

Die optimale Konfliktdienstleistung nachfragen

[Wissensmanagement](#) » Sie befinden sich auf einer Titelseite der Rubrik *Nachfrage* in der Wiki-Abteilung [Praxis](#). Hier geht es darum, wann Sie wie und welche Dienstleistungen rund um die Konfliktbeilegung anbieten und in Anspruch nehmen können.



[Praxis Nachfrage](#) [Prozess](#) [Produkte](#) [Wettbewerb](#) [Marketing](#) [Hürden](#) [Auftrag](#)

Worum es geht: Die Nachfrage und das Marketing der Mediation ist anders als gewohnt, so wie die Mediation anders ist. Es lohnt sich, die Unterschiede genauer zu untersuchen. Dafür stellt der [Thinktank Mediation](#) verschiedene Beiträge bereit. Es ist ein komplexes Thema, dem das Wiki einen ganzen Bereich widmet.

Übersicht

- [Ausgangslage](#)
- [Entscheidungshilfen](#)
- [Individualisierung](#)
- [Markteinflüsse](#)
- [Vollendung](#)
- [Bedeutung für die Mediation](#)

Jeder bekommt, was er braucht

Es ist leider nicht immer das, was man will.

[Inhalt](#) > [Weiterlesen \(Kosten\)](#)
▼ [Vertiefen \(Nachfrageprozess\)](#)

Einführung und Inhalt: Die Nachfrage nach Mediation ist auf ein Produkt (Wirtschaftsgut) gerichtet.

Unter einem Produkt sind nicht nur Waren, sondern auch Dienstleistungen zu verstehen. Idealerweise orientiert sich die anzubietende Dienstleistung wie jedes Produkt am [Bedarf](#) des Kunden. Können Sie den Bedarf bei einer Streit- oder Konfliktbeilegung korrekt einschätzen? Das ist sowohl auf der Anbieterseite, wie auf der Seite des Konsumenten gar nicht so einfach. Deshalb sollte der Bedarf nach der optimalen Hilfestellung im Konflikt hinterfragt werden. Die Grundregel lautet:

Aber was genau braucht die Person, die in einen Konflikt verwickelt ist, um ihn loszuwerden?

Das Naheliegende ist nicht immer das Richtige. Hinzu kommt ein breites, wenig transparentes Angebot an Dienstleistungen im Bereich der Konfliktbeilegung. Das macht es dem Kunden nicht leicht, sich zu orientieren. Fachliche Hilfe ist erforderlich, um den richtigen Weg zu weisen. [Wiki to Yes](#) möchte helfen, das passende Angebot zu unterbreiten und nachzufragen. Deshalb wird der Nachfrageproblematik ein eigener Bereich zur Verfügung gestellt, den Sie mit der [Marketingtour](#) durchlaufen können. Die wichtigsten Seiten dieses Bereichs ergibt die folgende Zusammenstellung:

Ausgangslage

Als Ausgangspunkt der Überlegungen soll zunächst ein Verständnis für den Nachfrageprozess geweckt werden.

Zielgruppen

Die Fragestellungen und die Themen ändern sich, je nach dem Hintergrund und der Rolle aus der das Angebot oder die Nachfrage resultieren. Das Umfeld von Anbieter und Konsument sollte auch eine Vorstellung von der Problematik haben. Die personenzentrierten Startseiten ergeben einen ersten Zugang zu den unterschiedlichen Sichten und den jeweiligen Fragestellungen.

Nachfrageprozess

Bis zur Beauftragung eines Dienstleisters (wie z.B. eines Mediators) kann ein langer, oft unterschätzter Weg liegen. Hier wird der Weg skizziert, damit Sie die folgenden Beiträge besser einordnen können und für die Stolpersteine sensibilisiert werden, die es zu überwinden gibt.

Clearing

Neutrale Untersuchung der Konfliktsituation mit dem Ziel, den richtigen Weg und das passende Verfahren herauszufinden.

Produktpalette

Die Mediation beschickt mehrerer Produkte

Marktlage

Marktbeobachtung und Marktlage, Erklärungsversuche für das Mediations-Paradoxon.

Entscheidungshilfen

Es ist ein Erfolgsgarant, wenn das passende Produkt gefunden wird. Die Vielfalt des Angebots macht die Suche nicht gerade leicht, zumal der Kunde eine Vorstellung vom zu wählenden Verfahren haben muss, um den dafür zuständigen Dienstleister zu finden. Das ist eine echte Herausforderung.

Entscheidungshilfen

Die [Tour durch eine Konfliktbeilegung](#) hat gezeigt, wieviele [Entscheidungen entlang eines Konfliktes](#) zu treffen sind. [Wiki to Yes](#) bietet eine Entscheidungshilfe (Nachfrage|Entscheidungshilfe), an denen sich nicht nur die Kunden, sondern auch die Dienstleister (Anbieter) orientieren können.

Konfliktnavigator

Der Konfliktnavigator bietet eine interaktive Hilfe bei der Suche nach der passenden Dienstleistung (Verfahren) zur Konfliktbeilegung an. Er soll zeigen, worauf es bei der zu wählenden oder der auszuführenden Dienstleistung ankommt, damit der Konflikt vollständig beigelegt werden kann.

Individualisierung

Es geht nicht um irgendein Produkt, sondern um das Produkt, das der Partei am besten weiterhelfen kann.

Bedarf

Die Kenntnis des Bedarfs zur Hilfeleistung bei der Konfliktbeilegung hilft bei der Wahl der passenden Dienstleistung. Was genau ist der Bedarf, den der Mediator oder die Mediatorin zu decken haben?

Nachfragehürden

Es ist nicht nur eine Partei, die sich für die Mediation entscheiden muss, sondern auch die gegnertische Partei. Es gibt aber noch mehr Hürden, die die Kunden überwinden müssen. Oft werden die Situation und die Dienstleistung falsch eingeschätzt.

Angebot

Das Angebot muss dem Bedarf entsprechen. Informieren Sie sich, wie ein korrektes Angebot zur Hilfe bei der Konfliktbeilegung und speziell der Mediation aussieht und welche **Irrtümer** dabei zu klären sind.

Markteinflüsse

Selbst wenn der Dienstleister das passende Produkt hat, muss er es verkaufen können. Bei dem versuch steht er nicht alleine und so wie der Wettbewerb zu besseren Leistungen inspiriert, steht er auch einer Entwicklung im Wege.

Wettbewerb

Das Helfersystem besteht aus vielen Angeboten und noch mehr Anbietern. Der Wettbewerb führt nicht gerade zu einer wechselseitigen Unterstützung. Das Wettbewerbsverhalten trägt zur Irritation des Kunden bei. Um die Herausforderungen des Wettbewerbs zu bewältigen, ist eine Kenntnis des **Marktes** und der möglichen **Marktes** erforderlich.

Marketing

Wie sag ich's meinen Kunden? Wenn die Mediation anderes ist, muss dann nicht auch ihre Vermarktung anders sein? Wie kann ein erklärungsbedürftiges low interest Product überhaupt kundengerecht vorgestellt und beworben werden?

Vollendung

So wie es bei der Nachfrage Probleme geben kann, kann es auch bei dem Zustandekommen zu Fragen und Irritationen kommen, die sich vermeiden lassen.

Auftrag

Zwischen der Werbung, dem Angebot und der letztendlichen Auftragserteilung liegen einige Schritte. Erschwerend kommt hinzu, dass die Mediation nicht nur EINEM Kunden zu verkaufen ist. Der Gegner muss dasselbe Produkt wollen. Parteien, die sich nicht einigen können, müssen sich also einig sein.

Bedeutung für die Mediation

Man muss den Markt kennen, um die Mediation korrekt einordnen zu können. Vor allen Dingen muss man genau hinschauen. Die Mediation entwickelt sich besser, als viele annehmen. Sie finden die Belege für diese Behauptung im Forschungsbereich des Thinktanks.

↓ Nachfrageprozess → Finanzierung

Hinweise und Fußnoten

Bitte beachten Sie die [Zitier -](#) und [Lizenzbestimmungen](#)

Bearbeitungsstand: 2025-02-05 15:55 / Version 127.

Alias: [Vermarktung](#), [Nachfrage](#)

Prüfvermerk: 

Weitere Beiträge zu dem Thema mit gleichen Schlagworten