

Sackgassen im Gespräch entgehen

KOMMUNIKATIONSFALLEN IN DER ENERGIEBERATUNG Ganz gleich, ob es um Gewerbeobjekte, private Wohnhäuser oder kommunale Energiesparprojekte geht – eine gute Kommunikation ist ausschlaggebend für den Erfolg jeder Energieberatung. In welche typischen Fallen Sie dabei tappen können und wie Sie wieder herausfinden, lesen Sie hier. Susanne Lörx

Das folgende reale Beispiel erlebte ich als Kommunikationsberaterin in einem kommunalen Projekt mit. Dessen Ziel war es, in Krankenhäusern mit nicht- und geringinvestiven Maßnahmen Energie zu sparen. Ein Energieberater hatte ein Energiegutachten für ein Krankenhaus erstellt und präsentierte es vor dem dreiköpfigen Team der Haustechniker. Am Ende der Besprechung sollte beschlossen werden, welche der vorgeschlagenen Maßnahmen tatsächlich in Angriff genommen werden. Der wichtigste Vorschlag des Beraters war, nachts die Heiztemperatur abzusenken. Mit sehr geringem Aufwand seien dadurch hohe Einsparungen zu erreichen. Der Chef der drei Haustechniker reagierte schnell: „Das geht bei uns nicht! Das haben wir schon probiert.“ Der Energieberater legte mit Argumenten nach, doch die Reaktion auf Haustechnikerseite blieb: „Das geht bei uns nicht!“ Schließlich entfuhr dem Energieberater der Satz: „Woanders geht es ja auch!“ Die Kommunikation war damit in einer Sackgasse gelandet.

Wer jetzt vielleicht kopfschüttelnd vermutet, so etwas könne ihm nicht passieren, der wird im folgenden einige Kommunikationsfallen entdecken, in die nach meiner Erfahrung viele Energieberater das eine oder andere Mal tappen. Schauen Sie doch mal, ob Sie sich an manchen Stellen wiedererkennen.

Die Überzeugungs-Falle

Gerade engagierte Energieberater, die von ihrem Beratungsinhalt – der Energieeffizienz – selbst begeistert sind, erliegen manchmal der Verführung, ihre Kunden von der vermeintlich „besten“ Lösung überzeugen zu wollen. Doch dadurch riskieren sie, die Kunden in eine innere Abwehrhaltung zu bringen. Denn je mehr der Berater zu überzeugen versucht, umso mehr entsteht auf Kundenseite der Eindruck, dem Berater gehe es weniger um ihr Anliegen als darum, sie

zu etwas zu „überreden“. Bei vielen Menschen leuchtet ein innerer Alarm auf, der „Vorsicht!“ signalisiert. Das Ergebnis: der Kunde geht innerlich auf Distanz und blockt die „Überredungskünste“ des Beraters ab.

Um nicht in diese „Überzeugungs-falle“ zu tappen, ist folgende innere Haltung in der Energieberatung hilfreich: Ihre Aufgabe als Energieberater ist es, Ihre Kunden bei der Entscheidungsfindung zu unterstützen, was sie tun wollen, um Energie zu sparen. In die Entscheidung der Kunden gehen viele verschiedene individuelle Sichtweisen und Interessen ein. Als Energieberater erweitern Sie mit Ihrem Fachwissen die Perspektive Ihrer Kunden. Ihre Perspektive als Berater ist dabei nur eine mögliche, nicht „die einzig Richtige“.

Im beschriebenen Beispiel hatte der Berater genau diese innere Haltung nicht oder zumindest aus dem Auge verloren. Er war überzeugt, zu wissen, was gut für die anderen ist und schenkte den bestehenden Bedenken der Haustechniker daher auch keine Aufmerksamkeit.

Die Argumente-Falle

Sie ist mit der „Überzeugungs-Falle“ verwandt. Die „Argumente-Falle“ besteht aus einer unproduktiven Gesprächsdynamik. Jeder, der mit anderen unterschiedliche Meinungen austauscht, dürfte schon einmal hineing geraten sein: Zwei Personen mit tatsächlich oder scheinbar konträren Positionen verwickeln sich in einen Dialog. Jede Seite beharrt auf der eigenen Meinung. Beide führen Argument um Argument für ihre Sichtweise ins Feld, hören sich gegenseitig aber kaum mehr zu, weil sie innerlich schon nach neuen eigenen Argumenten suchen, während die Gegenseite noch argumentiert. Ein solches Gespräch bleibt völlig unproduktiv, weil die Beteiligten sich keinen Millimeter aufeinander zu, sondern eher immer weiter voneinander weg bewegen.

Wenn Sie während einer Energieberatung in einen solchen „Argumente-Kampf“ geraten, hilft nur:

Auf die innere Haltung kommt es an



Bild: Thinkstock/dtv2

aufhören zu argumentieren und stattdessen fragen und zuhören: Wie kommt der Kunde zu seiner Auffassung? Welche Erfahrungen stecken dahinter? Was ist dem Kunden wichtig: will er z.B. lieber in eine Solaranlage investieren anstatt in eine aus energetischer Sicht effizientere Wärmedämmung? Wenn Sie so fragen und zuhören, lernen Sie die Interessen des Kunden kennen, die hinter seinen Positionen stecken. Das ermöglicht Ihnen, mit ihm zusammen nach einer für ihn guten Lösung zu suchen, statt gegen ihn um vermeintliches „Recht-Haben“ zu kämpfen. Sie durchbrechen durch Fragen und Zuhören die unproduktive Gesprächsdynamik. Sie laden Ihr Gegenüber bildlich gesprochen ein, sich zusammen mit Ihnen aus den „Argumente-Gräben“ heraus und aufeinander zu bewegen.

Fragen und zuhören statt kämpfen

Auch in unserem Beispiel steckten Energieberater und Haustechniker in der unproduktiven „Argumente-Falle“ fest. In Bewegung brachte eine ebenfalls anwesende Energieberaterin die verfahren Situation: Sie fragte die Haustechniker schlicht: „Welche Erfahrungen haben Sie denn gemacht?“ Sofort entstand eine andere Dynamik. Die Haustechniker berichteten, sich vor geraumer Zeit mit der Nachtabenkung der Heiztemperatur üblen Ärger sowohl mit Nachtschwestern als auch Ärzten eingehandelt zu haben. Im weiteren Gesprächsverlauf war es dann möglich, gemeinsam nach alternativen Lösungen zu suchen.

Die Sachlichkeits-Falle

In Energieberatungsgesprächen geht es um die Sache: Was kann getan werden, um Energie zu sparen? Doch mit den Sachinformationen vermitteln Sie als Energieberater/in immer auch – ob gewollt oder ungewollt, bewusst oder unbewusst – in welcher Beziehung Sie zu Ihren Kunden stehen, was Sie von ihnen halten. Diese Erkenntnis der Kommunikationspsychologie gilt universell: Man kann nicht kommunizieren, ohne eine Beziehungsbotschaft zu senden, sei der eigentliche Gesprächsinhalt noch so sachlich. Dabei macht oft der „Ton die Musik“: So hängt die Beziehungsbotschaft im Satz „Ich erkläre es Ihnen gerne noch einmal ...“ entscheidend davon ab, ob er authentisch freundlich oder – vielleicht sogar unbeabsichtigt – genervt ausgesprochen wird. Gerade bei Menschen mit technischem Hintergrund wird diese Ebene der Kommunikation oft nicht bewusst wahrgenommen oder unterschätzt. Entstehen dann im Gespräch Störungen auf der Beziehungsebene, bleibt das un bemerkt. Der Konflikt wird auf der Sachebene ausgetragen und kann dort nicht geklärt werden, weil er dort nicht verursacht ist.

In unserem Beispiel war die Beziehung zwischen Energieberater und Haustechnikern deutlich gestört. Diese fühlten sich – zurecht – vom Berater mit ihren Erfahrungen nicht gesehen und ernst genommen. Sein Beharren auf seiner Position musste auf sie besserwieserisch wirken. Sein Satz „Woanders geht es ja auch!“ enthielt die Unterstellung, ihnen mangle es an Einsicht und gutem Willen. Der Energieberater nahm nicht wahr, was er auf der Beziehungsebene angerichtet hatte und blieb „ganz sachlich“ dabei, seine Argumente zu wiederholen. Vermutlich fühlte auch er sich von den Haustechnikern nicht ernst genommen und in sei-

ner fachlichen Autorität – also auf der Beziehungsebene – angegriffen. In der Folge nahm eine unterschwellige Vorwurfshaltung in seiner „rein sachlichen“ Argumentation zu. Die Frage der Energieberaterin nach den Erfahrungen der Haustechniker wirkte auch auf der Beziehungsebene heilsam: Die Haustechniker fühlten sich endlich gesehen und ernst genommen, das Gespräch konnte – erst jetzt – auf der Sachebene wieder vorankommen.

Die „Erste Hilfe“ gegen die Sachlichkeits-Falle ist also wieder das Fragen und Zuhören. Beides macht einen großen Teil in einer tatsächlich an den Interessen des Kunden ausgerichteten Beratung aus.

Beziehungs- und Selbstkompetenz stärken

Doch es geht um mehr, als um die Anwendung beziehungsfördernder Gesprächstechniken: Energieberater brauchen Sensibilität für die Beziehungsebene in der Kommunikation. Beziehungskompetenz beinhaltet Selbstkenntnis und die Kompetenz, sich selbst zu steuern: Was ist mein Rollenverständnis als Energieberater und welche Beziehung zum Kunden schaffe ich damit? Welche Beziehungsbotschaften vermittele ich durch meine Art zu beraten? Was sind meine eigenen „roten Knöpfe“ im Umgang mit Kunden, auf welches Verhalten reagiere ich empfindlich?

Vielleicht beobachten Sie sich selbst in Ihren nächsten Energieberatungsgesprächen einmal dazu. Sehr hilfreich kann es auch sein, sich Feedback von Kunden oder Kolleginnen und Kollegen einzuholen.

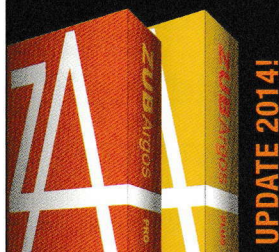
Gezielte Weiterbildung zu diesen Fragen gehört ebenso zur Qualitätssicherung der Energieberatung wie Fortbildungen zu neuen Normen und Techniken. Denn: In erster Linie ist Energieberatung Kommunikation. ■

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, u. a. im Rahmen der **Aktion „Energiekarawane“** (siehe Seite 34 in diesem Heft).



ZUB Argos 2014 – Die Software für EnEV, KfW und Passivhaus



Highlights: schnelle Wärmebrückenberechnung (Ψ -Wert), echte CAD Oberfläche und Datenimport, Nachweis Mindestwärmeschutz (f -Wert), Schnittstelle Energieberatungssoftware **Power-Update 2014:** Wärmeflussdarstellung – Auswirkungen von Wärmebrücken grafisch intuitiv erkennen, Effekte von Wärmeeinträgen berechnen und visualisieren (Wand- und Fußbodenheizung, Rohre)
4 Wochen kostenlos testen!

ZUB Systems
www.zub-systems.de

BAU 2015 • 19. – 24. Januar • München • Halle C3 • Stand 634 B