

"Photovoice" - eine partizipative Forschungsmethode für die Organisationsentwicklung : mit Bildern nach Lösungen suchen

Autor(en): **Zängl, Peter**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Curaviva : Fachzeitschrift**

Band (Jahr): **90 (2019)**

Heft 11: **Kinderrechte : Teilhabe und Schutz - keine Selbstverständlichkeit**

PDF erstellt am: **21.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-886079>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

«Photovoice» – eine partizipative Forschungsmethode für die Organisationsentwicklung

Mit Bildern nach Lösungen suchen

In einer Einrichtung für Menschen mit einer psychischen Beeinträchtigung hat die Hochschule für Soziale Arbeit FHNW eine neue Methode der Organisationsentwicklung getestet. Anhand von Fotografien werden Leitsätze formuliert und bereichsspezifische Massnahmen ergriffen.

Von Peter Zängl*

Alle Jahre wieder: Ein Aufruf der Geschäftsleitung zu einem gemeinschaftlichen Prozess der Strategie- und Leitbildentwicklung. Die Freude der Mitarbeitenden hält sich in Grenzen. Ob top-down, bottom-up oder im Gegenstromverfahren, zumeist wird das ganze Repertoire an Begrifflichkeiten der Managementliteratur bemüht. Günstigstenfalls steht am Ende eine mehr oder weniger schön gestaltete Broschüre über das «neue Leitbild», mit einer Sammlung von Leitsätzen, denen nun alle folgen sollen. Die Begeisterung über die Möglichkeiten der Mitgestaltung weicht schnell der Enttäuschung, wenn sich die Ideen der Mitarbeitenden in einer notgedrungen abstrakten Zusammenfassung nicht wiederfinden. Vergleicht man Leitbilder von Organisationen, so sind ihre Inhalte nahezu austauschbar und es stellt sich die Frage: Was bedeutet das denn jetzt konkret? Dieser Frage wollen wir hier nachgehen und aufzeigen, wie sie auf kreative Weise angegangen werden kann.

Im Kern geht es darum, Stärken und Schwächen der Gemeinschaft zu erkennen.

Wenn neue Leitbilder entwickelt werden, geht das oft einher mit Organisationsentwicklungsprozessen. Die bestehenden Routinen werden überprüft und neue Ziele, Prozesse, Kommunikationskanäle und Konzepte erarbeitet. Dafür stehen den – oft externen – Projektverantwortlichen eine Reihe von bewährten Methoden und Tools zur Verfügung. Und es wird darauf geachtet, möglichst alle Mitarbeitenden mit einzubeziehen.

Der Grundgedanke ist simpel

Eine Methode, die wir dafür als besonders geeignet erachten, ist «Photovoice». Der Grundgedanke dahinter ist simpel: «Ein Bild sagt mehr als tausend Worte» (Panter, 1926). Panter alias Kurt Tucholsky beschrieb mit der Metapher des «sprechenden Bildes» die visuelle Ausdruckskraft gegenüber dem Geschriebenen: «[...] tust du gut, dir deine Beschreibungen, deine Gespräche und deine Erfahrungen nicht von hunderttausend Worten illustrieren zu lassen, sondern von dem, was mehr sagt als sie: von einem Bild».

«Photovoice» ist eine Methode der qualitativen Aktionsforschung. Im Kern geht es darum, die Teilnehmenden dabei zu unterstützen, die Stärken und Schwächen der Gemeinschaft zu erkennen und darüber nachzudenken. Die Menschen sollen in einen Dialog treten, um persönliche und gemeinschaftliche Themen zu diskutieren. So sollen Entscheidungsträger

erreicht und Veränderungen herbeigeführt werden.

«Photovoice» wird hauptsächlich in den Themenfeldern Gesundheit, Jugend, Community Building und Bildung angewendet. Im Organisationskontext wird die Methode bisher kaum angewendet. Hier setzen wir an: Wir haben «Photovoice» als Instrument der Organisationsanalyse und -entwicklung weiterentwickelt und in Zusammenarbeit mit einer Praxisorganisation im Sozialbereich angewendet.

* Peter Zängl ist Dozent am Institut Beratung, Coaching und Sozialmanagement der Hochschule für Soziale Arbeit FHNW.

Das Töpferhaus, eine mittelständische Organisation für Menschen mit einer psychischen Beeinträchtigung mit Wohn- und Arbeitsangeboten in Aarau, hat uns von der Hochschule für Soziale Arbeit FHNW beauftragt, ihre neu entwickelten Führungsleitsätze in der Organisation zu verankern. Die Sätze sollten unter den Mitarbeitenden partizipativ eingeführt werden.

Führungsleitsätze zum Leben erwecken

Der Auftrag war, in einem moderierten Prozess die von der Geschäftsleitung formulierten Führungsleitsätze «zum Leben zu erwecken bzw. erlebbar zu machen». Das heisst, es geht um die subjektiven Wirklichkeitskonstruktionen der Mitarbeitenden, also so, wie sie das Töpferhaus wahrnehmen. Dazu erhielten sie im Vorfeld den Auftrag, Fotos zu machen, die ihrer Auffassung nach typisch sind für die Arbeit im Töpferhaus. In der methodischen Gestaltung des «Photovoice»-Workshops vor Ort war uns wichtig, verschiedene Zugänge zu eröffnen und Räume zu schaffen, die den Austausch unter den Teilnehmenden anregen und unterstützen. So wählten wir unterschiedliche Gruppensettings mit offenen und spezifischen Aufgabenstellungen. Am Workshop konnten die Teilnehmenden nach einer kurzen Einführung in die Methode «Photovoice» ihre selbstgemachten Fotos den einzelnen Führungsleitsätzen zuordnen. Danach wurde dasjenige gewählt, welches dem Sinn des Leitsatzes am

besten entsprach. In den anschliessenden Diskussionen wurde der jeweilige Leitsatz gemeinsam vertieft und herausgearbeitet, inwieweit der Leitsatz im Töpferhaus schon sichtbar ist. Zudem wurden kritische Hinweise gesammelt, wo noch Verbesserungspotenzial besteht. Im anschliessend von uns dargelegten Aussenblick wurden Auffälligkeiten und kritische Fragen aufgegriffen. So gab es beispielsweise zum Leitsatz

«vorbildlich wirken» ein Foto, das viele fröhliche Menschen in einem Arbeitssetting zeigt, die Hygienehauben auf dem Kopf tragen. Darunter war ein klarer Wunsch nach passenderer Arbeitskleidung formuliert. In einer offenen Schlussdiskussion wurden schliesslich verschiedene Ideen und Massnahmen diskutiert, wie mit den Ergebnissen weiterverfahren werden soll. Es wurde beschlossen, sie zunächst in

den verschiedenen Abteilungen vertiefter zu diskutieren und daraus bereichsspezifische Massnahmen abzuleiten.

Die Rückmeldungen der Teilnehmenden zum Workshop machten deutlich, dass der kreative Zugang zur Entwicklung ihrer Leitsätze sehr geschätzt wurde. Die für den Betrieb so wichtige Grundlagenarbeit konnte demnach mit Lust und auf humorvolle Weise in den konkreten Praxisalltag übersetzt werden. Die externe Moderation durch uns als professionelles Team wurde ebenfalls positiv erwähnt.

Insgesamt hat sich gezeigt, dass «Photovoice» ein erhebliches

Potenzial für organisations-spezifische Fragestellungen bietet. So eignet sich die Methode beispielsweise für die Analyse von Prozessen und Abläufen, die Identifikation von Missständen oder aber dann, wenn es darum geht, strategische Rahmensetzungen wie in unserem Beispiel für die Entwicklung eines Leitbildes in der ganzen Organisation zu verankern. Der Partizipation der Teilnehmenden kommt dabei eine zentrale Rolle zu. Gerade bei der Verwendung der Methode «Photovoice» wird sie als «echte Partizipation» empfunden, weil im Prozess mit Bildern, Fotos und somit mit Wahrnehmungen und Einschätzungen gearbeitet wird. So können wir allen Organisationen im Sozialbereich mit solchen oder ähnlichen Fragestellungen empfehlen, sich mit dem Potenzial von «Photovoice» auseinanderzusetzen – wir unterstützen sie gerne dabei. ●

«Photovoice» hat erhebliches Potenzial für organisations-spezifische Fragestellungen.



«Photovoice»-Workshop im Aarauner Töpferhaus zu neu entwickelten Führungsleitsätzen: Den Austausch unter den Teilnehmenden anregen und unterstützen.

Foto: Töpferhaus