

Die Theorie der Interaktionsrituale von Collins hat zahlreiche empirische Studien inspiriert und unterstützt. Zum Beispiel wurde gezeigt, dass bestimmte Arten von Interaktionsritualen, wie etwa das Singen von Nationalhymnen, zu einer stärkeren emotionalen Bindung zwischen den Teilnehmenden führen können. Darüber hinaus hat die Theorie auch wichtige Erkenntnisse zur Entstehung von Gruppengefühlen geleistet.

Jemand, der sich mit Gruppengefühlen und -ritualen gut auskennt, ist der Regisseur und Künstlerische Leiter des Scharlatan-Theater für Veränderung Hamburg. Wir haben ihn gefragt, was er aus seiner Profession heraus für Erfahrungen mit Unternehmensritualen gemacht hat. Wir machen einen Perspektivwechsel und lassen den folgenden Abschnitt über Unternehmensrituale von ihm erzählen!

UNTERNEHMENSRITUALE

Michael Bandt



<https://yourbusiness.azcentral.com/run-powerpoint-continuous-loop-2046.html>

„Im Rahmen meiner Vorbereitung auf diesen Beitrag stieß ich auf das nebenstehende Bild und fragte mich, was das wohl für eine Veranstaltung war? Und wegen des traurigen Gefühls, das mich dabei beschlich, fragte ich mich weiter, ob diese hier abgebildete Informationsvermittlung in Unternehmen wohl häufiger vorkäme. Und die scheinbare Resignation der Teilnehmenden weckte in mir die Befürchtung, dass Veranstaltungen auf dieser Art beizuwohnen, vermutlich bereits ritualisiert ist. Und plötzlich war ich mitten in meinem Thema. Ich fragte mich, ob es zwei Arten von Ritualen geben muss, da ich als Regisseur ja täglich mit ritualisierten Vorgängen arbeite, in denen ich aber darum kämpfe, der Wiederholbarkeit echte positive Lebendigkeit abzurufen. Damit war der Rahmen gesteckt und vielleicht lässt sich nebenbei noch die Frage beantworten, was das Wesentliche heutiger Rituale ist und was Theater als rituelle Handlung im Unternehmenskontext bewirken kann. Und dann stieß ich auf folgenden Satz:

„Rituale ermöglichen drei Ebenen von Beziehungen zu verstärken: Beziehung zu mir selbst. Beziehung zu einem DU & WIR. Beziehung zu einem größeren Ganzen, größeren Sinn.“

Das schrieb Johanna Neußl für die Ritualtagung 2018 in Innsbruck. Rituale scheinen also, wenn man dieser Aussage folgen mag, auch im Unternehmenskontext ein ernstzunehmendes „Ding“ zu sein, welches nähere Betrachtung verdient. Unternehmen formulieren schließlich nicht selten für sich den Anspruch, für ihre Mitarbeitenden auch auf diese drei Beziehungsfragen Antworten liefern zu können: Wo lernt man sich und sein Selbst so gut kennen wie bei der Arbeit? Wer bin ich im Großen Wir des Unternehmens? Welche Antworten liefert mir meine Organisation auf die großen Sinnfragen des Lebens?

Lassen Sie uns also diesen Begriff „Ritual“ im Unternehmenskontext einmal etwas genauer betrachten, denn ritualisierte Vorgänge gibt es da ja einige: wiederkehrende Team-Meetings, regelmäßige Mitarbeitergespräche oder gelernte After-Work-Events. Diese wiederkehrenden Kommunikationsformen einmal auf ihren ritualisierten Charakter abzuklopfen, macht wirklich Sinn. Denn damit wird möglicherweise deutlich, was davon noch lebendige Notwendigkeit und was vielleicht schon starre Konvention ist. Besondere

Betrachtung verdienen hier die wiederholt stattfindenden Jahresauftakt- oder Strategie-Tagungen, denn gerade mit diesen versuchen Unternehmen ja, auf die oben beschriebenen Fragen Antworten zu liefern. Aber Vorsicht! Oft wird dabei eine feine, aber nicht unwichtige Grenze nicht klar gezogen. Nämlich die zwischen Ritual und Zeremonie. Während Rituale eher gemeinschafts- und identitätsstiftenden Charakter haben, also eher verbindend wirken, laufen Zeremonien (lat.: caeremonia = ein nach einem festgelegten Protokoll ablaufender förmlich-feierlicher Akt) Gefahr, eher etwas Trennendes zu haben. Denn nicht selten gibt es dort jede Menge „Distinktions-Mechanismen“, reichlich „Symbolische Kommunikation“ und gerne auch die „Selbst-Charismatisierung von Führungskräften“. Konkret bedeutet dies: Musik ertönt, das Licht im Saal geht aus und ein Spot erleuchtet den da oben. Der da oben auf der Bühne erklärt dann denen da unten die Strategie. Eine Strategie, die ein paar Wenige im Hinterzimmer glaubten, ersonnen haben zu müssen, um sie dann den Unwissenden da unten vorzustellen, und damit ihnen die Richtung vorzugeben. Gepaart mit einem deutlichen Ungleichgewicht an Redezeit und Bewegungsfreiheit. Begleitet mit einem Phänomen, das wir im Theater als Schimpfwort gebrauchen: Talking Heads. Redende Köpfe. Das Ganze wird in der Legitimationsargumentation solcher Veranstaltungsbausteine gerne als „klassisch“ bezeichnet. Anders formuliert: Einzelne Menschen sind reduziert auf ihre „mündische“ Existenz vor einer Vielzahl von Menschen, die reduziert sind auf ihre „ohrische“ Existenz. Misstrauisch werden wir Theaterleute immer dann, wenn dabei aber andauernd von WIR geredet und ständig eins beschworen wird: Das Gemeinschaftsgefühl. Immer dann haben wir das Gefühl, dass Form und Inhalt nicht ganz



Michael Bandt ist Künstlerischer Leiter des Scharlatan - Theater für Veränderung Hamburg. Er ist Regisseur, Autor und Keynote Speaker zum Thema: „Hierarchiedesign®“. Nach Stationen auf deutschen Bühnen, wie dem Schauspielhaus Hamburg, Kampnagel Hamburg oder dem Bayerischen Staatsschauspiel München prägt er heute das Scharlatan Theater kreativ wie künstlerisch.

Ritual und Theater

Rituale im Theater haben eine wichtige Funktion, indem sie eine Verbindung zwischen Menschen herstellen und die Bedeutung von gemeinsamen Erfahrungen betonen.

Sie können in verschiedenen Formen im Theater auftreten, wie zum Beispiel bei der Eröffnung eines Stücks, bei der Verabschiedung des Publikums oder bei anderen wichtigen Momenten, bei denen zum Beispiel geklatscht wird.

zusammenpassen. Und genau dann fragen wir uns gern: Warum nicht mehr Ritual im Ritual? Oder warum nicht mehr echtes Ritual – also Theater?

Doch wie kann jetzt das Ritual Theater das Ritual Strategietagung eines Unternehmens bereichern? Folgendermaßen: Zunächst wird das Unternehmen, für welches das Theaterstück erstellt wird, in Augenschein genommen. Lesend, betrachtend, fragend, zuhörend, sich einlassend. Aus diesen gewonnenen Erkenntnissen werden dann typische Muster, Regeln, Gepflogenheiten, Mythen, Rhythmen, Sprachbilder, Buzz-Wörter und Spezifika der Firma herausgearbeitet und in eine sinnstiftende und gleichzeitig komische Geschichte eingebettet. Das Komische ist hier Programm. Denn „die Komödie ist erfunden worden, um Fehler zu verbessern und schlechte Sitten lächerlich zu machen.“ (Carlo Goldoni). Oder wie sagte der britische Schriftsteller Peter Ustinov so gern: „Die Komödie ist einfach eine seltsame Art, ernst zu sein.“ Und genau diese besondere Art der Ernsthaftigkeit gibt den Teilnehmenden das Gefühl, tatsächlich ernstgenommen zu werden, denn sie erkennen sich im Dargestellten wieder. Sie sind damit Teil der Handlung und damit Teil des großen Ganzen. Die Belange des Mitarbeitenden werden auf die Bühne gehoben und scheinen buchstäblich eine Rolle zu spielen. Und so wird das so häufig nur beschworene Gemeinschaftsgefühl ein echtes. Von der Wertschätzung, die damit den Mitarbeitenden zum Ausdruck gebracht wird, mal ganz abgesehen. Und was so ein Theaterstück mit den darin abgebildeten Riten des Alltags bewirken kann, sieht man an dem Bild auf der nächsten Seite. Es ist entstanden während einer unserer Aufführungen.

Irgendwie scheint dieses sich Wiedererkennen in den dargestellten Mustern gleichzeitig etwas sehr Befreiendes als auch Gemeinschaftsstiftendes zu haben. Die Zuschauenden scheinen zu denken: „Ja, so sind wir. Leider richtig“. Aber nicht in Gram, son-



Lachen ist Ritual

den in Größe. Jede Firma hat ihre festgefahrenen Muster. Gerade die Komödie kann diese erhellend auf der Bühne verhandeln.

Fazit: Wir vom Scharlatan - Theater für Veränderung aus Hamburg sind davon überzeugt, einen Veränderungsprozess in einem Unternehmen mit so einem Theater-Erlebnis zu starten oder zu begleiten, wird vieles Nachfolgende enorm erleichtern. Ein lebendiges Ritual, wie ein Theaterstück, liefert eine Referenzgröße, auf die immer wieder, noch viele Jahre nach der Aufführung, verwiesen werden kann. Trauen Sie sich! Lassen sie Ihr Unternehmen und deren Rituale und Muster von Künstlern betrachten. Sie werden sich wundern, wozu Ihr Unternehmen danach fähig ist.“

Andy Duke Jahrbuch 7
Herausgeber: Andy Duke GmbH
Redaktion: Andy Duke GmbH
Gestaltung: Andy Duke GmbH

Anschrift: Andy Duke GmbH
Hirschstraße 22, 70173 Stuttgart
Telefon: 0711 585 330 50
Mail: hello@andyduke.com
Web: www.andyduke.com