



# wirtschaft weiterbildung

11/12\_15

[www.wuw-magazin.de](http://www.wuw-magazin.de)

**Steffen Kirchner**\_Das Ende der Motivationslügen s. 14

**Resilienz**\_Innere Stärke für Führungskräfte s. 36

**Messen & Kongresse**\_Lachend die Perspektive wechseln s. 54

## Glaubenssätze ändern

Technikern das ungeliebte Verkaufen beibringen s. 16



Lutz Lochner, Verkaufstrainer aus Frankfurt am Main, erhielt für seine Saleswing-Methode den BDVT-Sonderpreis für „Trends und Zukunft“

# Lachend die Perspektive wechseln

**HUMORKONGRESS.** Humor schafft eine Atmosphäre der Leichtigkeit und kann deshalb die Arbeits- und Lernmotivation fördern. Auf diesen Umstand machte der „Humorkongress 2015“, der Ende September in Basel stattfand, aufmerksam. Veranstalter war die Organisation „Humorcare Schweiz“. Präsident Beat Hänni, ein ehemaliger Pharmamanager, sorgte dafür, dass „Humor im Business“ dort erstmals thematisiert wurde.



Foto: Scholpp

**Humor tut gut.** Wie man in Medizin und Therapie, aber auch in Führung und Weiterbildung Humor gewinnbringend einsetzen kann – darüber informierten sich rund 200 Besucher auf dem Basler „Humorkongress 2015“, der am 26. und 27. September stattfand.

Humor ist die beste Medizin, weiß der Volksmund. Dr. Thomas Steffen, Kantonsarzt des Gesundheitsdepartments Basel-Stadt, zitierte auf dem „Humorkongress 2015“ den Schriftsteller und Maler Erhard Blanck. Der brachte es etwas poetischer auf den Punkt: „Humor ist das Immunsystem des Geistes“. Prof. Charlotte Friedli, Dozentin für Kommunikation, Interaktion und Beratung an der Fachhochschule Nordwestschweiz FHNW, zeigte sich überzeugt, dass Humor sogar noch mehr kann. Eine „humorvolle Grundhaltung“ von Vorgesetzten habe positive Effekte auf Arbeitsmotivation und somit auch Produktivität der Mitarbeiter. Führungskräfte sollten sich Humor als eine „sehr wirkungsvolle Strategie“ aneignen. Er sei beispielsweise oft ein hervorragendes Mittel, um in Gesprächen die Führung zu behalten. Humor lasse sich

gezielt trainieren – beginnend mit einer freundlichen Haltung gegenüber sich selbst. Um einen eigenen „Humorboden“ zu schaffen, sei es hilfreich, als ersten Gedanken beim morgendlichen Aufstehen an das Stichwort „Humor“ zu denken. Unwillkürlich bewirke dies ein Lächeln im Gesicht. Dieses Lächeln mit in den Arbeitstag zu nehmen, das sei eine Aufgabe, die man sich bewusst vornehmen könne. Motto: „Gefühle sind Entscheidungen. Lachen auch. Wir haben die Möglichkeit, unsere Mimik zu gestalten. Also gestalten Sie sie und lächeln Sie.“

Eine sehr hilfreiche Maßnahme sei es auch, die Aufmerksamkeit zu Beginn eines Meetings nicht zuerst auf Probleme und Fehler zu richten. Teamsitzungen sollten mit der Frage zu beginnen: „Welche Erfolgsgeschichten gibt es seit dem letzten Treffen?“. Entscheidend sei es dar-

über hinaus, den Problemen anderer, die sich zum Beispiel in Niedergeschlagenheit ausdrückten, mit einem freundlichen Lächeln zu begegnen, statt das Gefühl der Niedergeschlagenheit zu spiegeln und „gemeinsam in den Abgrund zu gehen“. Friedli, Mitautorin des 2013 erschienenen Buches „Humor in Coaching, Beratung und Training“ war sich sicher: „Humor tut gut“. Mehrfach zitiert wurde auf dem Kongress auch der Psychologe und Holocaust-Überlebende Viktor Frankl, für den der Humor zum Überlebens-Mittel wurde. Er prägte den Satz: „Es gibt kaum etwas im menschlichen Dasein, das dem Menschen so sehr und in einem solchen Ausmaß ermöglichte, Distanz zu gewinnen, wie der Humor.“

Dr. Peter Hain berichtete aus seiner psychotherapeutischen Praxis über die Arbeit mit einem sogenannten „schwer er-

ziehbarer“ Jugendlichen, der erst in dem Augenblick motiviert war, sich auf die Therapie einzulassen, als Hain mit ihm gemeinsam den Blick auf seine Eltern veränderte: „Du hast Deine Eltern noch nicht gut genug erzogen. Vielleicht hast Du ja schwer erziehbare Eltern?“ Ebenso könnte es Jugendliche geben, die ihre allein erziehenden Eltern „alleine erziehen“ und Kinder geschiedener Eltern, die diese Eltern Erziehungsarbeit gleich an zwei verschiedenen Orten leisten müssten. Solch eine vergnügliche Rollen- oder Kontextumdeutung kann laut Hain erstaun-

lich viel bewirken, weil sie ermöglicht, an verborgene Fähigkeiten heranzukommen. Einer Klientin mit Angst vor Hunden, der auf dem Weg zur Arbeit mehrmals täglich Hunde begegneten, riet Hain, zu berücksichtigen, dass die vielen kleinen und mittleren Hunde, die sie anbellten, alle ein Selbstwertproblem hätten. Sie kämen nur deshalb her, um wie die großen Hunde auch einmal das Erfolgserlebnis zu haben, jemandem Angst zu machen. „Bedenken Sie: Sie sind die Sozialtherapeutin für diese Hunde!“ Die Klientin wurde ihr Problem sehr schnell los.

Humor, das wurde in allen Veranstaltungen des Kongresses klar, ist keine Charaktereigenschaft, die man hat oder nicht. Hinter Humor steht die Entscheidung, das, was einem begegnet, bewusst aus einer heiteren Perspektive wahrzunehmen, ohne dabei in Zynismus zu verfallen. Damit Humor eine positive Wirkung entfalten kann, ist es entscheidend, ihn nicht auf Kosten anderer einzusetzen. Mit und nicht über sich selbst und andere zu lachen, dieser Grundsatz muss beim Einsatz von Humor immer gelten.

Verena Scholpp ●

## „Humor und Redner müssen eins sein“

**Interview.** Prof. Dr. Michael Suda, Leiter des Lehrstuhls für Wald- und Umweltpolitik der Technischen Universität München, bringt zusammen mit Dr. Renate Mayer seit 2008 anderen Dozenten in „stets gut besuchten“ Kursen eine humorvolle Art der Wissensvermittlung bei – eine Alternative zur „gähnenden Lehre“.

### Weshalb macht es Sinn, Humor in die universitäre Lehre zu integrieren?

**Prof. Dr. Michael Suda:** Humor kann das Ganze auf eine höhere Ebene heben: Man nimmt sich selbst nicht so wichtig und schafft dadurch eine positive Lehr- und Lernatmosphäre. Mit Humor gelingt es, die Aufmerksamkeit der Zuhörer – ein knappes Gut – immer wieder zurückzugewinnen, das zeigen die Reaktionen während und nach einem humorvollen Vortrag. Das Wichtigste aus meiner Sicht ist jedoch, dass Humor einen Wechsel der Perspektive ermöglicht und das relativiert, was Wissenschaft in der allgemeinen Vorstellung ist. Sie ist nicht die absolute Wahrheit, sondern häufig nur eine relativ kurzfristige Beschreibung oder Interpretation von Welt.

### Welche Rollen übernimmt der Lehrende dabei?

**Suda:** Ein humorvoller Dozent macht sich über die Situation, aber natürlich nie über die Menschen, die vor ihm sitzen, lustig. Es gibt im Zirkus zwei unterschiedlichen Clownfiguren: Der Weißclown sorgt für die Einhaltung der Normen und steht letztendlich für die Vernunft. Der „dumme“ August hingegen ist derjenige, der das Herzliche, das Spontane, das Kindische repräsentiert und immer die Regeln dieser Welt infrage stellt. Er will wissen: Warum ist das so? Weshalb wird es so begründet? Dieses Zusammenspiel der Clowns, dieser Statuswechsel zwischen den Figuren spielt in der humorvollen Didaktik eine ganz große Rolle.

### Was muss der Lehrende berücksichtigen, damit Humor im Hörsaal zu einem Gewinn wird?

**Suda:** Der Humor muss zur Person passen und authentisch sein. Der Humor und die Person müssen also eins sein. In dem Moment, wo das voneinander abweicht, wird alles zu einer Lachnummer. Außerdem muss der Humor immer einen direkten Bezug zum Stoff haben, den man vermitteln will. Sonst irritiert man die Leute und sie überlegen permanent, was der Witz am Anfang sollte. Und der Humor muss immer zur Situation passen, er darf nicht aufgesetzt sein.

**Interview: Verena Scholpp ●**



**Prof. Dr. Michael Suda, Dr. Renate Mayer.** Sie bilden Dozenten in humorvoller Lehre aus.

## IMPRESSUM

www.wuw-magazin.de  
info@wuw-magazin.de  
ISSN 0942-4946 • 28. Jahr

**Herausgeberbeirat**  
Helmut und André Jünger



**Herausgeber**  
Reiner Straub

**Redaktion**  
Martin Pichler (v. i. S. d. P.)  
martin.pichler@haufe-lexware.com  
Kristina Enderle da Silva  
kristina.enderle@haufe-lexware.com  
Christofer Grass  
christofer.grass@haufe-lexware.com  
Andrea Sattler  
andrea.sattler@haufe-lexware.com

**Redaktionsassistentz**  
Brigitte Pelka  
Tel. 0761 898-3921, Fax 0761 898-99-3921  
brigitte.pelka@haufe-lexware.com

**Autoren dieser Ausgabe**  
Prof. Dr. Manfred Becker, Petra Folkersma,  
Boris Grundl, Jutta Heller, Petra Jauch, Benjamin Jeub,  
Bernhard Kuntz, Gudrun Porath, Verena Scholpp,  
Bärbel Schwertfeger, Dr. Achim Zimmermann

**Grafik/Layout**  
Maria Nefzger, Haufe-Lexware GmbH & Co. KG


**Verlag**  
Haufe-Lexware GmbH & Co. KG  
Munzinger Straße 9, D-79111 Freiburg  
Kommanditgesellschaft, Sitz Freiburg  
Registergericht Freiburg, HRA 4408  
Komplementäre: Haufe-Lexware Verwaltungs GmbH,  
Sitz Freiburg, Registergericht Freiburg, HRB 5557  
Martin Laqua  
Geschäftsführung: Isabel Blank, Markus Dränert,  
Jörg Frey, Birte Hackenjos, Randolf Jessl,  
Markus Reithwiesner, Joachim Rotzinger,  
Dr. Carsten Thies  
Beiratsvorsitzende: Andrea Haufe  
Steuernummer: 06392/11008  
Umsatzsteuer-Identifikationsnummer: DE 812398835

**Titelbild**  
Martin Pichler

**Druck**  
Konradin Druck GmbH, Kohlhammerstraße 1-15,  
70771 Leinfelden-Echterdingen

**Anzeigen**  
Gültige Anzeigenpreisliste vom 1.1.2015  
Haufe-Lexware GmbH & Co. KG, Niederlassung  
Würzburg, Unternehmensbereich Media Sales,  
Im Kreuz 9, 97076 Würzburg  
Anzeigenleitung Bernd Junker (verantwortl. für Anzeigen):  
Tel. 0931 2791556, Fax 0931 2791477  
Key Account Management:  
Annette Förster  
Tel. 0931 2791544, Fax 09367 987604  
annette.foerster@haufe-lexware.com  
Dominik Castillo  
Tel. 0931 2791751, Fax 0931 2791477  
dominik.castillo@haufe-lexware.com  
Anzeigendisposition:  
Inge Fischer  
Tel. 0931 2791433, Fax 0931 2791477  
inge.fischer@haufe-lexware.com

Anzeigenschluss: 4 Wochen vor Erscheinen

Mitglied der Informationsgemeinschaft  
zur Feststellung der Verbreitung  
von Werbeträgern e. V. (IVW) 

**Abonnentenservice**  
Haufe Service Center GmbH, Postfach, 79091 Freiburg  
Tel. 0800 7234253 (kostenlos), Fax 0800 5050446  
zeitschriften@haufe.de

**Erscheinungsweise**  
10 x jährlich, Einzelheft 12,40 Euro;  
Abopreis 112 Euro inkl. MwSt. und Versand;  
Auslandsbezug 128 Euro  
Das Abonnement kann spätestens vier Wochen vor  
Ende des jeweiligen Bezugsjahres gekündigt werden.  
Partner der wirtschaft+weiterbildung ist der Gabal  
Verlag. Für Mitglieder des Gabal-Vereins ist der Bezug  
mit der Zahlung ihres Mitgliederbeitrags abgegolten.  
Für Mitglieder des Deutschen Verbandes für Coaching  
und Training (dvct) e.V. ist der Bezug im Mitglieds-  
beitrag enthalten.

## HAUFE.

Nachdruck und Speicherung in elektronischen Medien  
nur mit ausdrücklicher Genehmigung des Verlags und  
unter voller Quellenangabe. Für eingesandte Manu-  
skripte und Bildmaterialien, die nicht ausdrücklich  
angefordert wurden, übernimmt der Verlag keine  
Haftung.

Aktuelle Informationen finden Sie unter:  
www.haufe.de/mediacent