



Gespräche richtig strukturieren und moderieren

SO FUNKTIONIERT KUNDENORIENTIERTE GESPRÄCHSFÜHRUNG Ein gelungenes Gespräch mit dem Kunden liefert Ihnen als Energieberater nicht nur wichtige technische Angaben, sondern auch Informationen über die Wissenslage und die Erwartungshaltung Ihres Gegenübers. Hier bekommen Sie einen Leitfaden, damit Sie solch einen Dialog kontrolliert führen können und dabei auch noch im Zeitrahmen bleiben. Susanne Lörx

□ Bei meinen Kommunikationstrainings für Energieberater fragen Teilnehmer häufig: „Wie schaffe ich es, gut auf meine Kunden einzugehen und doch den vorgesehenen Zeitrahmen für ein Energieberatungsgespräch einzuhalten?“ Oder: „Wie kann ich Kunden unterbrechen, die sehr viel reden oder vom Thema abschweifen, ohne unhöflich zu sein?“

Die Fragen verweisen auf ein Spannungsfeld unterschiedlicher Anforderungen, die Energieberater gleichzeitig im Blick behalten müssen.

1. Kundenorientierung

Energieberater müssen einerseits auf die Fragen, Anliegen, das Vorwissen, die Sprache und Stimmungen ihrer Kunden eingehen können. Eine Beratung, die sich allein auf die Er-

hebung der notwendigen Rahmendaten und das Vermitteln fachlicher Informationen beschränkt, wird wenig erfolgreich sein.

2. Ergebnisorientierung

Gleichzeitig müssen Energieberater während des Beratungsgesprächs die sachlichen Erfordernisse und das Ziel Energieeffizienz im Auge behalten. Mit ihrem Fachwissen sollen sie für und mit dem Kunden eine gute Entscheidungsgrundlage schaffen, was er tun kann und will, um Energie zu sparen.

3. Zeitmanagement

Im Interesse des Kunden – aber nicht zuletzt auch im eigenen geschäftlichen Interesse – müssen Energieberater dabei das

Gespräch so führen und strukturieren, dass ein angemessener Zeitrahmen eingehalten wird.

Diese Anforderungen verbinden sich im Begriffspaar kundenorientierte Gesprächsführung: Ihre Aufgabe als Energieberater ist es, das Gespräch zu führen im Sinne von steuern und strukturieren – doch ohne über den Verlauf und Inhalte des Gesprächs zu bestimmen. Im Mittelpunkt stehen die Interessen und Bedürfnisse des Kunden, die Sie immer wieder gezielt erfragen. Sie sind als Energieberater in der Rolle des aktiven Moderators. Diese Rolle sollten Sie gleich zu Beginn des Gesprächs übernehmen und während des gesamten Verlaufs behalten.

Als hilfreich für eine solche kundenorientierte Gesprächsführung in der Energieberatung hat sich das folgende von mir entwickelte Phasenmodell erwiesen. Es kann Ihnen als „innerer Leitfaden“ für die Strukturierung jedes Energieberatungsgesprächs dienen und helfen, alle drei oben genannten Anforderungen im Blick zu behalten. Die Inhalte und der Umfang der einzelnen Phasen variieren natürlich von Gespräch zu Gespräch. Sie hängen zum Beispiel davon ab, ob es sich um eine Initialberatung oder die Erstellung eines umfangreichen Energiegutachtens handelt, um ein Erstgespräch oder das Abschlussgespräch eines längeren Beratungsprozesses. Die formale Struktur als roten Faden zu nutzen, macht nach meiner Erfahrung für viele Energieberater aber in den meisten Fällen Sinn.

Kundenorientierte Gespräche in vier Phasen

Phase 1: Einen klaren Rahmen schaffen

Diese Phase dient der Kontaktaufnahme. Handelt es sich um ein Erstgespräch, stellen Sie sich und Ihren fachlichen Hintergrund als Energieberater kurz vor, um dem Kunden einen guten Eindruck davon zu vermitteln, wem er sich mit seinem Anliegen anvertraut. Immer geht es in dieser Phase darum, für den Kunden eine klare Orientierung über Gegenstand, Ablauf und Zeitrahmen des Gesprächs zu liefern. Sie skizzieren also kurz, was das Ziel des heutigen Gesprächs ist, welche Themen angesprochen werden und wie sie vorgehen wollen (z.B. durch das Haus zu gehen). Außerdem benennen Sie den Zeitrahmen, den Sie für das Gespräch eingeplant haben.

Entscheidend ist nun, dass Sie sich dafür das Einverständnis vom Kunden holen. Etwa so: „Für das Gespräch habe ich eine Stunde Zeit eingeplant. Haben Sie auch so viel Zeit?“ Diese gemeinsame Vereinbarung über den Zeitrahmen können Sie später nutzen, um den Kunden „einzufangen“, sollte er zu lange vom eigentlichen Gesprächsgegenstand abweichen oder das Gespräch sich an einem Thema festhaken. Etwa so: „Herr Müller, ich finde Ihre Ausführungen wirklich interessant, allerdings befürchte ich, dass wir in der uns zur Verfügung stehenden Zeit nicht zu unserem Ziel kommen. Daher schlage ich vor, dass wir uns wieder dem Thema ... zuwenden.“ Oder: „Wir haben uns jetzt schon lange mit dem Thema ... beschäftigt. Mir wäre wichtig, dass wir in der zur Verfügung stehenden Zeit auch noch auf ... eingehen. Sind Sie einverstanden, dass wir weitergehen?“ Sie beteiligen den Kunden auf diese Weise an der Entscheidung, wie die zur Verfügung stehende Zeit genutzt wird.



© Susanne Lörx

Das Spannungsfeld zwischen den drei typischen Anforderungen bei Energieberatungs-Gesprächen.



Gebäude

Energieberater

Energieberater gesucht?

Für Ihre **Stellenanzeige** finden Sie hier das richtige Umfeld.

Mit Ihrer Anzeige im Gebäude-Energieberater treffen Sie auf 10.000 kompetente Fachleute.

Alle gedruckten Stellenanzeigen stehen **ohne weitere Kosten** für zwei Monate **online** auf www.geb-info.de

Konkrete Informationen erhalten Sie gerne auch telefonisch.

Ihre Ansprechpartnerin:
Bettina Mayer

☎ 0711/63672-836

✉ mayer@gentner.de

Vier Phasen der kundenorientierten Gesprächsführung

1. Einen klaren Rahmen schaffen

- Kontaktaufnahme, Begrüßung
- Im Erstgespräch: kurze Vorstellung des eigenen fachlichen Hintergrunds
- Ziele, Inhalte und geplanter Ablauf des heutigen Gesprächs
- Zeitrahmen vereinbaren

2. Die Interessen des Kunden erkunden

Fragen nach den

- Interessen
- Erfahrungen
- Zielen
- Rahmenbedingungen

3. Informationen vermitteln und Sichtweisen austauschen

Dialog herstellen, ständiger Wechsel von Information und Reaktion des Kunden:

- Hinweise und Tipps, wo und wie Energie gespart werden kann
- Nachfragen, ob alles verstanden wurde
- Kunden zu Reaktionen auf Empfehlungen auffordern
- Unterschiedliche Sichtweisen aufgreifen und gezielt darauf eingehen

4. Einen klaren Abschluss mit konkreten Perspektiven schaffen

- Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse
- Hinweis auf die möglichen nächsten Schritte des Kunden
- Ggf. Hinweis darauf, was Sie als Berater jetzt als nächstes tun
- Feedback einholen

© Susanne Lörx

Das Phasenmodell kann als „innerer Leitfaden“ für die Strukturierung jedes Energieberatungsgesprächs dienen.

Phase 2: Die Interessen des Kunden erkunden

Diese Phase dient dazu, dass Sie als Berater ihren Kunden oder ihre Kundin kennenlernen. Sie ist besonders wichtig, denn hier bauen Sie einen guten Kontakt auf und schaffen sich selbst die Voraussetzungen, Ihre Beratung gezielt auf den Kunden ausrichten zu können. Nach meiner Erfahrung vernachlässigen viele Energieberater diesen Aspekt, sie geben schnell viele Informationen oder fragen vor allem nach Gebäude- und Verbrauchsdaten. Daher meine Empfehlung: nehmen Sie sich gezielt vor, nach der beschriebenen Gesprächseröffnung in Phase 1 Ihrem Kunden zunächst Fragen zu stellen, welche Wünsche und Erwartungen er an die Beratung hat. Hier finden Sie einige Beispiele:

- „Auf welche Fragen möchten Sie am Ende unseres Gesprächs eine Antwort erhalten haben?“
- „Gibt es Themen, zu denen Sie sich von mir insbesondere Informationen wünschen?“
- „Haben Sie schon einmal eine Energieberatung erhalten?“
- „Haben Sie schon Ideen oder konkrete Planungen, was Sie an Ihrem Haus verändern wollen?“
- „Was hat dazu geführt, dass Sie gerade jetzt eine Energieberatung in Anspruch nehmen?“

Phase 3: Infos vermitteln und Sichtweisen austauschen

In dieser Phase ist Ihr Expertenwissen gefragt. Sie informieren, durch welche Maßnahmen Energie gespart werden kann. Hier fühlen sich die meisten Energieberater zu Hause. Manche erliegen dabei der Verführung, ihre Kundinnen und Kunden mit Sachinformationen und Argumenten zu überschütten. Achten Sie darauf, dass Sie keinen Monolog zu führen, laden

Sie bewusst zu einem Dialog ein. Vergewissern Sie sich immer wieder, ob Sie verstanden werden, z.B. so: „Habe ich mich verständlich ausgedrückt?“ Oder: „Haben Sie dazu noch Fragen?“

Fordern Sie Ihre Kunden gezielt zu Reaktionen auf Ihre Empfehlungen auf, z.B.: „Was halten Sie davon?“ Oder: „Könnten Sie sich vorstellen, XY umzusetzen?“ Bei Meinungsverschiedenheiten sollten Sie den Kampf um Positionen vermeiden. Ihre Aufgabe kann nicht sein, den Kunden von Ihrer vermeintlich richtigen Lösung zu überzeugen. Sie sollen und können ihn mit Ihrem Fachwissen „nur“ darin unterstützen, eine für ihn gute Lösung zu finden. (Siehe dazu auch den Artikel [☛ „Sackgassen im Gespräch entgehen – Kommunikationsfallen in der Energieberatung“](#) im GEB 01/2015 Seite 60 ff.)

Phase 4: Einen klaren Abschluss mit Perspektiven schaffen

In dieser Phase geht es vor allem darum, die wichtigsten Ergebnisse der Beratung noch einmal so zusammenzufassen, dass klar ist, was der Kunde nun konkret tun kann. Benennen Sie noch einmal, was die zentralen Maßnahmen sind, die Sie für sinnvoll halten und die der

Kunde in Phase 3 auch in Erwägung gezogen hat. Weisen Sie darauf hin, was ausgehend von diesem Gespräch die nächsten konkreten Schritte sein können, die der Kunde gehen kann. Wenn Sie als Energieberater im Anschluss an das Gespräch noch etwas für den Kunden tun, weisen Sie ihn darauf hin, was Ihre eigenen nächsten Schritte sind und in welchem Zeitraum Sie sie gehen werden.

Ich empfehle außerdem, zum Abschluss noch ein Feedback einzuholen, z.B. so: „Wir sind jetzt also am Ende angekommen. Wie hat Ihnen das Gespräch gefallen? Was haben Sie daraus mitnehmen können?“ Sie geben dem Kunden dadurch Gelegenheit, für sich kurz Bilanz zu ziehen, neue Erkenntnisse zu benennen oder ggf. kritische Anmerkungen zu machen. Als Energieberater erhalten Sie so die Möglichkeit, eventuelle Irritationen noch auszuräumen. Positives Feedback tut gut und stärkt Ihre Motivation. Sie erhalten also hilfreiche Rückmeldungen, aus denen Sie für die Zukunft lernen können oder Bestätigung erhalten. ■

Susanne Lörx

ist Diplom-Sozialwissenschaftlerin, Kommunikationspsychologin und zertifizierte Mediatorin. Sie arbeitet seit 1998 als selbstständige Beraterin, Trainerin und Coach (www.loerx.de). Seit vielen Jahren führt sie Kommunikationstrainings für Energieberater durch.

