

**S**ind Sie ein Mann? Haben Sie auch schon gehört, dass Frauen unter Landschaftsgärtnern und Planern als schwierige Klientel gelten? Ist Ihnen das sogar selber schon aufgefallen? Mir war es nicht nur neu, ich fand es auch sehr erstaunlich. Andererseits: je mehr ich mich mit Kolleginnen und Kollegen über die Arbeit austausche, desto mehr komme ich zu dem Schluss, dass Männer und Frauen unterschiedlich an die Gartenberatung herangehen. Und zwar auf beiden Seiten: Frauen beraten nicht wie Männer, und Kundinnen verhalten sich anders als Kunden.

### Authentisch in Auftritt und Beratung

Ich habe es schon lange als Tatsache akzeptiert, dass etwa 90% meiner Kunden weiblich sind, aber ich habe selten gefragt, warum das so ist. Weil Frauen glauben, dass eine Frau sie besser versteht, ihnen besser zuhört, ihnen keine unerwünschte Lösung aufs Auge drückt? All das finden sie bei mir natürlich, aber biete ich genau das, weil ich eine Frau bin? Sicher spielt hinein, dass ich bei meiner Geschäftsgründung überwiegend Frauen gefragt habe, was ihnen bei einer Gartenberatung wichtig wäre. Aber ich konnte diese Antworten auch nur deshalb annehmen, weil ich mich darin immer wiedergefunden habe. Wieder so ein Frauending: man selbst bleiben. Sich nicht ver-

### Gartenberatung

# Männer. Frauen. Gärten.

Frauen und Männer haben ganz unterschiedliche Ansätze, wenn es um die Gestaltung des Gartens geht, meint Bettina Hickel aus Kiel. In dem vorliegenden Beitrag wagt die Autorin eine sehr weibliche Sicht auf den Umgang mit Kundinnen und Kunden in der Gartenberatung. Eine kleine Lektion für männliche Experten in Sachen Grün, die sich mit ihrer Kundin verstehen wollen.

leugnen. Nur das verkaufen, woran eine glaubt. Ich kann nun einmal nichts anbieten, was nicht meins ist. Männer können das – sagt man. Aber Frauen merken das, und haben keine Lust, sich irgendetwas aufschwätzen zu lassen. Ein Mann erwartet dann vielleicht, dass die Frauen rebellieren oder sich offen beschweren. Die allerdings ziehen sich eher zurück und fragen nächstes Mal lieber eine Frau. Dies ist einer der Gründe, warum ich mit Absicht meinen Vornamen in Telefonbüchern, Gelben Seiten und Anzeigen angebe. Weil ich es für einen Vorteil halte und weil ich weiß: wer mich anruft, erwartet keinen Mann am Telefon. Was wiederum die Ursache dafür sein mag, weshalb viele Männer gar nicht erst anrufen: weil sie sich von einer Frau nichts sagen lassen wollen?

Auch beim Einsatz von Werbemitteln für meine Arbeit habe ich eine unterschiedliche Herangehensweise festgestellt: während Männer mir oft aggressive Werbung vorschlagen, verstehen Frauen, dass ich lieber die Qualität meiner Arbeit sprechen lasse, anstatt Sonderangebote anzubieten und auf jeder Modewelle mitzuschwimmen. Die Männer schütteln dann immer nur den Kopf und lassen mich wissen, dass ich mit dieser Ansicht wohl keine großen wirtschaftlichen Chancen hätte. Das mag für eine Männerwelt gelten, ich hingegen bleibe mir lieber treu, was meine Kundinnen wiederum schätzen.



Von Frau zu Frau läuft die Kommunikation anders als von Mann zu Frau oder von Mann zu Mann

### Leistung nicht verschenken

Ich erinnere mich noch sehr gut an die letzte Gartenberatung, die ich unentgeltlich gemacht habe. Das war einige Zeit vor meiner Selbstständigkeit, als ich noch nicht davon leben musste. Als ich nach den zwei Stunden nach Hause gefahren bin, habe ich mich gefragt, warum ich das eigentlich gratis gemacht hatte: es war meine Zeit, es waren meine kreativen Ideen und zufrieden war die Frau auch. Nachdem ich mir das klargemacht hatte, kannte ich auch meinen Wert. Was mir später zugute kam, als ich meine eigene Firma gründete und mir schwor, dass es Dumpingpreise nicht geben würde – womit ich anderen Frauen in dieser Situation sicherlich etwas voraus hatte.

Männer machen das anscheinend anders. Die verkaufen halb so gute Sachen schon früh für Geld, weil sie nie auf den Gedanken kämen, umsonst zu arbeiten. Hier könnten beide gut voneinander lernen: Frauen von Männern, dass es sich selten lohnt, die eigene Arbeitskraft zu verschenken (das gilt auch für viele Landschaftsgärtner, die immer noch Beratung oder sogar Planung verschenken ... Anm. der Red.). Männer von Frauen hingegen, dass nicht nur ihre Zeit Geld wert sein sollte, sondern auch das darin entstandene Produkt. Die oben erwähnte Gartenbesitzerin ist übrigens später noch einmal umgezogen und hat mich für ihr neues Grundstück als Gartenplanerin beauftragt, so dass sich diese erste Investition im Nachhinein doch gelohnt hatte.

## DIE AUTORIN

BETTINA  
HICKEL



studierte Landespflege in Höxter. Nach längeren Aufenthalten in Schottland und Niedersachsen lebt die Diplom-Ingenieurin heute in Kiel. Hier verbindet sie die Liebe zur Kommunikation und zum Garten in ihrer Arbeit als Gartenplanerin mit Schwerpunkt Gartenberatung.

## Nicht nur Fakten, Fakten, Fakten...

Ich habe gerne Frauen als Kundinnen. Sie haben beispielsweise kein Problem damit, wenn ich mal sage: „Das weiß ich jetzt im Detail nicht so genau. Aber ich schaue nach beziehungsweise erkundige mich und schicke Ihnen dann eine E-mail.“ Männer geben mir viel öfter das Gefühl, nicht kompetent genug zu sein. Außerdem gehört es zwischen Frauen einfach dazu, plötzlich – und nur scheinbar nebensächlich – über vollkommen andere Dinge zu sprechen, zwischendrin einen Tee zu kochen und über die Tassen hinweg weiter am Konzept zu feilen. Ein Plausch über das Haustier, ein ernst gemeintes Kompliment zur Inneneinrichtung: was Männer sich meist erst hart erarbeiten müssen, ist für mich als Frau selbstverständlich. Männer mögen solche Gespräche als Zeitverschwendung sehen, sie nützen jedoch dem Aufbau von Vertrauen und dem Einfühlen in das Gegenüber. Was nicht heißen soll, dass ich nicht auch gerne Männer als Kunden habe. Es ist nur meist ein unterschiedlicher Ansatz und eine vollkommen andere Gesprächsebene.

Der Vorteil schlechthin für die Frauen auf der Beraterseite ist die weibliche Sozialisation. Sogar durchaus selbstbewusste Frauen, die im täglichen Leben ihre Frau stehen, haben gelernt, zuzuhören, sich in andere hineinzusetzen und deren Probleme zu verstehen. Dieser täglich stattfindende Austausch ist fraglos ein Argument, mit dem Frauen punkten können. Während ich mein Geschäft aufgebaut habe, habe ich Freunde beiderlei Geschlechts, in erster Linie aber Freundinnen, um Hilfe bitten können. Ich konnte all meine Sorgen und Ängste artikulieren im Bewusstsein, dass da eine ist, die ganz Ohr ist, mich ernst nimmt und mir nicht die erste, sondern die bestmögliche Antwort gibt. Meine Freundinnen haben mir zu-

gehört und mich beraten, wie ich ihnen bei ähnlichen Gelegenheiten zugehört und sie beraten habe. Und im Grunde genommen ist es von der Herangehensweise kein Unterschied, ob ich einer Freundin in einer heiklen Lebenssituation Zuhörerinnen und Vertraute bin oder einer Kundin dasselbe für ihren Garten.

Bei Beratungen mit Ehepaaren kann es dadurch dann auch schon mal schwierig werden, wenn ich quasi gleichzeitig mit Männern und Frauen anders über die Dinge beziehungsweise über andere Dinge spreche. Solange man keinem das Gefühl gibt, mit ihm/ihr nicht zu können, ist das gar kein Problem. Zumindest bei „guten Ehepaaren“ führt dann derjenige, der im aktuellen Fall mit mir eine Wellenlänge hat, das Gespräch und referiert das hinterher der Partnerin, oder umgekehrt. Bei „schlechten Ehepaaren“ ist es hingegen ein Graus: die sind sich nämlich selbst nicht einig, und dann stehe ich da zwischen zwei Standpunkten, wo diese beiden sich noch nicht geeinigt haben, weil sie anscheinend selber keine gemeinsame Ebene finden können und mutmaßlich auch

mehr als nur dieses konkrete Gartenproblem im Raum steht. Da geht es mir allerdings nicht anders als den meisten in diesem Beruf, egal ob männlich oder weiblich.

Gleichwohl halte auch ich nicht alle Kundinnen grundsätzlich für unkompliziert. Vorwiegend weiblich sind meiner

## Auch die kleinen Wünsche ernstnehmen

Dafür sind Frauen dem ökologischen Standpunkt gegenüber meist offener und lassen sich viel eher davon überzeugen, ihre Pflanzen in einer Staudengärtnerei zu erwerben. Männliche Kunden hingegen neigen

„Frauen wollen weder eine **ABHANDLUNG** hören noch mit Vorschlägen überschüttet werden.“

Ansicht nach diejenigen, die alles im Garten horten. Eine gute Gärtnerin muss insoweit pragmatisch sein, dass sie sich ohne Skrupel von Pflanzen trennen kann.

Nichts finde ich schlimmer als Leute, die jeden Sämling, jede noch so unpassende geschenkte Pflanze irgendwo im Garten unterbringen. Für manches davon lässt sich mit viel Geschick ja noch ein passendes Eckchen finden, aber vieles ist einfach indiskutabel. Und erklären Sie das dann mal höflich Ihrer Kundin.

meines Erachtens dazu, gerne billig einzukaufen. Oder nur die Basisausstattung zu nehmen, als ob das Beiwerk nicht auch wichtig sei. Manchmal ist das Beiwerk das Wichtigste. Weshalb ich mitunter sogar denke, dass Frauen ihr Garten mehr bedeutet als Männern. Dass sie seelisch mehr mit ihm verbunden sind, so wie man ihnen (den Frauen) auch nachsagt, dass sie unbelebten Dingen einen Namen geben. Was sie ja auch tun: wenn eine Kundin mir sagt, dass ihre – in diesem Fall männliche – Statue einen Namen hat, dann wundert mich das nicht. Das ist dann eben ihr „David“, so wie die Trompete meiner Nachbarin „Berta“ heißt. Möglicherweise würde ein männlicher Gesprächspartner hier stutzen, sich unwohl fühlen oder denken, den Bezug zu dieser Frau nicht herstellen zu können beziehungsweise ihn gerade verloren zu haben. Genau dieser Bezug aber ist wichtig, damit die Frau sich in ihrer Auffassung von Garten ernst genommen fühlt, und zwar immer unter Berücksichtigung der emotionalen Ebene.

In der Tat: Frauen wollen in geschäftlichen Dingen ernst genommen werden. Wenn sie sagen, dass sie dies oder jenes nicht so recht wissen, wollen sie weder eine Abhandlung hören noch einfach mit Vorschlägen überschüttet werden. Ernst nehmen bedeutet auch, herauszubekommen, was die

### BERATUNGSGESPRÄCH

## Tipps für den Umgang mit Kundinnen

- Akzeptieren Sie die Tatsache, dass Frauen dazu neigen, vieles auf eine emotionale Ebene zu ziehen.
- Versuchen Sie, eine gemeinsame Wellenlänge zu schaffen - dies muss nicht über ein Gartenthema geschehen.
- Bemühen Sie sich, die Wünsche Ihres Gegenüber zu ergründen
- Schwäche zeigen ist erlaubt, weder Landschaftsplaner noch Landschaftsgärtner müssen auf alles eine Antwort haben.
- Scheuen Sie sich nicht, sich zeitweise auf die Ebene Ihrer Kundinnen zu begeben. Das bedeutet nicht unbedingt hinunter: manche Leute wissen mehr über einige Pflanzen als der Fachmann/die Fachfrau.
- Geben Sie den Kundinnen das Gefühl, dass kein Wunsch zu peinlich; keine Frage zu unprofessionell ist. Das muss nicht heißen, diesen Wünschen auch gerecht zu werden.
- Empfehlen Sie pflanzenhortenden Kundinnen einen Pflanzenflohmarkt in ihrer Nähe. Wenn es keinen gibt, ermuntern Sie die Kundin, selber einen ins Leben zu rufen.

Red

Kundin wirklich will, obwohl sie es möglicherweise nicht artikulieren kann. Wenn meine Auftraggeberin sagt, dass sie gerne Koniferen hätte, dann muss mich interessieren: will sie wirklich Koniferen, weil sie die mag? Oder weil sie etwas Immergrünes haben will und nichts anderes kennt? Weil sie einen Sichtschutz möchte und auf keine andere Idee kommt? Oder weil andere Leute ebenfalls Koniferen haben und gut finden? Sobald ich herausbekommen habe, was die Frau tatsächlich möchte, sehe ich zu, wie ich ihr die meiner Meinung nach beste Lösung ihres Problems nahebringen kann. Wenn sie tatsächlich Koniferen liebt, schaue ich, ob der Garten das aushält und erkläre ihr gegebenenfalls auch, dass das Grundstück zu klein ist, beziehungsweise der Nadelbaum zu den anderen Pflanzen, der Hausarchitektur oder der Umgebung einfach nicht passt. Dabei versuche ich nie, den Kunden etwas aufzuoktroyieren. Wahrscheinlich habe ich mich gerade deshalb für den Hausgartenbereich als Arbeitsplatz entschieden: mir macht es nicht nur Spaß, ich brauche es geradezu, dass meine Kundinnen eigene Ideen und Wünsche haben. Nur so kann ich mit ihnen zusammen eine Lösung finden.

## Die Kundin steht im Mittelpunkt

Zwar versuche ich, meine Argumente wirksam an die Frau

oder den Mann zu bringen und die Kunden planerisch in die von mir favorisierte Richtung zu lenken. Letztendlich zählt für mich bei meiner Arbeit jedoch, daß die Leute hinterher mit ihrem Garten glücklich und zufrieden sind. Auch wenn ich weiß, dass es möglich gewesen wäre, ihn schöner zu gestalten; doch darum geht es nicht. Kann es sein, dass Männer das nicht so leicht erkennen? Dass sie den schmalen Grat nicht sehen oder nicht gehen möchten, der darin besteht, dass die Kundin möglichst glücklich und der Garten möglichst schön wird? Als Frau sage ich dann nicht einfach: dann soll sie es halt so haben. Aber ich drücke ihr auch nicht eine Planung auf, die entweder nicht zu ihr passt oder mit der sie sich nicht identifizieren kann, und wenn der Garten hinterher noch so schön wäre.

Neulich habe ich den Fragenkatalog, den ich meinen Kundinnen und Kunden zur Gartenberatung vorlege, mit dem eines männlichen Kollegen verglichen. Der Fragebogen dieses Mannes ist zum Ankreuzen, meiner besteht aus offenen Fragen. Seiner geht (unterschwellig) davon aus, dass der Planer weiß, was für den Garten gut ist. Meiner basiert auf der Frage: was will die Kundin, was macht sie glücklich? Er fragt: was soll Ihr Garten kosten? Ich frage: wie viel Geld und Zeit können Sie erübrigen? Manch einer mag keinen großen Gegensatz feststellen, ich finde, gerade diese Nuancen zeigen die Verschiedenheit männlichen und weiblichen Herangehens an die Beratung.

Sind Sie ein Mann? Ist Ihnen schon aufgefallen, dass Frauen unter Landschaftsgärtnern und Planern als schwierige Klientel gelten? Dann sollte Ihnen dieser Artikel weitergeholfen haben. Nehmen Sie ihn nicht persönlich (obwohl Ihre Kundinnen eine persönliche Art haben), aber nehmen Sie ihn ernst (so wie Ihre Kundinnen ernst genommen werden wollen).

Text und Bild:  
**Bettina Hickel**, Kiel



Weitere Beiträge aus DEGA zum Thema Gartenberatung finden Sie auf [www.dega.de](http://www.dega.de) mit Hilfe der

### Webcodes:

Leistungsprofil des

Gartenberaters: **dega835**

Wann kommt der Gartenberater?:

**dega339**

Gartenplanung als Coaching:

**dega340**

Das Wünschebuch: **dega836**

Die 7 Archetypen: **dega842**