

Gemälde als Spiegel

FÄHIGKEITEN. Bei der Betrachtung von Werken großer Meister, erschließt sich uns

die eigene Innenwelt. Von Martina Forsthuber



Wo möchten Sie in diesem Bild gerne sein?“, lautet die Frage zu einem Landschaftsbild von Joseph Bidault. Meine Wahl ist schnell getroffen: Der sonnige Hügel rechts vom Zentrum ist für mich der Standort, an dem ich mich am liebsten aufhalten würde. Eine viel sagende Entscheidung. „Sie stehen tendenziell nicht in einem engen Kontakt mit Ihrer Firma, sind in einer eigenen Welt oder wahren bewusst Abstand. Gleichzeitig ist es Ihnen wichtig, die Aussicht und Übersicht zu haben. Sie sind zukunftsorientiert, klares Bewusstsein und Sinnfindung sind für Sie wichtige Themen“, wird es später in meinem Persönlichkeitsprofil, das aufgrund meiner Standortwahl erstellt wurde, heißen. >

Welches Tier sind Sie?

Welches Tier möchten Sie nicht sein?

Welches Tier möchten Sie gerne sein?

Die Wahl gibt Aufschluss über Ihr Gruppen- und Führungsverhalten, den beruflichen Standort, Verantwortungsprinzipien, ungenutztes Potenzial, Sozialkompetenz, Motivationsfaktoren und Ihr Selbstbild. Quelle: „Tiere“ von Roelandt Savery

Wählen Sie unter den vier Selbstporträts dasjenige aus, das Ihnen am sympathischsten ist, und dasjenige, das Ihnen am unsympathischsten ist.



Gerade in der obersten Führungsebene wird oft versucht, am jungen Ideal festzuhalten. Die Sympathie gilt dann dem ersten Bild, das jugendliche Dynamik ausstrahlt, dabei wird die notwendige Reifebildung nicht zugelassen. Solche Kandidaten bringen dem Unternehmen nicht, was es braucht: Verantwortung oder Weisheit an der Führungsspitze. Dort, wo man Mentor sein sollte, ist es nicht gefragt, nur sein eigenes Ego durchzusetzen.

Ob Rembrandt, René Magritte, Peter Paul Rubens, Roelandt Savery oder Frida Kahlo, die Werke berühmter Künstler können Unsichtbares sichtbar machen. Und diese Erkenntnis aus der Psychologie wird für eine Form der Persönlichkeitsanalyse genutzt, die sich nicht bloß im herkömmlichen Stärken-Schwächen-Check erschöpft, sondern alle weichen Faktoren, also Teamfähigkeit, Motivationskraft oder Führungsqualität, eines abgerundeten Persönlichkeitsprofils erfasst. Die Methode hat System, nennt sich Symbolon Personality Profile und basiert auf der Symbolsprache von Kunstwerken. Sie hat das Ziel, tiefere Zusammenhänge in sozialen Systemen erkennbar zu machen.

Die Analyse verdeutlicht die inneren Grundprinzipien, welche den Menschen – oft unbewusst – leiten. Dabei wertet die Symbolon-Methode nicht, sondern zeigt Entwicklungspotenzial auf. Eigenschaften in wichtigen Bereichen der Unternehmensführung wie eben Motivation, Sozialkompetenz, Teamarbeit oder auch Führungs- und Kommunikationsstil werden dabei deutlich gemacht. Das Symbolon Personality Profile wird beim Talentmanagement, in der Management- und Führungskräfteentwicklung sowie bei allen Entwicklungsprozessen eingesetzt, und Unternehmen wie Telekom Austria, Mercedes, Raiffeisen International, DaimlerChrysler, die Schweizerischen Bundesbahnen, Palfinger oder die Generali Versicherung haben bereits damit gearbeitet.

„Die Firma suchte ein Programm für das Recruiting und speziell für die High-Potentials-Suche. Ich bin schwer beeindruckt, dass man in so kurzer Zeit zu Informationen kommen kann, die sehr in die Tiefe gehen“, erzählt Andreas Festa, medizinischer Direktor des Pharmaunternehmens Merck, Sharp & Dohme Österreich, der gerade erst mit Symbolon gearbeitet hat. „Verhaltensmuster, die



„Bilder lösen Erlebnisse aus und werden in persönlichen Kontext gesetzt. Sie sind ein Spiegel, in dem wir die Realität wiedererkennen.“
Christine Kranz, Symbolon AG

im Alltag gar nicht so bewusst werden, kommen ans Tageslicht. In meinen Augen hängt das alles aber auch sehr vom Coach ab, der das Testergebnis in einem persönlichen Gespräch auswertet und sensible Informationen ganz schnell zu einem Bild zusammensetzen kann. Das zeichnet die Methode aus.“

In Festas Fall war dieser Coach Christine Kranz, die Entwicklerin der Symbolon-Methode. „Bilder lösen Erlebnisse aus und werden in persönlichen Kontext gesetzt. Sie sind ein Spiegel, in dem wir die Realität wiedererkennen und Wissen über uns selbst vermittelt bekommen“, erklärt die Geschäftsführerin der Symbolon AG. Intensive Studien am C. G. Jung Institut in Zürich waren für Kranz wegweisend bei der Erkenntnis, dass Bilder und Symbole im Zentrum des gesamten Konzepts stehen. Zwei Jahre lang entwickelte sie gemeinsam mit Eveline Taylor die Symbolon-Methode, die am Psychologischen Institut der Universität Innsbruck validiert und somit wissenschaftlich anerkannt wurde. Archetypen und Symbole der Malerei wurden in die Wirtschaftswelt übersetzt.

Vier Bilder von Claude Monet liegen vor mir. Ich wähle das mit der Frau, die allein unter einem Baum am Ufer sitzt und auf den Fluss schaut, als jenes aus, das mir am sympathischsten ist. Das Bild mit der biedereren Mutter, die neben einem kleinen Kind am vollen Tisch sitzt, ist mir unsympathisch. Damit habe ich tief in mich blicken lassen, ohne es zu wissen. Denn es geht hier um die Frage der Teambildung, und die Symbolik für Gemeinsamkeit (Mutter und Kind) habe ich soeben abgelehnt; mich stattdessen klar für Eigenständigkeit entschieden: „Alleine und autonom arbeiten, neue Ideen in die Arbeit einbringen, überdenken und reflektieren, sich sammeln und neu orientieren“, ist mir offenbar wichtiger >

Die Kunstgeschichte zeigt, wie Bilder als Träger von Wissen dienen. Symbolon arbeitet mit Archetypen, Urprinzipien, die in Gemälden wirken.

als „berechenbare und überschaubare Arbeitsprozesse, Sicherheit und Geborgenheit und das Wohlgefühl in vertrautem Umfeld“. Das bedeutet allerdings auch „mangelndes Einlassen auf das Team und ein starkes Bedürfnis, frei und autonom zu sein“.

Das Ausfüllen des Fragebogens zu den Kunstwerken dauert maximal eine halbe Stunde, doch erst in der darauf folgenden persönlichen Beratung werden der berufliche Standort, das Entwicklungspotenzial und das Stärkenprofil mit dem Coach erarbeitet und analysiert.

„Wir haben mit dieser Methode gearbeitet, als es um Teambildung ging, und die Resonanz der Teilnehmer war sehr positiv“, berichtet Josef Fesl, Human Resources Manager der Palfinger Group. „Wenn Veränderungen bei Personen und in Organisationen geschehen sollen, die vorher nicht möglich oder gar vorstellbar waren, dann ist diese Form des Einblickschaffens wirksam,“ ist Fesl überzeugt.

Die Kunstgeschichte zeigt, wie seit Jahrhunderten Bilder als Träger von Wissen, Ideen und Visionen dienen. Sie eignen sich hervorragend für die Weitergabe von Werten, Prinzipien und Vorstellungen, da sie für alle verständlich sind – ohne großen Erklärungsbedarf zu haben. Bilder gehören zur inneren Sprache und bieten eine ideale Plattform, Grenzen zu überbrücken und Begegnungen zu ermöglichen.

„Ich habe damals mit meinem gesamten Team die Symbolon-Ausbildung bei Frau Kranz gemacht“, berichtet Heinz Neumayer, früherer Leiter des Trainingsbetriebs der Uniqa Versicherungen AG

und jetzt mit dem trainCo Trainingsinstitut selbstständig. „Andere Verfahren beziehen sich nur auf Eigenschaften und Veranlagungen, die Symbolon-Methodik basiert auf Themenbereichen wie Macht, Teamkonstellation, Antrieb, Motivation etc. Es ist eine sehr spezielle Thematik und ein ganz besonderer Zugang, auch nicht einfach für den Coach, das zu erlernen, ich brauchte zweieinhalb Jahre, bis ich mit der Methode umgehen konnte, sie setzt sehr viel Erfahrung voraus.“

Im Personalmanagement stellt sich hauptsächlich die Frage: Wie erreiche ich die weichen Faktoren? Symbolon arbeitet mit Archetypen, Urprinzipien, die in Bildern wirken. Für Unternehmen ist der Schlüssel zum Erfolg, die in der eigenen Organisation vorhandenen Kompetenzen, das Wissen und die Energie optimal und intelligenter als die Mitbewerber zu nutzen. Unternehmen, die alle Mitarbeiter und Führungskräfte – mit ihren Ideen, ihren Vorstellungen, ihrem Wissen und ihren Erfahrungen – so einbinden, dass die vorhandenen Kräfte genutzt und in die richtige Richtung gelenkt werden, haben Erfolg. Und genau dabei sollen die Bilder als Spiegel helfen. ●