

Infobox: Umgang mit Widerständen

Der Versuch, Mitarbeiter*innen zum Energiesparen zu motivieren, kann auf Widerstand treffen. Menschen können sich passiv verhalten (nicht mitmachen), offen widersprechen oder Prozesse blockieren. Die Gründe hierfür können auf ganz verschiedenen Ebenen liegen. Hier einige Beispiele:

Bereich des Widerstandes. Es wird nicht akzeptiert, dass...

- ... es einen Klimawandel gibt (Vordergründig: Konflikt über die Faktenlage und deren Bewertung)
- ... Menschen etwas dagegen tun können (Konflikt zur Wirksamkeit von Maßnahmen allgemein [„Antworteffizienz“])
- ... Menschen etwas dagegen tun müssen (Konflikt zur moralischen Verpflichtung, [„moralischen Norm“])
- ... im konkreten Falle wirksame Mittel eingesetzt werden (Konflikt zur Wirksamkeit konkreter Maßnahmen [„spez. Antworteffizienz“])
- ... die Organisation es ernst meint (Konflikt zur Glaubwürdigkeit einer Organisation)
- ... die Kolleg*innen mitmachen [Fehlende „kollektive Wirksamkeit“]
- ... man Selbst etwas tun kann (Konflikt zur Wirksamkeit des eigenen Handelns [„fehlende Selbstwirksamkeit“])
- ... man Selbst etwas tun soll („neben der Arbeit“, Wertung des geforderten Verhaltens als Freiheitseinschränkung oder Überforderung zusätzlich zu den bestehenden Aufgaben [„Reaktanz“])
- ... man Selbst nicht so handelt („umweltfreundlich“), wie man es eigentlich selbst will („Gewissenskonflikt“, [„Dissonanz“])
- ... der Arbeitgeber überhaupt etwas von mir will („Stellvertreterkonflikt“)
- ... die Kampagne so umgesetzt wird, wie sie umgesetzt wird

(z.B. Kritik „Materialverschwendung“, „Bevormundung“ etc.)

Patentlösungen für den Umgang mit Widerständen gibt es nicht, folgende Anregungen können aber helfen:

1. Mitarbeiter*innen in die Planung einbeziehen („Lösungen selber zu entwickeln“, z.B. im Rahmen des Initialworkshops)
2. Sichtweisen der Betroffenen und deren Hintergründe kennen zu lernen und ernst zu nehmen, gemeinsam nach möglichen Lösungen suchen
3. Informationen über die inhaltliche Begründung der Kampagne vermitteln
4. Wirksamkeit von Maßnahmen an Beispielen/Daten aufzeigen
5. Verzicht darauf, ein schlechtes Gewissen zu vermitteln
6. Akzeptieren, dass nicht alle die Kampagne gut finden/mit machen.
7. Sich nicht entmutigen lassen, auch wenn über einzelne Aspekte „gemeckert“ wird. Spricht man eine große Gruppe von Menschen an, wird es (auch unangemessene, unsachliche) Kritik immer geben.
8. Wenn möglich, Beschwerden als „Chance“ begreifen, um zu verstehen, wo Probleme sind und wie man diese beheben kann.