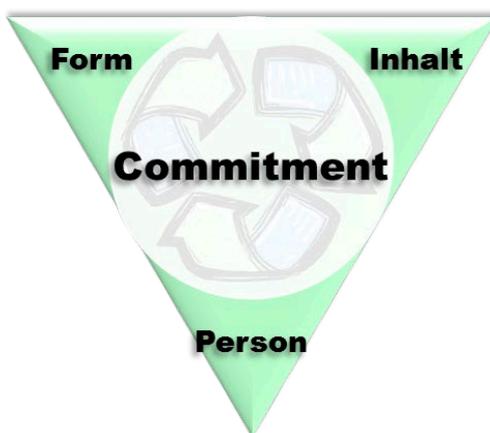


Commitment-Verstärker

Commitment-Verstärker beschreibt drei wichtige Ansatzpunkte zur Identifizierung und Selbstverpflichtung von Menschen in Bezug auf eine Strategie, Aktivität oder Ähnlichem. Dabei wird davon ausgegangen, dass Menschen, die sich auf eine Sache einlassen, sich *committen*, bessere Ergebnisse schaffen, als solche ohne Commitment. Im Gegensatz zur Motivation, die von außen kommt, entwickelt sich Commitment in jedem Einzelnen. Damit kann die Verstärkung von Commitment nur durch indirekte Maßnahmen erfolgen. Das folgende Modell bietet den Rahmen für entsprechende Maßnahmen.

Der Commitment-Verstärker besteht aus den folgenden drei Bereichen: Form, Inhalt und Person.

- Governance
- Struktur
- Führung
- Förderung



- Attraktivität
- Vielfalt
- Status
- Herausforderung

- Selbstwirksamkeit
- Selbstwert
- Zufriedenheit
- Gerechtigkeit

- **Form**
 beinhaltet alle formalen Aspekte, die die Grundlage für die tägliche Arbeit sind und das persönliche Commitment positiv beeinflussen. Hierzu gehören vor allem Governance (d.h. vor allem die Leitlinien zur Zusammenarbeit), Organisationsstruktur (d.h. Beschreibung der Aufbauorganisation mit ihren Rollen und der jeweiligen Aufgabe, Kompetenz und Verantwortung), Führung (z.B. das Führungssystem, inkl. Führungsstil, Beurteilungs- und Entlohnungssystemen) und Förderung (d.h. vor allem den Trainings- und Personalentwicklungsprogrammen). Diese allgemein verfügbaren Beschreibungen bieten der Zielgruppe einen expliziten Rahmen für die persönliche Betrachtung und, im positiven Fall, für ihr Commitment. Kernaufgabe ist die Dokumentation des Organisationsbereichs und seiner Rahmenbedingungen.
- **Inhalt**
 ermöglicht die Gestaltung themenorientierter Aspekte, die der Zielgruppe das Commitment erleichtert - vom Unternehmenszweck bis hin zu einzelnen Arbeitsaufgaben. Wesentliche Elemente sind Attraktivität (z.B. eine interessante Aufgabe), Vielfalt (z.B. verschiedene Angebote und Arbeitsschwerpunkte), Status (z.B. die Reputation einer Aufgabe) und Herausforderung (z.B. Innovation, Veränderung, persönliche Weiterentwicklung). Der Inhalt schafft durch positive Assoziationen und persönliche Anknüpfungspunkte die Grundlage für das Commitment. Voraussetzung für inhaltliche Maßnahmen ist die Kenntnis der Zielgruppen und ihrer Erwartungen. Darauf aufbauend können Aufgaben, Ziele oder Projekte entwickelt werden.
- **Person**
 betrifft vor allem das Coaching von Einzelpersonen bezüglich ihrer Eigenschaften und Einbindung in die Organisation, um ein positives Commitment zu erreichen. Wichtige



Geführt ist nicht erkannt; erkannt ist nicht thematisiert; thematisiert ist nicht konzipiert; konzipiert ist nicht formuliert; formuliert ist nicht wahrgenommen; wahrgenommen ist nicht verstanden; verstanden ist nicht einverstanden; einverstanden ist nicht getan; getan ist nicht gekonnt.

Bestandteile sind Selbstwirksamkeit (d.h. die selbst wahrgenommene Kompetenz und internale Kontrollüberzeugung), Selbstwert (z.B. Selbstkonzept, -achtung, -vertrauen), Zufriedenheit (bzgl. organisatorische Integration, Kontext, Entwicklungsmöglichkeiten) und Gerechtigkeit (z.B. Fairness, Gleichberechtigung, Rechtssicherheit). Die Persönlichkeit beeinflusst unbewußt alle Aktivitäten und schafft das Commitment, das aus dem „Bauch“ kommt und anfällig für Verletzungen ist. Alle Formen des Coaching bieten sich an, z.B. Persönlichkeits-, Team- und Organisations-Entwicklung.