



Aufbruchsstimmung bei den Mediatoren

KONGRESSBERICHT. Mehr als 800 Mediatoren und an der Mediation interessierte Personaler trafen sich Mitte November in Ludwigsburg zum „Ersten gemeinsamen Mediationskongress“, den drei von über einem Dutzend Mediationsverbänden auf die Beine stellten. Nach der Verankerung der Mediation im neuen Mediationsgesetz blickt die Szene gestärkt in die Zukunft.

Die Stimmung auf dem Mediationskongress in Ludwigsburg war zuversichtlich – und das aus gutem Grund. „Aus meinen Gesprächen weiß ich, dass erfahrene Mediatoren derzeit eine Vervielfachung ihres Auftragsvolumens zu bewältigen haben“, berichtet Anita von Hertel, Wirtschaftsmediatorin und Inhaberin der Akademie von Hertel in Hamburg. Die Tatsache, dass Mediation jetzt nicht nur in einzelnen Gesetzen erwähnt, sondern in einem eigenen Gesetz geregelt ist, bewirkt in Wirtschaft und Gesellschaft eine neue Selbstverständlichkeit, Mediation frühzeitiger als bisher einzusetzen. „Durch das

neue Mediationsgesetz hat die Mediation eine neue Schubkraft bekommen“, erlebt von Hertel vielerorts. Die Mediationspraktikerin und Mediationsausbilderin berichtet, dass ihre Absolventen derzeit immer häufiger zu Konflikten gerufen werden.

„Das war ein Bad in mediativer Energie“

„Für die zuständigen Personaler wird es immer selbstverständlicher, Mediatoren zu engagieren, um den Konfliktbetroffenen Unterstützung zu geben. Und es wird auch immer selbstverständlicher,

dem Vorgesetzten und dem Betriebsrat mitzuteilen, dass Konflikte im Rahmen einer Mediation beigelegt wurden“, so von Hertel. Dieses Gefühl der Selbstverständlichkeit sei in vielen Workshops in Ludwigsburg zu hören gewesen.

Eine gute Stimmung zeigte sich auch in den Teilnehmerfeedbacks, die zum Beispiel lauten: „Es war ein Bad in mediativer Energie“ oder „Die Ludwigsburger Zeit war wie ein regelrechtes Energiegewitter“. Die Rückmeldungen hat Siegfried Rapp, Chef des Ludwigsburger Instituts für Konfliktmanagement, Mediation und Seminare und Geschäftsführer der Kon-



Foto: Patric Otto

Kongresseröffnung durch Siegfried Rapp (am Rednerpult) am 16. November in Ludwigsburg im Forum am Schlosspark.

gressorganisationsgesellschaft, in Form einer strukturierten Kongressevaluation eingesammelt. „Nichts ist mächtiger als eine Idee, deren Zeit gekommen ist“, bekam er immer wieder zu hören. Am bemerkenswertesten war für ihn die Erkenntnis, dass eine beachtliche Gruppe der Besucher gar keine Mediatoren waren, sondern aus dem Umfeld der Mediation kamen. Damit sind zum Beispiel Personalchefs, Personalentwickler oder Betriebspsychologen gemeint, die für den Einkauf von Mediatoren zur innerbetrieblichen Konfliktlösung zuständig sind. Deren Anwesenheit zeigt laut Rapp den Willen der Wirtschaft, sich bei diesem Thema zu professionalisieren, weil sie den finanziellen Nutzen einer Versöhnung klar erkannt haben. „Das neue Mediationsgesetz, mit all seinen Stärken und Schwächen, wird die außergerichtliche Konfliktbeilegung fördern und damit der Mediationslandschaft



Anita v. Hertel: Mediation wird immer selbstverständlicher.



Siegfried Rapp: Mediation ist ein Quantensprung.



Rudi Ballreich: Wirtschaftsmediatoren brauchen OE-Wissen.

in Deutschland weiteren Schwung und Akzeptanz verschaffen“, ist deshalb auch Rapp überzeugt. Der Titel des Kongresses „Mediation - Konfliktkultur gemeinsam gestalten“ sollte hierfür „Ansporn und Zielvorgabe“ für alle Mediatoren sein. Die Zeit sei auch reif für ein Zusammenrücken der Mediations-Akteure. Deshalb sei es auch sehr erfreulich, dass sich die Bundes-Arbeitsgemeinschaft für Familien-Mediation (BAFM), der Bundesverband Mediation (BM) und der Bundesverband Mediation in Wirtschaft und Arbeitswelt (BMWA), die drei sogenannten „B“-Verbände, auf diesen gemeinsamen Kongress geeinigt hätten.

Dass inhaltlich große Unterschiede zwischen den einzelnen Mediationsbereichen festzustellen seien und dass die Wirtschaftsmediation etwas ganz Besonderes sei, darauf macht Rudi Ballreich aufmerksam. Der Organisationsberater

und Wirtschaftsmediator ist zusammen mit Friedrich Glasl Mitbegründer der Trigon Entwicklungsberatung und des Concadora Verlags, der auf Konfliktmanagement und Mediation spezialisiert ist.

Konflikte weisen auf Mängel in Organisationen hin

„Einen Mediator mit bloßer Grundausbildung kann man nicht überall hinschicken“, warnt Ballreich. „Um in Unternehmen zu arbeiten, bedarf es eines umfangreichen, differenzierten Verständnisses, wie Organisationen funktionieren. Was als persönlicher Konflikt zwischen zwei Abteilungsleitern auffällig wird, kann oft nur durch Änderung der Arbeitsprozesse oder durch eine Klärung der Zuständigkeiten gelöst werden.“ Außerdem müsse sich ein Mediator in unterschiedlichen Unternehmenskulturen bewegen können. →



Kampf, Flucht ...? - Wirtschaftsmediation



christian bähler & elke schwertfeger

fon. +49 (0)761 - 20 22 200

- » Tagesworkshop Wirtschaftsmediation (16.02. & 09.03.2013)
- » Jahresausbildung Wirtschaftsmediation (ab 25.04.2013)
- » Sommerakademie "Konfliktklärung in Teams & Gruppen"

www.zweisicht.de

→ „Jeder Wirtschaftsmediator muss sich im Klaren darüber sein, dass er mit zwei streitenden Individuen arbeitet - dass er aber auch durch diese Arbeit eine Organisation mit verändert.“ Oft würden durch eine Wirtschaftsmediation Organisationsentwicklungsprozesse initiiert.

„Round Table Mediation“ umfasst 50 Unternehmen

Das sei sehr wünschenswert, denn Konflikte in Organisationen böten eine Chance, Dinge, die unzureichend organisiert seien, bewusst zu machen, damit sie geändert werden könnten. „Die Menschen sind immer die Leidtragenden, aber in den meisten Fällen stimmt etwas in der Organisation nicht“, erklärt Ballreich und fordert deshalb eine umfassende Ausbildung in Sachen Organisationsentwicklung, wenn jemand Konflikte in der Wirtschaft medieren wolle. Im Übrigen ist es

laut Ballreich den Unternehmen längst klar, dass ihnen sehr viel Geld durch Konflikte, die nicht bearbeitet werden, verloren geht. „Dabei geht es nicht nur darum, dass Mitarbeiter sich krank ärgern oder bei Prozessen Gerichtskosten anfallen, es geht schlicht darum, dass Menschen grundsätzlich nicht so viel leisten wie sie könnten, wenn sie dauernd abgelenkt und mit ihren Gedanken bei ihren Konflikten sind.“ Je mehr dieses Bewusstsein wachse, desto mehr Mediatoren würden benötigt.

Vom Nutzen der Mediation überzeugte Konzerne wie SAP, Porsche, IBM Deutschland oder Areva NP haben im Jahr 2008 den „Round Table Mediation und Konfliktmanagement der deutschen Wirtschaft“ (RTMKM) gegründet. Er umfasst heute mehr als 50 Unternehmen der deutschen Wirtschaft. Auf dem Ludwigsburger Mediationskongress gestaltete dieser „Round Table“ eine Podiumsdiskussion

zum Thema „Wirtschaft und Mediation“. Podiumsteilnehmer waren Jürgen Briem (SAP), Frank Zacharias (Porsche), Jürgen Neugebauer (IBM Deutschland) und Susanne Becker (Areva NP).

In der Diskussion wurde immer wieder eine Studie der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Pricewaterhouse Coopers erwähnt. Sie zeigt die Einspareffekte von Mediationen und gibt Anregungen, wie funktionierende Konfliktmanagementsysteme in der Praxis aussehen könnten. Besonders positive Effekte versprachen sich die Diskussionsteilnehmer davon, innerbetriebliche Konfliktlotsen auszubilden, Ombudsstellen einzurichten und einen professionellen Mediatoren-Pool aufzubauen, der zur eigenen Unternehmenskultur passt.

„Das Hintergründige an einem Konflikt finden“

Der Aufbau von Konfliktlösungsmechanismen und der dazu passenden Strukturen sollte in der Regel schrittweise erfolgen. Bereits die Einführung erster Maßnahmen sollte mit Blick auf einen möglichen Gesamtplan konzipiert werden, um später unnötige Reibungsverluste beim Aufbau eines umfassenden Konfliktmanagementsystems zu vermeiden.

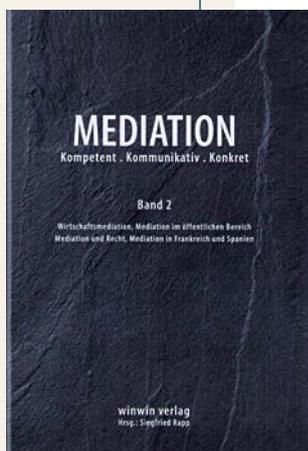
Auf dem Kongress kursierte eine vielzitierte Anekdote darüber, was Mediation eigentlich sei. Sie lautet stark verkürzt: „Zwei Schwestern streiten um eine Orange. Ihre Mutter mischt sich ein, teilt die Orange genau in der Mitte und jede erhält von ihr eine halbe. Aber gerecht ist nicht immer richtig. Was, wenn beispielsweise die eine Tochter aus der Orange Saft hätte pressen wollen und die andere nur die zerriebene Schale zum Aromatisieren einer Süßspeise benötigt hätte?“ Das Fazit: Wer hätte die richtige Lösung besser finden können als die Töchter selbst? Diese Geschichte zeigt die zentrale Herausforderung einer jeden Mediation: Es geht darum, Konfliktsituationen wirklich zu durchdringen. „Die Kunst ist, hinter dem vordergründigen Konflikt das Hintergründige zu finden“, brachte es Glasl in seiner Keynote-Rede auf den Punkt.

Der Kongress als Buch

Buchtipps. Der Ludwigsburger Winwin Verlag hat die Beiträge des „Ersten gemeinsamen Mediationskongresses 2012“ in zwei Bänden veröffentlicht. Im zweiten Band geht es schwerpunktmäßig um das Thema Wirtschaftsmediation. Das Buch zeigt anhand unterschiedlicher Reden und Fallbeispiele, dass die Mediation ein echter Paradigmenwechsel in der Konfliktbearbeitung ist. In einem Beitrag präsentiert sich darüber hinaus Friedrich Glasl als selbstkritischster Pionier der Mediation im deutschsprachigen Raum. Er macht klar, warum und wie genau sich die Vorgehensweisen in der Mediation nach den unterschiedlichen Anwendungsfeldern (Familie, Politik, Wirtschaft ...) noch mehr ausdifferenzieren müssen.

Außerdem gibt es unter anderem Beiträge zum Systemdesign (Kurt Fallner), zum Viadrina-Komponentenmodell (Lars Kirchhoff), zum Shared Responsibility Approach (Heike Blum) und zur Wirtschaftsmediation in Europa (Ewald A. Filler).

Siegfried Rapp: Mediation - Kompetent. Kommunikativ. Konkret. Band 2 „Wirtschaftsmediation“, Winwin Verlag, Marktplatz 5/1, 71634 Ludwigsburg, 240 Seiten, 14,95 Euro, www.winwinverlag.de



Marketing für Trainer, Berater, Coachs

Erleben Sie sofort umsetzbare Bausteine, um sich erfolgreicher am Markt zu positionieren und Ihre Marke zu bilden.



Prof. Dr. Michael Bernecker: Marketing für Trainer, Berater & Coachs – Erkenntnisse, Erfahrungen & Ausblicke für 2013 • Gerd Kulhavy: Die Geheimnisse der Spitzentrainer • Siegfried Haider: Ausgebucht! Marketing kann so einfach sein... • Ute Flockenhaus: Mit dem eigenen Buch die Marke stärken • Monika B. Paitl: Online-PR und Blogging • Giso Weyand: Die drei goldenen Regeln der Inszenierung – Wie Sie Ihr Marketing sofort spannender machen! • Felix Beilharz: Marketing mit Facebook • Peter Sawtschenko: Wer nicht automatisch neue Kunden gewinnt, ist falsch positioniert

Gratis-Infos + Reservierungs-Vorteil sichern
www.impulstage.gabal.de



oder mit diesem QR-Code
über Ihr Smartphone

GABAL.
Wissen vernetzen

Reservieren Sie einen Tag
für Ihre persönliche
Weiterbildung:

**Samstag,
9. März 2013**

Holen Sie sich jene Bausteine, die zu Ihnen passen! Praktiker aus dem Marketing für Weiterbildner entwickeln mit Ihnen zusammen einzelne Elemente, aus denen Sie dann Ihre Außenwirkung schaffen. Methodenübergreifend, Theorie und Praxis verbindend.

Veranstaltungsort:

Leonardo Hotel Mannheim Ladenburg
Benzstr. 21 | 68526 Ladenburg
Fon 06203 - 939-0
www.leonardo-hotels.com
Ein Zimmerkontingent steht unter dem Stichwort „GABAL“ zur Verfügung.

Teilnehmerkosten:

Mitglieder (inkl. Kooperationsverbände):
Frühbucher 144 € bis 31.01., dann 199 €
Nichtmitglieder: Frühbucher 199 € bis 31.01., dann 269 €
Studenten/PartnerIn 111 €



Ihre Ansprechpartnerin:

Erna Theresia Schäfer
GABAL e.V.

Budenheimer Weg 67
D-55262 Heidesheim

Fon: 06132 - 509-5090, Fax -5099
info@gabal.de, www.gabal.de