

# Kommunikation ist Geduldsache = La communication est une histoire de patience

Autor(en): **Senn, Patrick**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Bulletin.ch : Fachzeitschrift und Verbandsinformationen von  
Electrosuisse, VSE = revue spécialisée et informations des  
associations Electrosuisse, AES**

Band (Jahr): **104 (2013)**

Heft 8

PDF erstellt am: **20.09.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-856517>

## **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

## **Haftungsausschluss**

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

# Kommunikation ist Geduldssache



**Patrick Senn,**  
Managing Partner  
der comperts AG  
und Kommuni-  
kationscoach

Mit der Energiewende ist es wieder da: das Bild der bösen Strombarone, das kraftvoll in Szene gesetzt wird. Selbsternannte Experten wissen plötzlich alles besser – frei nach dem Motto: von nichts eine Ahnung, aber zu allem eine Meinung. Und setzen die Strombranche in der Öffentlichkeit unter Druck.

Viele Versorgungsunternehmen haben in den letzten Wochen und Monaten kommunikativ nachgerüstet. Marketingabteilungen entwerfen neue Ideen. CEOs stehen auf politischen Podien Red und Antwort und kümmern sich darum, in ihren Tageszeitungen als Gast-Kommentatoren Gehör zu finden.

Das ist aus meiner Sicht als Kommunikations-Coach erfreulich. Dabei begegne ich aber auch oft Verunsicherung und Resignation. Die Meinungen seien festgefahren, wider besseres Wissen würden Unwahrheiten erzählt, und vielen gehe es gar nicht um eine ganzheitliche Sicht, sondern nur darum, ihr eigenes Süppchen zu kochen. Kein Wunder, dass manch einer fragt, was denn nun der Auf-

tritt im «Leuen» gebracht hat, wenn ihm doch nur Unverständnis entgegenbrandet und die Menschen einen atomstromfreien, lokal produzierten, nachhaltigen Strommix wünschen, der bitte nur die Hälfte des heutigen (natürlich viel zu hohen) Preises kosten dürfe und selbstredend ohne jeglichen Eingriff in Landschaft oder Ortsbild produziert werden muss.

Der Frust nach solchen Erfahrungen ist nachvollziehbar. Gleichwohl müssen wir uns bewusst sein: Kommunikation IST oft eine undankbare und mühselige Angelegenheit. Menschen ändern Positionen, die sie einmal eingenommen haben, nur ungern. – Wer heute klüger ist, muss gestern dumm gewesen sein, sagen sich viele. Und wer will das schon einräumen?

Das muss uns immer bewusst sein. Jemandes Position an einem Abend und mit einem Auftritt um 180 Grad zu drehen, gelingt auch dem professionellsten Kommunikator nicht. Der Erfolg kommt schrittweise und erst über Zeit. Zentral ist deshalb, auch nach schwierigen Auftritten nicht aufzugeben und von neuem Mut zu fassen. Geerntet wird vielleicht erst übermorgen.

## La communication est une histoire de patience

**Patrick Senn**  
Managing Partner de  
comperts SA et  
coach en communi-  
cation

Le tournant énergétique est de retour : l'image des méchants barons de l'électricité est à nouveau portée au-devant de la scène. Les soi-disant experts savent tout-à-coup tout mieux que les autres (aucune idée de rien, mais un avis sur tout) et mettent la branche électrique sous pression.

Au cours des dernières semaines et des derniers mois, de nombreuses entreprises d'approvisionnement se sont équipées en matière de communication. Les départements de marketing développent de nouvelles idées. Les directeurs participent à des tables rondes politiques et veillent à ce que leurs commentaires trouvent écho dans les journaux locaux.

De mon point de vue de coach en communication, c'est très réjouissant. Je rencontre toutefois souvent l'insécurité et la résignation. Les avis s'enlisent, des contre-vérités sont racontées par manque de connaissances. Pour beaucoup, il n'en va pas d'une vue d'ensemble globale, mais plus de faire sa petite cuisine dans son coin. Pas étonnant donc que certains se demandent ce qu'a apporté l'apparition au

bistrot du coin si seule l'incompréhension était au rendez-vous, que les gens souhaitent un mix électrique durable, produit au niveau local et non nucléaire et, si possible, pour la moitié du prix actuel (évidemment beaucoup trop haut) et, cela va de soi, sans aucune intervention sur le paysage et les sites existants.

La frustration après de telles expériences est compréhensible. Néanmoins, nous devons être conscients que la communication EST souvent ingrate et pénible. Les gens ne reviennent qu'à contrecœur sur leurs positions. Beaucoup se disent que si on est plus intelligent aujourd'hui, c'est qu'on était bête hier. Qui souhaite admettre chose pareille?

Il faut toujours garder à l'esprit que même le communicateur le plus professionnel n'arrive pas en un soir à faire changer quelqu'un d'avis de 180 degrés. Le succès vient petit à petit et avec le temps. C'est pourquoi il est essentiel de ne pas abandonner après des apparitions difficiles en public et de garder courage. Il se peut que les fruits ne soient récoltés que le surlendemain.