

Von der gemeinsamen Organisationsphilosophie zum besten Bildungscampus in Nürnberg



ZUR EINSTIMMUNG

„Alleine die Wahrheit suchen können wir wohl,
aber finden können wir sie nur gemeinsam.“

– Rudolf Steiner



DER WEG

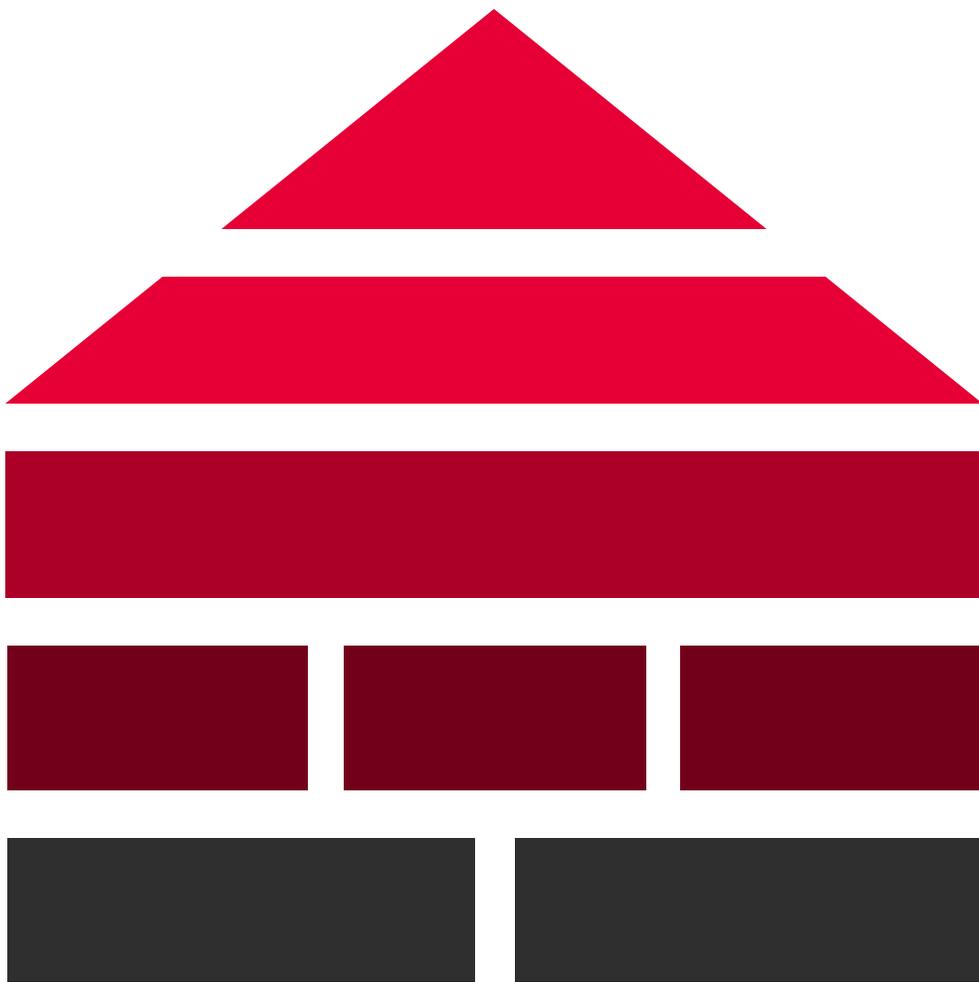
Klausurtagung Januar `25
Vorstand & VR
(Vision, Mission & Werte)

HEUTE

Mitgliedertag März `25
Verhalten /
Kommunikation /
Design

Klausurtagung September `24
neu gewählter Vorstand





Rudolf Steiner-Schule Nürnberg



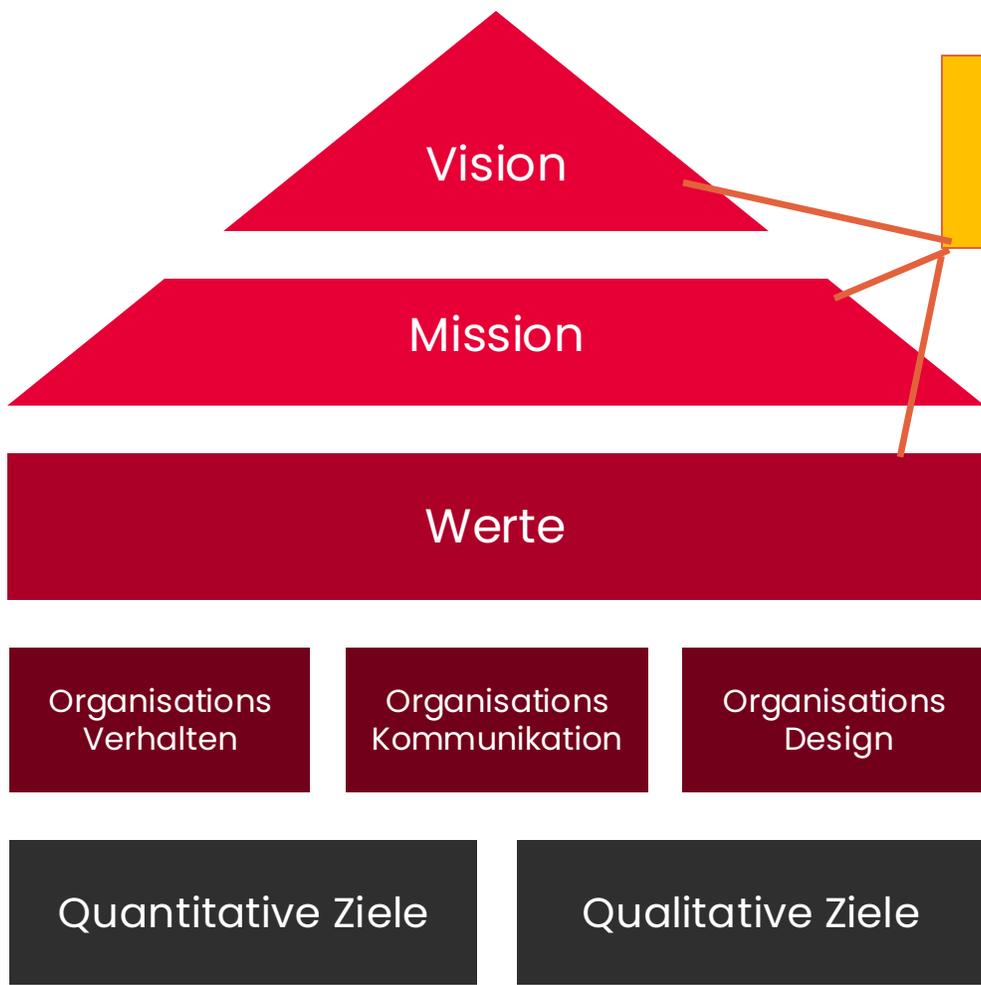
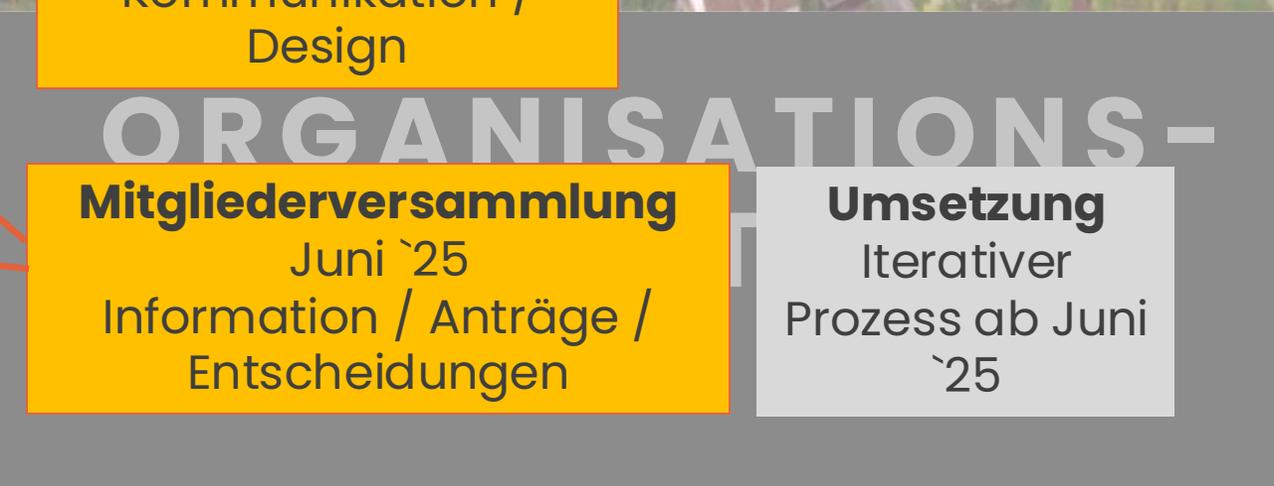
ORGANISATIONS- IDENTITÄT

ORGANISATIONS-IDENTITÄT

Der Begriff Organisations-Identität (OI) steht für einen einheitlichen Organisationsauftritt nach innen und außen.

- Ziel einer OI -Strategie ist es, eine **authentische** und **unverwechselbare** Organisationspersönlichkeit mit **hohem Wiedererkennungswert** zu schaffen, welche sich von anderen Organisationen unterscheidet.
- Dies wiederum dient dazu, **Menschen Orientierung** zu geben, ob sie sich mit einer Organisation **individuell identifizieren** können oder auch nicht.
- Mensch und Organisation stehen so in einer Wechselwirkung, Organisationen bestehen idealerweise aus Menschen, die sich mit ihr identifizieren und die so so wiederum zur Identität einer Organisation beitragen





Klausurtagung Januar `25
Vorstand & VR
(Vision, Mission & Werte)

Mitgliedertag März `25
Verhalten /
Kommunikation /
Design

Mitgliederversammlung
Juni `25
Information / Anträge /
Entscheidungen

Umsetzung
Iterativer
Prozess ab Juni
`25

IMPULS „WERTE“ I

Beachte, dass die Anderen bedürftige Menschen sind wie du selbst,
und handle demgemäß! – Wilhelm Kamlah: Philosophische
Anthropologie (1973)



IMPULS „WERTE“ II

Leben in der Liebe zum Handeln und Lebenlassen im Verständnisse des fremden Wollens ist die Grundmaxime des freien Menschen. –
Rudolf Steiner: Philosophie der Freiheit (1894)



IMPULS „WERTE“ III

Mag das Negative heute auch vielfach überwiegen, um so mehr besteht Grund, das Positive zu wollen und zu tun – Rudolf Kreutzer:
Meine Ziele (1967)



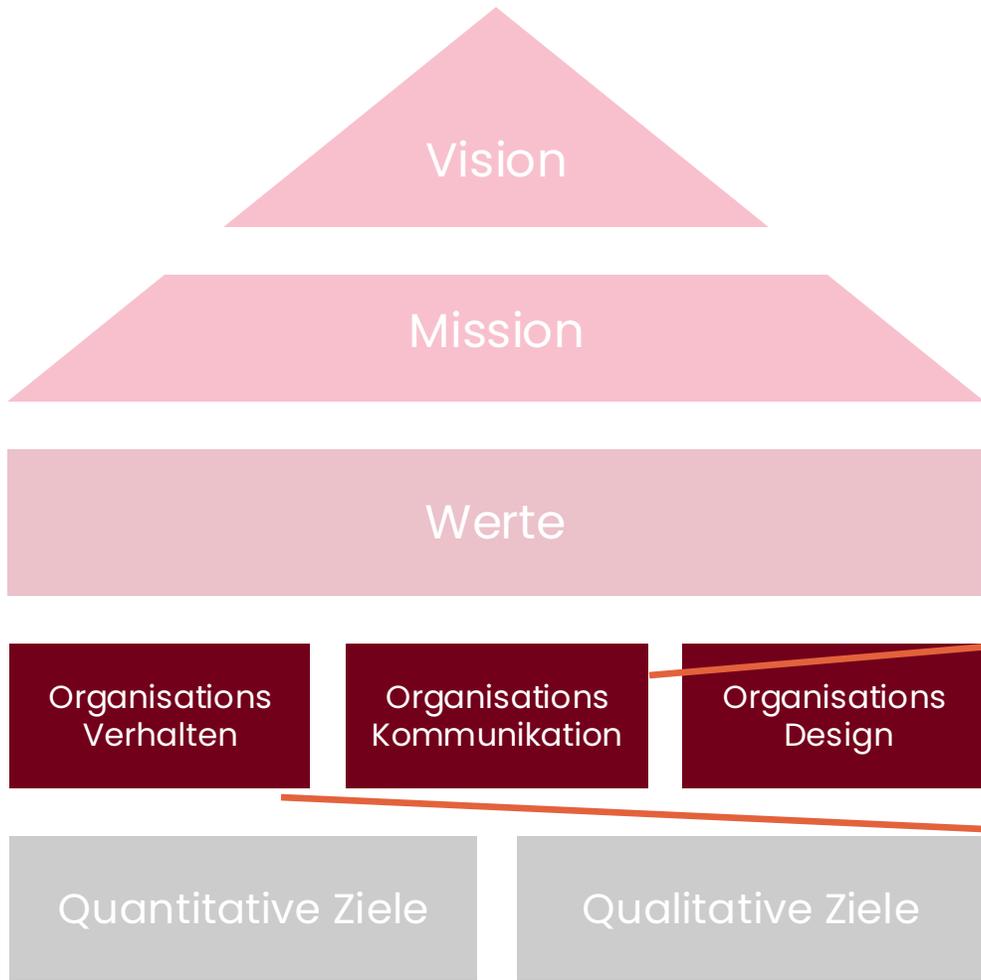
IMPULS „WERTE“ I-III

Beachte, dass die Anderen bedürftige Menschen sind wie du selbst, und handle demgemäß! – Wilhelm Kamlah: Philosophische Anthropologie (1973)

Leben in der Liebe zum Handeln und Lebenlassen im Verständnisse des fremden Wollens ist die Grundmaxime des freien Menschen. – Rudolf Steiner: Philosophie der Freiheit (1894)

Mag das Negative heute auch vielfach überwiegen, um so mehr besteht Grund, das Positive zu wollen und zu tun – Rudolf Kreutzer: Meine Ziele (1967)





Organisations-Philosophie

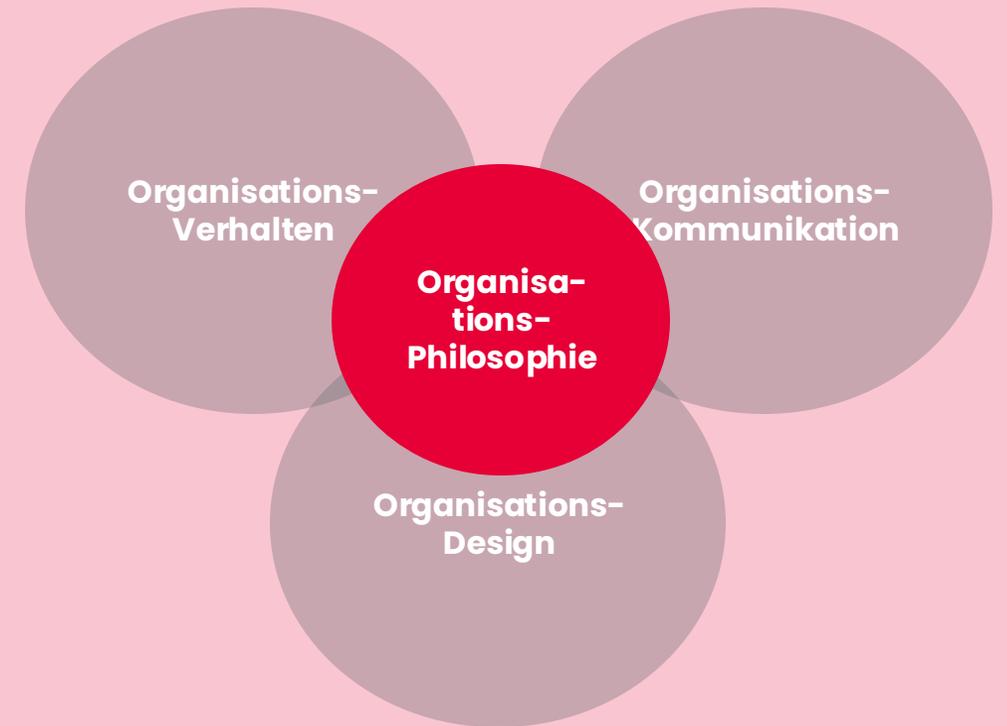
ORGANISATIONS-
TÄT



WAS HAT ES MIT DER ORGANISATIONSPHILOSOPHIE AUF SICH



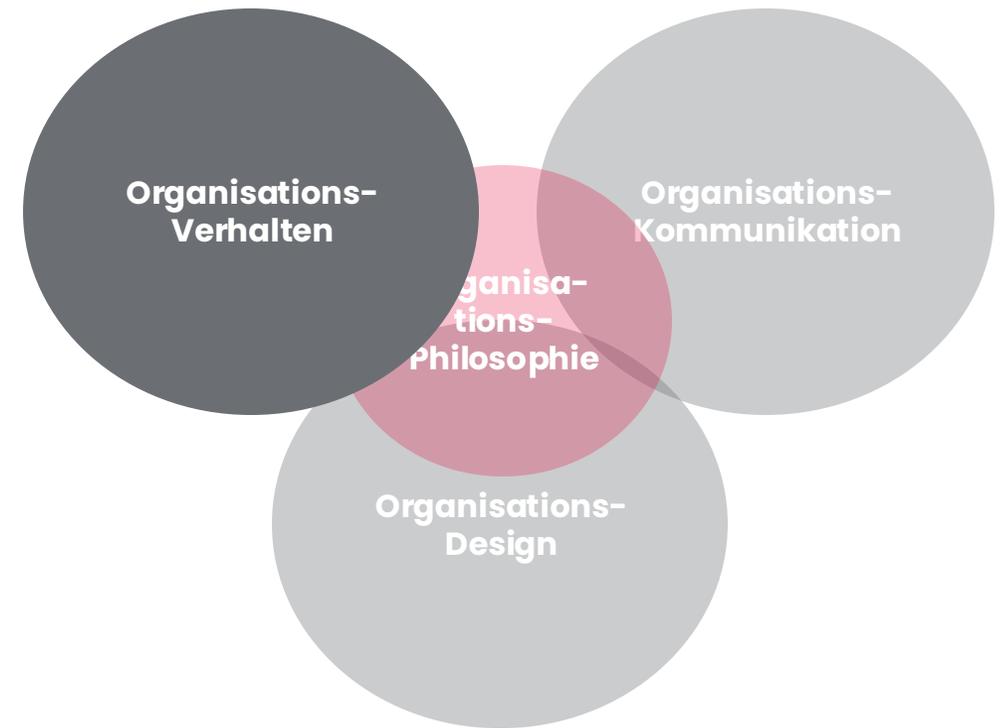
- grundlegenden Überzeugungen und Werte, nach denen eine Organisation arbeitet.
- Wie ein Leitstern, Kompass oder die Seele der Organisation
- beeinflusst alle Entscheidungen und Handlungen der Organisation
- Hilft dabei die Identität der Organisation zu definieren und gibt Mitarbeitenden sowie Mitgliedern und Außenstehenden einen Einblick, wofür die Organisation steht und was sie wichtig findet.



ORGANISATIONS- PHILOSOPHIE



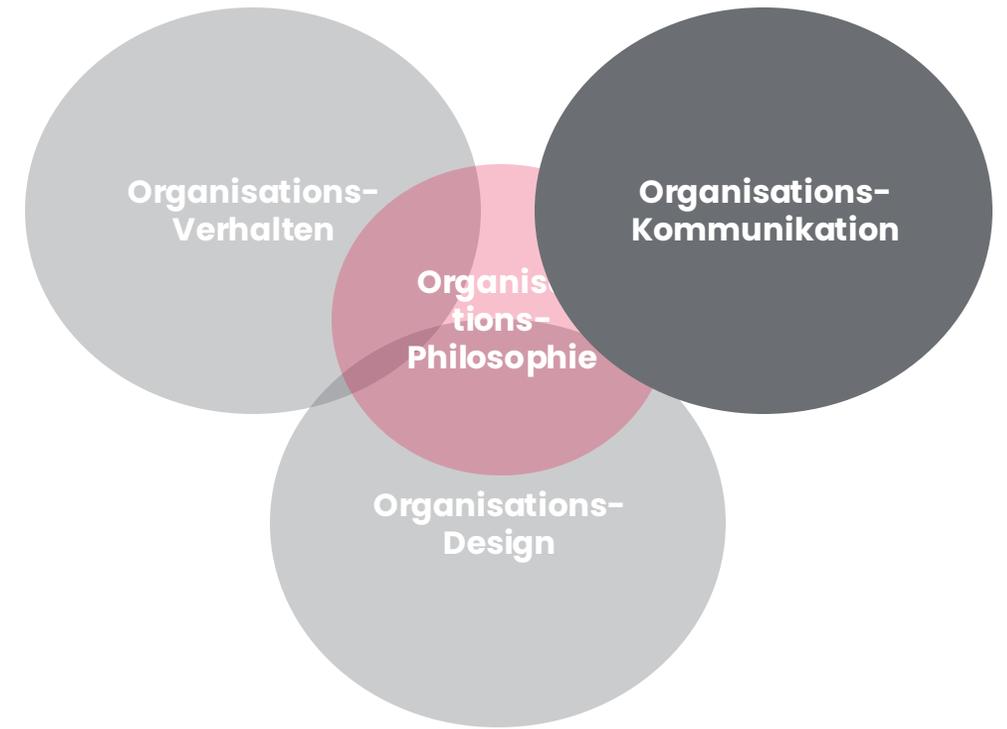
- Verhalten einer Organisation sowohl intern als auch extern.
- Festlegen und Praktizieren von Grundsätzen, Richtlinien, Verhaltensweisen, um Ziele zu erreichen
- Werte der Organisation im täglichen Miteinander und wie es von anderen wahrgenommen wird.



VERHALTEN

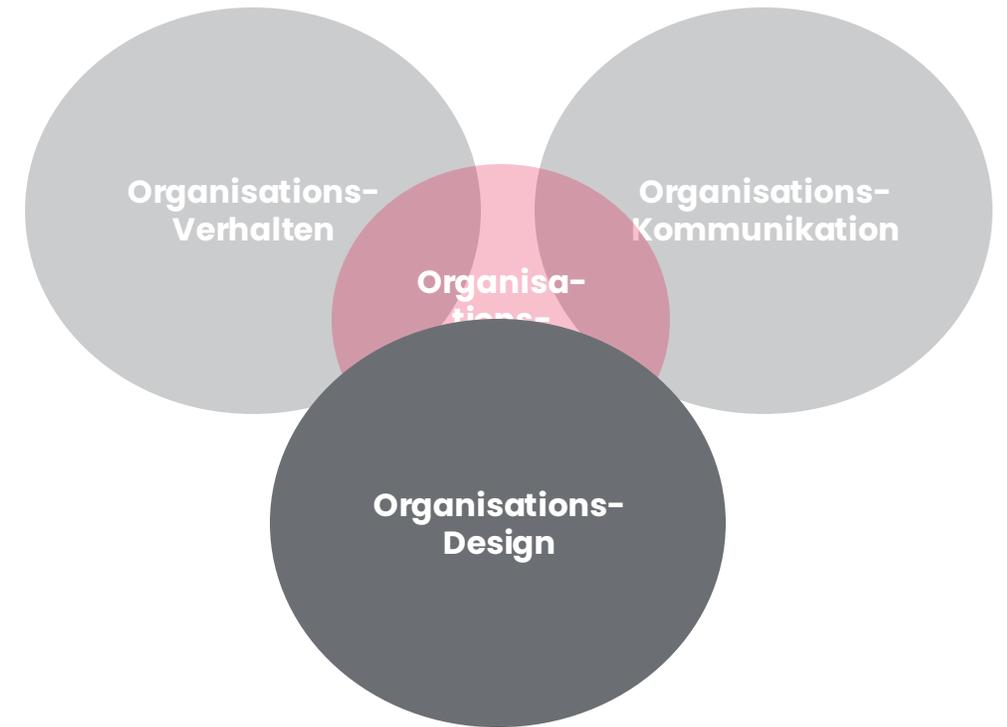


- Wie werden Informationen und Botschaften intern und extern kommuniziert?
- Alle Formen der Kommunikation (Webseite, Social Media, interne Newsletter, etc.)
- Ziel der Organisations-Kommunikation ist es, ein kohärentes und positives Bild der Organisation zu gewährleisten und den strategischen Zielen der Organisation zu dienen.



KOMMUNIKATION

- Visuelle Gestaltung einer Organisation
- Alle Elemente, die in ihrer Gesamtheit eine Organisation/Marke sichtbar machen
- z. B. Logo, Farbwelt, Bildsprache, Typo, etc.



DESIGN

WOZU IST DAS WICHTIG?

Profil der
Organisation
schärfen

Identifikation mit der
Organisation schaffen

Motivation
fördern

Glaubwürdigkeit
unterstreichen

Sympathie
ernten

Image
steigern

Vertrauen
schaffen

Qualitäts-
ausdruck

Konkurrenzfähigkeit
steigern

Emotionen
wecken

Bietet
Orientierung





Workshopteil Schritt 1: Sammeln und Zuordnen der Themen





VORSICHT!
frisch
gestrichen



Workshopteil Schritt 2:

Organisieren und evtl. Bearbeiten der Themen





Workshopteil Schritt 3: Austausch, nächste Schritte



DER WEG

Klausurtagung Januar `25
Vorstand & VR
(Vision, Mission & Werte)

Mitgliedertag März `25
Verhalten /
Kommunikation /
Design

Umsetzung
Iterativer Prozess
ab Juni `25

**Nächste
Klausurtagung**
Herbst `25
Vorstand

Klausurtagung September `24
neu gewählter Vorstand

**Mitglieder-
versammlung**
Juni `25
Information /
Anträge /
Entscheidungen

