



## Methodenkoffer

### Common Ground

Eine der größten Herausforderungen ist regelmäßig die Herstellung von Konvergenz in projektbasierten Organisationen. Individuelle Visionen, Zukunftsbilder und Werthaltungen sollen zu einem gemeinsamen Ganzen synthetisiert werden. Der Common Ground ist ein Prozess, um eine gemeinsame Basis für die Zusammenarbeit zu schaffen und mögliche Widersprüche und Spannungsfelder in Beziehung setzen und untereinander aushandeln. Die Common Ground Methode entstammt dem Ablauf der Zukunftskonferenz. Recht schnell erlaubt sie ein Ausloten von Gemeinsamkeiten und Diskussionsbedarfen.



Der Common Ground bildet Klarheit darüber, auf welchem Fundament die Organisation funktioniert und die Beteiligten zusammenarbeiten

#### 1. Themen sammeln

Das Team unterteilt sich in mehrere Klein-Gruppen (3-5 Personen). Diese erhalten den Arbeitsauftrag, in ca. 30 Minuten 7-10 kurze prägnante Kernsätze für das Leitbild zu entwickeln, von denen sie annehmen, sie können vom gesamten Team mitgetragen werden. Es geht hier nicht um einen Minimalkonsens, sondern um das Ausloten der größtmöglichen Gemeinsamkeit (inklusive ihrer Ränder und Grauzonen). Das Format der Kernsätze ist offen. Die Sätze werden auf Flipchart-Streifen oder A2 Zettel geschrieben.



## Methodenkoffer

### 2. Gemeinsamkeiten und Differenz markieren

Die Kernsätze werden im Plenum vorgestellt (je 1 Satz pro Gruppe, reihum bis alle Sätze präsentiert sind). Findet ein Kernsatz spontan allgemeine Zustimmung, wird er auf den Common Ground geheftet (3-4 Pinnwände, an denen sich Cluster angenommener Vorschläge bilden). Gibt es schnell zu klärenden Änderungsbedarf, kann dieser sofort eingebaut werden und der geänderte Vorschlag geht in den Common Ground ein. Findet ein Satz nach kurzer Diskussion keinen Konsens (ca. 2-3 Minuten), wird er als Diskussionsbedarf markiert und separat angeheftet (1-2 Pinnwände mit nicht angenommenen Kernsätzen, an denen perspektivisch weitere Klärungen diskutiert werden können).

### 3. Clustern und Redigieren

Die Common Ground Cluster werden am Ende mit Überschriften versehen. Eine mandatierte Redaktionsgruppe kann aus den Einzelformulierungen Vorschläge für gemeinsame Textelemente entwickeln. Die nicht angenommenen Kernsätze können in weiteren Schritten auf relevante Diskussionsbedarfe hin abgeklopft werden.



Beispiel für Common Ground



# Methodenkoffer

## TIPP

Die Erarbeitung des Common Ground kann auf Ebene des Wertbildes und der Vision der Organisation geführt werden, sie kann aber auch definieren, wie konkrete Projektzuschnitte geschärft werden sollen unter einem bereits bestehenden Leitbild. Die untenstehenden 12 Fragen können dabei helfen, den Common Ground weiter zu konkretisieren.

- Gibt es zurzeit ein konkretes, gemeinsames Ziel, das wir verfolgen? Wenn ja: Sind Absicht und Sinnhaftigkeit des Ziels innerhalb des Teams bekannt und wird darüber gesprochen?
- Gibt es ein strategisch übergeordnetes Ziel?
- Wie schätzen wir die Zukunft ein? Welche Trends sehen wir und welche Chancen haben wir?
- Wie sprechen wir miteinander? Gibt es eine offene, ehrliche Kommunikation? Was darf ausgesprochen werden?
- Wie sieht der Informationsfluss aus? Fühlen sich alle informiert? Welche Medien nutzen wir, um Informationen auszutauschen?
- Wie wird die gemeinsame Identität gelebt und gibt es ein Wir-Gefühl?
- Gibt es Werte, die verbindend sind und werden diese innerhalb unseres Unternehmens und gegenüber Externen gelebt? Welche Regeln haben wir?
- Wer ist für was verantwortlich? Sind die Rollen klar? Sind die Aufgaben klar, die zu der Rolle gehören?
- Wie leben wir Wertschätzung? Wie geben wir Feedback? Wie wird Leistung beurteilt?
- Welche Ressourcen (fachlich, wirtschaftlich, personell, zeitlich etc.) stehen uns zur Verfügung? Ha ben wir Arbeitsbedingungen, die uns erfolgreich sein lassen?
- Welche nächsten Schritte sind für die gemeinsame Entwicklung und das gemeinsame Ziel sinnvoll? Was brauchen wir, um uns alle auf das gemeinsame Ziel dieser Arbeit hier zu verpflichten?
- USP – Wofür stehen wir bei unseren Kunden? Wenn es uns nicht gäbe, was würde im Markt fehlen?

## Mehr zur Methode:

Andermahr / Jermer: Mit 12 Fragen zum gemeinsamen Projektverständnis. Projektmagazin 22/2019.

Weisbord / Janoff: Three Perspectives on Future Search: Meeting Design, Theory of Facilitating, Global Change Strategy. <http://www.marvinweisbord.com/wp-content/uploads/2010/04/Future%20Search%20Perspectives.pdf>.