Sie möglichen Rechtfertigungsdruck.

Dokumentieren Sie wichtige Entscheidungsschritte.

III. Objekt von Wissenschaft und Kunst

Die Kunst und die Wissenschaft der Entscheidung

- Ignatius von Loyola,

Mitbegründer des Jesuiten- Ordens hat bereits im 16. Jahrhundert einen Weg gesucht, bei Entscheidungen Emotionen und Verstand in Einklang zu bringen.

Er entwickelte einen Weg, innerhalb einer Woche für jeden Entscheid die richtige Antwort zu finden. [...]

- Malen Sie sich den schlimmsten Fall aus

- Der Entscheidungsbaum

Links für mehr

Für viele Entscheidungssituationen nützlich:

- <https://karrierebibel.de/entscheidungsfindung/#Die-besten-Methoden-zur-Entscheidungsfindung>

Schematische Vorlagen zur Entscheidungsfindung

- <https://creately.com/de/usage/entscheidungsfindung-methoden/>

Einfach, kompliziert oder komplex – flexible Lösungssuche mit dem Cynefin Framework Modell

- [https://www.personet.de/rkw/Einfach, kompliziert oder komplex %E2%80%93 flexible Lösungssuche mit dem Cynefin Framework Modell](https://www.personet.de/rkw/Einfach,_kompliziert_oder_komplex_%E2%80%93_flexible_L%C3%B6sungssuche_mit_dem_Cynefin_Framework_Modell)

Gute Erklärung für Entscheidungsmatrix :

- <https://www.infonautics.ch/blog/entscheidungsmatrix/>

Software:

- <https://www.infonautics-software.ch/entscheidungshilfe/>

Erläuterungen zum Thema Entscheidungsbaum:

- <https://projekte-leicht-gemacht.de/blog/pm-methoden-erklaert/entscheidungsbaum/>

Wissenschaftliche Methoden Entscheidungsfindung

- <https://filmpuls.info/entscheidungsfindung/>

Fragen?
Fragen!

DIGITAL-CAMP 2020

VIELEN DANK

Gisela Bhatti

Cloud und Rüben gGmbH

bhatti@cloud-und-rueben.org

www.cloud-und-rueben.org

PROJEKTTRÄGER



Haus des Stiftens
Engagiert für Engagierte

GEFÖRDERT DURCH DIE



DEUTSCHE STIFTUNG
FÜR ENGAGEMENT
UND EHRENAMT