

Das Innenleben der Organisation

Ethnographisches Wissen in der Organisationsberatung

Eine Tagung des Instituts für Europäische Ethnologie
in Berlin

16. bis 18. Februar 2001

Kurzdarstellung der Tagung

Auf welche Art und unter welchen Bedingungen wird ethnographisches Wissen über das „Innenleben von Organisationen“ erzeugt? Welche spezifische Qualität läßt ethnographisches Wissen aus der Perspektive betrieblicher Akteure als attraktive Ressource erscheinen? Und schließlich: Wie wird dieses ethnographische Wissen in der Organisationsberatung eingesetzt?

Diesen Fragen soll die Tagung nachgehen, um sowohl die Anwendungsrelevanz ethnographischen Wissens zu evaluieren als auch die Schwierigkeiten einer ethnographischen Wissensproduktion im Zusammenhang der Unternehmens- und Organisationsberatung zu diskutieren. Zu diesem Zweck führt die Tagung Wissenschaftler aus den Fächern Volkskunde, Ethnologie, Soziologie und Psychologie - Fächer, die seit Jahren in unterschiedlicher Intensität Betriebs- und Unternehmensforschung betreiben - mit betrieblichen Experten zusammen.

Damit soll einerseits ein Forum für die kritische Reflexion etablierter und neuartiger Beratungskonzepte geboten werden. Andererseits sollen die unterschiedlichen Sicht- und Vorgehensweisen der an der Organisationsberatung beteiligten Disziplinen, vor allem jedoch die Formen, Methoden und theoretischen Perspektiven bei der Produktion, der Systematisierung und dem Transfer wissenschaftlichen Wissens über das „Innenleben der Organisation“ herausgearbeitet werden. Durch das Tagungskonzept, insbesondere durch die Anwendung eines „Kommentatorensystems“, wird gewährleistet, daß die verschiedenen Disziplinen ebenso miteinander in einen konstruktiven Dialog treten können wie Wissenschaft und „Praxis“.

Warum veranstalten wir die Tagung?

Aus drei Gründen erscheint es dringlich, den Zusammenhang zwischen ethnographischem Wissen, der wissenschaftlichen Erforschung des Arbeitsalltages in Organisationen und der anwendungsorientierten Organisationsberatung kritisch zu diskutieren:

Gesellschaftliche Transformationsprozesse wecken - erstens - durch eine Veränderung der ökonomischen, sozialen und kulturellen Rahmenbedingungen bei Industriebetrieben, Dienstleistungsunternehmen und Organisationen einen verstärkten Beratungs- und Orientierungsbedarf. Sozial- und Kulturwissenschaftliches Wissen wurde daher in den vergangenen Jahren von unterschiedlichen Akteuren - wie Unternehmern, Behörden oder Gewerkschaften - verstärkt zu Beratungszwecken nachgefragt, ohne daß dies als neuartige Herausforderung in den betroffenen Wissenschaftsdisziplinen bereits ausreichend reflektiert wurde.

Zweitens geraten Sozial- und Kulturwissenschaftler, die in Unternehmen, Behörden und Organisationen forschen, häufig sowohl unfreiwillig wie freiwillig in die Position eines Beraters: Unfreiwillig etwa, indem ihre publizierten Forschungsergebnisse von Akteuren aus dem Forschungsfeld kritisch rezipiert, kommentiert und gelegentlich auch zu Restrukturierungsmaßnahmen im Feld eingesetzt werden. Und „freiwillig“, indem etwa der Feldzugang daran gebun-

den wird, daß der beforschten Organisation vom Forscher als Ausgleich für dessen Ressourcenverbrauch (etwa die Arbeitszeit der Interviewpartner etc.) Ergebnisse zur Verfügung gestellt werden. Hierdurch werden u.a. grundlegende ethische Fragen aufgeworfen.

Drittens schließlich kann am Beispiel der Organisationsberatung in besonderer Weise der generelle Trend verdeutlicht werden, daß die traditionelle Arbeitsteilung zwischen universitärer Wissensproduktion einerseits und gesellschaftlicher Anwendung dieses Wissens andererseits zunehmend abgelöst wird, indem wissenschaftliches Wissen im Anwendungskontext selbst erzeugt wird. Indem Beratung jedoch nicht mehr nur wissens-, sondern zunehmend auch forschungsabhängig wird, eröffnen sich der wissenschaftlichen Forschung auch neue Tätigkeitsfelder - und in der Folge auch Arbeitsmärkte.

Daß Industriebetriebe, Dienstleistungsunternehmen, Behörden oder Gewerkschaften - im folgenden unter dem Begriff Organisationen zusammengefaßt - in der sich transformierenden Gesellschaft einen verstärkten Beratungsbedarf entwickeln, wirkt sich sowohl aus in einer Intensivierung klassischer Beratungsfelder wie auch in der Erschließung neuer Bereiche.

Neben die Beratung in Bezug auf die „Außenbeziehungen“ der Organisationen etwa durch Marktforschung, Imageforschung und die Beratung im Binnenbereich der Organisation etwa in Bezug auf betriebswirtschaftliche oder organisatorische Fragen tritt eine neue Tendenz, bei der zunehmend „weiche“ Faktoren der Arbeitsprozesse in das Zentrum des Interesses rücken: Etwa Arbeitszufriedenheit und -identität, informelle Kooperationsbeziehungen oder der Umgang mit impliziten (Produktions-) Wissen.

In einer ersten begrifflichen Annäherung können diese Bereiche als das „Innenleben der Organisation“ bezeichnet werden: der eher metaphorische Begriff „Innenleben“ weist den Vorzug auf, daß er die Komplexität ebenso wie die Dynamik und partielle Eigenständigkeit unterschiedlicher, jedoch stets aufeinander bezogener Bereiche der Arbeitsorganisation markiert.

Wenn Organisationen ihr eigenes Innenleben als strategischen Entwicklungsbereich definieren und zu dessen Analyse und Entwicklung auf externe Berater nachfragen, greifen sie dabei auch auf sozial- und kulturwissenschaftliches Wissen zurück. Neben der Anwendung des klassischen, sozialwissenschaftlichen Methoden- und Theorieinstrumentariums der Organisationsforschung kann in jüngster Zeit ein verstärkter Trend hin zur Anwendung ethnographischer Methoden und Theorieangebote beobachtet werden.

Insbesondere für die Analyse komplexer, arbeitskultureller Faktoren, die oben unter dem Begriff des „Innenlebens der Organisation“ angesprochen wurden, werden ethnographische Vorgehensweisen und qualitative Verfahren zunehmend als besonders erfolgversprechend angesehen. Als problematisch erweist sich dabei jedoch, daß die bislang intensiv in die Beratungstätigkeit eingebundenen Disziplinen Soziologie, Psychologie oder Betriebswirtschaft kaum Erfahrungen in der Anwendung ethnographischer Verfahren vorweisen können, daß jene Verfahren in diesen Disziplinen ein nur geringes Ansehen besitzen oder daß deren Wissenschaftlichkeit - vor dem Hintergrund eines objektivistischen oder positivistischen Wissenschaftsverständnisses - in den betreffenden Fächern oft bestritten wird. Im Gegenzug verfügen die mit ethnographischen Methoden vertrauten Disziplinen wie Volkskunde oder Ethnologie mitunter noch nicht über ausreichende Erfahrung bei der Beratung von Organisationen. Während die Volkskunde in dieser Situation in einigen Bereichen auf den Beratungsbedarf von Organisationen bereits mit konkreten Konzepten reagiert hat - zu nennen ist hier vor allem der Bereich der interkulturellen Kommunikation -, ist in anderen Bereichen die Idee einer Organisationsberatung mittels volkscundlichen Wissens noch zu wenig etabliert; und dies sowohl im Selbstbild ethnographisch arbeitender Wissenschaftler wie auch in der Wahr-

nehmung potentieller Auftraggeber. Hier gilt es nicht nur, die besonderen Bedingungen des Wissenstransfers in Beratungssituationen und die Fremdbilder wissenschaftlicher Disziplinen näher zu analysieren, sondern auch die Entwicklung neuer, anwendungsnaher Konzepte im direkten Austausch mit Vertretern der Praxis zu diskutieren und zugleich kreativ weiterzuentwickeln.

Ganz im Gegensatz zum angelsächsischen Sprachraum, in dem der Einsatz ethnographischer Methoden in der Organisationsberatung eine bis in die 1940er Jahre zurück reichende Tradition aufweist, finden sich im deutschsprachigen Raum zum Thema Organisationsberatung durch Ethnographie erst in jüngster Zeit erste Publikationen. Die in den USA bereits sehr früh einsetzende Beratungspraxis wurde von einer großen Zahl wissenschaftlicher Ethnographien von Organisationen in der US-Amerikanischen Cultural Anthropology, den Folklore Studies und in der britischen Social Anthropology begleitet.

In der deutschsprachigen Volkskunde mit ihrer bedeutenden methodischen und theoretischen Erfahrung in der Ethnographie hingegen standen bis in die 1970er Jahre hinein in der Erforschung der Arbeitswelt historische Studien im landwirtschaftlichen oder handwerklichen Sektor im Vordergrund; überwiegend handelte es sich dabei um Analysen kleinteiliger Arbeitseinheiten. So entstand ein Wissenskorpus zum historischen Zusammenhang von Artefakten, Techniken und Lebensbedingungen auf der einen Seite und den damit einhergehenden „Sitten und Bräuchen“ bei Bauern und Handwerkern auf der anderen Seite. Forderungen wie die von Richard Weiss - „Aufgabe der Gegenwartsvolkskunde wäre es jetzt, die brauchmäßigen Lebensformen des Arbeitertums zu fassen“ - verhallten dagegen, sieht man von den wenigen Pionierarbeiten ab, lange Zeit ungehört.

Seit den 1970er Jahren setzte in der Volkskunde eine breitere Tendenz zur Analyse größerer Betriebe und Organisationen ein, die in der volkskundlichen Arbeiterkulturfor schung ihren ersten Höhepunkt fand. Auch wenn ein Großteil der Arbeiterkulturfor schung sich überwiegend mit den historischen Lebensbedingungen der Arbeiter Ende des letzten und Anfang dieses Jahrhunderts, vor allem jedoch mit der Arbeiterfreizeitkultur und der Arbeiterbewegungskultur beschäftigte, spielte die industrielle Arbeitswelt bei der Analyse der Genese von sozialen Milieus und umgekehrt die Rückwirkung dieser Milieus auf den industriellen Arbeitsalltag eine große Rolle. Der oft beschwo renen Diagnose eines „Endes der Arbeitskultur“ wurde in zahlreichen Studien materialreich widersprochen; aus dieser empirisch gesättigten Perspektive erschien es - trotz der modischen Rede vom „Ende der Arbeitsgesellschaft“ nach wie vor sinnvoll, Arbeit, Identität und Lebensstil miteinander in Bezug zu setzen.

Gleichzeitig wurde die bisherige Engführung der Forschung auf Arbeiter- und Unterschichtenforschung aufgegeben und zunehmend - mit dem Ruf nach einem verstärkten „research up!“ - auch Angestelltenmilieus in den Forschungsbereich aufgenommen; neben die Arbeiterkulturfor schung gesellte sich damit in den letzten 10 Jahren auch eine, allerdings überwiegend historisch ausgerichtete, Angestelltenkulturfor schung.

Die Ethnographie des Innenlebens der Organisation spielte in diesen überwiegend historisch ausgerichtete Forschungen allerdings noch keine zentrale Rolle. Dies änderte sich erst in den vergangenen zehn Jahren, in denen die Volkskunde ihre ethnographische Erfahrung auch für die Beschreibung und Interpretation der Arbeitsprozesse selbst einsetzte. Bezugspunkte dieser Entwicklung waren dabei nicht nur die traditionsreiche Arbeiterkulturfor schung der Volkskunde, deren Fragen weiter entwickelt wurden, sondern auch die Auseinandersetzung mit der Unternehmenskultur-“Mode“ in der Wirtschaft, die Rezeption der einschlägigen US-amerikanischen Forschung und einzelne, in ihren jeweiligen Zusammenhängen solitär stehende Ethnographien in deutscher

Sprache. Diese Reorientierung fand ihren Ausdruck schließlich 1998 auch darin, daß aus der ehemaligen Sektion „Arbeiterkultur“ der Deutschen Gesellschaft für Volkskunde die neue Sektion „Arbeitskulturen“ entstand.

Der aktuelle Forschungsstand in der Volkskunde

Das thematische Spektrum der in der Volkskunde und Europäischen Ethnologie in den letzten Jahren entstandenen wissenschaftlichen Arbeiten im Bereich Arbeitskultur ist sehr weit; es reicht von der Auseinandersetzung mit Konzepten der „Corporate Identity“ und der „Unternehmenskultur“ in Wirtschaftsunternehmen, über die Erforschung der interkulturellen Kommunikation im Arbeitsleben, die ethnische Segregation innerhalb der Arbeitnehmerschaft, die Folgen eines fordistischen Arbeitshabitus in der postfordistischen Arbeitswelt, die Inszenierung des Kaffeetrinkens am Arbeitsplatz, der Gestaltung von Firmenfeiern bis hin zur Analyse des Umgangs von Arbeitnehmern mit den sich durch die Technologisierung verändernden Zeitstrukturierungen und der Genese neuer Wissenskulturen.

Der gerade erschienene Band „“ bietet einen ersten Überblick dieses neu entstandenen Wissensbereiches der Volkskunde. Wesentliche Voraussetzungen dieser Entwicklung waren die Anwendung eines weiten Kultur-Begriffs, die Einbeziehung der historischen Tiefendimension, die Einbettung der Organisation in regionale, lebensweltliche Kontexte und die Analyse der Wechselwirkungen von gesellschaftlichen und arbeitsweltlichen Prägungen. Diese Perspektivierung bildet das Charakteristikum volkskundlicher Ethnographien der Arbeitskultur und markiert damit eine wesentliche Differenz zu Forschungen in anderen Disziplinen.

Ethnographische Organisationsberatung in den Nachbardisziplinen

Wenn der in der Volkskunde gewonnene Wissenskorpus auch in der Praxis eingesetzt und Organisationen zur Verfügung gestellt werden soll, gilt es, auch die Kompetenzen einzubeziehen, die inzwischen in diesem Bereich in den Nachbarwissenschaften der Volkskunde entwickelt wurden.

An erster Stelle ist hierbei die Ethnologie zu nennen, die sich zunehmend auch der Erforschung komplexer Gesellschaften annimmt. Sie hat in der Ethnographie der Arbeitswelt der Moderne auch im deutschsprachigen Raum einen neuen Forschungsschwerpunkt entwickelt. Dabei steht zunehmend auch das Beratungspotential des neu gewonnenen Wissens im Vordergrund.

In der oftmals eher quantitativ ausgerichteten deutschen Industrie- und Organisationssoziologie blieben Wissenschaftler, die mit qualitativen ethnographischen Methoden arbeiten, hingegen eher Außenseiter. Allerdings finden sich in anderen „Bindestrich-Soziologien“ (beispielsweise in der Wissenssoziologie und in den soziologischen Community Studies) Wissenschaftler, die die Arbeitswelt ethnographisch zum Thema machen, und sich dabei wiederum auf angelsächsische Traditionen wie die Workplace-Studies berufen.

In jüngster Zeit wird die Ethnographie sogar in der Betriebswirtschaft entdeckt, die ihre Distanz gegenüber „weichen“, qualitative Methodologien und hermeneutische Interpretationsweisen schrittweise aufzugeben scheint. Diese aktuellen Trends sollen von der Tagung kritisch gesichtet und diskutiert werden.

Die Ziele der Tagung

Die Tagung verfolgt vier Hauptziele:

Erstens werden die innerwissenschaftlichen Debatten um neuere methodische und theoretische Ansätze in der Organisationsforschung aufgegriffen und der Beitrag neuerer Studien vor dem Hintergrund der Fachentwicklung in den beteiligten Disziplinen diskutiert und eingeordnet.

Darüber hinaus eruiert sie zweitens, welcher konkrete Beratungsbedarf angesichts gegenwärtiger Transformationsprozesse in Organisationen besteht und in welchen Bereichen die wissenschaftliche Expertise der Ethno-Wissenschaften im Beratungskontext mobilisiert werden kann.

Drittens bietet die Tagung ein Forum für den Erfahrungsaustausch bestehender Projekte der ethnographischen Organisationsberatung in den Fächern Volkskunde, Ethnologie, Soziologie, Psychologie und Pädagogik, um insbesondere die spezifischen Probleme anwendungsbezogener Wissensproduktion und -vermittlung diskutieren zu können. Gefragt wird dabei sowohl nach dem Umgang mit „gefährlichem“ oder unerwünschtem Wissen (also mit Ergebnissen der Ethnographie, die den Organisationsmitgliedern schaden können oder die der Auftraggeber nicht hören will), als auch nach den Bildern, die über das ethnographische Wissen kursieren - also nach dem Fremdbild, mit dem ethnographische Organisationsberater konfrontiert werden. Schließlich werden viertens im interdisziplinären Austausch neue und weitergehende Forschungs-, Beratungs- und Berufsperspektiven erschlossen.

Zielgruppen

Angesprochen sind zum einen Volkskundler und Ethnologen sowie Soziologen, Psychologen und Pädagogen, die bereits eigene Beratungskonzepte auf ethnographischer Grundlage entwickelt haben oder ihre ethnographischen Forschungen in Organisationen auf ihre Beratungstauglichkeit überprüfen wollen. Nachwuchswissenschaftlern wird dabei besonderer Raum gegeben. Angesprochen sind aber auch „Praktiker der Beratung“ etwa aus der kommerziellen oder der gewerkschaftsnahen Unternehmensberatung mit einem wissenschaftlichen Hintergrund in einer oder mehreren der oben genannten Disziplinen sowie potentielle Auftraggeber aus der Wirtschaft, Verwaltung und den Gewerkschaften, die Interesse an dem sich neu entwickelnden ethnographischen Variante der Organisationsberatung haben. Durch diese Mischung soll zum einen ein interdisziplinärer Dialog und zum anderen ein Dialog zwischen Wissenschaftlern und Praktikern gewährleistet werden.

Neben den ReferentInnen und den geladenen Gästen sollen vor allem Studierende des Institutes für Europäische Ethnologie ermuntert werden, an der Tagung teilzunehmen.

Die Form der Tagung

Um den Dialog zwischen unterschiedlichen Wissenschaften und zwischen Wissenschaft und Wirtschaftsvertretern zu fördern, wird die Tagung auch in ihrer Form neue Wege beschreiten.

Die Referenten werden ihre Papiere zum Thema zwei Monate vorher einreichen, damit diese an alle angemeldeten Teilnehmer verschickt werden können. Je zwei Referenten werden jeweils zwei Kommentatoren zugeordnet, die aus einem je „fremden“ Bereich stammen: etwa ein Wissenschaftler aus einer Nachbar Disziplin, ein Berater oder ein Wirtschaftsvertreter.

Als ReferentInnen konnten insbesondere auch jüngere NachwuchswissenschaftlerInnen und als KommentatorInnen renommierte FachvertreterInnen und erfahrenere Praktiker der Organisationsberatung gewonnen werden.

Auf der Tagung selbst werden die Papiere der Referenten in Kurzform vorgestellt, um so mehr Raum für die Kommentare und eine ausführliche Diskussion unter allen TagungsteilnehmerInnen zu gewinnen.

Zur Zeitplanung: In den einzelnen thematischen Blocks werden nach einer kurzen Einführung zwei zuvor schriftlich verteilte, ausführliche Referate von ca. 20 Minuten gehalten. Den Referaten folgen dann zwei Kommentare insges. ca. 20 Min.); damit bleiben ca. 30 Min. Diskussionszeit je Themenblock.

Freitag 16.2.2001

14:00-14:30 Begrüßung und Einführung
 14:30-16:00 1. Panel: Beratung und Ethnographie
 16:00-16:30 Kaffeepause
 16:30-18:00 2. Panel: Zur Autorität der Beratung
 Anschließend Empfang

Samstag 17.2.2001

9:00-10:30 3. Panel: Komplexe Ethnographie und eindeutige Beratung
 10:30-11:00 Pause
 11:00-12:30 4. Panel: Die Kultur der Arbeitnehmer
 12:30-14:30 Mittagspause
 14.30-16:00 5. Panel: Integration in der Organisation und in die Organi-
 sation
 16:00-16:30 Kaffeepause
 16:30-18:30 6. Panel: Zur Produktion der Organisation

Sonntag 18.2.2001

9:00-10:30 7. Panel: Jenseits der Organisation
 10:30-11:00 Pause
 11.00-12.30 8. Panel: Ethnographisches Beratungswissen im Kontext.
 Termine

Juni 2000: Call for Papers in den Mitteilungen der Deutschen Gesell-
 schaft für Volkskunde

15.12.2000: Abgabetermin für die schriftlichen Versionen der Referate

16.-18.02.2001: Tagung

Institut für Europäische Ethnologie
 Raum 001
 Schiffbauerdamm 19
 10117 Berlin
 Nähe S-Bahn-Friedrichstraße