# Wer bin ich, woher komme ich, wohin gehe ich?

Über das Eigen- und Fremdbild der Freimaurerei im Kontext der geistig-religiösen Strömungen

Von
István Z. Barra / Hamburg

# I. Wer bin ich ?

Einführung in die Identitätslehre

© 2014 István Z. Barra

# Gnothi seauton
# Erkenne Dich selbst

- Was ist Identität?
- Unterschiede zwischen der Identität des einzelnen und einer Gruppe
- Was verbirgt sich hinter dem Begriff der Unternehmensidentität?

**Corporate Identity** ist die strategisch geplante und operativ eingesetzte Selbstdarstellung und Verhaltensweise einer Gruppe nach innen und außen auf Basis einer festgelegten Philosophie, einer langfristigen Zielsetzung und eines definierten Soll-Images.

*K. Birkigt, M.M. Stadler, H.J. Funk, Corporate Identity – Grundlagen, Funktionen, Fallbeispiele, S59*

# Entwicklungsperioden

- die traditionale Periode
- die markentechnische Periode
- die Design-Periode
- die strategische Periode

# Identitäts-Mix

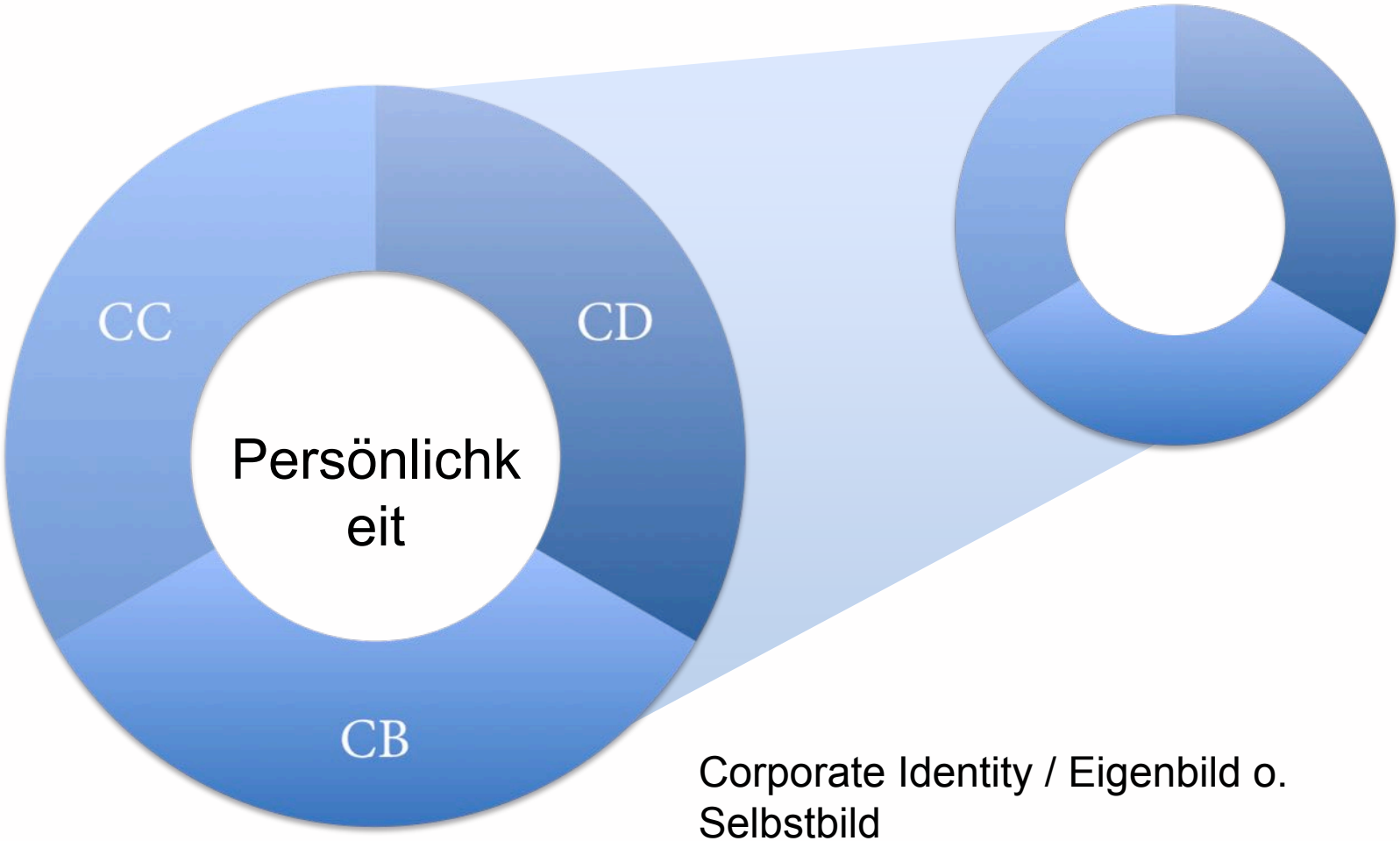
- **Das Erscheinungsbild** (Corporate Design) wird zu optimaler Geschlossenheit im Sinne der Corporate Identity gebracht durch das einheitliche Zusammenwirken aller visuellen Komponenten. Es braucht Kontinuität, aber auch eines gesteuerten Wandels synchron mit einer sich wandelnden Identität.
- **Die Kommunikation** (Corporate Communication) ist das Instrument mit der höchsten Flexibilität innerhalb des Identitäts-Mix, denn sie erlaubt sowohl planungsgesteuerten, langfristig-strategischen als auch anlassbedingten, schnellen taktischen Einsatz. Ihr Stil wird inhaltlich durch die Grundsätze des Verhaltens, formal und visuell durch das Erscheinungsbild geprägt.
- Das konkrete **Verhalten** (Corporate Behavior) ist das wichtigste und wirksamste Instrument der Corporate Identity ist mit seinen Auswirkungen und Folgen.

© 2014 Barra-IS-Barra / István Z. Barra

Der dynamische Kern der Corporate Identity ist die **Persönlichkeit** – dargestellt, durch ein Credo oder eine Mission – als Steuerungsgröße für Verhalten, Erscheinungsbild, Kommunikation.

*K. Birkigt, M.M. Stadler, H.J. Funk, Corporate Identity – Grundlagen, Funktionen, Fallbeispiele, S59*

Corporate Image / Fremdbild




Corporate Identity / Eigenbild o. Selbstbild

**Corporate Identity** bezeichnet das Selbstbild, **Corporate Image** dagegen das Fremdbild. Image ist also die Projektion der Identity im sozialen Feld.

*K. Birkigt, M.M. Stadler, H.J. Funk, Corporate Identity – Grundlagen, Funktionen, Fallbeispiele, S59*

# Ist das Eigenbild gleich Fremdbild ?

# Corporate Identity Management

- **Corporate:** vereint, gemeinsam, gesamt
- **Identity:** wer bin ich; was kann ich; was will ich; wer bin ich den Augen anderer; wer will in den Augen anderer sein?
- **Management:** erkennen, bestimmen, vermitteln, kontrollieren

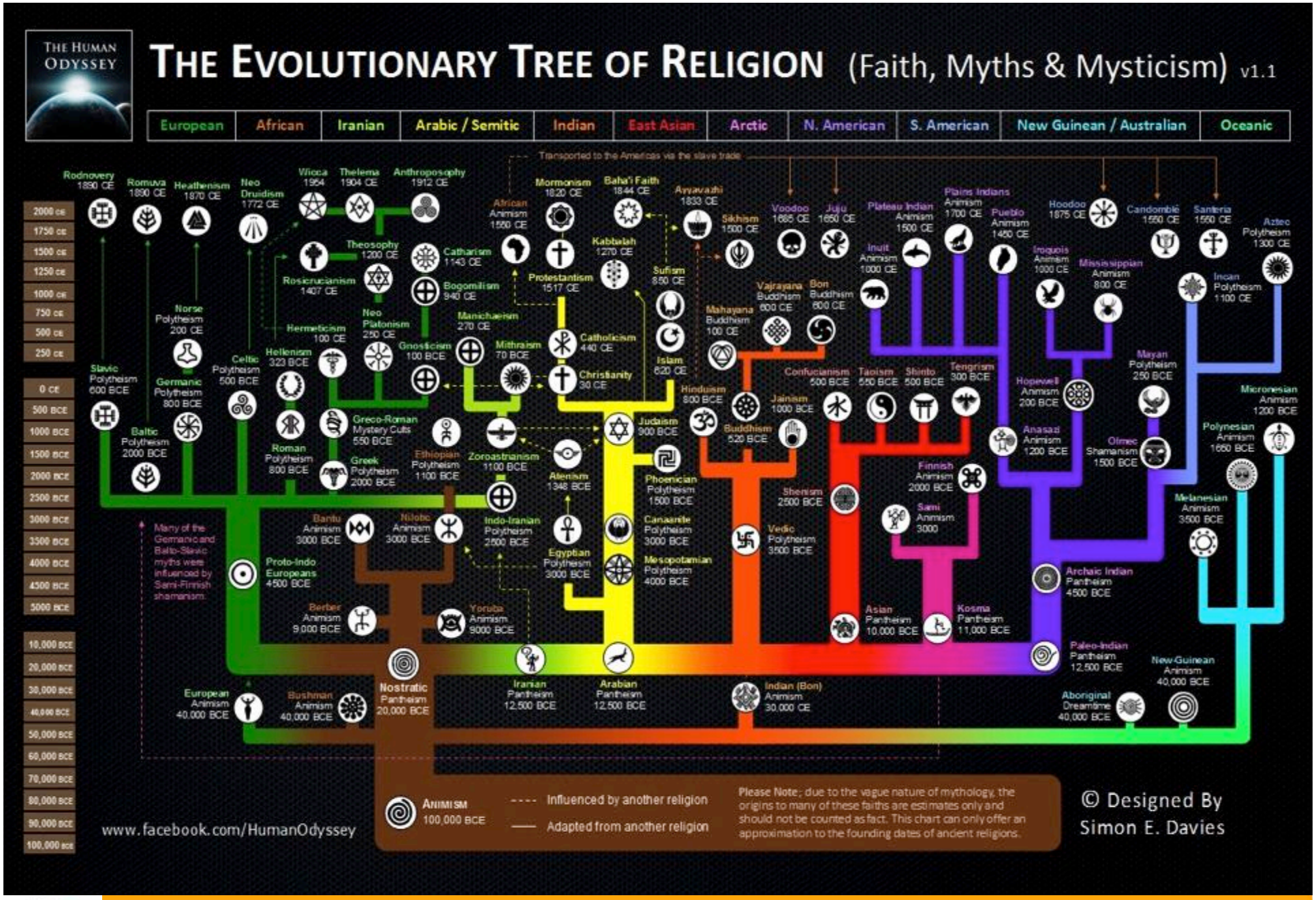
*Dieter Herbst, Corporate Identity, S21*

**Corporate Identity Management** ist die systematische und langfristige Gestaltung des gemeinsamen Selbstverständnisses einer Gruppe über ihre Persönlichkeit.

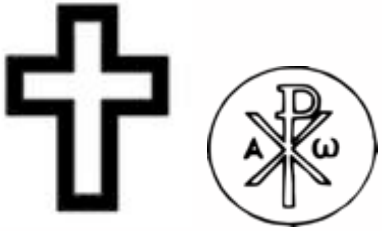
*Dieter Herbst, Corporate Identity, S21*

# Corporate Identity – Corporate Image

# Wie funktioniert Corporate Identity bei Glaubensgemeinschaften ?


THE HUMAN ODYSSEY
THE EVOLUTIONARY TREE OF RELIGION (Faith, Myths & Mysticism) v1.1
European
African
Iranian
Arabic / Semitic
Indian
East Asian
Arctic
N. American
S. American
New Guinean / Australian
Oceanic
Transported to the Americas via the slave trade
Rodnovery 1890 CE
Romuva 1890 CE
Heathenism 1870 CE
Neo Druidism 1772 CE
Wicca 1954
Thelema 1904 CE
Anthroposophy 1912 CE
Mormonism 1820 CE
Baha'i Faith 1844 CE
Ayyavazhi 1833 CE
Voodoo 1685 CE
Juju 1650 CE
Plains Indians Animism 1700 CE
Hoodoo 1875 CE
Candomblé 1550 CE
Santeria 1550 CE
Aztec Polytheism 1300 CE
African Animism 1550 CE
Sikhism 1500 CE
Plateau Indian Animism 1500 CE
Pueblo Animism 1450 CE
Theosophy 1200 CE
Catharism 1143 CE
Kabbalah 1270 CE
Protestantism 1517 CE
Sufism 850 CE
Inuit Animism 1000 CE
Iroquois Animism 1000 CE
Mississippian Animism 800 CE
Rosicrucianism 1407 CE
Bogomilism 940 CE
Vajrayana Buddhism 800 CE
Bon Buddhism 600 CE
Mahayana Buddhism 100 CE
Incan Polytheism 1100 CE
Norse Polytheism 200 CE
Neo Platonism 250 CE
Manichaeism 270 CE
Hermeticism 100 CE
Gnosticism 100 BCE
Mithraism 70 BCE
Catholicism 440 CE
Islam 620 CE
Christianity 30 CE
Celtic Polytheism 500 BCE
Hellenism 323 BCE
Slavic Polytheism 600 BCE
Germanic Polytheism 800 BCE
Hinduism 800 BCE
Confucianism 500 BCE
Taoism 550 BCE
Shinto 500 BCE
Tengrism 300 BCE
Mayan Polytheism 250 BCE
Jainism 1000 BCE
Buddhism 520 BCE
Hopewell Animism 200 BCE
Micronesian Animism 1200 BCE
Greco-Roman Mystery Cults 550 BCE
Judaism 900 BCE
Anasazi Animism 1200 BCE
Polynesian Animism 1650 BCE
Baltic Polytheism 2000 BCE
Roman Polytheism 800 BCE
Greek Polytheism 2000 BCE
Ethiopian Polytheism 1100 BCE
Zoroastrianism 1100 BCE
Atenism 1348 BCE
Phoenician Polytheism 1500 BCE
Olmec Shamanism 1500 BCE
Finnish Animism 2000 BCE
Shintoism 2500 BCE
Sami Animism 3000
Melanesian Animism 3500 BCE
Many of the Germanic and Balto-Slavic myths were influenced by Sami-Finnish shamanism.
Bantu Animism 3000 BCE
Nilotic Animism 3000 BCE
Indo-Iranian Polytheism 2500 BCE
Egyptian Polytheism 3000 BCE
Canaanite Polytheism 3000 BCE
Vedic Polytheism 3500 BCE
Mesopotamian Polytheism 4000 BCE
Proto-Indo Europeans 4500 BCE
Archaic Indian Pantheism 4500 BCE
Berber Animism 9000 BCE
Yoruba Animism 9000 BCE
Asian Pantheism 10,000 BCE
Kosma Pantheism 11,000 BCE
Paleo-Indian Pantheism 12,500 BCE
New Guinean Animism 40,000 BCE
Nostratic Pantheism 20,000 BCE
Iranian Pantheism 12,500 BCE
Arabian Pantheism 12,500 BCE
Indian (Bon) Animism 30,000 CE
European Animism 40,000 BCE
Bushman Animism 40,000 BCE
Aboriginal Dreamtime 40,000 BCE
2000 CE
1750 CE
1500 CE
1250 CE
1000 CE
750 CE
500 CE
250 CE
0 CE
500 BCE
1000 BCE
1500 BCE
2000 BCE
2500 BCE
3000 BCE
3500 BCE
4000 BCE
4500 BCE
5000 BCE
10,000 BCE
20,000 BCE
30,000 BCE
40,000 BCE
50,000 BCE
60,000 BCE
70,000 BCE
80,000 BCE
90,000 BCE
100,000 BCE
ANIMISM 100,000 BCE
Influenced by another religion
Adapted from another religion
Please Note; due to the vague nature of mythology, the origins to many of these faiths are estimates only and should not be counted as fact. This chart can only offer an approximation to the founding dates of ancient religions.
www.facebook.com/HumanOdyssey
© Designed By Simon E. Davies

# Christentum




- **Logo:** Das Kreuz im Christentum † gilt als Symbol für die Kreuzigung von Jesus Christus. Das Christusmonogramm (Chrismon, Labarum oder Chi-Rho) ist ein Bekenntnissymbol der frühen Kirche.
- **Hausfarben:** Schwarz, Weis, Gold, Grün, Purpurn, Violet.
- **Sprache:** Latein
- **Verhalten:** Nächstenliebe (helfen, lehren, heilen)

**Achtung:** Religion ist nicht gleich Kirche!

© 2014 Barra-IS-Barra / István Z. Barra

# II. Woher komme ich ?

Über die freimaurerische Identität

# Hat die Freimaurerei eine eigene Unternehmensidentität ?

- Die Freimaurerei ist ein Konzept, daher sie hat ein Image aber keine eigene Identität.
- Ein Bruder kann eine Freimaurer-Identität besitzen, wobei sich diese mit seiner eigenen Identität als Person mischt.
- Eine Loge oder Großloge hat eine eigene Identität, die einer Unternehmensidentität ähnelt. Sie dient als Unterscheidungsmerkmal gegenüber anderen Logen oder Großlogen.
- Sie hat sowohl eine eigene übergeordnete, wie auch eine kollektive Identität als Summe der einzelnen Identitäten.

© 2014 Barra-IS-Barra / István Z. Barra

G

# Freimaurer Identität in Deutschland

The Big Five – Eine kurze Untersuchung

- Struktur und Verfassung der VGLvD werden durch einen Vertrag der Mitglieds-großlogen geregelt, der sog. MAGNA CHARTA (1958).
- Der Glaube an den Großen Baumeister, auch wenn es abweichende Formulierungen hierzu gibt. Die Lehrinhalte unterscheiden sich je nach Lehrgebäude.
- Eine Besinnung an eine gemeinsame Geschichte, Legenden und Mythen.
- Unterschiede in der „Pflege“ der Marke-Großloge.

© 2014 Barra-IS-Barra / István Z. Barra

# Case Study: Freimaurer Orden

Ein Freimaurer ist ein freier Mann, der seine Neigungen zu überwinden, seine Begierden zu mäßigen und seinen Willen den Gesetzen der Vernunft zu unterwerfen weiß.

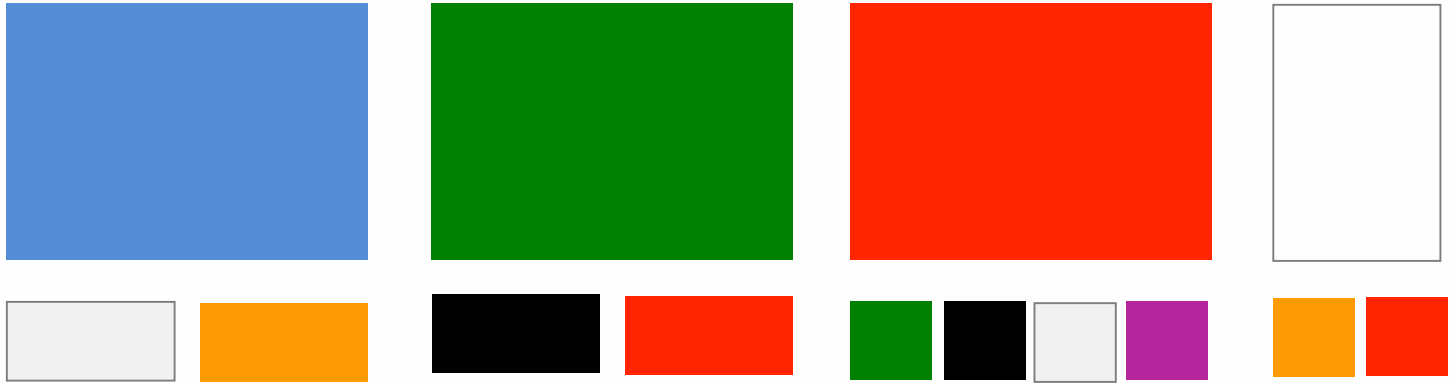
# Das Erscheinungsbild (1)

1.1. Dachmarke / Marke / Logo / Naming

- Die Darstellung fügt sich harmonisch in die Reihe der GL-Siegel ein.
- Die eigentliche Marke ist das Templerkreuz, welches die Zugehörigkeit zu der Lehre und die christliche Identität des Orden darstellt.
- Das erste Tempo des Namens (GLLvD) ist rein funktional, während der Zusatz FO das wahre Selbstbild kommuniziert. Auch die bewusste Datierung spricht für Tradition und Abgrenzung gegenüber jüngeren GL.
- CAVE: Beide Logos gehören aber auf weißem Hintergrund!

# Das Erscheinungsbild (1)

1.2. Hausfarben: primär, sekundär, Farbklima



- Die drei Ordensabteilungen werden durch drei Hauptfarben definiert.
- Die Zusatzfarben sind rituell eingebunden und sorgen zusätzlich für eine Indentifizierung der Bruderschaft auch innerhalb der einzelnen Erkenntnisstufen.
- Der Orden spannt einen rhetorischen Bogen von eins bis elf. Daraus ergibt sich eine chromatische Vielfalt, die das Farbklima des Ordens definiert.

© 2014 Barra-IS-Barra / István Z. Barra

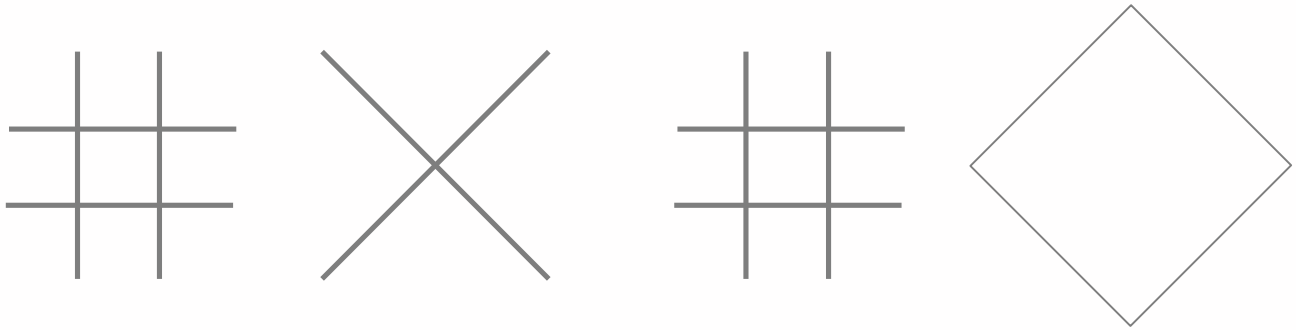
# Das Erscheinungsbild (1)

Farbklima Beispiel: Der Weg im Orden (nach der alten Zählung)

© 2014 Barra-IS-Barra / István Z. Barra

# Das Erscheinungsbild (1)

1.3. Hausschrift(en)

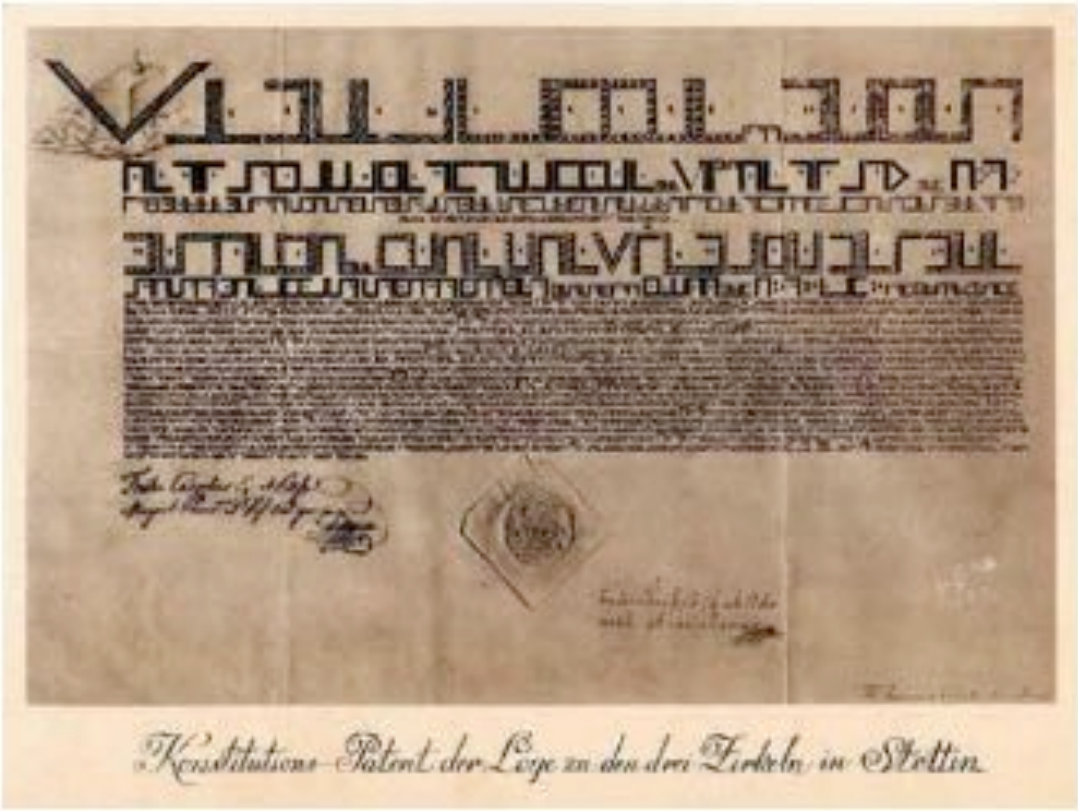


- Eines der prägenden Merkmale der Freimaurerei, das sich seit den Anfängen ohne größere Änderung durchgesetzt hat, ist die Geheimschrift-Matrix.
- Es gibt mehrere Fassungen, die bis heute gängig sind.
- Bis heute wird es nur sporadisch benutzt in Freimaurer Texten, sozusagen für „sensible Daten“.
- Im GLL gibt es der Ordensabteilung zugeordnet mehrere Schriftarten...

© 2014 Barra-IS-Barra / István Z. Barra

# Das Erscheinungsbild (1)

1.3. Hausschrift(en) Beispiele



Konstitutions-Patent der Loge zu den drei Zirkeln in Stettin

# Das Erscheinungsbild (1)

1.4. Drucksachen (Geschäfts- und Werbedrucksachen)

- Es gibt ein großes Gefälle in der Qualität der Darstellung einzelner JL im Orden, aber auch in anderen GL.
- Dieses Phänomen ist zu beobachten, sowohl auf die Geschäfts- wie auch auf die Werbedruck- Erzeugnisse der einzelnen Logen.
- Es sind eher die kulturellen als ökonomischen Möglichkeiten und das Selbstverständnis der eigenen Identität, die deren Darstellung prägen.

© 2014 Barra-IS-Barra / István Z. Barra

# Das Erscheinungsbild (1)

1.5. Architektur

# Das Erscheinungsbild (1)

1.5. Architektur

# Das Erscheinungsbild (1)

1.6. Freimaurer Ritual-Gegenstände

# Das Erscheinungsbild (1)

1.6. Freimaurer Ritual- und Alltagsgegenstände (Ausland)

# Das Erscheinungsbild (1)

1.7. Bekleidung GLL (I-VI)

# Das Erscheinungsbild (1)

1.7. Bekleidung GLL / FO (VII-XI)

© 2014 Barra-IS-Barra / István Z. Barra

# Das Erscheinungsbild (1)

1.7. Bekleidung Appendix

# Die Sprache (2)

(Corporate Wording)

- Die rituelle Sprache im rituellen Raum, während der rituellen Handlungen.
- Die Sprache außerhalb des rituellen Raumes, wie z.B. die Vorbereitung der Aspiranten in den Johannisgraden, bei der weißen Tafel oder beim brüderlichen Treff.
- Die Sprache im öffentlichen Raum bei Veranstaltungen, Gäste-Abenden, Pressekonferenzen, etc.
- Die geschriebene Sprache (Ansprachen, Formulierungen, Standardbriefe.

© 2014 Barra-IS-Barra / István Z. Barra

# Das Verhalten (3)

(Corporate Behavior)

- Unsere Väter haben Nachricht hinterlassen, wie wir unsere Pflichten gegen Gott und Menschen zu erfüllen haben.
- Sie haben aber auch klare Vorschriften, wie jeder Bruder seine Pflicht gegen den Orden zu erfüllen hat.
- Dieser Verhaltenskodex wird erst bei einer bestimmten Reife im Imperativ abgefordert, was nicht heißt, dass ein Bruder in der ersten Erkenntnisstufe diese schon angelegten Verhaltensweisen nicht praktizieren kann.
- Nur wenn die älteren Brüder es vorleben, kann es einen jüngeren motivieren, dasselbe zu tun.

© 2014 Barra-IS-Barra / István Z. Barra

# Die Kultur (4)

(Corporate Culture)

- Früher war alles besser? Nein, anders!
- Die (Johannis-) Logen sind ein Spiegelbild der Gesellschaft, in der sie verankert sind, früher wie heute. Diese unterliegen den regionalen und nationalen Strömungen der Zeit und färben auch auf die kulturelle Identität der Logen ab.
- Die Zäsuren die Geschichte, wie Kriege oder totalitäre Regime beschädigen die kulturelle „Erinnerung“ oder kulturellen DNA.
- Durch die Demokratisierung der Freimaurerei und die damit verbundenen Aufnahme-Kriterien haben wir nun die Möglichkeit einer Reihe anderer sozialer Milieus, die vorher nicht denkbar waren.

© 2014 Barra-IS-Barra / István Z. Barra

# Die Führung (5)

(Corporate Governance)

- Der Orden ist stark pyramidal hierarchisch organisiert.
- Gegenüber anderen Lehrarten, bei denen nur in drei Graden gearbeitet wird, ist der Orden mit den drei Ordensabteilungen und dem zusätzlichen höchsten Ordenskapitel gut beraten, mehr Disziplin zu fordern, sowohl im Rituellen wie auch im Organisatorischen.
- Die Doppelspitze, eine deutsche Erfindung?
- Was heißt: „Nur das Gesetz kann uns Freiheit geben?“

© 2014 Barra-IS-Barra / István Z. Barra

# Überblick der Chancen und Gefahren für...

# … die rituelle Sprache

- Wo ist die Grenze zwischen dem Bewahren der alten Sprache und diese doch als aktuell, wahrnehmbarer Nutzen, ohne anachronistisch zu wirken?
- Kann die Sprache als identitätsbildende Maßnahme einer Gruppe, mit dem Wording als Identitätsanker funktionieren?
- Inwieweit decken noch die Begriffe von damals, die von heute und wie groß ist deren semantische Verschiebung?

# … den rituellen Raum

- Ist der Raum die einzige Konstante, die am wenigsten während der letzten dreihundert Jahre sich verändert hat?
- Kann es sein, dass am konkretesten Parameter als „Kopfkino“ am nächsten dem universellen/abstrakten ist?
- Wie groß ist die Gefahr bei Neueinrichtung der Räume und Beschaffung ritueller Gegenstände, diese aus Mangel an Wissen oder richtigen Quellen falsch interpretiert zu werden?

# … die rituellen Handlungen

- Sind die psychodramatischen Abläufe im Ritual so beständig, dass sie das ewig Menschliche immer ansprechen können?
- Haben die Gesten von damals auch heute noch ihre Kraft behalten, oder werden sie durch die Emanzipation obsolet?
- In wieweit tragen die rituellen Handlungen der Stärkung der Identität – sowohl dem Objekt wie auch dem Subjekt – bei?

© 2014 Barra-IS-Barra / István Z. Barra

# III. Wohin gehe ich ?

Chancen und Gefahren für die Freimaureridentität in der heutigen Zeit

© 2014 István Z. Barra

Die **Information Gap Theorie** von George Loewenstein besagt, dass Individuen Informationslücken aufgrund ihrer Neugier schließen wollen, sobald eine solche Lücke bei ihnen aufklafft.

# Generation „Y“ – Die potentiellen Brüder von heute und morgen

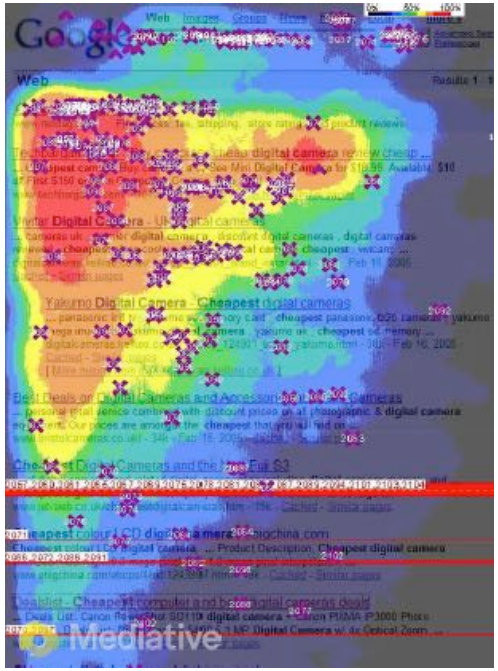
- Die Generation Y gilt als vergleichsweise gut ausgebildet.
- Sie zeichnet sich durch eine technologieaffine Lebensweise aus, da es sich um die erste Generation handelt, die größtenteils in einem Umfeld von Internet und mobiler Kommunikation aufgewachsen ist.
- Sie arbeitet lieber in virtuellen Teams als in tiefen Hierarchien. Anstelle von Status und Prestige rücken die Freude an der Arbeit sowie die Sinnsuche ins Zentrum.
- Mehr Freiräume, die Möglichkeit zur Selbstverwirklichung, sowie mehr Zeit für Familie und Freizeit sind zentrale Forderungen der Generation Y.

# Anforderungen für die Freimaurer im neuen digitalen Zeitalter (1)

•Im Zeitalter der Wissensarbeit werden starre hierarchische Strukturen der Industriezeit zu Gunsten eines resilienten Systems aufgehoben. Und Begriffe wie Work-Life-Blending,Vernetzung und Transparenz gewinnen zunehmend an Bedeutung.
•Ku□nftig wird es nicht darum gehen, der unfehlbare Manager an der Spitze der Organisation, sondern vielmehr der Gestalter und Veränderer aus der Mitte des Unternehmens zu sein.
•„Um eine Kultur zu schaffen, in der sie gedeihen können, müssen Sie Ihren Mitarbeitern vier Dinge bieten: Responsibility, Learning, Recognition, Joy – also Verantwortung, Weiterbildung, Anerkennung und Freude.“

Franz Kühmayer, *Kevin Roberts, Saatchi & Saatchi*

# Anforderungen für die Freimaurer im neuen digitalen Zeitalter (2)




Die Herausforderung ist trotz der Unkenntnis der Bedürfnisse, diese unbekannte Masse zu erreichen und damit kommunizieren.

# Welche Fähigkeiten muss man mitbringen, um ein guter Zukunftsleser zu werden?

- Die Aufgabe der Zukunftsforschung, ist es, den Geist des Managements zu öffnen fu□r eine komplexe Zukunft. Also auch fu□r Überraschungen, Varianten und Evolutionen.
- Das erste ist kritisches Bewusstsein. Man darf niemals das glauben, was die Zeitungen behaupten, oder was als Zukunftsbilder durch die Medien geistert.
- Man sollte eine breite Allgemeinbildung mitbringen, analytischen Verstand und die Lust am Denken.
- Und Humor. Erfahrungsgemäß, dass humorlose Zukunftsforscher schrecklich danebenliegen. Humor setzt nämlich das innere Verstehen von Paradoxien voraus. Ohne diese Fähigkeit kann man die Welt und ihr Werden nicht verstehen.

**Die Zukunft gehört denen, die Möglichkeiten vor allen anderen sehen.**

Oscar Wilde

NUI

REI;

# Wer bin ich, woher komme ich, wohin gehe ich?

Über das Eigen- und Fremdbild der Freimaurerei im Kontext der geistig-religiösen Strömungen

Von
István Z. Barra / Hamburg