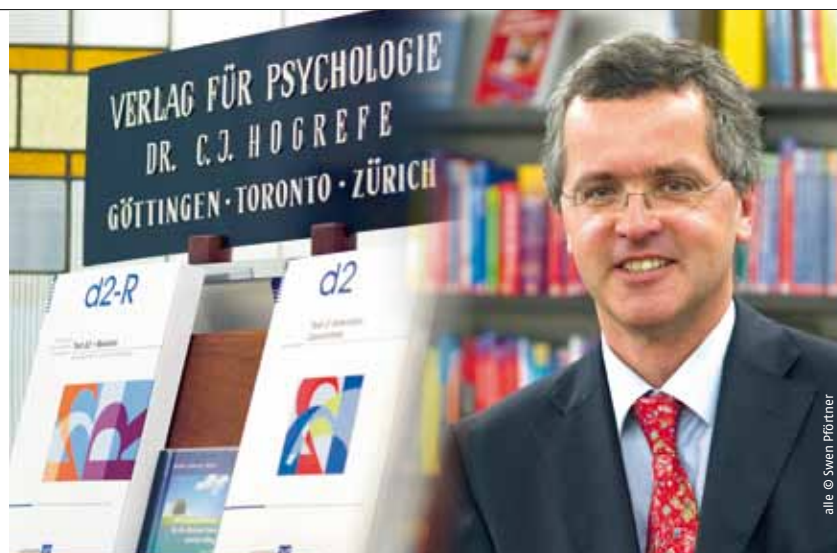


Die Merkelstraße in der Wissenschaftsstadt Göttingen liegt in einer guten Gegend. Sie lässt heute noch den professoralen Glanz erahnen, der einst von der alten Ordinarienuniversität ausging. An der Fassade des Hauses Nummer 3 hängt ein Schild, das an den großen Mathematiker und Einstein-Freund Hermann Weyl erinnert, der hier von 1930 bis 1933 lebte. In dem stattlichen, palaisartigen Bürgerhaus, das um 1910 gebaut wurde, residiert seit dem August 2011 die Zentrale des Hogrefe Verlags, »der



alle © Sven Pförtner

## Atmosphäre der Leichtigkeit

G.-Jürgen Hogrefe treibt den Umbau des klassischen Buchverlags zu einem Fachinformationsanbieter voran – und hat auch bei der Einrichtung des neuen Verlagssitzes viel Geschick bewiesen.

alles publiziert, was Psychologen brauchen«, wie Verleger G.-Jürgen Hogrefe stolz sagt. »In der Psychologie sind wir Marktführer, dazu kommen die Programme für Medizin und Pflege, die wir unter anderem durch die Übernahme des Hans Huber Verlags in Bern 1984 ausbauen konnten«, so der Verleger.

Hogrefes Vater Carl Jürgen hatte 1949 klein angefangen. In einem Zimmer des Göttinger Psychologischen Instituts erblickte der Verlag das Licht der Welt. Sein damals einziges Produkt: die »Psycholo-



Von Göttingen in die Welt: Die Hogrefe Verlagsgruppe ist international aufgestellt

gische Rundschau«, gegründet 1948 auf dem ersten deutschen Nachkriegskongress der Deutschen Gesellschaft für Psychologie.

Aus dem »Verlag der Psychologischen Rundschau« wurde dann 1952 parallel zur ersten Buchveröffentlichung der »Verlag für Psychologie – Dr. C. J. Hogrefe«.

Steht man heute im Foyer des Verlags, prangt die Marke Hogrefe hinter dem Empfangstresen an der Wand – Leuchtdioden erhellen dezent die erhabenen Buchstaben des Namenszugs. Auch die Informationstheke leuchtet von innen und verbreitet eine Atmosphäre der Leichtigkeit.

**Dass Licht und Farben** eine psychologische Wirkung haben, ist im Hause Hogrefe natürlich bekannt; die in den Räumen angebrachten Leuchtkörper und -skulpturen zeugen jedoch vor allem vom ausgeprägten Kunstsinn des Verlegers. Stilsicher hat er das neue Domizil eingerichtet. Neben den Lichteffekten setzen dunkel furniertes Mobiliar, grüne Ledersessel und sorgsam rekonstruierter Stuck geschmackvolle Akzente in den gut vier Meter hohen Räumen des Verlagssitzes.

Die Hogrefe Verlagsgruppe hat sich in den vergangenen Jahren mit dem Erwerb oder der Gründung von Tochterfirmen an Standorten in neun Ländern zu einem international agierenden Anbieter entwickelt, dessen Portfolio

### Zur Person

**G.-Jürgen Hogrefe**, geboren 1960, ist seit 1993 Geschäftsführer des Hogrefe Verlags in Göttingen. Der promovierte Psychologe war 1985 in den Verlag des Vaters eingetreten. Er sitzt dem Urheber- und Verlagsrechtsausschuss des Börsenvereins vor, ist verheiratet und hat vier Kinder.

weit über den Kernbereich des Verlegens hinausreicht. Neben dem Buchprogramm mit inzwischen mehr als 2200 lieferbaren Titeln und den 45 Fachzeitschriften hat sich der Testbereich fest etabliert. Rund 750 Testverfahren, deren Materialien einzeln oder in Testkoffern angeboten werden, stehen Psychologen für den gewünschten Zweck zur Verfügung – zum Beispiel für einen Aufmerksamkeits- oder Demenztest. Der Vertrieb erfolgt über die Testzentrale von Hogrefe ([www.testzentrale.de](http://www.testzentrale.de)).

Der Verleger, selbst ausgebildeter Psychologe, sieht es als seine vorrangige Aufgabe an, »Lösungen für Kunden« zu entwickeln, die auf der inhaltlichen Kompetenz des Hauses beruhen. Noch relativ jung ist das Geschäftsfeld Hogrefe Consulting. Es soll Personalverantwortliche in den Unternehmen bei der Personalauswahl und -entwicklung unterstützen. Die Wirksamkeit der eigenen Verfahren lässt sich an der Personalsituation im Hause selbst ablesen: »Es gibt so gut wie keine Fluktuation«, sagt Hogrefe zufrieden: »Die meisten Mitarbeiter sind bereits seit vielen Jahren dabei.«

roe