

Erkenntnis Exkursion

Workshop im Rahmen des 1. Safari Geburtstages

Inhalt:

Der erste Geburtstag des Safari Instituts war Anlaß für eine Feier auf dem rheinhessischen Weingut Philipp Schnell in Zotzenheim. Partner und Freunde des Instituts waren eingeladen, einen Nachmittag und Abend zusammenzukommen. Neben Wein und gegrilltem Wild haben wir uns bewußt Zeit zum Nachdenken und Diskutieren genommen.

Leistungsbereich: Organisationsentwicklung

Ansprechpartner: Jochen Schwarzmann

Dokumentart: Weitere Dokumente

Kontakt

Safari GmbH Office Mannheim
Goethestraße 18 D-68161 Mannheim

Safari GmbH Office München
Reitmorstraße 4 D-80358 München

Tel: +49 - 621 - 18 144 720

Fax: +49 - 621 - 18 144 740

info@safari-gmbh.de
www.safari-gmbh.de

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Alle Rechte, auch die der Übersetzung, des Nachdrucks und der Vervielfältigung vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf ohne schriftliche Genehmigung der Safari GmbH in irgendeiner Form (Fotokopie, Mikrofilm, Datenträger oder einem anderen Verfahren) reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.



Erkenntnis-Exkursion

Zum ersten Institutsgeburtstag

am 15. September 2001

In den Weinbergen Rheinhessens

Weingut Philipp Schnell, Zotzenheim



Inhaltsverzeichnis

DER RAHMEN	3
VORÜBERLEGUNGEN	4
DAS SAFARIGRAMM	5
DIE AUFGABE	6
GOOD LIVING	7
HEALTHY RELATIONSHIPS	11
VITAL ORGANISATIONS	14
SUCCESSFUL TRANSACTIONS	18



Der Rahmen

Der erste Geburtstag des Safari Instituts war Anlaß für eine Feier auf dem rheinhessischen Weingut Philipp Schnell in Zotzenheim. Partner und Freunde des Instituts waren eingeladen, einen Nachmittag und Abend zusammenzukommen. Neben Wein und gegrilltem Wild haben wir uns bewußt Zeit zum Nachdenken und Diskutieren genommen.

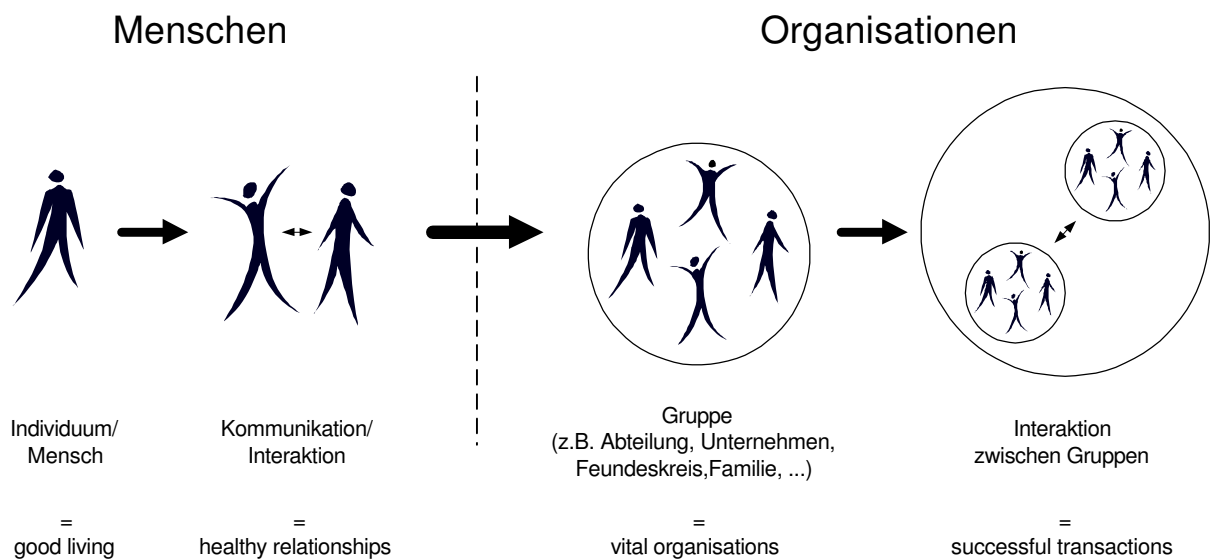
Unsere Weinbergs-Erkenntnis-Exkursion war Anlaß, einen etwas grundsätzlicheren Blick auf Arbeit und Arbeitsumfeld zu werfen, als das im Alltag oft möglich ist. Die ganz persönliche Vorstellung des einzelnen was Arbeit wirklich leisten sollte, Ideen bzgl. einer guten Kommunikation und Zusammenarbeit mit Anderen und Erwartungen an die Organisationen der Zukunft haben uns neugierig gemacht. Viele spannende Gedanken waren dabei, die nicht in Vergessenheit geraten sollten. Deshalb haben wir sie in diesem Dokument zusammengestellt. Wir freuen uns darauf, weiter zu denken und gemeinsam auch an der Umsetzung dieser Visionen zu bauen. Wir wünschen uns, daß viele kleine Schritte folgen, damit wir dies zusammen realisieren können.

Das Safari-Institute versteht sich dabei als Service für diejenigen, die die Zukunft von Organisationen mitgestalten möchten. Es soll eine Plattform geschaffen werden, die intensiven Austausch ermöglicht. Wo immer es geht, möchten wir verbinden, um die vielen Chancen eines Netzwerkes real zu versuchen. Wir werden einen Beitrag leisten, indem wir die aktuellen Ansätze aus Wirtschaft und Forschung sowie individuelle Ideen aus den persönlichen Begegnungen sammeln, aufbereiten und verfügbar machen. In der Praxis werden dadurch Trainings, Coachings und Consultig-Projekte entstehen. Unsere aktuelle Interview-Tour ist der Anfang.



Vorüberlegungen

Basis für unsere Überlegungen war eine grundsätzliche Sicht auf Organisationen. Wir sehen den Menschen als Ausgangs- und Mittelpunkt unserer Überlegungen. Er ist die treibende Kraft, was in der Dienstleistungsgesellschaft nun immer bewußter wird. Doch die Potentiale des Einzelnen lassen sich erst im Austausch mit anderen erschließen. Der Weg vom Mensch zur Organisation sieht dabei im Groben folgendermaßen aus:

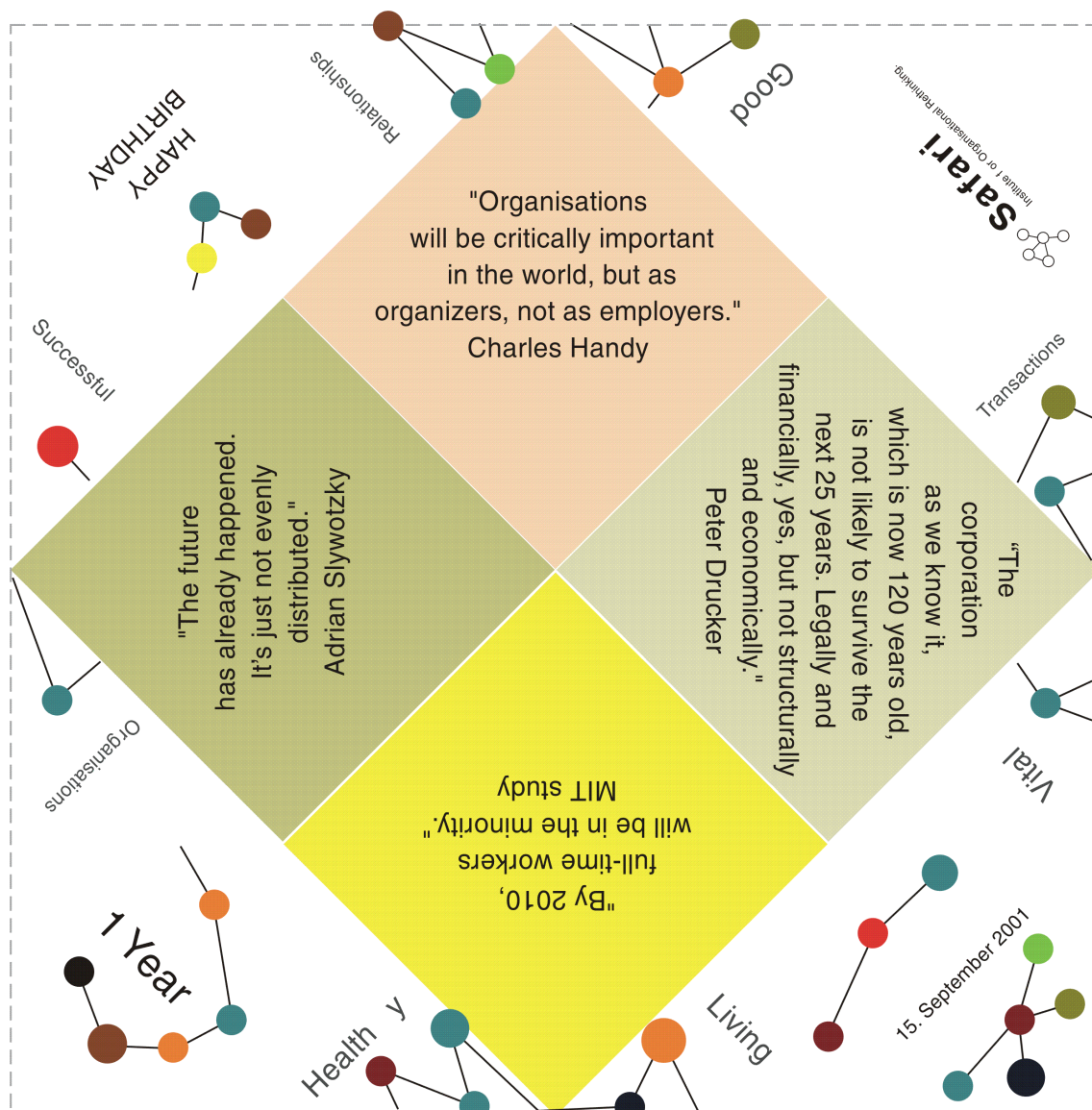


Aus diesen vier Stufen haben sich vier Ansatzpunkte zum genaueren Hinschauen entwickelt. Bzgl. des einzelnen Menschen haben wir uns gefragt, was notwendig ist um das eigene Leben positiv zu gestalten - „good living“. Im Sinne der Interaktion zwischen zwei Partnern (der kleinsten denkbaren, elementaren Gruppe) ging es uns um die Einflußfaktoren, die eine gute Kommunikation bedeuten – „healthy relationships“. Eine Gruppe bzw. eine Organisation verbindet viele Individuen. Mit dem Punkt „vital organisations“ stellt sich die Frage nach den Eigenschaften zukunftsfähiger Organisation. Diese Organisationen treten dann wiederum in Beziehung zueinander. Die Überlegungen, was den Erfolg solcher Transaktionen ausmacht bestimmt den Aspekt „successful transactions“.



Das Safarigramm

Das Safarigramm ist eine Vorlage, aus der sich ein „Himmel und Hölle“ Spiel falten läßt. Je nach Richtung, in die es aufgeklappt wird, öffnet sich der Blick auf die oben beschriebenen vier Bereiche und es ergeben sich durch die Verbindungen der Punkte neue Netze. Im inneren liegen vier Zitate von Personen und Institutionen, die sich mit dem Thema beschäftigen. Eins scheint sicher zu sein: Die Organisation, wie wir sie heute kennen, ist einem grundlegenden Wandel unterworfen.







Das Safarigramm bot einen willkommenen Anlaß, sich mit anderen auszutauschen. Das Kommunizieren und Teilen von Wissen war die Voraussetzung, damit schließlich jeder die Falt-Aufgabe bestand. Die innere Einteilung in die vier Bereiche hat den Ausgangspunkt für die Erkenntnis-Exkursion gebildet.



Die Aufgabe

Für jede der vier Stationen

-  Good Living
-  Healthy Relationships
-  Vital Organisations und
-  Successful Transactions

galt das gleiche Vorgehen.

Relativ frei konnten die Themen bearbeitet werden. Es war nicht Ziel, die Frage so zu konkretisieren, daß alle die gleichen Gedanken finden würden. Vielmehr wurde eine offene persönliche Interpretation angestrebt.

Um den Austausch zu fördern, wurden zufällig (mit einem Würfel) alle Teilnehmer einer von jeweils sechs Gruppen zugeordnet. Die Gruppen wurden für jede Station neu zusammengestellt. Natürlich waren diese Gruppen nicht immer gleich groß, was manchmal zu Zusammenschlüssen oder „Kooperationen“ führte. Auch das war erlaubt, wenn auch nicht explizit darauf hingewiesen wurde.

Jede Gruppe suchte nach einer gemeinsamen Gruppensicht und trat damit in intensiven Dialog. Jeder Einzelne sollte auf seiner persönlichen Karte neben dieser Gruppensicht mindestens einen individuellen Aspekt notieren. Damit wollten wir die individuellen Blickwinkel kennenlernen.

Die Fragestellungen und Ergebnisse der einzelnen Stationen sind im folgenden aufgeführt.



Good living

- ❖ Wie kann Arbeit das eigene Leben bereichern?
- ❖ Was für einen Beitrag leistet sie zur persönlichen Zufriedenheit?
- ❖ Welche Voraussetzungen sollten erfüllt sein, damit eine positive Wechselwirkung entsteht?

Gruppe 1

- | |
|--|
| <ul style="list-style-type: none">• Herausforderung• Gemeinschaft• Sinn• Freiraum |
| <ul style="list-style-type: none">• Herausforderung• Arbeitsklima• Sinn• Erfolg |



Gruppe 2

<ul style="list-style-type: none">• Spaß → Erfolg → Kohle → Spaß (Cycle of life)• Team
<ul style="list-style-type: none">• Kohle• Connections (Nette Leute, gute Atmosphäre, so daß man jeden Tag wieder gerne hingeh!)• Erfolg• Spaß (Nicht alles so ernst nehmen, leben)
<ul style="list-style-type: none">• Spaß• Erfolg• Kohle• Nette Leute• Abwechslung
<ul style="list-style-type: none">• Connections, Kohle• Anerkennung• Spaß
<ul style="list-style-type: none">• Erfolg• Horizonterweiterung• Connections
<ul style="list-style-type: none">• Erfolg• Horizonterweiterung• Connections• Gemeinsamer Genuß



Gruppe 3

<ul style="list-style-type: none">• Nette Kollegen mit denen man gut kommunizieren kann• Freiraum den Weg zum Ziel selbst wählen zu können und entsprechende Entscheidungen zu treffen
<ul style="list-style-type: none">• Nette Kollegen mit denen man gut kommunizieren kann• Vertrauen• Kollegen akzeptieren und respektieren
<ul style="list-style-type: none">• Nette Kollegen mit denen man gut kommunizieren kann• In einer entspannten Gruppe gemeinsam Probleme erarbeiten und Lösungen finden• Freizeitmöglichkeiten und Arbeit kombinieren
<ul style="list-style-type: none">• Nette Kollegen mit denen man gut kommunizieren kann• Neue Herausforderungen meistern
<ul style="list-style-type: none">• Nette Kollegen mit denen man gut kommunizieren kann• Möglichkeit zur Weiterentwicklung und Weiterbildung
<ul style="list-style-type: none">• Good friendships at work• Good paying reward for your work, so you can afford a standard of living (apartment, holiday)
<ul style="list-style-type: none">• Wohlfühlen und Zufriedenheit• Kollegen mit denen man gut kommunizieren kann• Akzeptieren der Arbeit als einen <u>großen</u> Teil des Lebens (Gestaltung dieser Zeit ist wichtig zur Gestaltung des Lebensinhalts)• Entfaltung der Persönlichkeit bzw. der persönlichen Fähigkeiten

Gruppe 4

<ul style="list-style-type: none">• Arbeit muß mich fordern• Kommunikation steht im Vordergrund
<ul style="list-style-type: none">• Fördern/fordern• Keine Angst vor Arbeitsverlust• Überzeugung• Verantwortung• Teamwork• Kommunikation



Gruppe 5

- | |
|---|
| <ul style="list-style-type: none">• Große Freiheit• Guter Kaffee |
| <ul style="list-style-type: none">• Große Freiheit• Hübsche Kollegen und Kolleginnen |
| <ul style="list-style-type: none">• Große Freiheit• Keine Kunden |
| <ul style="list-style-type: none">• Große Freiheit bei der Gestaltung bzw. bei der Bearbeitung der Aufgaben → Spaß• Nette Kollegen (Nettes Umfeld) → Spaß• Cycle of living (Spaß → Erfolg → Kohle → Spaß) |

Gruppe 6

- | |
|--|
| <ul style="list-style-type: none">• Good team• Pleasant Co-Workers• Challenging Work• Always be able to learn |
| <ul style="list-style-type: none">• Balanced private/professional time• Good people at work• Enough cash to live now and retire |
| <ul style="list-style-type: none">• Much sunny drugs |
| <ul style="list-style-type: none">• Balance of work life and private life• Open transparent environment• Good interpersonal relationships (nice colleagues)• Learning new things• Flexibility in organising work |



Healthy relationships

- ❖ Was macht eine gute Beziehung bzw. Kommunikation aus?
- ❖ Was ermöglicht gutes Zusammenarbeiten?
- ❖ Wie sehen notwendige Rahmenbedingen für eine gesunde Interaktion zwischen zwei Menschen aus?

Gruppe 1

<ul style="list-style-type: none">• Vertrauen• Offene, ehrliche Kommunikation• Respekt
<ul style="list-style-type: none">• Vertrauen• Offenheit• Ehrlichkeit• Kommunikation
<ul style="list-style-type: none">• Vertrauensvolle, offene und ehrliche Kommunikation
<ul style="list-style-type: none">• Vertrauensvolle, offene und ehrliche Kommunikation
<ul style="list-style-type: none">• Vertrauen (Gruppenmeinung)• Ehrlichkeit• Offenheit• Umgang und Wellenlänge• Gemeinsame Interessen• Loyalität• Humor• Freizeitgestaltung• Respekt• Toleranz
<ul style="list-style-type: none">• Vertrauen• Vertrauensvolle, offene und ehrliche Kommunikation
<ul style="list-style-type: none">• Vertrauensvolle, offene und ehrliche Kommunikation basierend auf gemeinsamen Interessen



Gruppe 2

- | |
|--|
| <ul style="list-style-type: none">• Die Sicht der Welten muss abgeglichen sein |
| <ul style="list-style-type: none">• Angemessene Körperpflege• Gutes Verständnis beruflich und privat• Keine Trennung zwischen beruflich und privat |
| <ul style="list-style-type: none">• Much love and peace• Sex |
| <ul style="list-style-type: none">• Angemessene Körperpflege (Fishermen's friend)• gleiche Wellenlänge• keine Trennung zwischen privat und beruflich |

Gruppe 3

Fusionierte aufgrund der geringen Größe mit einer anderen Gruppe

Gruppe 4

- | |
|--|
| <ul style="list-style-type: none">• Offenheit• Sich wohlfühlen in der Gesellschaft des anderen• Vertrauen• Wellenlänge |
| <ul style="list-style-type: none">• Respekt• Nicht langweilig sondern lustig und geistreich |
| <ul style="list-style-type: none">• Respekt• Intelligenz |
| <ul style="list-style-type: none">• Respekt• Freundlichkeit |
| <ul style="list-style-type: none">• Respekt• Humor |
| <ul style="list-style-type: none">• Respekt• Humor/ Spaß• Toleranz• Gelassenheit• Freundlichkeit• Engagement/ Interesse |
| <ul style="list-style-type: none">• Respekt• Offenheit• Zuhören• Häppchen |



Gruppe 5

<ul style="list-style-type: none">• Openness• Honesty• Like (love ?)
<ul style="list-style-type: none">• Sprache ist nur die Spitze des Eisbergs• Gegenseitiger Respekt• Augenkontakt• Essen und Trinken• Spaß• Offen• Direktheit!
<ul style="list-style-type: none">• Ehrliche Sympathie und Freundschaft zu einander• Gemeinsames Streben nach dem Guten und der besten Lösung• All Winner Mentalität

Gruppe 6

<ul style="list-style-type: none">• Aufeinander eingehen können (Vertrauen, Zuhören, Offenheit)• Zugriff auf den Partner mit hören und sehen• Lösungsorientierung statt Politik und Hierarchie
<ul style="list-style-type: none">• Aufeinander eingehen können (Vertrauen, Zuhören, Offenheit)• Sich von anderen ernstgenommen fühlen
<ul style="list-style-type: none">• Aufeinander eingehen können (Vertrauen, Zuhören, Offenheit)• Gegenseitige Informationsweitergabe
<ul style="list-style-type: none">• Aufeinander eingehen können (Vertrauen, Zuhören, Offenheit)



Vital Organisations

- ❖ Wie sieht die gesunde Organisation der Zukunft aus?
- ❖ Welche Eigenschaft hat sie?
- ❖ Was für Rahmenbedingungen sollten geschaffen werden?

Gruppe 1

- | |
|--|
| <ul style="list-style-type: none">• Netzwerkorganisation (in der Mitte mit Pfeilen von)• Projektarbeit• Entrepreneurship• Selbstverantwortung |
| <ul style="list-style-type: none">• Netzwerkorganisation• Unternehmerisches Denken |



Gruppe 2

<ul style="list-style-type: none">• Klar gesteckter Rahmen durch transparente Ziele und Verantwortlichkeiten• Möglichst freie Entfaltung der Persönlichkeit im Rahmen der an die Person gestellte Aufgabe• Förderung von „außergeschäftlichen“ Aktivitäten (nicht „Feierabend und Tschüß“)
<ul style="list-style-type: none">• Ein klar gesteckter Rahmen durch Ziele und Verantwortlichkeiten, die alle transparent sind, freie Beweglichkeit im Rahmen
<ul style="list-style-type: none">• Flexibilität• Jeder hat seine Aufgabe und ist daher wichtiger Bestandteil des Ganzen• Nur gemeinsam kommt man zum Ziel• Jeder, und ist er noch so kleine Bote, muss das Gefühl haben, dass er wichtig ist
<ul style="list-style-type: none">• Gewinne erzielen• Flexible Working hours and locations• Every person has to enjoy his job
<ul style="list-style-type: none">• Make profit• Flexible Working hours and locations• Every person enjoys their job• The job each person has is what they do best• Clear way forward for individual and org

Gruppe 3

<ul style="list-style-type: none">• Flache Hierarchien• Nicht einzelne Organisation sondern Netzwerk von Organisationen
<ul style="list-style-type: none">• Flache Hierarchien• Nicht einzelne Organisation sondern Netzwerk
<ul style="list-style-type: none">• Flache Hierarchien• Nicht einzelne Organisation sondern Netzwerke von Organisationen• Weniger Kontakte zu Kollegen



Gruppe 4

<ul style="list-style-type: none">• Jeder findet einen Arbeitsplatz an dem er sich seinen Fähigkeiten entsprechend einbringen kann• Flexibilität
<ul style="list-style-type: none">• Ermöglicht es Einzelpersonen Erfolg zu haben um so erfolgreich zu werden
<ul style="list-style-type: none">• Sinnvolle Ziele jenseits der monetären Gewinnmaximierung• Flexibilität der Strukturen
<ul style="list-style-type: none">• Erfolgreich• Jeder wird eingesetzt entsprechend seiner Fähigkeiten
<ul style="list-style-type: none">• Nenner ohne Männer (?)• Unhierarchisch• Flexibilität

Gruppe 5

<ul style="list-style-type: none">• Unhierarchisch• Disziplin• Gemeinsamer Nenner• Flexibilität
<ul style="list-style-type: none">• Flexibilität• Gemeinsamer Nenner
<ul style="list-style-type: none">• Organisch• Fraktal• Profitabel, effizient• Freiraum geben
<ul style="list-style-type: none">• Organisch• Monarchie• Fraktal• Effizient
<ul style="list-style-type: none">• Organisch• Fraktal• Nett
<ul style="list-style-type: none">• Monarchie• Organisch• Good, dirty music



Gruppe 6

<ul style="list-style-type: none">• Flexibility
<ul style="list-style-type: none">• Flexibility• Trust
<ul style="list-style-type: none">• Think pink/ different• Quick/ creative problem solving process• Dynamische Gruppen• Erfolgsabhängige Bezahlung
<ul style="list-style-type: none">• Zusammenführung – Rahmenplanung für eine Gruppe unterschiedlicher Persönlichkeiten nach neuen Erkenntnissen und Errungenschaften zur Erreichung gemeinsamer Ziele



Successful Transactions

- ❖ Was sind sinnvolle Ziele für eine Unternehmung (die durch den Austausch mit anderen realisiert werden)?
- ❖ Welche Eigenschaften müssen Transaktionen haben, dass sie erfolgreich werden?
- ❖ Welche Rahmenbedingungen sind dazu notwendig?

Gruppe 1

Nicht vorhanden

Gruppe 2

<ul style="list-style-type: none">• Wissen → Erfahrung
<ul style="list-style-type: none">• Wissen• Erfahrung
<ul style="list-style-type: none">• Wissen• Erfahrung



Gruppe 3

<ul style="list-style-type: none">• Zusammenführung unterschiedlicher Wissensbereiche zur Erschließung weiterführender Ergebnisse (Erschließung neuer Horizonte und neuer Perspektiven)
<ul style="list-style-type: none">• Zusammenführung unterschiedlicher Wissensbereiche zur Erreichung weiterführender Erkenntnisse• Neue Ideen und Perspektiven• We are the world• Neue Horizonte• Zusammenwachsen
<ul style="list-style-type: none">• Vorher Ziele beider Seiten klar definiert (meßbar)• Beide Seiten gewinnen• Erfolg wird kommuniziert und geteilt
<ul style="list-style-type: none">• Zusammenführung diverser Wissens und Erfahrungsgebiet zur Erlangung neuer Erkenntnisse und Erschließung neuer Horizonte und vielversprechenden Perspektiven

Gruppe 4

<ul style="list-style-type: none">• Efficiency in Numbers
<ul style="list-style-type: none">• Spezialisierung• Arbeitsteilung• Austausch von Leistungen• Alle Parteien ziehen einen Nutzen aus dem Geschäft
<ul style="list-style-type: none">• Spezialisierung (Arbeitsteilung)• Austausch von Leistungen
<ul style="list-style-type: none">• Arbeitsteilung
<ul style="list-style-type: none">• Information \leftarrow Transaktion \rightarrow Information, Spezialisierung und Arbeitsteilung

Gruppe 5

<ul style="list-style-type: none">• Um von einander zu lernen• um Überleben zu können
<ul style="list-style-type: none">• Von einander lernen um überleben zu können



Gruppe 6

- Flowers
- Glücksgefühl
- Multiple Organisations unterschiedlich

- Mehrwert
- Glücksgefühl
- Zufriedenheit auf beiden Seiten
- Ziele müssen erfüllbar sein
- Wein ist da
- Satisfaction
- In time in budget
- Confidence and relationship

- Glücksgefühl

- Glücksgefühl
- Konsequenz

- Glücksgefühl
- Wein ist da

- Good feeling
- Wine
- Satisfaction
- In time in budget
- Confidence

Die amüsanten Beiträge der spontan gegründeten Gruppe 7, sowie die Gruppe „Barrique“ können auf Anfrage nachgereicht werden.