



Joachim Kamphausen, geb. 1950, ist Gründer und Geschäftsführer der J. Kamphausen Mediengruppe.

Verleger Joachim Kamphausen expandiert mit Mut zum eigenen Weg

# Neue Bäume pflanzen

Wachstum...". Entwicklung geschieht einfach, wenn man ihr Zeit lässt.

**Ein schöner Vergleich. Viele Kollegen im Buchhandel haben aber eher das Gefühl, das wir uns zurzeit in einer Phase des Waldsterbens befinden. Was haben Sie mit Ihrer kleinen Baumschule vor?**

Düngen und Schädlinge beseitigen. Das letztere funktioniert übrigens am besten, wenn man bei sich selbst anfängt. Im eigenen Kopf sitzen die gefährlichsten Plagegeister. Konkret heißt das für mich, mehr geben: den Mitarbeitern, den Kunden, den Vertretern, eine bessere Auswahl der Titel, Ideen ausprobieren, eigene Reserven einsetzen, ins Internet investieren, z.B. in den Aufbau einer Community. Soeben haben wir ein Trainingscamp für Autoren auf La Palma eingerichtet. Also: die eigenen Stärken stärken, das Profil schärfen und auf gute Art kommunizieren. Und für mich ganz entscheidend: Abstand halten und sich nicht die Sicht auf die Wirklichkeit aufdrängen lassen.

**Sie meinen, dass sich viele Kollegen zu sehr von vorgefertigten Informationen ablenken lassen und ihrem individuellen Weg nicht klar genug folgen?**

Bei der Vielzahl von Konzepten und allgemein akzeptierten Standards bleibt nahezu unbeachtet, welche einmaligen Voraussetzungen beim Einzelnen vorhanden sind. Die den größtmöglichen Erfolg bei minimalem Einsatz garantieren, wenn sie selbstbewusst entwickelt werden. Ich bin in 26 Verlegerjahren in meinen Entscheidungen immer energischen und nie wirtschaftlichen Prinzipien gefolgt – und gut damit gefahren. Ich glaube nicht, dass man nur auf eine solche Weise ein Unternehmen führen kann – für mich war

und ist es jedoch die richtige. Es fehlt in unserer Branche oft der Mut, einen eigenen Weg zu gehen – vielleicht ein Phänomen, das auch außerhalb unserer Branche bekannt ist ...

**Woher nimmt man diesen Mut? Ist es eine Frage der inneren Ausrichtung oder spielt da auch Alter und Lebenserfahrung hinein?**

Die ersten 30 cm sind die schwersten, egal in welcher Lebensphase man sich befindet. Allerdings hilft es, wenn man die Erfahrung gemacht hat, dass es sich lohnt. Mich elektrisiert das Nichtwissen und ich fühle mich beim Aufbruch in eine neue Dimension lebendig und vital.

**In welche Richtung würden Sie denn einem Buchhändler raten aufzubrechen?**

In die, die ihn anlächelt.

**Sie sind mit Ihren Verlagen überwiegend im Segment „Spiritualität & Lebenshilfe“ tätig. Warum sehen Sie dort besonders gute Chancen?**

Wir haben uns seit Beginn den Luxus gegönnt, nur zu Themen, die uns interessieren, Bücher zu machen. Diese Themen haben dann unsere Mitarbeiter angezogen, die wiederum verantwortlich für die Erweiterung unseres Spektrums zeichnen, sodass hier eine organische Entwicklung stattgefunden hat. Nicht vorhersehbar war allerdings, dass dieses Themensegment eine solche Bedeutung gewinnen würde und immer noch weiter wächst. Inzwischen macht jeder Buchhändler die Erfahrung, dass dieses Segment, obwohl ohne Lobby in der Mainstream-Presse, auf große Resonanz bei den Lesern trifft und einen erheblichen Um-

satzanteil erobert hat. Das bemerken auch wir. Unser Wachstum in den vergangenen Jahren ist sehr zufriedenstellend. Ich denke, wir sprechen Themen an, die immer mehr Menschen bewegen. Wir bringen eine Dimension ins Bewusstsein, die in unserer Kultur weitgehend übersehen wurde. Und das wird honoriert.

**In der Phase wirtschaftlichen Umbruchs scheinen sich die Menschen noch deutlicher nach Orientierung auch unabhängig von etablierten Kirchen zu sehnen.**

Ich bin da unsicher. Ich habe zwar in den letzten Jahren eine Aufbruchsstimmung wahrgenommen. Angesichts der augenblicklichen Bedrohung des Besitzstandes beobachte ich jetzt Regression und eine Flucht in altbekannte Sicherheiten und Werte, obwohl die schon lange als wenig zukunftsfähig erkannt worden sind. So bleibt mir im Moment nur die Hoffnung, dass sich am Ende vielleicht doch bestätigt: „Was sonst als die Krise hätte uns retten können?!“ Unser Produkt-Angebot verheißt eine bessere Welt – und beschreibt Herausforderungen, die es auf dem Weg dorthin zu bewältigen gilt. Das muss man nicht mögen; jedoch wird man ohne Anstrengung einen qualitativen Sprung nicht schaffen. Das gilt für das Business wie fürs Private.

**Herr Kamphausen, mit dem Zukauf von Theseus und Lüchow sind Sie über Nacht zu einem der größten konzernunabhängigen Verlage im Bereich „Spiritualität und Lebenshilfe“ geworden.**

**Was waren die Hintergründe für diesen mutigen Schritt?**

Ich bin mit unserer kleinen Verlagsgruppe von Beginn an meinen eigenen Weg gegangen, habe aus eigenen Stärken und Möglichkeiten gelernt und dabei wenig nach rechts und links geschaut. So ist eigentlich eher unspektakulär das eine zum anderen gekommen. Der Verzicht auf persönliche Entnahmen hat die Spielräume für Investitionen fortlaufend erhöht. Und ich habe von Beginn an auf gute, menschliche Beziehungen Wert gelegt, zu Kunden, Autoren, Mitarbeitern, Verlegerkollegen, Dienstleistern. Das ist eigentlich alles. Wie heißt es so schön in unserem Leitbild: „Bäume arbeiten auch nicht an ihrem



Michael Hübener ist mit seiner Firma 7/5/9 innovative concepts als Berater im Bereich Buch- und Eventmarketing tätig (m.huebener@759innovative.de).

# BUCHhändlerheute

Erfolgreich arbeiten im Sortiment

Heft 7 · Juli 2009

## Tarot & Mee(h)r

### 25 Jahre Fiebig & Bürger



J. Kamphausen Verlag &  
Distribution GmbH  
Aurum Verlag  
Frau Maren Brand  
Buddestr. 15  
33602 Bielefeld

siehe S. 22, 26, 27, 34, 37

Die WEITREISE

**LEBEN:** Meditation, 50plus und Tarot  
in der Küche erweitern die Zielgruppe.

Welche Weiterqualifizierung ist sinnvoll?

flieger-Umsatz mit Grips.

Bildung wird zum Konjunkturprogramm!

t, Festspielzeit, Umsatzzeit.

**LEBEN:** Azubi-Studie zum Landkartenmarkt.

**KLASSIK & POP:**

Mit lukrativen Produkten den Musikumsatz beleben.