

Jürgen Rippel

Systemische Kreativität – der inspirierende Zugang zur Innovation

Oder die Wiederentdeckung
der Intuition in der Wirtschaft
durch Systemaufstellungen

Mit einem Vorwort von Georg Müller-Christ
2019

1.3.3 Gütekriterien dieser Forschung

*„Nicht alles, was zählt, ist zählbar,
und nicht alles, was zählbar ist, zählt.“*

Albert Einstein

Das Ziel dieser Arbeit ist klar fixiert. Wir sind auf der Suche nach der Quelle des Neuen. Das Neue verorten wir theoretisch erst einmal im Schatten, im Niemandsland, im Land des unsichtbaren Unbewussten. Was wir dort finden werden, ist aus meiner Sicht eine neue Sichtweise, die den Geistesblitz als kosmische Kreativität verorten könnte. Diese Sichtweise ist für die klassische und rationale Wissenschaft neu, neu deshalb, weil sie es vorher als Möglichkeit selbst verbannt hat, Übersinnliches und Intuitives zu erfassen. Gerade hier steckt ja der blinde Fleck (Schatten) der Wissenschaft. Wir bräuchten also ein Werkzeug, das Licht in diese Welt bringen kann. Nun kommt die Aufstellungsarbeit ins Spiel. Die später noch von mir speziell für unsere Fragestellung modellierte Methode der Erkundungsaufstellung soll nun Unsichtbares sichtbar machen. Sie soll als Methode der Datengewinnung „problemrelevante Informationen“ so „zur Verfügung (...) stellen, dass sie den hierfür relevanten Abschnitt aus der Realität in irgendeiner Form abzubilden versuchen“ (Kepper 1996, S. 192). Was bedeutet denn, die Realität abzubilden? Als damaliger Panelforscher wurde ich stets von meinen damaligen Kunden zu Recht gefragt, ob das Verbraucherpanel auch repräsentativ sei. Repräsentativ ist ein quantitatives Marktforschungs-Instrument (Panelerhebung, Wellenbefragung oder Produkttest) erst dann, wenn es (a) eine Vollerhebung ist oder (b) eine Teilerhebung ist, die aber in ihrer Stichprobenauswahl die gewünschte Grundgesamtheit eins-zu-eins widerspiegeln kann. In beiden Fällen sollte sie die Realität genau abbilden. Letztlich geht es um die Übertragbarkeit der gewonnenen Daten auf die Grundgesamtheit. In diesem Fall ist die Marktforschung das Fenster zum Markt und es geht um „das Hinaushorchen in den Markt“ (Knoblich 1985, S. 1257).

„Die Güte der durch die Messung erzeugten Daten hängt in ganz entscheidender Weise von der Qualität des Messvorganges, insbesondere des Messinstrumentes ab. Damit die Messergebnisse und die daraus resultierenden Schlussfolgerungen verlässlich sind, muss der Messvorgang folgenden drei Gütekriterien Rechnung tragen: Objektivität, Reliabilität, Validität.“
(Berekoven/Eckert/Ellenrieder 2009, S. 80)

Einfach gesagt, sollten die gewonnenen Daten nicht von der subjektiven Meinung des Forschers beeinflussbar sein, das Datenergebnis sollte auch

relativ stabil sein (zuverlässig), d. h. bei Nicht-Veränderung des Marktes zu gleichen oder ähnlichen Ergebnissen führen und last but not least sollten natürlich auch nützliche Informationen für den Klienten herauskommen. Wenn wir uns dem Thema der Gütekriterien annähern, so sollten wir immer im Kopf haben, dass zwischen der quantitativen und qualitativen Forschung Welten liegen. Auch hier haben wir eine Polarität. Die quantitative Forschung ist ein Erhebungsinstrument, das die physische und sichtbare Welt real schildern soll. Die dort vorgefundene „Wirklichkeit“ soll objektiv als Ganzes deskriptiv und kausal wiedergegeben werden. Der Fokus liegt auf der breiten Masse. Im Vergleich dazu ist qualitative Forschung ein Erhebungsinstrument, das die psychische und unsichtbare Welt spirituell aufzeigen soll. In dieser Welt gelten aus meiner Ansicht andere Gesetze, es ist die Welt hinter dem Spiegel. Eine Welt, die Alice im Wunderland – durch die Feder des Schriftstellers Lewis Carroll (1832–1898) – erforschen durfte. Phantasie und Imagination sind hier die „Painter“ dieser Welt. Alles ist im Prinzip möglich. Wir als „Alice“ entdecken subjektiv diese Welt. In dieser Welt der Potenziale trägt die besondere Anomalie in sich den Keim der Zukunft. Diese Welt lässt sich nicht durch das logische Erkennen – durch den induktiven und deduktiven Prozess der Erkenntnis – begreifen, diese Welt braucht das intuitive Schauen und Erkennen. Die Intuition ist quasi die Brücke zu den beiden Welten. Der Weg über diese Brücke ist aus meiner Erfahrung ein subjektiver Weg, der nicht mit klassischen Gütekriterien wie Objektivität und Reliabilität bewertbar ist. Ganz im Gegenteil: Im Extremfall führt das Subjektive zu einer „Stichprobengröße“ von „eins“, wie uns der „Erfinder“ der disruptiven Innovation Clayton Christensen verrät.

„Das Wie – ein Punkt, an dem viele Marketingleute aus dem Konzept beraten – besteht in grundlegenden, ausführlichen Erzählungen mit der Stichprobengröße eins. Bedenken Sie, dass Erkenntnisse, die zu erfolgreichen neuen Produkten führen, mehr Ähnlichkeiten mit einer Geschichte als mit einer Statistik haben.“
(Christensen/Hall/Dillon/Duncan 2017, S. 132)

Wir sollten uns bei der Suche nach dem Neuen nicht von dem Gesetz der großen Zahl (Statistik) blenden lassen und vielmehr Ausschau nach einer phantasievollen Geschichte halten, die im Keimling einer einzelnen Anomalie, noch verborgen ist. Bei der qualitativen Forschung geht es also um den Einzelnen und da bedienen wir uns zentral der Psychologie, die aus dem Unbewussten die Anomalie (Subjekt) u. a. „Motive, Einstellungen und Erwartungen“ erkunden möchte (Weis/Steinmetz 2012, S. 37). Und was sagt der Praktiker und Gestaltpsychologe Fritz Perls dazu?

„Die objektive Wissenschaft gibt es nicht, und da jeder Autor einen bestimmten subjektiven Blickwinkel hat, ist auch jedes Buch von der Geisteshaltung des Autors abhängig. Mehr als in jeder anderen Wissenschaft stehen in der Psychologie Beobachter und beobachtete Gegebenheiten in einem untrennbaren Zusammenhang. Die schlüssigste Orientierung müsste zu erreichen sein, wenn wir einen Punkt finden könnten, von dem aus der Beobachter die umfassendste und am wenigsten verzerrte Anschauung gewinnen könnte. Ich glaube, dass S. Friedländer einen solchen Punkt gefunden hat.“ (Perls 1978, S. 19)

Das ist ein ganz persönlicher und zeitintensiver Prozess, in dem „Beobachter und beobachtete Gegebenheit“ ineinander verschmelzen. Im Moment der Verschmelzung findet „schöpferische Indifferenz statt“ (Friedländer 1926). Und Perls führt weiter aus ...

„... jedes Ereignis stehe in Beziehung zu einem Nullpunkt, von dem aus einer Differenzierung in Gegensätzen stattfindet. Diese Gegensätze zeigen in ihrem spezifischen Zusammenhang eine große Affinität zueinander. Indem wir wachsam im Zentrum bleiben, können wir die schöpferische Fähigkeit erwerben, beide Seiten eines Vorkommnisses zu sehen und jede unvollständige Hälfte zu ergänzen. Indem wir eine einseitige Anschauung vermeiden, gewinnen wir eine viel tiefere Einsicht in die Struktur und die Funktion des Organismus.“ (Perls 1978, S. 19)

Wie wir durch die Brille von Perls erkennen dürfen, bedarf es bei der qualitativen Forschung einen anderen Maßstab zur Bewertung der Güte einer Forschungsarbeit. Anders wie bei der quantitativen Forschung gewinnt bei der qualitativen Forschung sogar die Subjektivität des einzelnen Forschers an Bedeutung. Ihre besondere Eigenart, ihr besonderer Zugang zum wissenden Feld, ihre besondere Aufgeschlossenheit und Toleranz für neue Methoden könnte den Kreativprozess neu befruchten und sogar bereichern. Eine Paradox-Welt in der Welt der qualitativen Forschung: Aus einer anfänglichen Schwäche der Subjektivität (Schatten) wird nun eine Stärke (Licht) und die anfängliche Stärke der Objektivität (Licht) wird nun zur Schwäche (Schatten). Der Konstruktivist Torsten Groth bezeichnet diese Paradoxie in seinem Buch „66 Gebote systemischen Denkens und Handels in Management und Beratung“ als „zwei Seiten der Erfahrung“ (Groth 2017, S. 84). Seine Überlegungen beruhen auf dem gleichnamigen Buch von James G. March (2016 – Zwei Seiten der Erfahrung), wenn er Folgendes – bezogen auf die Organisation – sagt: „Erfahrungen können extrem nützlich sein, um ein Unternehmen erfolgreich zu machen, aber wenn Unternehmen zugrunde gehen, dann an ihrem Festhalten an Erfahrungen“ (Groth 2017, S. 84).

Es kommt also auf den Horizont der Erfahrung und den gesetzten Fokus an, ob ich entweder quantitativ oder qualitativ wahrnehme, denke und for-

sche. Diese Überlegungen führen uns zum Konstruktivismus und zur Frage, ob es überhaupt eine objektive Wirklichkeit gibt. Der Sozialwissenschaftler Heiko Kleve öffnet uns die Tür zu der konstruktivistischen Welt:

„Konstruktivisten desillusionieren insbesondere jene Forschenden oder praktisch Handelnden, die davon ausgehen, dass sie sich auf die objektiv, d. h. unabhängig von ihnen existierende Realität beziehen. Diesbezüglich hebt konstruktivistisches Denken ein Phänomen hervor, welches als Selbstbezüglichkeit oder Selbstreferenz bezeichnet wird: Weil wir uns als lebende und psychische Systeme ausschließlich auf unsere eigenen Zustände (z. B. Sinneswahrnehmungen, Beobachtungen oder Beschreibungen) beziehen können, ist alles, was wir wahrnehmen und für objektiv gegeben halten, eine durch uns konstituierte Wirklichkeit.“ (Kleve 2010, S. 17f)

In meiner Arbeit geht es um einen neuen Weg zur Kreativität. Geleitet werden meine Gedanken immer durch die Frage: Wie kommt das Neue in die Welt? Vielleicht kann uns im Verlauf dieser Arbeit der Konstruktivismus helfen, diese Frage zu beantworten. Zurück zu den Gütekriterien. Es ist nicht die Aufgabe dieser Arbeit, die Methode der Aufstellungsarbeit nach den Gütekriterien zu bewerten. In diesem Zusammenhang verweise ich auf die vor mir erstellten Dissertationen, die in Buchform von Peter Schötter (2005), Carl Ulrich Gminder (2006) und Wim Jurg (2010) bereits erschienen sind. Jede Aufstellung ist anders, aber trotzdem gelang Peter Schlotter in seiner Dissertation der empirische Nachweis, dass Systemaufstellungen keine Zufallsprodukte sind. Er konnte nachweisen, „dass auftretenden Personen- oder Figurenkonstellationen von beliebigen natürlichen Personen tendenziell ein einheitlicher Sinn zugewiesen wird“ (Schlotter 2005, S. 203). Im Rahmen einer standardisierten Erhebung hat Schlotter den generellen Beweis der Gültigkeit der Methode der Systemaufstellung erbracht. In meiner Arbeit geht es um die Wiederentdeckung der Intuition in der Marktforschung, also um den Nutzen der Methode der Aufstellungsarbeit im Sinne eines Erkenntnisgewinns für die Betriebswirtschaft. Die Gütekriterien sollen Sicherheit geben, ob meine Vorgehensweise zur Nutzenstiftung im Innovationsprozess beitragen kann. Mit meiner Arbeit begeben sich in ein Niemandsland und versuche ähnlich einem Scout einen Weg zur kosmischen Kreativität zu finden. Am Ende des Weges könnte ich womöglich den Zugang zum Geistesblitz erkennen und für die qualitative Marktforschung nutzbar machen. Wenn ich bildlich gesprochen auf meiner Erkundungsreise in einem unbekanntem Land auf einen See stoße und ich meinen Fuß hineinhalte, dann reicht es mir vollkommen aus, zu erkennen, dass das Wasser nass ist. Ich brauche für meine weitere Forschungsreise zum gesuchten Geistesblitz

nicht zu wissen, wie groß der See ist, wie tief der See ist, wie viel Wasser er in sich trägt und ob es Fische darin gibt. Mein Anspruch auf Effizienz treibt mich voran, um so schnell wie möglich zur Effektivität zu kommen. Mit dieser Einstellung zur Wissenschaft ist mir wohl bewusst, dass ich durch meine subjektive Entscheidungsfindung gegen klassische Regeln der Wissenschaft verstoße. Am Ende der Reise werden wir sehen, ob dieser Regelbruch kreativ gerechtfertigt ist. Welche Bedeutung hat nun die Objektivität, die Reliabilität und die Validität für diese Art von Arbeit? Im Kontext der Bewertung sollten wir immer die Kreativität und die Methode der Aufstellungsarbeit – als qualitatives Erhebungsinstrument der Marktforschung – im Hinterkopf behalten.

Objektivität

Nach Berekoven, Eckert und Ellenrieder ist der Messvorgang „dann objektiv, wenn die Messergebnisse unabhängig vom Untersuchungsleiter sind. Eine objektive Messung zeichnet sich also dadurch aus, dass mehrere Personen, die unabhängig voneinander die Messergebnisse registrieren, zum gleichen Ergebnis gelangen“ (Berekhoven/Eckert/Ellenrieder 2009, S. 80). In meiner Forschung geht es um den Geistesblitz in der Kreativität. Dieser Kreativblitz ist immer individuell und damit subjektiv. Der kreative Geistesfunke ist kein Massenprodukt, er hat auch nicht den Anspruch einer Allgemeingültigkeit. Der Geistesblitz hat vielmehr die Aufgabe, auf das Sich-einstellen-wollende-Neue hinzuweisen. Das Neue ist demnach auch ein Vorgriff auf die Zukunft. Wie wir noch sehen werden, können wir auf der Stufe des impliziten Wissens das Neue intuitiv erspüren. In der Dissertationsschrift von Gaby Kepper zum Thema qualitative Marktforschung wird es noch einmal deutlich, dass es eine objektive Forschung im strengen Sinne gar nicht gibt. Denn nach der „Heisenbergschen Unschärferelation“ gewinnen wir die Erkenntnis, „dass jede Methode auf den Gegenstand, den sie eigentlich methodenneutral messen soll, Einfluss ausüben und ihn damit verändern kann“ (Kepper 1996, S. 10). Im Vorgriff auf meine Forschungsergebnisse zeigt sich, dass der Geistesblitz immer und überall präsent ist. So gesehen ist der Geistesblitz dann absolut und damit objektiv. Wir müssen nur eine Verbindung zu ihm herstellen. Ist die Verbindung zur kosmischen Kreativität (Wissensfeld) einmal aufgebaut und wir erkennen durch den Geistesblitz heraus das Neue, dann wird er uns bewusst und kommt uns in den Sinn. Wir können dann die empfangenden und selbst verarbeiteten Gedanken artikulieren. Aus dem Geistesblitz wird durch Bewusstwerdung der Gedankenblitz. Der Gedankenblitz wird meines Erachtens durch unsere Subjektivität eingefärbt. Wir Menschen sind dann „Wirt“ einer spirituell empfangenen Idee (Inspiration), die wir verinnerlichen und umsetzen können. In diesem Fall wird der

Mensch zum Mitschöpfer des Universums. Wie können wir den omnipotenten Geistesblitz und/oder den individuellen Gedankenblitz für die Wissenschaft messbar machen? In meiner Aufstellungsarbeit kann sich der Gedankenblitz beim Illuminieren als gewonnene Kreatividee zeigen.

Zuverlässigkeit (Reliabilität)

Zuverlässigkeit bedeutet die Reproduzierbarkeit eines Ergebnisses bei wiederholten Messungen und unter identisch gehaltenen Versuchs- bzw. Messbedingungen (vgl. Geml/Lauer 2004, S. 193f). Reliabilität besagt also, dass das Instrument „präzise und stabile Messwerte erzeugt“ (Kepper 1996, S. 196), also richtig misst, unabhängig davon, was es misst. Der Gedankenblitz ist vergleichbar mit einem Blitzlicht, der plötzlich und spontan in einem intuitiven Moment des Augenblicks auftaucht. Dieser Moment lässt sich nicht ohne weiteres willentlich reproduzieren. Entweder kommt der Gedankenblitz bei einem oder er kommt nicht. Was wir aber im Rahmen der Aufstellungsarbeit versuchen wollen, ist, günstige Rahmenbedingungen zu schaffen, um in den Kontakt mit dem Geistesblitz zu kommen. Es liegt in der Besonderheit dieser Methode, dass sich während der Aufstellungsarbeit von selbst die Lösung einstellen kann, ohne dass wir darauf groß Einfluss nehmen können. Für Hellinger ist dieser Prozess eine „Bewegung durch die Seele“ (Hellinger/Hövel 2005, S. 192). In einem Interview gibt Hellinger von sich Folgendes Preis:

„Heute sehe ich diese Symptome mit anderen Augen. Ein Stellvertreter wird plötzlich von etwas erfasst, das nicht nur ihm gehört, sondern in ihm zeigt sich eine Bewegung seines Systems. Ich sehe diese Bewegung in einem größeren Zusammenhang.“ (Hellinger/Hövel 2005, S. 191)

Das System beginnt, die Führung der Aufstellung zu übernehmen. Hellinger weiter:

„Ich verlasse mich heute ganz auf das, was sich von selbst zeigt. Als ich anfing, darauf zu warten, ob und wie sich diese Bewegung entwickelt, ist tatsächlich eine eigene Bewegung entstanden, in der sich eine Lösung sowohl für den Klienten als auch für die Familie zeigte. Das war neu. Die Stellvertreter werden, so sehe ich das, von einer größeren Seele bewegt, nicht von ihrer eigenen – etwas anderes erfasst sie.“ (Hellinger/Hövel 2005, S. 192)

Die Psychotherapeutin Dagmar Ingwersen beschreibt in ihrem Artikel „Die Hin- und Wegbewegung“ in der Praxis für Systemaufstellung (2/2015) ihre Erfahrung mit der Sensibilität des rechten Augenblicks (Kairos).

„Wir haben bei Bert Hellinger gelernt, auf den ‚Kairos‘ zu achten. Das heißt, die Wahrnehmung dafür zu entwickeln, in welcher seelischen Verfassung und zu welchem Zeitpunkt eine Aufstellungsintervention am günstigsten aufgenommen werden kann.“ (Ingwersen 2015, S. 39)

In der griechischen Mythologie steht „Kairos“ für den günstigen Zeitpunkt. Dieser Zeitpunkt kann sich auch durch das System selbst zeigen. Das setzt aber wieder die schöpferische Indifferenz im Nullpunkt voraus. Eine Erkenntnis, die wir als Selbstreflexion später noch erfahren dürfen. Wenn also der Aufstellungsleiter Teil des Systems wird, mit ihm interagiert und auf die richtigen Zeichen wartet. Dieses Warten kann mühselig sein, gerade dann, wenn man selbst schnelle Entscheidungen herbeirufen möchte. Dieses Aushalten in der Leere, dieses Nichtstun fällt mir als Aufstellungsleiter besonders schwer. Ich muss selbst immer noch und immer wieder lernen, in Demut auf den richtigen Zeitpunkt zu warten. Für Ingwersen ist „der „Kairos“ (...) also der Augenblick der höchsten Veränderungsbereitschaft mit gleichzeitiger „Zustimmung des Systems““ (Ingwersen 2015, S. 40). Im „Kairos“ zeigt sich der Geistesblitz. Wir können nach Hellinger „an uns selbst erfahren, dass die lösende und heilende Einsicht rein aus dem gesammelten Schauen wie ein Blitz aus dem Dunkel plötzlich aufscheint und trifft“ (Hellinger 2010, S. 16).

„Dieses Wesentliche taucht aus dem Verborgenen plötzlich auf wie ein Blitz, und immer geht es weit über das hinaus, was ich mir ausdenken oder, ausgehend von Prämissen oder Begriffen, logisch erschließen kann. Dennoch ist es nie vollständig. Es bleibt von Verborgendem umhüllt, so wie jedes Sein vom Nicht.“ (Hellinger 2010, S. 337)

Diese Erfahrung führte Hellinger zur philosophischen und psychotherapeutischen Phänomenologie. Hellinger sagt selbst dazu: „Bei der philosophischen Phänomenologie geht es darum, aus der Fülle der Phänomene das Wesentliche wahrzunehmen, indem ich mich ihnen vollständig, gleichsam mit meiner größten Fläche, aussetze“ (Hellinger 2010, S. 337). Man muss quasi die Stille oder Leere durchwarten bis zum ersehnten Blitz. In einer Aufstellung in Abano durfte ich dies selbst an mir erfahren. Ich fühlte förmlich die Stille. Ich hatte den Eindruck, im Auge des Taifuns zu stecken und dann plötzlich und unverhofft kam der Geistesblitz. Was wir wahrnehmen durften, ist die leere Mitte, die schöpferische Indifferenz (1926) nach dem Philosophen Salomo Friedländer (1871–1946). Hellinger hat sich zu diesem Thema auch geäußert und dabei Bezug auf Laotse genommen. Laotse ...

„... spricht über die Wirkung des Sich-Zurücknehmens und Sich-Zurückziehens in eine leere Mitte. Wer sich in die leere Mitte zurückzieht, ist ohne Absicht und ohne Furcht. Wie von selbst ordnet sich das Viele um ihn herum, ohne dass er sich bewegt.“ (Hellinger 2000, S. 26)

Im Weiteren wird es dann konkreter.

„In der leeren Mitte – das ist natürlich auch nur ein Bild – ist man verbunden mit Kräften, die über das Ich und seine Planung weit hinausgehen. Wenn man sich darauf einlässt, tauchen plötzlich Lösungsbilder oder Lösungssätze oder Handlungshinweise auf. Denen folgt man dann. Dabei gibt es auch Irrtümer, das ist ganz klar. Doch der Irrtum reguliert sich über das Echo, das folgt. Der Therapeut braucht also nicht vollkommen zu sein in dieser Haltung. Er maßt sich nichts an. Er ist nur still in dieser Mitte. Dann gelingt diese Art von Therapie.“ (Hellinger 2000, S. 26)

Das Bild von der Mitte, dem Nullpunkt, die schöpferische Indifferenz, die Leere, das Nichts – das sind alles Begrifflichkeiten, die ein „Äquivalent zur Lehre Laotse“ sein können, so der Tiefblick von Perls (vgl. Perls 1981, S. 80). In seinen Arbeiten hat sich Perls dadurch leiten lassen:

„Wenn wir dieses Nichts, diese Leere, annehmen und da hineingehen, dann fängt die Wüste zu blühen an. Das leere Loch wird lebendig und füllt sich an. Die unfruchtbare Leere wird zur fruchtbaren Leere.“ (Perls 1976a, S. 108)

Ist dann das, was wir aus der Leere phänomenologisch erfahren dürfen kompatibel mit dem Konstruktivismus? Die Organisationsaufstellerin und Lehrtrainerin der Deutschen Gesellschaft für Systemaufstellung – Stephanie Hartung – stellt für uns den Unterschied zwischen Phänomenologie und Konstruktivismus so dar:

„Zusammengefasst (...) sagt die Phänomenologie: Es gibt größere Ordnungsprinzipien, die wir wahrnehmen können. Das impliziert: Ordnungsprinzipien sind objektiv (ohne unsere Konstruktion) gegeben. Der Konstruktivismus hingegen sagt: Ordnungsprinzipien sind von Menschen konstruiert.“ (Hartung 2018, S. 67)

Anscheinend gibt es zwei Pole, die sich auf den ersten Blick – in einem Entweder-oder-Denkprozess – diametral entgegenstehen, die aber auf den zweiten Blick in einen Sowohl-als-auch-Denkprozess aufgehen können (vgl. Hartung 2018, S. 64–72). Wie wir noch sehen werden, können beide Pole zum Entstehen des Neuen beitragen. Ist dann das, was wir aus der Leere phänomenologisch (absolut und objektiv) erfahren dürfen und durch unser

Bewusstsein (relativ und subjektiv) wahrnehmen können auch gültig (valide) für die Wissenschaft?

Gültigkeit (Validität)

Nützlich ist eine Methode, ein Instrument, ein Tool, eine Analyse oder auch Dokumentation, wenn sie tatsächlich das ermittelt, was sie auch ermitteln soll. Die Validität geht somit über die Reliabilität hinaus: Sie gewährleistet, dass das Richtige auch gemessen wird bzw. das richtige Resultat herauskommt.

„Die Validität oder Gültigkeit eines Testverfahrens gilt als gegeben, wenn es den eigentlich interessierten Sachverhalt tatsächlich zu erfassen vermag, bzw. genau das misst, was auch gemessen werden sollte.“

(Berekoven/Eckert/Ellenrieder 2009, S. 82)

Das Ergebnis einer Aufstellung ist im Prinzip ein getragenes Ergebnis, d. h. alle Beteiligten – Aufstellungsleiter, Stellvertreter, Klient und externe Beobachter – entscheiden schlussendlich, ob die gewonnenen Informationen stimmig und zielführend sind. Aus diesem Grund kann es sinnvoll sein, nach einer Aufstellung Feedbacks von allen einzuholen. Nach meiner eigenen Einschätzung bekommen die komprimierten Ergebnisse aus den experimentellen durchgeführten Erkundungsaufstellungen von allen Beteiligten im Durchschnitt eine Bewertung von „8“. Auf einer Skalierung von 1 bis 10 bedeutet „1“ keinen Bezug zum Thema und „10“ sehr hohen Bezug zum Thema. Eine „8“ bedeutet also, dass die gewonnenen Informationen einen guten Bezug zum Thema haben und somit zum Erkenntnisgewinn beitragen. Unter dem Strich geht es um die Stimmigkeit der Ergebnisse.

„Die Validität erfolgt einerseits durch die Stimmigkeit des Forschungsberichtes, andererseits durch die Überprüfung in der Praxis: Wenn der Auftraggeber das ursprüngliche Problem erkennen und bearbeiten bzw. beseitigen kann, so ist ausreichende Validität gegeben.“ (Schwarz G. 2000, S. 187)

Ich habe bisher nicht eine Aufstellung erlebt, wo die gewonnenen Informationen nicht nützlich waren. Vielleicht zeigt sich der Nutzen auch erst später, aber immer steckt ein Sinn in der gewonnenen Botschaft. Der Markenaufsteller Ulrich Cremer drückt es so aus:

„Was ‚wahr‘ und ‚vollständig‘ ist, entscheidet jedoch nicht eine objektive Instanz anhand einer wissenschaftlichen Untersuchung, sondern die Kunden urteilen ganz pragmatisch selbst. Als Maßstab kann ihnen dabei der Abgleich mit anderen

Informationsquellen dienen, und sei es einfach nur die eigene Alltagserfahrung.“
(Cremer 2013, S. 150)

Die besondere Eigenart der Aufstellung erlaubt es, neben aktuellen Gegenwartsthemen, Zeitreisen sowohl in die Vergangenheit als auch in die Zukunft zu unternehmen. Allein diese Möglichkeit der Methode wäre eine eigene Arbeit wert. Grundsätzlich sollten die Kosten der Aufstellungsarbeit in einem angemessenen Verhältnis zum Nutzen der gewonnenen Information stehen. Aus der Praxis weiß Cremer von einem Markenverantwortlichen folgendes zu berichten: „innerhalb von zwei Stunden wird ein Erkenntnisfortschritt erreicht, der sonst Monate dauert“ (Cremer 2012, S. 7). Genau das Gleiche kam aus dem Munde meines Klienten aus dem Premiumsektor der Automobilbranche. Das Ergebnis der Systemaufstellung bestätigte im vollen Umfang die an uns gestellten Erwartungen und Hypothesen. Mit Erfolg wurde das neue Produkt in den Markt eingeführt. Für den Phänomenologen zeigt sich die Stärke (hier geht es um die Wahrheit) des wahrgenommenen Phänomens in der Stimmigkeit der gewonnenen intuitiven Ergebnisse. Für den Konstruktivisten zeigt sich die Stärke (hier geht es nicht um die Wahrheit, sondern um Möglichkeiten, die so oder auch so sein könnten) der Beobachtung in der „Brauchbarkeit“ der gewonnenen kognitiven Ergebnisse. Torsten Groth beschreibt es so:

„Falls es bei aller Konstruiertheit der Beobachtung noch einen Maßstab oder eine Maßgabe für das eigene Handeln gibt, so den Maßstab der ‚Viabilität‘, was man mit Brauchbarkeit oder – wörtlich – Ganzbarkeit übersetzen kann. Erweist es sich als ‚viabel‘, wie wir auf die Welt schauen? Ist es viabel, wie hier geführt, beraten, gemangt wird? (...) – Auch eine systemische Beobachtung ist eine Beobachtung, die immer auch anders möglich ist.“ (Groth 2017, S. 19)

Aus meiner Sicht hat sich diese Methode für das Marketing bzw. für die Innovation bewährt. Sie kann Unsichtbares phänomenologisch sichtbar machen. Eine Methode, die unser implizites Wissen durch einen Gedankenblitz erleuchten kann und uns in die Lage versetzt, mögliche Zukunftsoptionen auf ihre Brauchbarkeit (Viabilität) hin zu konstruieren. Kreativität wäre demnach sowohl ein phänomenologisches als auch ein konstruktivistisches Produkt, das zum Neuen führen kann.