

„Wenke“-Themen, -Publikationen, -Aktivitäten

Berufliche Tätigkeiten und Themenfelder bisher

Summa summarum: 5 Jahre Studium, 10 J. Betriebspraxis, 10 J. Unternehmensberatung, 20 J. Fachjournalismus/Chefredaktion

▶ Kognition + Kommunikation („Wie denkt der Mensch?“)

- ▶ Wirkung von Kommunikation und Präsentation (*Wahrnehmungen*)
- ▶ Entscheidungs- und Handlungsprozesse der Individuen (*Willensbildung*)
- ▶ Werte, Ethik, Moral, Visionen, Kreativität, Phantasie (*Persönlichkeit*)

▶ Management („Zufall ./ Zielsetzung“)

- ▶ Unternehmerische Konzepte + Firmen-/Markt-Strategien (*Spirit*)
- ▶ Organisation, Betriebswirtschaft, Menschenführung („*Kopfwerk*“)
- ▶ Marketing („*Mein/unsere Nutzen für die Menschheit*“)

▶ Grafisch-visuelle Medien („Gutenbergs Goldschätze“)

- ▶ Produktion, Technologie, Workflow-Optimierung (*best practice*)
- ▶ Mixed-/Multi-Media, Internet (*Medienentwicklung*)
- ▶ Inhalte, Gestaltung (*Design*)

Jetzt: Konklusion, Konzentration, Konsequenz

Zusammenfassung der Erfahrungen durch Verknüpfen der drei Megathemen zu einer holistischen Synthese (*griech. holon* = das Ganze):

▶ CommuMedia

- ▶ Kommunikation-Architektur (*content + cognition*)
- ▶ Medienkompetenz (*competence + competing*)
- ▶ Aktive Unternehmensführung (*conformance + congeniality*)

Auf „gut deutsch“ übersetzt:

1. Wie müssen heutzutage Medien sein, was müssen sie können und leisten, wie muss man Inhalte formulieren, darstellen, präsentieren, damit sie so wahrgenommen werden, wie man es möchte und damit beabsichtigt?
Wie kann man sich in der Medienflut, einer an Informationen überbordenden Berufs- und Lebenswelt bemerkbar machen, seine Präsenz zeigen?
2. „Mit Medien umgehen“ muss heute jeder, jede, jedes können. Jeder Berufstätige und Unternehmer, jede Institution, Organisation, Verwaltung, jedes Unternehmen. „Umgehen“ heißt einerseits erstellen, als Absender tätig werden („Jedes Unternehmen ist ein Verlag“) und andererseits, als Nutzer/Empfänger die richtigen Kanäle richtig finden, um zu den (aktuell-individuell-situativ) richtigen Informationen zu gelangen. *Gesellschaftliches und wirtschaftliches „Dabeisein“ definiert sich heute über die Fähigkeit der interaktiven umfassenden Kommunikation und Mediennutzung.*
3. *„Wir stehen vor einer nicht-linearen Zukunft. Das Morgen ist keine logisch-kontinuierliche Fortschreibung der bisherigen Entwicklung.“ Erfahrung kann von Nachteil sein*, wenn sie das für Heute und die Zukunft erforderliche alternative und von bisheriger Norm abweichende intuitiv-kreative Denken, Entscheiden, Handeln, perspektivische Strategien verhindert. Informationsflut, „globales Dorf“ (umfassende Vernetzung), Individualisierung („one-to-one“) und andere Faktoren führen zu einer Welt, die bisher nicht in unseren Vorstellungen so konkret und konsequent vorkam. Wer unternehmerisch und beruflich mithalten, fit bleiben will, braucht mentale Kräfte, die universeller trainiert sind als das bisherige kategorische Fachwissen und Kompetenz-Gerangel.

Als Berater, Autor und Dozent

Ideen- und Impulsgeber

für berufs- und unternehmens-aktive „visionäre Realisten“

Kluges Unternehmertum und verantwortungsvolle Führung erfordern, Entscheidungen zu treffen, die das Sinnvolle und Nützliche, Bleibende und Grundsätzliche aus der Vergangenheit über die Gegenwart für die Konditionen der Zukunft bewahrt und bereitstellt – Vorhandenes nachhaltig werden lässt.

Aber dann in erster Linie: Den Mut zu haben, völlig neues, anderes zu denken. Die Kraft zu haben, an Visionen zu glauben und Menschen dafür zu begeistern. Die Fähigkeit zu trainieren, bei seiner Linie, einem klar erkennbaren Profil zu bleiben und konsequent Ziele zu verfolgen, ohne stur am geplanten Weg festzuhalten.

Das ist verdammt viel und hart. Es wird nicht jedem gelingen. Daran reift eine Persönlichkeit – oder zerbricht. Der einzige Trost: das war schon immer so.

Ein religionsneutrales (Stoß-) Gebet:

Lieber Gott, gib mir die Geduld,
zu ertragen, was nicht zu ändern ist.
Gib mir Kraft, zu ändern,
was getan werden muss und ich gestalten kann.
Gib mir die Weisheit,
das eine vom anderen zu unterscheiden ... :-)

CommuMedia

Paradigmenwechsel + Konstanz

1. Es gibt „Ewiges“ im Sinne von „kennzeichnet den Menschen, ist seinem Wesen entsprechend“, unabhängig von seinen expliziten Lebensbedingungen, von Technik, Mode, Trend und „Fortschritt“.

Diese Grundsätze zu kennen ist wichtig und zugleich intellektueller Reichtum. Es ist klug, den generellen Prinzipien zu vertrauen.

2. Es gibt **Evolution** im Sinne von Anpassung an das Habitat (Lebensraum), die Verhältnisse, Konditionen und Unabänderlichkeit „um uns herum“.

„Nichts ist so beständig wie die Veränderung“ ist kein bloßer philosophischer Satz, sondern die grundsätzliche Anforderung an uns, um „zurechtzukommen“ und „unser Ein- und Auskommen zu finden“.

3. Vieles Aufgeregte und „Neue“ ist bloß vorübergehend (heutiger Begriff: „Hype“), oft auch „nur“ Wiederentdeckung; viel angeblich „Revolutionäres“ wird überbewertet, hochstilisiert; dient allenfalls der Eitelkeit und Gewinnsucht einer Minderheit.

Das eine (Solide) vom anderen (Temporäre) zu unterscheiden und unnötige, weil verlorene Investitionen in sehr schnell Vergängliches – und damit Irrwege – zu vermeiden ist die Kunst der intuitiven Unternehmensführung und kreativen Berufsausübung.

Darüber, dafür gibt es Publikationen, Dokumentationen, Vorträge/Seminare und Beratungen.

Und: das Kommunikations-Kabarett.