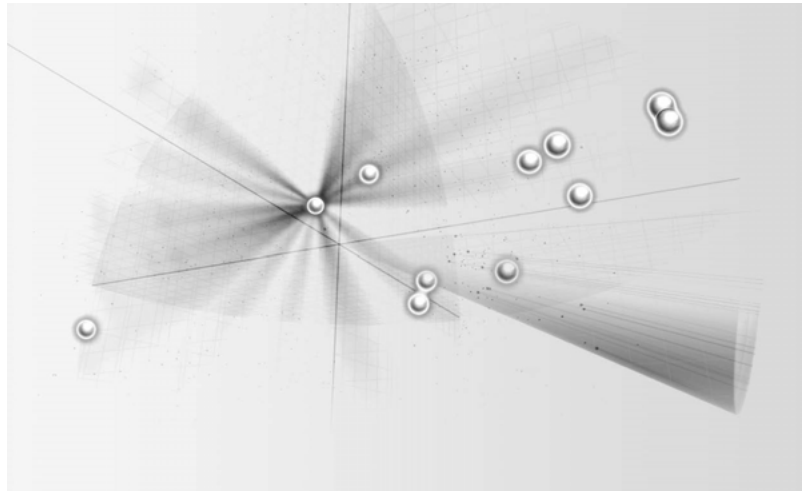


REPERTORY GRID METHODE **CONGRID®**

Unsere Methodik congrid® kombiniert die Vorteile der quantitativen (faktische Klarheit) und qualitativen Form der Befragung (inhaltliche Tiefe). Mit der congrid®-Befragung gelingt es uns, zu den unbewussten Meinungen, Überzeugungen und Wertehaltungen der Menschen durchzudringen und sie systematisch miteinander vergleichen zu können.



DIE METHODE INTEGRIEREND

congrid® ist ein interaktives Repertory Grid Verfahren zur schnellen und zuverlässigen Meinungsanalyse einzelner Individuen, Gruppen und Organisationssysteme. Softwaregestützt lassen sich individuelle Meinungen, Überzeugungen und Prognosen analysieren und systematisch strukturieren. So gelingt es, auf der einen Seite subjektive Meinungsbilder ohne einschränkende Vorgaben zu erfassen (das Besondere verstehen) und auf der anderen Seite, diese Vielfalt zu vergleichen und statistisch auszuwerten (Gesetzmäßigkeiten erkennen).

DER HINTERGRUND KONSTRUKTIVISTISCH

Das Repertory Grid Verfahren basiert auf der Theorie der persönlichen Konstrukte von G.A. Kelly. Es ermöglicht, individuell konstruierte Wirklichkeiten als Resultat subjektiver Erfahrungswelten abzubilden und Komplexität auf den Wesenskern zu reduzieren. Die Interviews beruhen auf dem Vergleich von sogenannten Elementen, die ein Abbild der jeweiligen Fragestellungen darstellen. Damit kann nahezu jedes Befragungsanliegen in Elemente übersetzt werden.

DER PROZESS TRANSPARENT

Ein congrid®-Prozess beinhaltet vier Phasen:

- / 1. Konkretisieren der Fragestellung und Übersetzung in Elemente
- / 2. Datenerhebung in der Regel durch persönlich geführte Interviews
- / 3. Auswertung auf Individual-, Team-/Gruppen- und Organisationsebene
- / 4. Ergebnisrückmeldung und Aufzeigen von Handlungsfeldern

Dieser Prozess ist – abhängig vom Umfang – bereits nach drei bis sechs Wochen abgeschlossen. Die darauffolgende Begleitung in die zunehmende Selbstreflektion und -organisation erfolgt „leise“ bei maximaler Beteiligung der Organisationsmitglieder und nicht durch eine Schar von Beratern.

Auf Wunsch bieten wir auch congrid® Inhouse-Zertifizierungen an.

WENN DU NICHT WEISST, WAS IN EINER PERSON VORGEHT,
DANN FRAG SIE, SIE WIRD ES DIR ERZÄHLEN

— George A. Kelly

DIE KUNDEN INSPIRIERT

„Nach der Medien- und Vertrauenskrise im März 2014 haben wir uns entschieden, eine transparente und schonungslose Bestandsaufnahme unserer Unternehmenskultur auf der Basis von congrid® durchzuführen. Dabei fiel uns die Entscheidung für diese Methode leicht: Sie ist dazu in der Lage, sämtliche (emotionalen) Bewertungen der Mitarbeiter systematisch in einem Raum zu erfassen, zu strukturieren, zu gewichten und die Unternehmenskultur in ihrer Dynamik abzubilden. So haben wir unsere eigene Unternehmenskultur besser verstanden und wir wussten auf Basis der congrid®-Ergebnisse ganz genau, was wir überwinden mussten und wie der Weg zu unserem selbst definierten Ideal aussieht. Das aus der Analyse abgeleitete mehrjährige Veränderungsdesign war maßgeschneidert, denn der Beratungsprozess ließ es zu, dass wir unsere eigenen Lösungen entwickelten. Unsere ehrgeizigen Ziele des Kulturwandels wollen wir auf diesem Fundament in den nächsten Jahren umsetzen.“

— Mahbod Asgari Geschäftsführer ADAC e.V.

DIE VORTEILE ÜBERZEUGEND

- / Erweiterung der Handlungsspielräume und Optimierung der Entscheidungsprozesse durch Nutzung der kollektiven Intelligenz im jeweiligen System
- / Sichtbarmachung der oftmals unbewussten Unterscheidungen, auf denen die täglichen Entscheidungen beruhen
- / Hohe Akzeptanz bei den Befragten durch individualisiertes Interviewdesign und sofortige Rückmeldung der jeweiligen Einzelergebnisse
- / Inhaltliche Offenheit und Flexibilität im Einsatz

- / Multilingual/Multimedial: Die Interviews können in allen Sprachen, face-to-face, telefonisch oder online geführt werden
- / Quantitative Gruppendifferenzen werden nicht nur festgestellt, sondern können durch die qualitative Datenvielfalt belegt und erklärt werden
- / Zeitverlaufsstudien – Veränderungsmessungen problemlos möglich

DIE ANWENDUNGSFELDER VIELSEITIG

Eine Auswahl an Fragestellungen

- / **Kulturanalysen und Kulturwandel**
Wie erleben wir unsere Kultur heute und wo liegt unser Potential?
- / **Imageanalysen und Employer Branding**
Was sind die Differenzierungsmerkmale unserer Arbeitgebermarke?
- / **Teamanalysen und -entwicklung**
Wie können wir unsere Zusammenarbeit verbessern?
- / **Coaching**
Wie kann ich gezielt herausfinden, wo mein Weg hingeht?
- / **Markenkernanalysen und Markenbildung**
Worin genau liegt Stärke der Marke und welche Anforderungen und Erwartungen muss sie erfüllen?

Eine Methode, die bestens geeignet ist, herauszufinden, was Menschen wirklich bewegt und was sie in Bewegung bringt.