

# ***Mediation und Dienstleistungsmarketing - ein gestörtes Verhältnis?***

*Vortrag im Rahmen des Verein für Integrierte Mediation Österreich*

***Mag.(FH) Georg Engel, DSA***

## ***Kurzvorstellung Georg Engel***

### **Berufserfahrung:**

- 17 Jahre Beratung&Training und Management, Unternehmensberatung (Marketing&Kommunikation)
- 15 Jahre Leitungserfahrung in soziale NPO
- 5 Jahre Agenturerfahrung Marketing
- 6 Jahre Lehrtätigkeit FHWien
- 1 Jahre Leitungserfahrung FHWien (Bildungs-NPO)

### **Ausbildungen:**

- Eingetragener Mediator
- Mag.(FH) wirtschaftswissens. Berufe (Kommunikationswirtschaft)
- Sozialmanagement und Marketing
- Diplomierter Sozialarbeiter
- HTL-Möbel-/Innenausbau

## **Persönliches Vorverständnis**

- (Dienstleistungs)marketing als Erfolgsfaktor für (fast) jede Art Unternehmung
  - Jahrelange Erfahrung in der Begleitung mediativer/partizipativer Prozesse (UVP-Verfahren Infrastrukturprojekte)
  - Mediation immer noch „unbekannt“ bzw. selten eingesetzt
- ➔ Studie „Neutralität und Allparteilichkeit als zentrale Versprechen der Dienstleistung Mediation“

## **Inhalte**

- Eckdaten der Studie
- Unabhängigkeit, Unparteilichkeit, Neutralität und Allparteilichkeit in der Literatur
- Mediation aus Perspektive des Dienstleistungsmarketings
- Ergebnisse der Studie
- Mögliche Schlussfolgerungen

## Zentrales Prinzip der Mediation - Begriffe in der Literatur

Unabhängigkeit	Unparteilichkeit	Neutralität	Allparteilichkeit
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Persönlich (Nicht Experte, Wertfrei)</li> <li>▪ strukturell (kein Naheverhältnis, Arbeitsverhältnis)</li> <li>▪ finanziell (von beiden Parteien finanziert)</li> </ul>	subjektiv nicht Partei	neutral gegenüber <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Personen</li> <li>▪ Problemen</li> <li>▪ Symptomen</li> <li>▪ Ideen</li> </ul> <i>(jurist. background)</i>  neugierig gegen über dem System <i>(therap. background)</i>	multiple Parteilichkeit, gleichmäßig nahe

## Mediation als Dienstleistung (DL)

### Allgemeine DL-Merkmale:

- uno actu Prinzip
- Kunde als externer Faktor
- Immateriell → Tangibilisierung notwendig

### DL-Dimensionen:

Potential - Prozess - Ergebnis

### Einordnung der Mediation als DL:

- Persönliche DL an Menschen
- eher ergebnisorientiert als prozessorientiert
- fähigkeitsintensiv

## ***Eckdaten der Studie***

### **Sample:**

eingetragene MediatorInnen / Liste BMfJ  
 1317 Wirtschafts- und UmweltmediatorInnen  
 → bereinigt: **1146**

### **Rücklauf:**

271  
 davon 188 **16,4%** vollständig ausgefüllte Fragebögen

### **vertretene Berufsgruppen (nach dem Selbstverständnis):**

15,50%	UnternehmensberaterInnen
15,50%	JuristInnen
9,90%	TrainerInnen
6,27%	Coaches
5,17%	PädagogInnen
21,03%	Andere (Journalist, Immobilientreuhänder etc.)

## ***Selbstverständnis der Befragten***

### **Selbstverständnis/Tätigkeitsschwerpunkt**

62,23%	eher WirtschaftsmediatorInnen
6,38%	eher UmweltmediatorInnen
17,02%	sowohl als auch
14,36%	weder noch

### **Beschreibung der Rolle des Mediators (16 mögl. Kombinationen)**

35,48%	allparteilich
22,58%	neutral und allparteilich
12,37%	unabhängig und allparteilich
4,30%	unabhängig - unparteilich - neutral - allparteilich
3,76%	unparteilich - neutral
3,23%	unabhängig - neutral - allparteilich

## Zentrale Fragestellung

Wenn Unabhängigkeit/Unparteilichkeit/Neutralität/Allparteilichkeit die zentralen Prinzipien der Mediation bzw. Eigenschaften des Mediators/der Mediatorin sind und Mediation als Dienstleistung verstanden werden kann, woran erkennen dann die KundInnen, dass der Mediator/die Mediatorin sich diesem Prinzip entsprechend verhalten?

**Welche (Tangibilisierungs)Maßnahmen setzen MediatorInnen, um das zentrale Leistungsversprechen für ihr KundInnen greifbar zu machen?**

## Ergebnisse - Maßnahmen zum Dienstleistungspotential

Maßnahmen Vorweg/zu Beginn	Unabhängigkeit	Unparteilichkeit	Neutralität	Allparteilichkeit
Quellberuf	3	1	1	
selbstständig (im Gegensatz zu angestellt)	5	5		
eigene Haltung (Lösungsoffen etc.)	4	3	4	5
Supervision/Selbstreflexion	1			3
Co-Mediation		3		2
Prinzip(ien) erklären: vor/während	6	<b>8</b>	4	<b>20</b>
Regeln erklären	2	2		2
Rolle erklären, transparent machen	<b>15</b>		4	9
(schriftliche) Vereinbarung	1	1		
Bezahlung 50:50/Auftraggeber klar	8			1
Beispiel bringen	1			1

## Interpretation

- Quellberufe und Selbständigkeit dokumentieren zentrale Leistungseigenschaften mehr als Mediationsausbildung bzw. Liste des BMfJ?
- ➔ "mangelndes Selbstbewusstsein" oder Mediation noch zu unbekannt?
- Verbale Erklärung als zentrales Instrument - schriftliche Mediationsvereinbarung nur 2 mal genannt!
- ➔ Schriftlichkeit (Prospekt, Leistungsbeschreibung, Manual etc.) verpönt?

## Ergebnisse - Maßnahmen im Dienstleistungsprozess (1)

Während d. Mediation Kategorie: Gleich behandeln	Unabhängigkeit	Unparteilichkeit	Neutralität	Allparteilichkeit
allgemein gleich behandeln		2	9	<b>18</b>
gleich viel Raum und Zeit		<b>11</b>	3	<b>28</b>
gleiche Aufmerksamkeit/Zuwendung/ Empathie	<b>3</b>	8	6	<b>31</b>
gleiche Wertschätzung/Respekt/ Freundlichkeit	2	3	4	<b>13</b>
Körpersprache/Stimmelage/ Blickkontakt	2	2	2	9
gleichzeitige Anwesenheit (bzw. info)		3	1	2
Setting	1	2		
Argumente wertfrei aufnehmen		4	<b>11</b>	8
Betroffenheit transparent machen	1		2	2
eigene Meinung/Position aussparen	1	2	3	

## Interpretation

- Gleichviel Raum, Zeit und Zuwendung als primäres „greifbares“ Merkmal von Allparteilichkeit?
- ➔ Woran könnte man das „fest-machen“ - tangibilisieren?

## Ergebnisse - Maßnahmen im Dienstleistungsprozess (2)

Während d. Mediation Kategorie: Interventionstechnik	Unabhän- gigkeit	Unpartei- lichkeit	Neutral- ität	Allpartei- lichkeit
Paraphrasieren	1	1	2	5
Reframing	1			6
aktives Zuhören				5
Spiegeln		1	2	2
Fragetechniken		2	<b>3</b>	6
Verstehen fördern durch Zusammenfassen und "Übersetzen"	2	1	1	<b>13</b>
Rollentausch				2
für Transparenz sorgen	1	1	1	1
eigene Rolle abgrenzen bei Versuch(ung)en	1	4	2	3
Warnsystem (Auffordern Ungleichbehandlung anzusprechen)	<b>5</b>	<b>5</b>	2	6
Moderationstechniken			1	

## Interpretation

- „Verstehen fördern durch Zusammenfassen“ und "Übersetzen" zeigen Allparteilichkeit.
  - Der Einsatz von anderen Interventionstechniken vermittelt vermutlich Kompetenz und Fachlichkeit, aber macht er Neutralität/Allparteilichkeit deshalb auch greifbarer?
- ➔ Könnte es sinnvoll sein den Einsatz mancher Interventionstechniken in Bezug zum Prinzip der Mediation zu erklären?

## Ergebnisse - Maßnahmen im Dienstleistungsprozess (3)

Während d. Mediation Kategorie: Dokumentation	Unabhän- gigkeit	Unpartei- lichkeit	Neutral- ität	Allpartei- lichkeit
Flip, Protokolle			1	5

## Interpretation

- Flipplakate und Protokolle, die den Prozess (und ggf. die „Gleichbehandlung“) dokumentieren gehören zu den klassischen Tangibilisierungsinstrumenten, sind aber selten genannt.
- Wäre es hier nicht sinnvoll diese Instrumente auszubauen?

## Ergebnisse - Maßnahmen zum Dienstleistungsergebnis

Nach d. Mediation Ergebnis	Unabhän- gigkeit	Unpartei- lichkeit	Neutral- ität	Allpartei- lichkeit
unterschiedene Mediationsvereinbarung				1
Sicht der Medianden nach der Mediation	1		1	3

## **Interpretation**

- Ein erfolgreicher Abschluss in Form einer schriftlichen Vereinbarung ist zwar ein (selten genannter) Beleg für eine erfolgreich erbrachte Dienstleistung - aber nur indirekt für die allparteiliche Rolle des Mediators/der Mediatorin.
- ➔ Im Sinne einer „nach-Kauf-Bestätigung“ könnte man sich hier weitere Maßnahmen überlegen

## **Abschließende Schlussfolgerung und offene Fragen**

MediatorInnen tun noch sehr wenig um ihre Rolle bzw. die zentralen Leistungsversprechen der Mediation für ihre KundInnen greifbar bzw. tangibel zu machen. ➔ Hier besteht noch großes Potential

Mögliche Ursachen/offene Fragen:

- Selbstbewusstsein zu gering?
- Fehlendes Marketingverständnis?
- Verhältnis zu Dienstleistungsmarketing gestört?
- Ist ein Mehr an Tangibilisierung überhaupt möglich/notwendig?
- Etc.

Danke für Ihre Aufmerksamkeit !  
Haben Sie Antworten auf die Fragen?