

„Kommunikative Spiele und Identität in Organisationsräumen - (aber andere machen es doch auch...)“



„Kommunikative Spiele und Identität in Organisationsräumen - (aber andere machen es doch auch...)“

Präsentation und Workshop im Rahmen des 27. Kongresses der DGTA:
„Kommunikative Spiel-Räume“

Dipl. Psych. Luise Lohkamp, PTSTA-O
Prof. Dr. Henning Schulze, PTSTA-O

„Identität“ - Definitorisches und Hintergrundgedanken

Identität = spätlat.: „Dieselbigkeit“ = Gleichheit eines Dinges ,mit sich selbst
Das, wodurch sich der Mensch von den anderen unterscheidet

„Cogito ergo sum!“ „Ich denke, also bin ich“
(René Descartes, 1596-1650, Principia Philosophiae)

„Esse est percipi!“ = sein ist erkannt werden od. wahrgenommen werden ist sein!
(George Berkeley, 1685-1753, Abhandlung über die Prinzipien menschlicher Erkenntnis)

„Der Mensch wird am Du zum Ich.“
(Martin Buber, 1878-1965)

„Und wenn Ihr Euch nur selbst vertraut, vertrauen Euch die anderen schon.“
(J. W. v. Goethe, Faust I)

„Ich-Identität“

- das Vertrauen darauf, dass der Einheitlichkeit und der Kontinuität, die man in den Augen der Anderen hat, eigene Fähigkeiten, innere Kontinuität und Einheitlichkeit entsprechen (vgl. Erik H. Erikson, Identität und Lebenszyklus)
- = subjektive Einschätzung von sich selbst → Selbstbild vrs. Fremdbild

„Wer am Erwerb von Wissen arbeitet, der arbeitet zu aller erst an sich selbst“
„Wer versucht die eigene Identität in den Vorstellungen anderer zu finden, der wird in seinem Handeln nicht erfolgreich sein.“

RoF v. d. Lunde, Festschrift 1999

Organisationsidentität – sammeln wir mal...

Corporate Identity

Organisations-“Persönlichkeit“

Leistung → „USP“




Historie, Gründungsumfeld

Eigentümer, Eigentumsverhältnisse

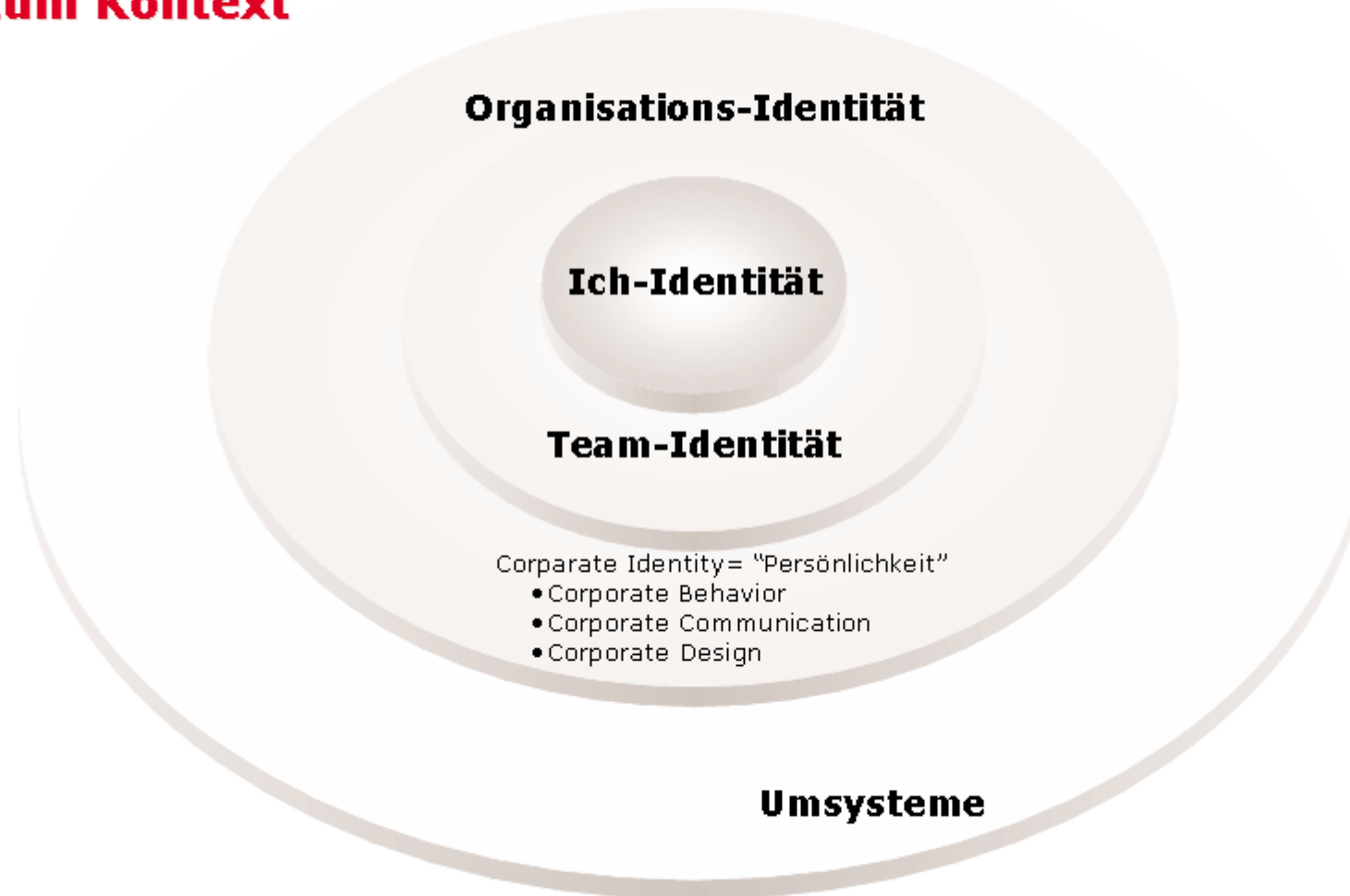
Image → „an/durch was“ wird die Organisation zu dem, was sie „ist“?

Standort → regionale Faktoren

Teamidentität

-  **Wahrnehmung einer gemeinsamen Basis, die vom ich zum wir führt.**
-  **Hintergrund sind die Geschichte des Teams und die Ich-Identitäten der Teammitglieder.**
-  **Teamidentität wird durch das Denken, Fühlen und Verhalten der Mitglieder des Teams bestimmt.**

Zum Kontext



Steuerungs-dreieck für das Management von Organisationen

Wie wird die „Identität“ der Organisation greifbar?

→ Aspekte, auf die wir achten, wenn wir auf Organisationsidentität schauen:



Aspekte von Organisationskultur – nach E. Berne

Organisationskultur

technische Kultur

→ ist für die Definition und die Bereitstellung der zum Funktionieren des Unternehmens notwendigen Ausrüstungsgegenstände zuständig. Hierzu zählen jedoch nicht allein Werkzeuge, sondern z.B. auch Techniken zur Umweltveränderung und des Lernens in der Organisation. In der technischen Kultur finden wir alle rationalen Aspekte der Organisationskultur wieder.

Gruppen-etikette

→ umfasst alle gültigen Normen und Umgangsformen, die im Unternehmen akzeptiert werden und ist sehr stark an Traditionen ausgerichtet. Sie gibt die internen Verhaltensstandards wieder. So beispielsweise, was unter "Mut" zu verstehen ist oder welche Arten von "körperlichen Äußerungen" akzeptabel sind (= > M. Luther).

Gruppen-charakter

→ enthält die emotionalen Aspekte der Unternehmenskultur. Hier ist festgelegt, wie mit Gefühlen und Gefühlsäußerungen im Rahmen des Unternehmens umgegangen wird. Also ob und wie Freude, Ärger, Angst und Trauer zum Ausdruck gebracht werden (dürfen).

Wie erhalten wir Hinweise auf die Kultur?

Zielführende Fragen:

- Was wird von der/über die Organisation erzählt? → Erfahrungen, Werte, Visionen, etc.?
- Wie wird mit Risiken und Misserfolgen umgegangen?
- Dürfen Fehler gemacht werden?
- Wie wird mit Konflikten und Krisen umgegangen?
- Sind Gefühle erlaubt? Wenn ja, welche?
- Wie wird mit Kunden umgegangen?
- Wie ist „das typische“ Führungsverhalten zu beschreiben?
- Wie sieht das „ideale“ Mitarbeiterverhalten aus?

Organisationskultur: Ursprung und Ausdruck

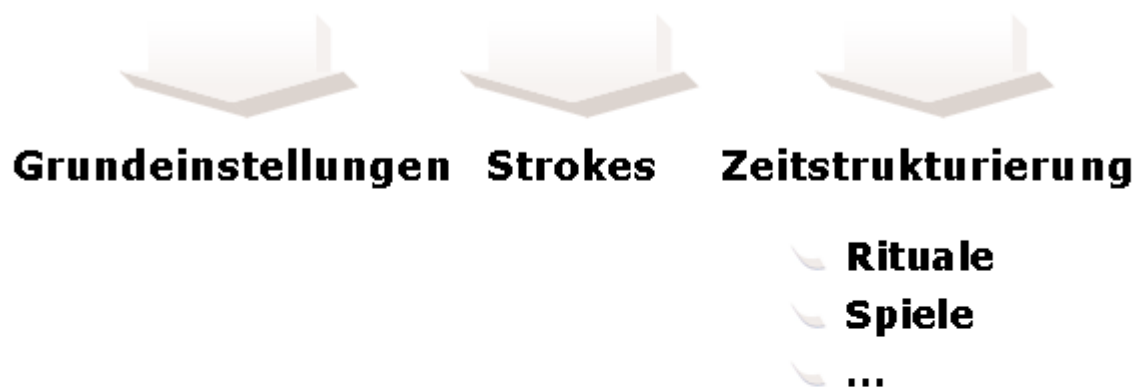
**Organisationskulturen kommen in der
Kommunikation und der Interaktion in und um
das Organisationssystem zum Ausdruck!**



**Organisationskulturen entstehen und werden
ständig beeinflusst/verändert durch
„Kommunikative Spielräume“**

Merkmale/Beeinflusser von Organisationsidentität...

Ein wichtiges Merkmal von Organisationskultur und damit auch von Organisationsidentität ist die Fähigkeit des Systems, den Kontakt und den Austausch von Anerkennung und Zuwendungen zwischen Führungskräften und Mitarbeitern zu ermöglichen!



Unsere Ansätze an Spielen in Organisationen zu arbeiten...

Personenlernen

- Training
- Coachingprozesse
- Kollegiale Beratung
- Teamentwicklung

Systemlernen

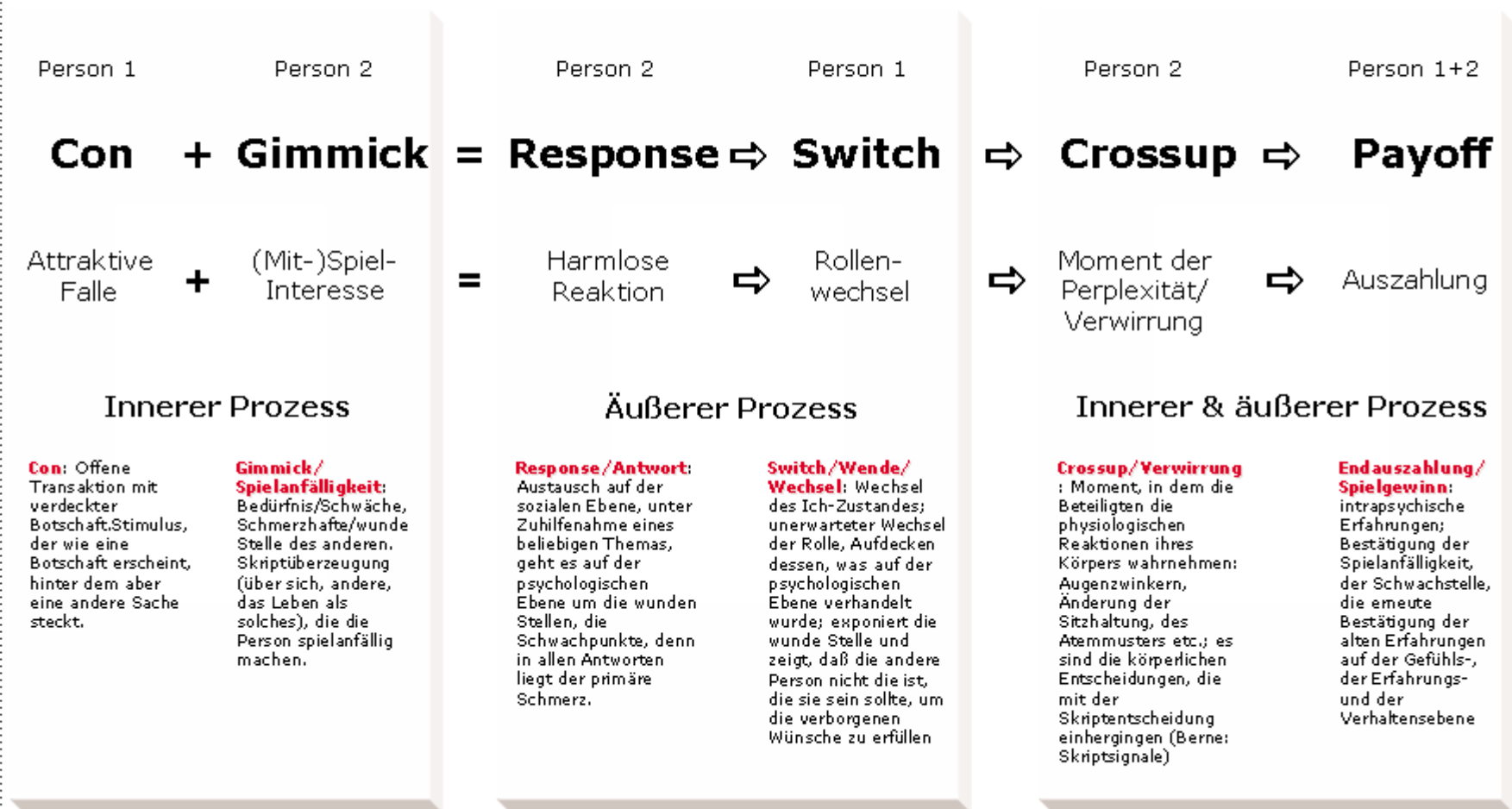
- OE-Prozesse
- Visions-Workshops
- Strategie(entwicklungs)-Prozesse
- Change-Prozesse

„Kommunikative Spiele und Identität in Organisationsräumen - (aber andere machen es doch auch...)“

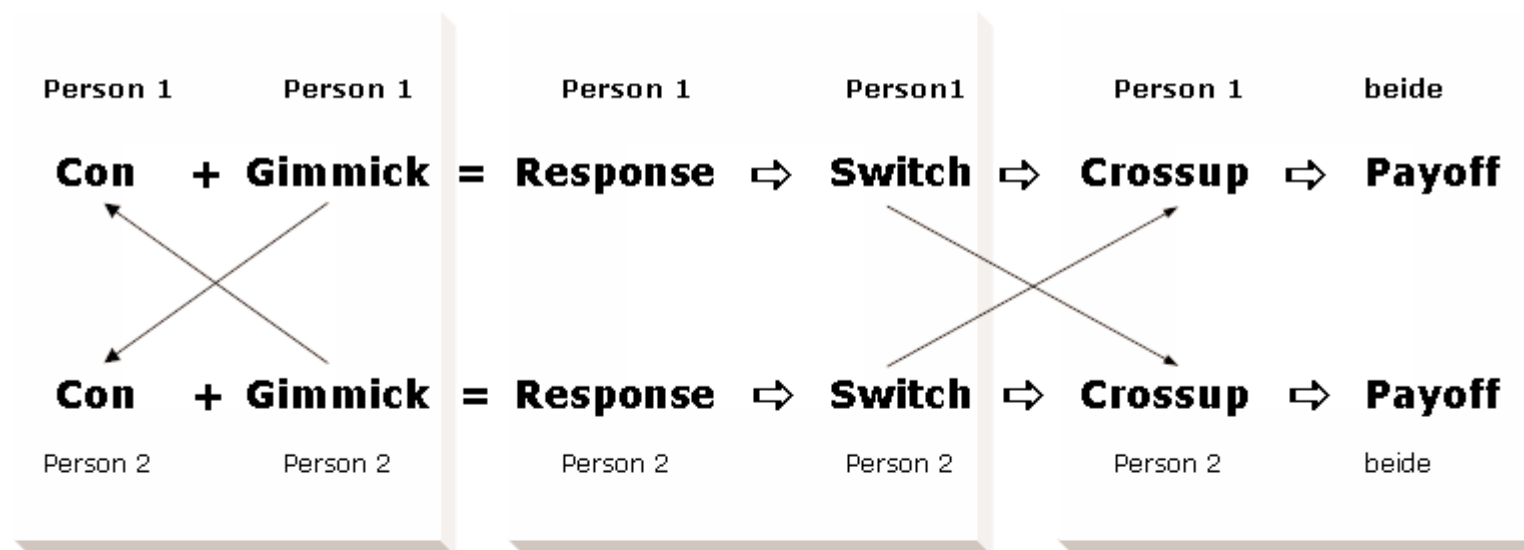
Workshop im Rahmen des 27. Kongresses der DGPA: „Kommunikative Spiel-Räume“



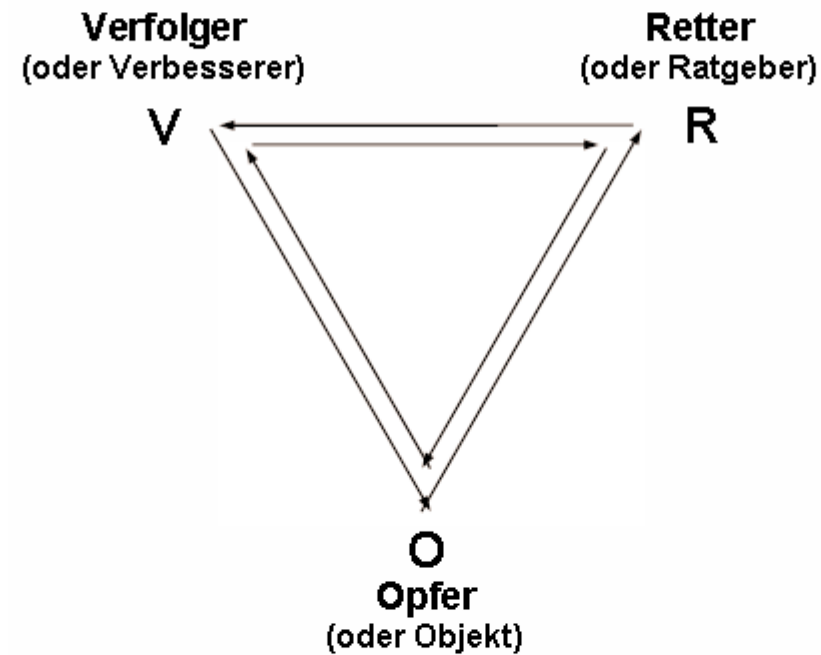
„Formula G“ – Die Bernsche Spielformel



Mindestens zwei Seiten in Spielen: „Formula G“ x 2

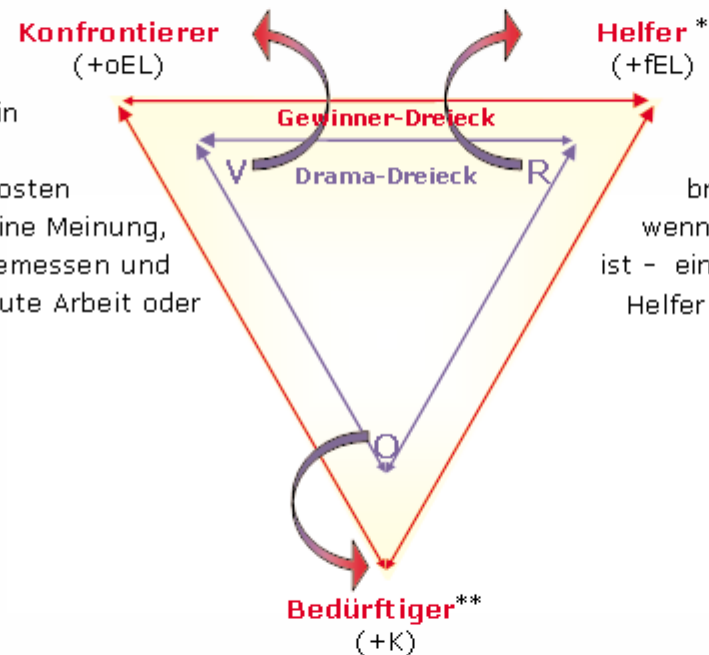


Das „Drama-Dreieck“



Das „Gewinner-Dreieck“

Der **Konfrontierer** bleibt in einer o.k.- o.k-Position. Er stabilisiert sich nicht auf Kosten des anderen. Er vertritt seine Meinung, setzt Grenzen, wertet angemessen und macht deutlich, was z.B. gute Arbeit oder eine gute Lösung ist.



* **Berater und Unterstützer**
** **Hilfe-Suchender**

Der **Helfer** fragt den anderen danach, was dieser braucht. Anschließend macht er – wenn der andere im ER Ansprechbar ist – einen angemessenen Vertrag. Der Helfer hilft so, dass der andere etwas lernt.

Der **Bedürftige** wertet weder sich noch den anderen ab. Er bittet um Hilfe (vom fEL) oder eine Leitlinie (vom oEL). Er definiert dabei konkret, was er braucht. Er schließt darüber einen Vertrag, in welchem auch seine Gegenleistung fixiert sind.