

Kontinuität und Wandel

Alle Fotos: Junfermann

**Fest verbunden mit Autoren und Lesern:
Auf seinem Kongress gibt Junfermann
renommierten Kommunikations-Profis
eine Bühne und dem Publikum Möglichkeit
schöner Erkenntnisse.**

Der Junfermann Verlag lud nach Paderborn und über 200 Teilnehmer kamen, um Vorträge und Workshops von 18 Kommunikations-Profis zu erleben, unter ihnen bundesweit und auch international bekannte Referenten und Autoren. Sieben Jahre nach dem letzten Kongress diese Tradition wiederbelebt zu haben, motiviert Verlagsleiter Stephan Dietrich so: Ende 2011 war ein fünfjähriger Prozess abgeschlossen, mit dem der Junfermann Verlag nun vollständig ein Tochterunternehmen von Klett Cotta wurde. Zur selben Zeit ging der langjährige Verleger und Verlagsinhaber,



Mehr als nur
Smalltalk:
Verlagsleiter
Stephan Dietrich
(links) und
Autor Al Weckert.

ber, Reinhard Martini, in den Ruhestand. Und vor anderthalb Jahren hatte Gottfried Probst, der über zwei Jahrzehnte das Buchprogramm bestimmt hatte, den Verlag verlassen. Höchste Zeit, Autoren, Händlern und Lesern die Frage zu beantworten, wie es weiter geht mit Junfermann.

Die Antwort, die Stephan Dietrich zur Kongress-Begrüßung gibt, lässt sich in zwei Begriffen zusammenfassen: Kontinuität und Wandel. Wie gewohnt mit Weitsicht und Sensibilität wird das Buchprogramm weitergeführt. Und Junfermann, nach Umsätzen der führende Psychologieverlag in



deutscher Sprache, verbleibt unter gewohntem Label am angestammten Ort. Digitalisierung und virtuelle Vernetzung freilich verändern Vertriebs- und Kommunikationswege tiefgreifend und haben längst begonnen, die Branche auf den Kopf zu stellen. Mit Blick auf die Chancen dieser Entwicklung nutzt Junfermann Internet-Foren, arbeitet verstärkt mit E-Books, plant einen eigenen Blog und die Erneuerung der Website. Und hat die erste GfK-App für das iPhone produziert, erstmals der Öffentlichkeit von ihrem Autor, Al Weckert, auf dem Kongress vorgestellt.

„Wir hören nur noch ‚Krise‘, dauernd geht etwas schief!“ In ihrer Keynote am Freitag bringt uns eine mitreißende Shelle Rose Charvet unter anderem nahe, wie wir trotz Dauerkrise mit Kunden, Kollegen und Ehepartnern in guter Beziehung bleiben. Etwa, indem wir uns die Mühe machen zu erkunden, was unserem Gegenüber wirklich wichtig ist. Wir erkennen es, natürlich, über die Sprache. Ein Kunde zum Beispiel, der in einem Verkaufsgespräch über Wahlmöglichkeiten

und Alternativen spricht, braucht genau dies: Wahlmöglichkeiten und Alternativen. Der ist noch nicht bereit zu kaufen! Kunden, sagt Shelle, sind heute überwiegend wählerisch („optional“) und entscheiden aus dem



Shelle Rose Charvet:
Wie bleiben wir in
guter Beziehung?

Bauch heraus („internal“). Für Werbetexter etwa bedeutet das: weg vom bisher üblichen Auffordern und Überreden, hin zum Einladen. Wie das geht, erfährt man übrigens auch im neuen Buch der Autorin: „Oh nein, schon wieder ein Kunde!“

Auch wenn man sprachlich alles richtig macht, kann der Weg zum Kunden schwierig werden. Zum Beispiel beim Online-Marketing, für das Mathias Maul der Experte ist. In seinem Workshop macht er sein Publikum mit Chancen und Hürden dieses Mediums vertraut. Eine Hürde ist die schiere Menge an Information, die im Netz vagabundiert. Bei Twitter zum Beispiel, einem der „sozialen“ Dienste im Internet, setzen Teilnehmer pro Sekunde 5000 Nachrichten in die Welt. Das sind 40 Gigabyte am Tag. Zum Vergleich: Das Online-Lexikon Wikipedia beansprucht komplett 30 Gigabyte. Die Eingabe „Coach in Paderborn“ in die Suchmaschine ergibt übrigens an Ort und Stelle 1,73 Millionen Treffer. Was lehrt uns das? „Sei relevant!“, sagt Mathias Maul und vermittelt seinen Workshop-Teilnehmern, wie sie „relevant“ werden können.

In der Alltagskommunikation fokussieren wir oft auf den Mangel. Wir weisen Schuld zu und klagen an, zuweilen auch uns selbst. Al Weckert zeigt in seinem Workshop, wie wir kommunikativ vom „Mangelland ins Fülleland“ gelangen, und zwar auch dann, wenn starke Emotionen im Spiel sind. Es geschieht mittels Empathie. Geübt wird am eigenen Konflikt. Ein Mann im mittleren Alter regt sich darüber auf, dass seine Kolleginnen immerzu rauchen gehen und er in dieser Zeit die Arbeit für sie mit erledigen muss. Wir lernen, dass mitzuleiden („Ach, du Armer!“), ihm nicht wirklich hilft. Doch in dem Moment, wo wir ihn mit seinem Bedürfnis nach Anerkennung und wertschätzenden Umgang erkennen – und dies auch ansprechen –, findet er sichtbar und hörbar aus seinem Problem-Modus heraus. In dem Moment öffnet sich ein Raum von Möglichkeiten, wie mit einem Konflikt umzugehen ist, lautet die Erkenntnis. Nach Al Weckerts Erfahrung lassen sich 70 bis 80 Prozent aller Konflikte mit solchen Empathie-Prozessen klären.

Lässt sich Charisma lernen? Und ist das überhaupt erstrebenswert? Martina Schmidt-Tanger beantwortet in ihrer Keynote am Samstag beide Fragen mit Ja. Sie zieht das Publikum mit ihrem eigenen Beispiel in den Bann, zeigt wie sich Ausstrahlung, Status und Charisma herstellen lassen und was sie bewirken und leitet neuronale Grundlagen her. Menschen mit hohem Status werden von anderen eher gespiegelt als Menschen mit niedrigem Status. Für Coaches ist das eine wichtige Erkenntnis. Denn seit der Meta-Studie von Klaus Grawe über die Wirksamkeit von Methoden der Veränderungsarbeit wissen wir, dass die wichtigste Variable in der Fähigkeit des Therapeuten, Coaches oder Beraters liegt, Hoffnung auszustrahlen.

Unmöglich lässt sich über alle Referenten berichten. Schon deshalb nicht, weil die Workshops zum großen Teil parallel stattfinden – was Teilnehmer wie Berichterstatter in Entscheidungskonflikte stürzt: Doris Kirch („Stressbewältigung durch Achtsamkeit“) oder Arno Fischbacher („Die Macht der Stimme“)? Ute Simon-Adorf („Burnout erkennen“) oder Beate Brüggemeier („Wertschätzende Kommunikation im Business“)? Sabine Mühlisch („KörperSprache“) oder Martin Weiss („Innere Stimme – Arbeit mit der eigenen Intuition“)? Kirsten Becker bringt mit ihrem Rhythmus-Programm Kongress von Zeit zu Zeit ins Schwingen.



Entspannt und miteinander verbunden: Martina Schmidt-Tanger, Thies Stahl und Altverleger Reinhard Martini

Die größte Resonanz erreichen neben den beiden Hauptreferentinnen, Shelle Rose Charvet und Martina Schmidt-Tanger, laut Feedbackbögen, die von den Teilnehmern fleißig ausgefüllt werden: Cora Besser-Siegmund („wingwave und Organigramm-Coaching für Führungskräfte“) und Thies Stahl („NLP-Interventionen mit Paaren und Teams“). Thies Stahl demonstriert beeindruckend, wie nebensächlich etwa bei der Paarmediation der Inhalt des Konfliktes ist. Stattdessen geht es um den Prozess, um sogenannte kalibrierte Schleifen, gut sichtbar an der Körpersprache, in die sich Paare (ebenso wie Kollegen in einem Team) im Konflikt automatisch begeben. Das Publikum darf die Vorgehensweise von Virginia Satir, der Grande Dame der systemischen Familientherapie, erleben. Und die Weiterentwicklung entsprechender NLP-Formate durch Thies Stahl, und zwar in seiner „Schule des Wünschens“. Aufgelegt zu Anekdoten und in rasantem Tempo erfüllte abschließend und zum guten Ende auch Jens Tomas die Erwartungen seines Publikums.

Am Ende ist es ein Kongress der Begegnungen. Und somit hat er auch die Erwartungen des Veranstalters voll erfüllt. Denn daran hat Verlagsleiter Stephan Dietrich keinen Zweifel gelassen: dass es Junfermann bei aller Verbeugung vor den neuen Möglichkeiten des Internet vor allem um Menschen gehe. Darum, mit ihnen in Kontakt zu bleiben.

Regine Rachow