BSP
Business School Berlin Potsdam
Hochschule für Management

Kunst als Mittel und Inspiration zur Führungskräfte- und Personalentwicklung

Unternehmenstheater, Literatur, Poetry-Workshops, Tanz-Workshops

Prof. Dr. Brigitte Biehl-Missal

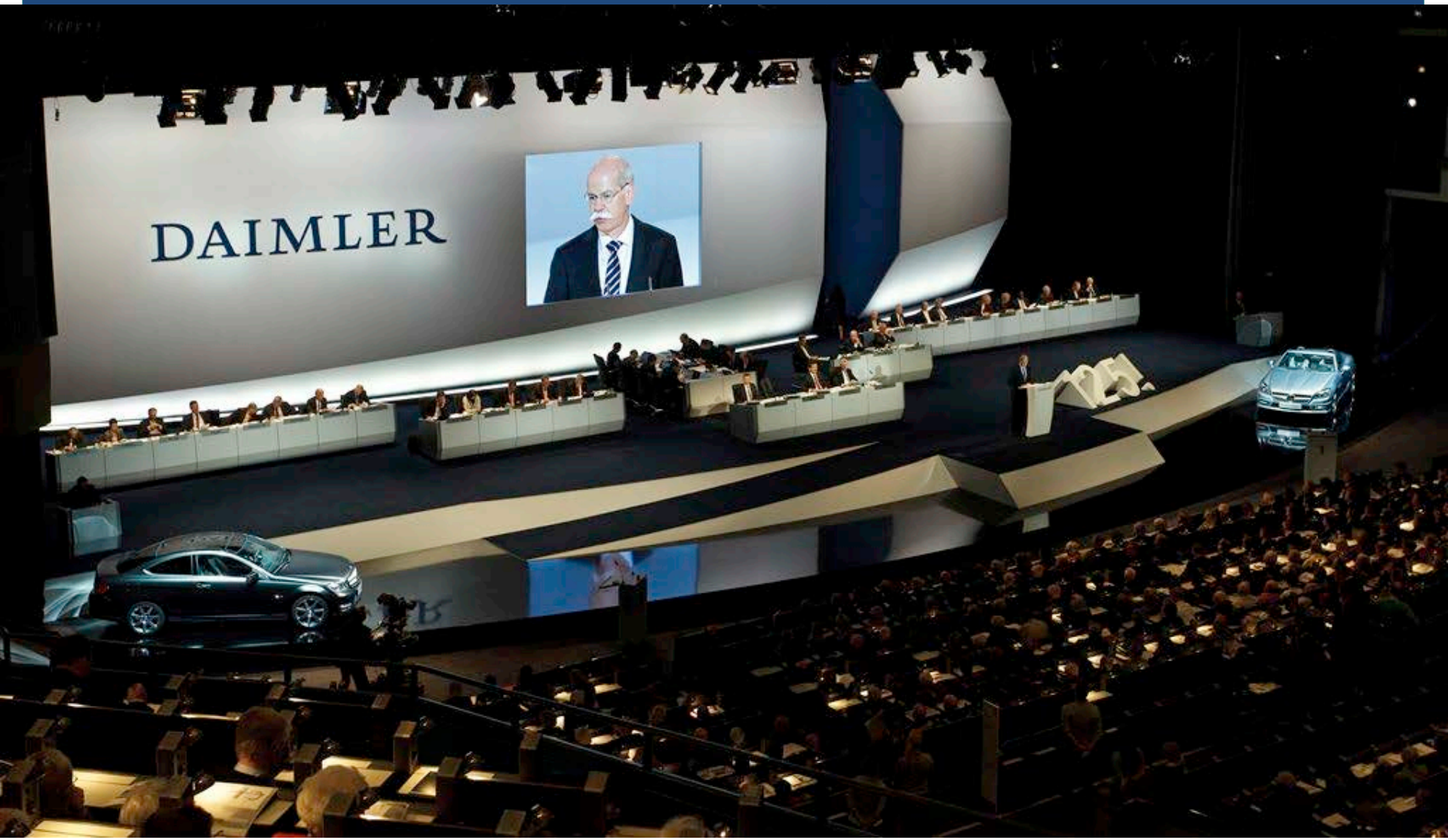
Hochschule St. Gallen, Centro Latinoamericano-Suizo de la Universidad de San Gallen (CLS)

„Business Fiktionen“ 31.10.2014

Ästhetisierung von Wirtschaft

- „Ästhetisierung“ von Gesellschaft, Wirtschaft und Konsum mit veränderten Formen der Wertschöpfung (Gernot Böhme, 2003; Wolfgang Welsch, 1996)
- Gesamtgesellschaftliche Inszenierungsprozesse
- Inszenierung von Managern (Biehl, 2007)
- Kunst als Werkzeug und Inspiration für Manager (Biehl-Missal 2011 *Wirtschaftsästhetik*)
- Künstlerischer Widerspruch und künstlerische Kooperation

Inszenierung von Topmanagern



Theatermacher und die HV als Business Fiktion

Rimini Protokoll

Aktuelle Termine
> Projekte
Bilder
Texte
Video / Audio
Über Rimini Protokoll
Material
Kontakt / Impressum

Suchen ›
Newsletter abonnieren ›
de | en | other languages ›

Hörspielpark
Aktenkilometer App
Bücher

Seite empfehlen:

HAUPTVERSAMMLUNG

Am 8. April 2009 laden Rimini Protokoll zu einer der aufwändigsten Inszenierungen der Spielzeit: Zur Hauptversammlung der Daimler AG im ICC Berlin.
Die eigentliche Regie führen diesmal nicht Rimini Protokoll sondern die Abteilung Investors Relations der Stuttgarter Aktiengesellschaft.
Vor ca. 8000 Aktionären wird eine riesige, blaue Leinwand aufgebaut, davor, leicht erhöht sitzt der eine Teil des Ensemble: 6 Vorstandsmitglieder und 20 Aufsichtsräte. Hinter der Leinwand arbeiten dutzende von Bühnenarbeitern als Back-Office-Souffleure, um für jede Frage an die Darsteller eine Antwort einflüstern zu können. Der andere Ensembleteil besteht aus den Teilhabern des Konzerns: stolzen Aktionären, dividende-hungrigen Aktionären, räuberischen Aktionären, touristischen Aktionäen, kritischen Aktionären (...). Die Presse spielt mit und auch die Mitarbeiter des Aktionärsservice. Das Stück beginnt morgens um 9h und endet erst am späten Abend mit der Entlastung des Vorstandes. „Wir schaffen Wert" schwor der Aufsichtsratsvorsitzende 2008 seine Aktionäre ein – dann gingen die Kurse in den Keller...
Rimini Protokoll haben Aktien gekauft und Aktionäre gesucht, die ihre Einladung abtreten, um möglichst vielen Theaterzuschauern Zugang zu dieser Aufführung zu gewähren.

Zur Aufführung produzieren Rimini Protokoll ein Theaterprogrammheft und vermitteln Nischengespräche im Foyer.

TERMINE
vergangene Termine ›

TEXTE
Using artistic form for aesthetic organizational inquiry:
Brigitte Biehl-Missal
http://www.tandfonline.com/doi/abs/10
01.06.2012

Das Leben auf die Bühne stellen
Ulrike Linzer
der Freitag (online)
07.04.2009

VIDEO
Vorschau 3Sat Foyer, 7.4.2009
Hauptversammlung 3 Sat + ARD

AUDIO

PROGRAMMHEFTE
Hauptversammlung Programmheft
Rimini Protokoll

Biehl-Missal, 2012

Künstlerische Methoden für Manager (Kunstbasierte Interventionen)

- Künstlerische Arbeitsmodelle („Kreativität“, „Innovation“, „Flexibilität“) und Forderungen an Nachhaltigkeit und Menschlichkeit führen zu innovativen Management-Ansätzen (Adler, 2006; Seifter & Buswick, 2010)
- Organisationen des 21. Jahrhunderts wenden sich auf neue Art der Welt der Kunst zu und integrieren künstlerische und ästhetische Ansätze

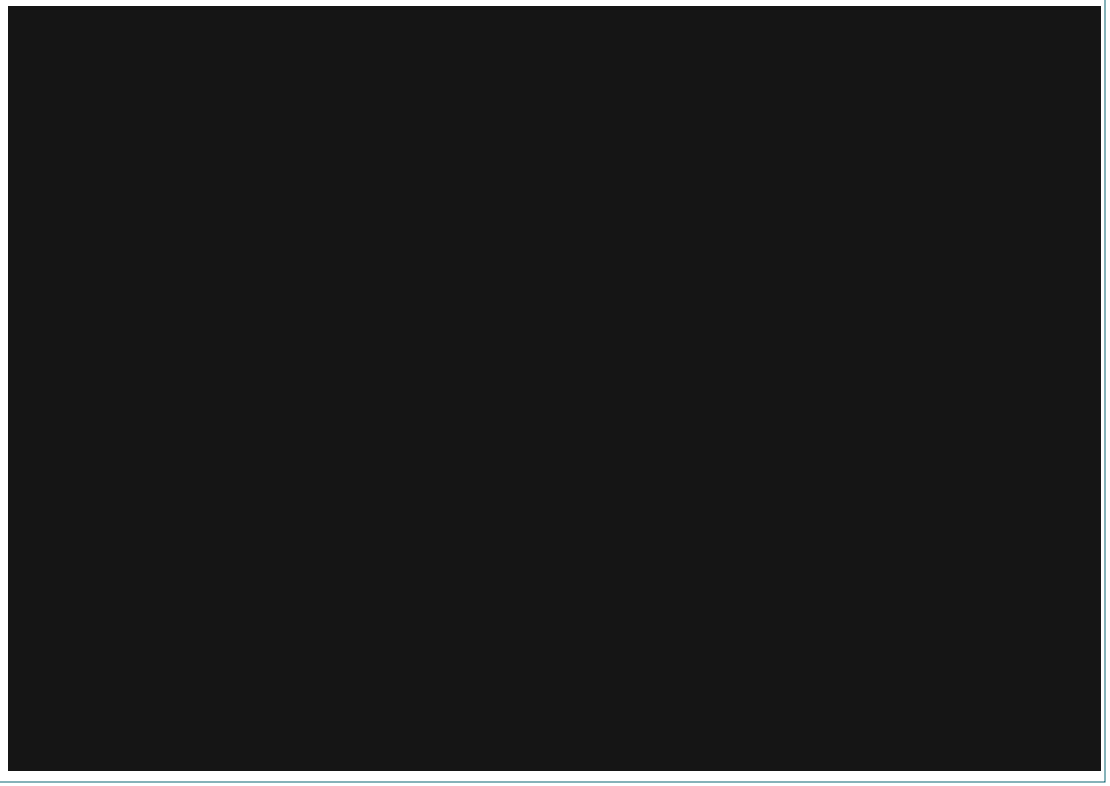
Degot (1987); Ladkin & Taylor (2010); Ropo & Sauer (2008)

Arts-based interventions

- Definition: Einsatz von künstlerischen Methoden zur Personal- und Organisationsentwicklung. Sie bringen temporär Produkte, Menschen und Prozesse aus der Welt der Kunst in Organisationen
- Artists-in-Residence, Workshops mit Künstlern, etc. (Darsø, 2004; Berthoin Antal & Strauß, 2009; Schiuma, 2011)
- Unternehmenstheater; Kunst und Skulpturen; Literatur- und Poetry-Workshops

Malerei

- Selbstdarstellung und Einschüchterung (Ullrich, 2000)
- Wahrnehmung der Manager erweitern (Bockemühl & Scheffold, 2007)
- “Learning how to look” (Mitra et al., 2010)
- Kunst Coaching (Fitzek, 2013)



Skulptur

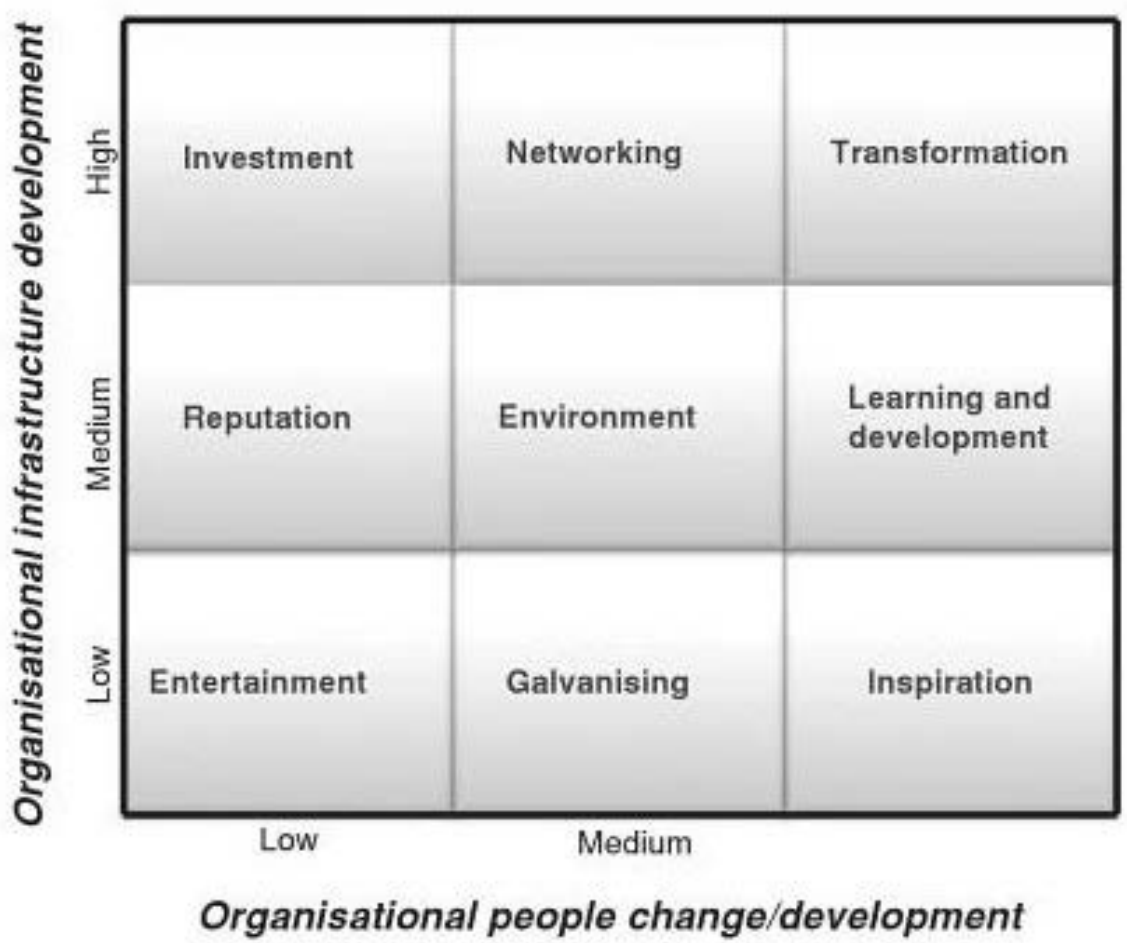
Literatur

Adler, 2010

Merkmale kunstbasierter Interventionen

Das Angebot ist stark gewachsen und es gibt eine Bandbreite von kunstbasierten Interventionen mit verschiedenen Zielsetzungen (Teamzusammenführung, Entertainment, Training von arbeitsbezogenen Fähigkeiten etc.)
Es können vier besondere Merkmale dieser Methoden ausgemacht werden (Taylor & Ladkin 2009: 56-60):
Transfer von Fähigkeiten: Kunstbasierte Methoden können ästhetische Fertigkeiten vermitteln, die im Organisationsalltag nützlich sind (bspw. Präsentationsfähigkeiten durch Theater; bessere Ausdrucksfähigkeit durch Rezeption von Dichtung).
Projektionstechniken: Die künstlerische und ästhetische Form erlaubt, Gedanken und Gefühlen besser auf die Spur zu kommen (bspw. Nachbauen der Firmenstrategie mit Lego-Steinen).
Illustration des Wesentlichen: Durch kunstbasierte Methoden lässt sich das „Wesen“, die „Essenz“, eines Konzepts besser vermitteln und erlebbar machen als durch nüchterne Formate (bspw. Jazz-Vorführungen zur Illustration von Gruppendynamik).
Herstellen von Artefakten wie Masken, Skulpturen, das Schaffen von Gedichten: Die selbstgesteuerte Tätigkeit kann zur Selbsterfahrung und Reflexion beitragen und bietet einen Gegenpol zu den vorgeschriebenen Arbeitsroutinen

Erhoffte Wirkungen: Arts value matrix



(Schiuma, 2011)

Poetry & Business

Robert Frost
"The Road not Taken"
Morgan et al., 2010

Der Zipferlak

Christian Morgenstern

Verdrußtig war's, und gläßig Wieben
rotierten gorlicht im Gemarkt.
Gar clamp war der Pfuckerwank,
und die galben Schwadel frieben.

»Ich ache vorm Zipferlak, mein Kind!
Sein Maul ist breit, sein Griff ist hohr.
Vorm Flegelflagel nehm dich vor,
dem stumpft ins Schwatterwind.«

Er packt' sein scharfgeschliffnes Schwert,
den Feind zu fahnen ohne Saum,
und lehnt' sich an den Dodlbaum
und stand da lang in sich gekehrt.

In sich gekehrt, so stand er hier,
da kam verschnuff der Zipferlak
mit Flammenkrallen angewackt
und gargl't in seiner Gier.

Mit Eins' und Zwei und Drei auf's Haar
Die hilfe Klinge ritsch ertappt!
Trennt' er vom Hals den toten Kopf,
und wicherend ging' er heim.

»Vom Zipferlak hast unbehelligt
Komm an mein Herz, mein lieber Sohn!
Oh, blutiger Tag! Oh, schlaue Tracht!
Sie knipfte er vor Freud'.«

Verdrußtig war's, und gläßig Wieben
rotierten gorlicht im Gemarkt.
Gar clamp war der Pfuckerwank,
und die galben Schwadel frieben.

Tabelle 4.1 Was Poesie für die Wirtschaftswelt bringt

ein Gedicht ist …	Was können Manager daraus lernen:
ohne eine bestimmte Bedeutung und besitzt ein offenes Ende nicht logisch deduktiv oder leicht verständlich	mit Mehrdeutigkeit und Unbestimmtheit umgehen, unterschiedliche Interpretationen finden, assoziative Verknüpfungen, verborgene Verbindungen entdecken
fast unendlich interpretierbar	Sichtweisen überdenken und andere in Betracht ziehen, Veränderung von Bedeutung erkennen
voller Ergänzungen und Gegensätze	sorgfältiges Urteilen, Skepsis gegenüber Entweder-Oder-Denken
auf menschliche Bedürfnisse und Motivation ausgerichtet, stimulierend für vielschichtige Emotionen	ethische Fragestellungen einbeziehen, umfassende Antworten suchen

Quelle: Morgan et al. 2010: 24

Biehl-Missal, 2011: 127

Der Zipferlake

Christian Enzensberger

Verdaustig war's, und glaße Wieben
rotterten gorkicht im Gemank.
Gar elump war der Pluckerwank,
und die gabben Schweisel frieben.

»Hab acht vorm Zipferlak, mein Kind!
Sein Maul ist beiß, sein Griff ist bohr.
Vorm Fliegelflagel sieh dich vor,
dem mampfen Schnatterrind.«

Er zückt' sein scharfgebifftes Schwert,
den Feind zu futzen ohne Saum,
und lehnt' sich an den Dudelbaum
und stand da lang in sich gekehrt.

In sich gekeimt, so stand er hier,
da kam verschnoff der Zipferlak
mit Flammenlefze angewackt
und gurgt' in seiner Gier.

Mit Eins! und Zwei! und bis auf's Bein!
Die biffe Klinge ritscheropf!
Trennt' er vom Hals den toten Kopf,
und wichernd sprengt' er heim.

»Vom Zipferlak hast uns befreit?
Komm an mein Herz, aromer Sohn!
Oh, blumer Tag! Oh, schlusse Fron!«
So kröpfte er vor Freud'.

Verdaustig war's, und glaße Wieben
rotterten gorkicht im Gemank.
Gar elump war der Pluckerwank,
und die gabben Schweisel frieben.

Sprachkompetenz, Vorstellungsvermögen, ästhetische Wahrnehmung, Umgang mit Sprache und Ideologie (Business Speak)

Theater in Unternehmen, Theaterlektüre

Verschiedene Formen des Unternehmenstheaters

Shakespeare für Manager (Mangham, 2001)

Dance & Leadership

(Denhardt & Denhardt, 2005)

MOVE
Leadership and Communication Development

Turning Ideas Into Action via Communication, Organization and Leadership

Leadership is a communication flow between people and ideas. At its core is the art of reading and understanding the elements behind every interaction. Leading has to be effective but it can also be beautiful and enjoyable. For most people however, leadership is not an art, it is a chore. By drawing inspiration from dance, *MOVE* workshops transform this chore into an art. *MOVE* critically believes in the importance of understanding and empowering both the leading and following roles in every interaction.

Movement

Leader (man or woman): Provides a strong frame, consistent rhythm, unique style and clear lead to music. Is firm but open and trusting

Follower (man or woman): Understands and accepts direction and rhythm. Moves as directed but also has space to share interpretation of music and influence next lead through style, experience & connection

Leader: Open and embraces follower's response and interpretation, initiates new lead

Leadership

Leader (manager, CEO, authority): Provides consistent and clear expectations, timing and connection. Is demanding but receptive & respectful

Follower (employee, partner, student, etc.): Understands and accepts clear expectations, timing and goals. Acts accordingly while also having space to consider and share how best to apply individual skill set towards overall goal & purpose

Leader: Openly receives follower's response and feedback and acts accordingly with new directions, expectations and goals

What are the elements that drive interactions?

MOVE identifies 7 major elements that exist in every interaction through its model of RESPECT® Rhythm, Expectations, Style, Purpose, Experience, Connection and Trust.

Literaturverzeichnis

- Adler, N. (2006) ‘The art of leadership: now that we can do anything, what will we do?’ *Academy of Management Learning and Education Journal* 5(4): 486–499
- Adler, N. (2010) *Leadership Insight. Going Beyond the Dehydrated Language of Management*. New York: Routledge
- Berthoin Antal, Ariane & Strauß, Anke (2013). *Artistic interventions in organisations: Finding evidence of values-added*. Creative Clash Report. Berlin: WZB.
- Biehl, B. (2007b) *Business is Showbusiness. Wie Topmanager sich vor Publikum inszenieren*. Frankfurt a. M.: Campus
- Biehl-Missal, B. (2011) ‘Business is showbusiness. Management presentations as performance’ *Journal of Management Studies* 48(3): 619-645
- Biehl-Missal (2011) *Wirtschaftsästhetik. Wie Unternehmen die Kunst als Inspiration und Werkzeug nutzen*. Wiesbaden: Gabler.
- Biehl-Missal, B. (2012) ‘Using artistic form for aesthetic organizational inquiry: Rimini Protokoll constructs Daimler’s annual general meeting as a theatre play’ *Culture and Organization* 3(1): 211-229
- Bockemühl, M. & Scheffold, T. (2007) *Das Wie am Was. Beratung und Kunst. Das Kunstkonzept von Droege & Comp*. Frankfurt: Frankfurter Allgemeine Buch
- Böhme, G. (2003) ‘Contribution to the critique of the aesthetic economy’ *Thesis Eleven* 73:71-82
- Clark, T. (2008) ‘Performing the organization: organization theatre and imaginative life as physical presence’, in Barry, D. & Hansen, H. (Hg.) *The Sage Handbook of New Approaches in Management and Organization*. London: Sage, 401-411

Literaturverzeichnis

- Darsø, L. (2004) *Artful Creation: Learning-tales of Arts-in-Business*. Kopenhagen: Samfundsliteratur
- Denhardt, R. & Denhardt, J. (2005) *The Dance of Leadership: The Art of Leading in Business, Government, and Society*. Armonk: M.E. Sharpe
- Degot, V. (1987) 'Portrait of the manager as an artist' *Dragon: the Journal of SCOS* 2(4): 13–50
- Fitzek, H. (2013): Artcoaching. Gestalt theory in arts and Culture. *Gestalt Theory* 35(1): 33–46
- Ladkin, D. & Taylor, S. (2010) 'Editorial: special issue on leadership as art: variations on a theme' *Leadership* 6(3): 235–241
- Mangham, I. (2001) 'Afterword: Looking for Henry' *Journal of Organizational Change Management* 14(3): 295–304
- Mitra, A., Hsieh, Y. & Buswick, T. (2010) 'Learning how to look: developing leadership through intentional observation' *Journal of Business Strategy* 31 (4): 77–84
- Ropo, A. & Sauer, E. (2008) 'Corporeal leaders', in Barry D. & Hansen, H. (Hg.) *The Sage Handbook of New Approaches in Management and Organization*. London: Sage, 469–478
- Schiuma, G. (2011) *The Value of Arts for Business*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Seifter, H. & Buswick, T. (2010) 'Editors note: special issue on creatively intelligent companies and leaders: arts-based learning for business' *Journal of Business Strategy* 31(4): 7
- Taylor, S. & Ladkin, D. (2009) 'Understanding arts-based methods in managerial development' *Academy of Management Learning & Education* 8(1): 55–69
- Ullrich, W. (2000) *Mit dem Rücken zur Kunst. Die neuen Statussymbole der Macht.* Berlin: Klaus Wagenbach