

Anhang C: Bilddokumentation der Trainingserprobung

Trainingserprobung

In diesem Anhang sind einige ausgewählte Fotografien abgebildet, die während der drei Trainingserprobungen in den verschiedenen Gruppen aufgenommen worden sind. In den Bildunterschriften sind zusätzliche Kommentare zur Erläuterung der jeweilig abgebildeten Szenen und Verweise auf den Text enthalten.



Bild 1: Fallstudie 1 („Forschungsgruppe“); Teilnehmerin beim Notieren ihrer Handlungsziele und -möglichkeiten auf einer Plakatwand. Jede Plakatwand repräsentiert jeweils einen Kooperationsraum

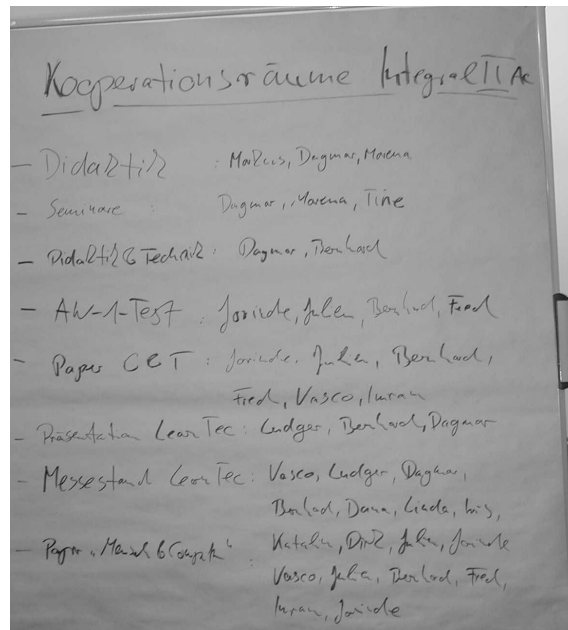


Bild 2: Ausschnitt aus der Liste von Kooperationsräumen der „Forschungsgruppe“ zusammen mit den jeweiligen Akteuren



Bild 3: Zwei Trainingsteilnehmer beim gleichzeitigen Eintragen ihrer Handlungsmöglichkeiten und -ziele auf einer Plakatwand

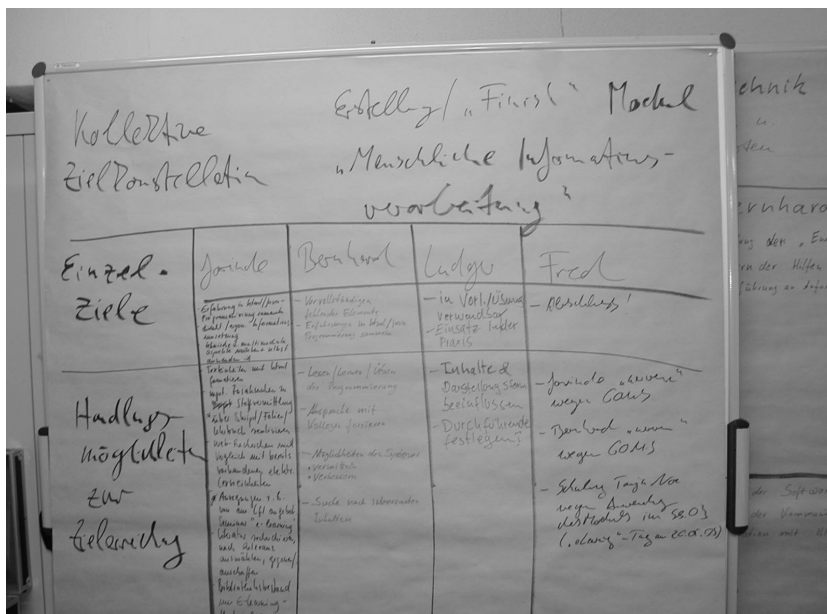


Bild 4: Grobe Beschreibung des Kooperationsraums „Erstellung/Finish des Moduls Menschliche Informationsverarbeitung“ im kollektiven Handlungsfeld der Forschungsgruppe



Bild 5: Die Teilnehmer hatten auch Spaß während des Trainings



Bild 6: Fallstudie „Vertriebsteam“: Paralleles Schreiben in zwei verschiedenen Kooperationsräumen



Bild 7: Gemeinsames Vergegenwärtigen der Handlungsmöglichkeiten in einem Kooperationsraum im Dialog miteinander

Merkmale der Zusammenarbeit	Subjektive Einschätzung bezogen auf die gemeinsame Arbeitstätigkeit in der Gruppe				
	sehr wenig	wenig	mittel	viel	sehr viel
1. Gesprächsmöglichkeiten während der Arbeit			••	••	
2. Gemeinsam durchgeführte Tätigkeiten		•••	•	••	
3. Gemeinsame Entscheidungen und Absprachen		•	•	••••	•
4. Möglichkeiten zum gegenseitigen Helfen			••	••	
5. Erfolge, die aus der gemeinsamen Arbeit heraus entstehen			••	••	
6. Gemeinsam aus der Arbeit etwas Neues lernen		•	•	••••	•
7. Sich als Gruppe gut fühlen				••••	•
8. Gemeinsame Ziele haben			•	•	••••
9. Neulingen das Einleben und Einarbeiten in der Gruppe erleichtern			••	••	••

Bild 8: Ergebnis des Bausteins 1 (Einschätzung von Merkmalen der Zusammenarbeit in der Gruppe) im „Vertriebsteam“

Studentenfachberater	
Person A	Person B
<ul style="list-style-type: none"> - Gewinnung EAB-Stab - Planung Aktionen - Durchführung Aktionen - Netzwerkbildung - neue Arbeitswege "Kreisen" - Kundengewinnung - Anhängersicherung 	<ul style="list-style-type: none"> - neue Stud.-AG - Adressgemeins. (Aktionen) - eaB's + SteB's (Behaltung + "Peer") - Planung actionärer - Rückwerbung
<ul style="list-style-type: none"> - TTV - aktive Ansprache von Studienteams - Nutzen für EAB 	<ul style="list-style-type: none"> - TTV - Stabbetreuung - Empfehlungen

Bild 9: Individuelle Handlungsziele im Kooperationsraum „Studentenfachberatung“ des „Vertriebsteams“



Bild 10: Beleg für die Verschiedenheit individueller Handlungen beim gemeinsamen koordinierten Handeln. Eine Person schreibt, die andere Person überlegt.

Merkmale der Zusammenarbeit	Subjektive Einschätzung bezogen auf die gemeinsame Arbeitstätigkeit in der Gruppe				
	sehr wenig	wenig	mittel	viel	sehr viel
1. Gesprächsmöglichkeiten während der Arbeit				●●●●●	
2. Gemeinsam durchgeführte Tätigkeiten		●●●●●	●●●●●	●●●●●	
3. Gemeinsame Entscheidungen und Absprachen			●●●●●		
4. Möglichkeiten zum gegenseitigen Helfen			●●●●●	●●●●●	●
5. Erfolge, die aus der gemeinsamen Arbeit heraus entstehen	●	●●●●●	●●●●●	●	
6. Gemeinsam aus der Arbeit etwas Neues lernen			●●●●●	●●●●●	
7. Sich als Gruppe gut fühlen	●●●●●	●●●●●			
8. Gemeinsame Ziele haben		●●●●●	●●●●●		
9. Neulingen das Einleben und Einarbeiten in der Gruppe erleichtern	●●●●●	●●●●●			

Bild 11: Subjektive Einschätzung der Teilnehmerinnen und Teilnehmer bezogen auf die gemeinsame Arbeitstätigkeit im „Beraterteam“ (Fallbeispiel 3)

Kollektive Zielkonstellat:					
Unspezifische Akquise betreiben					
Einzel-Ziele:	Gerd	Beate	Jörg	Wolfgang	
<p>• "must" - Punkte sind festzulegen</p> <p>• Bedeutung der "Marke GITA" - gemeinsame Arbeit</p> <p>• AdA in letzten Planung 2005</p> <p>• Prozess verbessern</p> <p>• Jung L.</p>	<p>• gleichmäßige u. ausrech. Flustlastung</p> <p>• interessante und mehr langfristige (größere) Projekte</p> <p>• persönliche Umsatz sichern</p>	<p>• GITA-Kompetenzen sind am Markt deutlich wahrnehmbar</p> <p>• meine Kompetenzen finden sich im GITA-Portfolio gut wieder</p> <p>• eigene Aufträge von "eigenen" Kunden gewinnen bearbeitet</p>	<p>• Umsatz für die Firma generieren</p> <p>• interessante/umfangreiche Projekt ranholen</p>	<p>• Marktauftritt der GITA in ihren GFs ist attraktiv und findet Resonanz bei Ste Kunden, Koppeln, helfen</p> <p>• es von Empf. Anfragen u. Auftragsklärung => pers. Umsatz 80000/jahr => GITA-Umsatz 40000/jahr</p>	
Handlungsmöglichkeiten zur Zielerreichung	<p>• Marktchancen erkennen/bewerten</p> <p>• Aktivitäten in der GITA auslösen</p> <p>• Aktivitäten koordin. und auf Erfolg kontrollieren</p> <p>• weitere Potentiale suchen</p> <p>• selbst: • Outrage halten • Veranstaltungen machen • telefonieren • CRM • Aufträge/Buch schreiben • Anmeldeplan (Controlling etc.)</p>	<p>• Rituale zur Kundenbindung pflegen (Neu-) u. ausbauen</p> <p>• themenspezifische GITA-Veranstaltungen (GA-Dat. gespr.) vorbereiten u. durch führen</p> <p>• Projekte auswerten u. vermarkten (Veröffentlichungen, Vorträge)</p>	<p>• Internet-Auftritt aktuell halten/ergänzen</p> <p>• GITA-Angebote zu Teamentwicklung/Erlebnis-Trainings ausbauen</p> <p>• Outdoor-Kunstwerk intern weitergeben</p>	<p>• Aufbandarstellung/Veröffentlichungen betreiben</p> <p>• (Persönliche) Netzwerke bilden</p>	<p>• Regelmäßiges Erstellen von Vorträgen, Artikeln, Projektbeschreibungen u. Leistungsbeschreibungen</p> <p>• kontinuierliche Beiträge zur Aktualisierung des Internetauftritts und des Aktien Plus - Systems</p> <p>• Imagepflege durch Aufträge und Teilnahme in der "Stene" (GITA, DE/PE, Empfänger)</p> <p>• Initiieren und Realisieren von "Events" zur Kontaktaufnahme u. Pflege von Kundenbeziehungen</p> <p>• Projekt- und Akquiseübersicht pflegen, Beiträge einfordern</p>

Bild 12: Originalplakat des Kooperationsraums „Unspezifische Akquise betreiben“ des „Berater-teams“ (siehe auch Tabelle 6.13 im Textabschnitt 6.4.3)

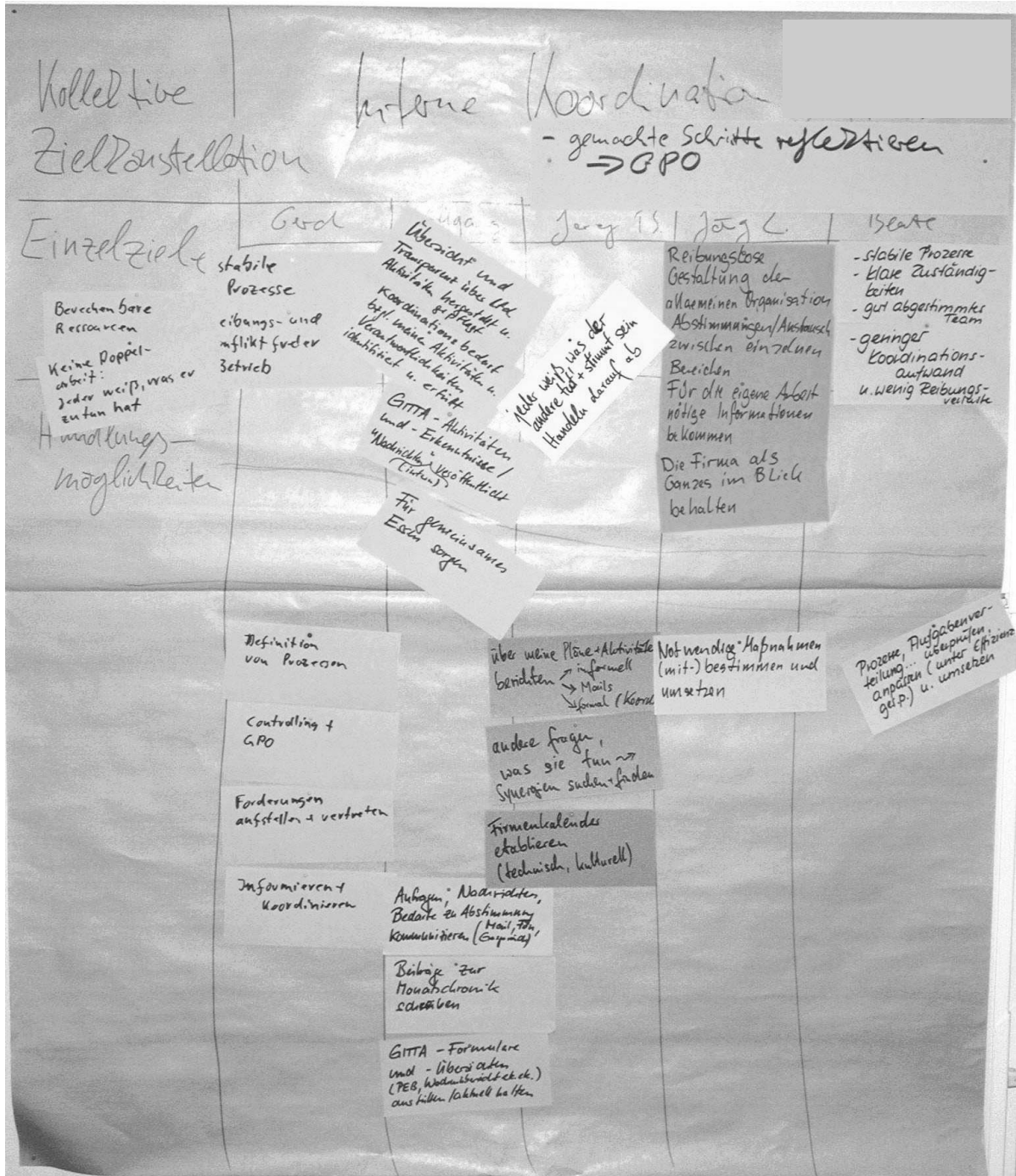


Bild 13: Die sehr verschiedenen Handlungsziele und –möglichkeiten im Kooperationsraum „Interne Koordination“ lassen sich bereits anhand der verschiedenfarbig gewählten Karten demonstrieren (Für eine genauere Diskussion siehe Abschnitt 6.4.3.3)