

9. ECA- Newsletters 09.2003: „ The secret signs of sense „

Vorwort:

In diesem Monat wollen wir Ihnen ein neues Coaching-Verfahren vorstellen, das sinnvolle Bewusstseinswirkungen nutzbar macht. Künftig wird nicht nur die Sprache als Ausdrucks-, Kommunikations-, Informations-, und Motivationselement im Coaching genutzt. Es ist nun auch möglich geworden gewinnbringend tiefe, innere Bilder und Symbole im Coaching zu gebrauchen, die unsere Kognition angelegt hat, um die inneren Wege im Bewusstseinsystem zu ermöglichen.

Ein Zielkomplex oder ein Ressourcenbestand wird in jedem Coaching-Prozess mit der Klientin und dem Klienten rational klar bestimmt und erarbeitet. Für dieses Ziel ist – als Gesamtkonzept – eine bildliche Repräsentanz, ein ganz besonderes Symbol im kognitiven System (im Bewusstsein) unserer

Klientel vorhanden. Die symbolische Darstellung z.B. für den „Sinn des individuellen Lebens“, für die „Talente und Begabungen des Klienten“ kann in wenigen Linien die gesamte Essenz eines Lebens in einem Symbol zusammenfassen. Dieses Symbol bildet eine Art Erinnerungsventil, für den

Einzelnen. Beim späteren Betrachten erinnert es uns an das selbst gewählte, oder durch Begabungen latent vorhandenen Ideal, an seine ureigenen und einzigartigen Möglichkeiten und Fähigkeiten gewünschte Realitäten durch entsprechende Handlungen zu kreieren. Dabei präsentiert das Symbol manchmal auch nur die Ahnungen von dem „was in uns steckt“. Es richtet dann den „inneren Kompass“ aus, schafft Klarheit auf einer ganz tiefen Ebene des Bewusstseins und unterstützt ihre Besitzerinnen bzw. seinen Besitzer darin, Schritt für Schritt die vorhandenen Wünsche und Chancen zu erkennen und zu gebrauchen. Diese neue Kognitionstechnik wurde von unserem ECA Mitglied, Barbara Bethke, auf deren jahrelangen Forschungsreisen durch Australien, Tibet, China, die Mongolei und in anderen Teilen der Welt entwickelt und steht nun einem breiten Markt zur Verfügung. Die Zeichen, die jetzt im Coaching gefunden werden können, können Ihre tiefsten Werte präsentieren, den Sinn Ihres Lebens, Ihre einzigartige Achtung vor dem Leben usw.. Auch der Umkehrschluss ist möglich. So besitzen Sie auch Zeichen, die alles was Sie für negativ halten in ein kleines, eindrucksvolles Symbol umsetzen. Es wäre aber prekär für Sie, wenn Sie dieses Zeichen dann als Firmenlogo benutzen, denn auch fremde Betrachterinnen und Betrachter erkennen hintergründig die Mitteilung, die Sie mit Ihrem Zeichen in der Öffentlichkeit machen. Wenn Sie Interesse an dieser neuen Arbeit, einer Kooperation, dem Austausch, neuer Anregung, diesem Wissen oder Weiterbildungswünsche zum Thema haben, freut sich Barbara Bethke über Ihre Kontaktaufnahme.

Im Anhang finden Sie eine Veröffentlichung zu diesem Thema der „secret signs of sense“, die wir mit freundlicher Genehmigung der Lindenhaus Verlagsgesellschaft nutzen dürfen.

Herzlichst

Dr. Angela Scaglione

Bernhard Juchniewicz

Dr. Hartwig Schroer

ECA-Vorstand

„ The secret signs of sense „

von Barbara Bethke,

Dipl. Sozialwissenschaftlerin, Business- & Management- Coach und ECA- Beirätin

<http://www.mk-coaching.de>

Aussagekräftige und emotionsbewegende Symbole aus dem Gewirr des vorsprachlichen Denkens eines Menschen können mit Hilfe eines neuen Verfahrens heraus „gefiltert“ werden. Durch diese Methode ist gewährleistet, dass entsprechende Zeichen mit klarer Signalfunktion nun direkt zur Entwicklung von Markenzeichen und Logos genutzt werden können. Das Corporate Design wird auf diese Art und Weise in seinem Entwicklungsprozess deutlich beschleunigt und in seiner Qualität wesentlich gesteigert.

Außer der Sprache verfügen wir noch über eine zweite Mitteilungsebene in uns. Wir nutzen mental eine Bildsprache, die uns unbemerkt und parallel zur Schrift ihre Dienste leistet. Diese kommt aus dem Vorbewusstsein. Sie setzt sich aus einer anscheinend endlosen Anzahl von Symbolen und

Zeichen zusammen. Sie ist abstrakt und konkret zugleich. All diesen Symbolen ist gemeinsam, dass sie auf das Einfachste reduziert sind und durch eine kleine Anzahl von „Strichen und Linien“, die aneinander

gefügt werden, aufgezeichnet werden können. Die Menschen aller Völker haben mental ein derartiges System der Symbole gespeichert. Diese Zeichen stellen eine Quelle für Gefühle dar. Sie „bezeichnen“ ein

Wissen, das wir sonst kaum in Worten ausdrücken können. Das Verstehen - Können dieses Symbolismus scheint universell möglich und völlig unabhängig von Sprache oder Kultur zu sein. Bei meinen Forschungen, z.B. in Australien, habe ich erlebt, wie Besucher aus verschiedenen Kulturkreisen beim Betrachten bestimmter einfacher prähistorischer Felszeichnungen unabhängig von einander begannen, scheinbar ähnliche Geschichten über das Leben, die Welt und den Kosmos zu erzählen. Durch diese Beobachtung gelang es nach einiger Forschungszeit die Hypothese zu überprüfen, dass bestimmte Zeichen ihre zugehörigen emotionalen und geistig/rationalen Reaktionen nach sich ziehen.

Uraltes Mitteilungssystem

Nun begann die gezielte Suche nach Zeichen, die positive Gedanken und Gefühle beim Betrachter auslösen können. In Australien gelang es herauszufinden, dass eine Vielzahl von einfachen prähistorischen Felszeichnungen tatsächlich Gefühlsauslöser sein können. Gemeinsam mit

anderen Experten stieß ich auf ein uraltes, vorschriftliches Mitteilungssystem, das bis heute – auch interkulturell – über Mitteilungskraft verfügt. In jahrelanger Forschungsarbeit hat Barbara Bethke die Methode entwickelt. Sie ist nach eigenen Aussagen die einzige, die die Methode zum Finden der „secret signs of sense“ anwenden kann, um so themenzentrierte Symbole oder Zeichen aus dem präkognitiven Archiv des Bewusstseins zu bergen. Aus diesen Beobachtungen ergab sich später durch Expertenunterstützung in Tibet die Möglichkeit, eine völlig neue methodische Herangehensweise zu entwickeln. Mit diesem Verfahren ist es jetzt möglich, moderne oder archaische Symbole und Zeichen aus dem bildlichen Vorstellungsvermögen, dem „Kreativhirnteil“ eines jeden Menschen zu filtern. Diese Methode wirkt auch bei Menschen, die sich künstlerisch für unbegabt halten. Im Designbereich kann nun eine nahezu unbegrenzte Anzahl von neuen Zeichen genutzt werden, die positiv belegt sind. Markenzeichen, Symbole und Logos werden mit der klaren Zielsetzung gesucht, dass sie die Corporate Identity eines

Unternehmens oder eines Produkts garantiert positiv zum Ausdruck bringen. Für das Corporate - Coaching bedeutet dies, dass als Ergebnis einer erfolgreichen Zusammenarbeit von Kunden und Coach nach relativ kurzer Zeit das einzigartige Zeichen gefunden wird, das den Sinn der gewählten Aufgabe oder sogar den Sinn des individuellen Lebens figuriert. Auf diese Art gefundene Symbole verkörpern vielseitige Werte, die aus Sinnschöpfung, Freude, Hoffnung, Glück, Erfolg etc. bestehen können. Dies ist eine unverzichtbare Möglichkeit in der heutigen, als chaotisch und bedrohlich empfundenen Zeit wieder Positivität und damit Aufschwung auszustrahlen – mit Hilfe des entsprechenden Symbols oder Markenzeichens. Die Methode ist einfach und während einer überschaubaren Anzahl von Coaching -Sitzungen auszuführen. Zuerst klären wir im Coaching auf rein intellektueller Basis gemeinsam mit den Auftraggebenden das genaue Ziel / den Sinn des Produkts oder des Unternehmens.

Dann erfolgt gemeinsam mit der Kundin und dem Kunden, in absolut entspannter, vertrauenswürdiger und leistungsdruckfreier Atmosphäre die spezielle Suche nach dem zugehörigen Zeichen oder Symbol.

Das Ergebnis ist erreicht, wenn die Kundin und der Kunde mit der eigens entwickelten Methode sein Symbol skizziert hat.

Nachdem das Zeichen gefunden worden ist, wird es von DesignerInnen zum endgültigen Logo oder Markenzeichen vervollkommenet.

Literaturempfehlungen

Berndt, Ralf: "Brand-Leadership - Markenführung auf schwierigen Märkten", erschienen in "Leadership in turbulenten Zeiten" Bd. 10, 2003 Springer-Verlag, Berlin

Berndt, Ralf: "Re-Branding: Neuer Name, neue Positionierung", erschienen in der Zeitschrift für Unternehmenswissenschaften und Führungspraxis new management Nr.9, 2003 Zürich

Frutiger, Adrian: "Der Mensch und seine Zeichen: Schriften, Symbole, Signete, Signale", 8. Aufl. 2001, Fourier Verlag GmbH, Wiesbaden

Hernegger, Rudolf: "Wahrnehmung und Bewusstsein", 1995 Spektrum Akademischer Verlag, Heidelberg

Klee, Paul: "Pädagogisches Skizzenbuch", 4. Aufl. (Nachdr. der Ausg. 1925), Gebr. Mann Verlag, Berlin

Lauf, Detlef: "Das Bild als Symbol im Tantrismus", 1973 Heinz Moos Verlag, München

Mowaljarlai, Malnic: "Yorro Yorro, everything standing up alive - Rock Art Stories From The Australian Kimberley," 2001 New Edition, Magabala Books Aboriginal Corporation, Broome Western Australia

Robinson, Andrew: "Die Geschichte der Schrift: von Keilschriften, Hieroglyphen, Alphabeten und anderen Schriftformen", 1996 Paul Haupt, Bern

Sir Read, Herbert: "Australien - Eingeborenen Malereien" 1954 New York Graphoc Society in Übereinkunft mit der UNESCO

Schnabel, Ulrich & Senker, Andreas: "Wie kommt die Welt in den Kopf? - Reise durch die Werkstätten der Bewusstseinsforscher", 4. Aufl. 2000 Rowohlt, Reinbeck

Trezise, Percy: "Dream Road: A Journey of Discovery", 1993 Allen & Unwin, Australia

Trezise, Percy: "Land of the Snake People", 2001 Harper Collins Publishers, Australia

Ankündigung:

1. In unserer Fachtagung am 20.09.2003, von 10.00-19.00h, im SteigenbergerConferencepoint, Flughafen Düsseldorf, Terminal B, erfahren Sie mehr dazu. Ein Erfahrungsfeld der Symbole, Metaphern, C.I. auch der Sinne erwartet sie. Mögen es 5 oder 12 Sinne. Sie werden sie erfahren.

2. Der nächste ECA Jour Fixe findet am 01.10.2003 von 18.00-21.00h,
in der ECA- Geschäftsstelle, Steinstr. 23, 40210 Düsseldorf statt.
Anmeldung erwünscht. Fon:+49 (0) 211 32 31 06Fax: +49 (0) 211 32 87 32

Für weitere Informationen stehen wir Ihnen/Euch gern zur Verfügung.
Wir freuen uns auf Sie.

Der Vorstand

Düsseldorf, 10. September 2003
