

Der Energieberater

*Wie im deutschen Energievertrieb Einkommen entsteht, und
warum die meisten es nach acht Monaten wieder verlieren*



Der Energieberater

*Wie im deutschen Energievertrieb Einkommen entsteht,
und warum die meisten es nach acht Monaten wieder ver-
lieren*

Der Energieberater. Wie im deutschen Energievertrieb Einkommen entsteht.

Ein Fachbuch für den Strom- und Gasvertrieb in Deutschland.

Ausgabe 2026, Version 1.0

Herausgeber und Autor: Yasin Özdemir, ENERGYO, Köln

y.oezdemir@energyo.de

www.energyo.de

Was dieses Buch ist, und was nicht. Dieses Buch ist Fachlektüre. Es ist kein Lehrgang, kein Kurs und keine Ausbildung. Es führt zu keinem Abschluss, zu keiner Prüfung und zu keinem Zertifikat; ENERGYO ist keine Bildungseinrichtung und vergibt keine Qualifikationsnachweise. Die Selbstkontrollen am Ende jedes Teils sind ausschließlich zur eigenen Überprüfung gedacht und werden nirgends bewertet.

Alle Rechte vorbehalten. Dieses Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Die Weitergabe, Vervielfältigung oder Veröffentlichung, auch auszugsweise, ist ohne schriftliche Zustimmung des Herausgebers unzulässig. Die Lizenz gilt für eine namentlich benannte Person.

Rechtlicher Hinweis. Dieses Buch ist ein Lehrmittel für den Energievertrieb. Es gibt den Rechts-, Markt- und Prozessstand nach bestem Wissen zum Redaktionsschluss im August 2026 wieder und stellt keine Rechtsberatung dar. Gesetzliche Vorschriften, Marktprozesse, Umlagen und Preisbestandteile ändern sich, in aller Regel zum 1. Januar eines jeden Jahres. Vor der Verwendung von Vertragsdokumenten, Vollmachten und Widerrufsbelehrungen ist eine anwaltliche Prüfung einzuholen. Für Entscheidungen, die auf Grundlage dieses Buches getroffen werden, übernimmt der Herausgeber keine Haftung.

Inhalt

Zum Anfang

Für wen dieses Buch geschrieben ist	7
Woraus in diesem Beruf Einkommen entsteht	9
Wie man mit diesem Buch arbeitet	11

Teil I – Das Fundament

1 Was du wirklich verkaufst	14
2 Wie der Markt gebaut ist	16
3 Woraus ein Strompreis besteht	19
4 Der politische Teil des Preises	21
5 Netzentgelte, warum die Postleitzahl mitrechnet	24
6 Zähler, MaLo, MeLo, die Identität einer Lieferstelle	26
7 Der Wechselprozess von der Unterschrift bis zum Lieferbeginn	29
8 Die Rechnung, die du im Kopf können musst	32
9 Grundpreis, Arbeitspreis, Preisgarantie, Bonus, Abschlag	34
10 Gas, was anders ist	37
Selbstkontrolle Teil I	39

Teil II – Der Kunde

11 Warum Menschen unterschreiben	41
12 Die sechs Ängste an der Tür	44
13 Vier Grundmuster von Kunden	46
14 Scham, Nichtwissen und die eigene Rechnung	48
15 Reaktanz, warum Druck das Gegenteil erzeugt	50
16 Vertrauen ist eine Mechanik, kein Gefühl	52
17 Sätze, die tragen. Sätze, die kippen	54

Selbstkontrolle Teil II	56
Teil III – Das Gespräch an der Tür	
18 Haltung: die Regeln vor dem ersten Klingeln	58
19 Phase 1 – Die Türöffnung	60
20 Phase 2 – Qualifizieren	62
21 Phase 3 – Analyse	64
22 Phase 4 – Präsentieren	66
23 Phase 5 – Abschluss und Abschlusskontrolle	68
24 Die vierzehn Tage danach	71
25 Gebiet, Rhythmus, Zahlen	73
Selbstkontrolle Teil III	76
Teil IV – Einwände	
26 Was ein Einwand wirklich ist	78
27 Die Einwandbibliothek	80
28 Der Spickzettel	86
Selbstkontrolle Teil IV	88
Teil V – Das Telefon	
29 Der Rechtsrahmen, der über allem steht	90
30 Was am Telefon anders ist	93
31 Das vollständige Telefonat	95
32 Dokumentation und Kennzahlen	98
Selbstkontrolle Teil V	100
Teil VI – Gewerbe	
33 Was Gewerbe grundsätzlich anders macht	102
34 Bäckerei, Metzgerei, Konditorei	105

35	Gastronomie und Hotellerie	107
36	Handwerk, Werkstatt, Dienstleistung	109
37	Hausverwaltung und WEG	111
38	Landwirtschaft und Gartenbau	116
39	Die Gewerbe-Datenaufnahme	118
	Selbstkontrolle Teil VI	119

Teil VII – Markt und Politik

40	Wie der Großhandelspreis entsteht	121
41	Warum Endkundenpreise verzögert reagieren	123
42	Was in einem Angebot wirklich steckt	125
43	Dreißig Jahre Energiepolitik in einem Kapitel	127
44	Smart Meter, § 14a EnWG und dynamische Tarife	129
45	Wärme, CO ₂ -Preis und die zweite Halbzeit	131
46	Ökostrom und Herkunftsnachweise	133
47	Warum Lieferanten ausfallen	135
48	Aktuell bleiben: das Morgenritual	137
	Selbstkontrolle Teil VII	139

Teil VIII – Compliance

49	Die roten Linien	141
50	Datenschutz im Außendienst	143
51	Die Qualitätssicherung richtig verstanden	145
52	Stornoprävention	147
	Selbstkontrolle Teil VIII	149

Teil IX – Vom Vertrieb zum Beruf

53	Bestand ist das Geschäftsmodell	151
54	Die Ökonomie dieses Berufs	153

55	Selbstführung und die Zahlen, die man steuern kann	158
56	Der eigene Standard	160
57	In eigener Sache	164

Anhang

A	Lösungen der Selbstkontrollen	166
B	Die wichtigsten Vorschriften auf einer Seite	172
C	Glossar	174
D	Checklisten für die Tasche	177
E	Register	179

LESEPROBE - NICHT ZUR WEITERGABE

Für wen dieses Buch geschrieben ist

Es gibt zwei Wege, im Energievertrieb Geld zu verdienen. Der eine besteht darin, Menschen etwas unterschreiben zu lassen, das sie nicht verstanden haben, und schnell genug zu sein, bevor die Rückläufer kommen. Dieser Weg funktioniert eine Weile. Der andere besteht darin, der Einzige in der Straße zu sein, der rechnen kann, die Wahrheit sagt und in zwei Jahren wiederkommt.

Der zweite Weg ist in den ersten drei Monaten langsamer und ab Monat sechs uneinholbar. Der Grund ist keine Moral, sondern Arithmetik: Ein Abschluss, der aus Druck entsteht, wird widerrufen. Widerruf ist der häufigste Stornogrund. Ein Storno kostet die volle Vergütung, den Aufwand, den Kunden, die Straße und die Empfehlung des Nachbarn. Ein Kunde dagegen, der versteht, was er unterschrieben hat, widerruft nicht, besteht die Qualitätssicherung, empfiehlt weiter und ist nach Ablauf seiner Laufzeit wieder da.

Der Unterschied zwischen dreißig Prozent Storno und fünf Prozent Storno ist nicht Charisma. Es ist Sauberkeit, und Sauberkeit ist erlernbar, im Gegensatz zu Charisma.

Was dieses Buch von Vertriebsstrainings unterscheidet

Die meisten Vertriebsunterlagen dieser Branche behandeln das Gespräch und lassen die Materie weg. Man lernt vierzig Formulierungen und weiß am Ende nicht, wie ein Netzentgelt entsteht, warum ein Kunde im Januar eine Senkung bekommen hat, oder was passiert, wenn ein Lieferant insolvent wird. Das funktioniert, solange der Kunde nichts fragt.

Es funktioniert seit einigen Jahren immer schlechter. Kunden haben Vergleichsportale im Telefon. Sie haben 2022 erlebt, und sie haben gelernt, dass Energie ein politisches Thema ist. Wer heute an eine Tür klopft, trifft auf Menschen, die informierter sind als die Skripte, mit denen er geschult wurde.

Dieses Buch dreht das Verhältnis um. Es behandelt zuerst den Markt, dann den Menschen, dann das Gespräch, und es geht davon aus, dass die ers-

ten beiden das dritte tragen. Je genauer jemand versteht, wie ein Preis entsteht, desto weniger Rhetorik braucht er.

An wen es sich richtet

- **Einsteiger im Energievertrieb**, die in vier Wochen auf einem Niveau stehen wollen, für das andere zwei Jahre Feldpraxis brauchen.
- **Erfahrene Verkäufer**, die abschließen können, aber eine Stornoquote haben, die ihr Einkommen halbiert, und nicht wissen, woran es liegt.
- **Call-Agents**, die im Energiebereich telefonieren und den Rechtsrahmen belastbar kennen müssen, statt ihn zu erraten.
- **Vertriebsleiter und Teamaufbauer**, die ein Curriculum brauchen, das sie nicht selbst schreiben wollen.

Das Buch ist unabhängig davon geschrieben, für welchen Lieferanten oder über welche Struktur jemand arbeitet. Es nennt keine Anbieter und keine konkreten Konditionen; wo Beträge auftauchen, sind es Modellwerte, an denen sich die Rechnung zeigen lässt. Alles, was darin steht, gilt für jeden, der in Deutschland Strom und Gas vermittelt.

Woraus in diesem Beruf Einkommen entsteht

Bevor es um Handwerk geht, die Frage, die jeder zuerst stellt. Was verdient man hier? Die Antwort ist keine Zahl, sondern eine Mechanik aus vier Quellen. Wer sie kennt, liest den Rest dieses Buchs anders, weil er weiß, wofür jedes Kapitel gut ist.

1. Das Eigengeschäft

Jeder vermittelte Haushaltsvertrag wird vergütet, marktüblich in der Größenordnung von 150 Euro. Was am Monatsende davon übrig bleibt, entscheidet nicht die Anzahl der Unterschriften, sondern die Stornoquote. Zwei Verkäufer mit vierzig Abschlüssen können 4.500 oder 5.550 Euro verdienen, je nachdem, wie sauber sie gearbeitet haben.

Dafür sind da Teil I bis V und Teil VIII.

2. Der Bestand

Ein Kunde wird alle ein bis zwei Jahre neu optimiert. Das ist ein vollwertiger Abschluss zur vollen Vergütung, aber in zehn Minuten am Telefon statt in einem Abend an der Tür. Wer im ersten Jahr sauber arbeitet, hat ab dem dritten Jahr Abschlüsse, bevor er geklingelt hat.

Dafür ist da Kapitel 53.

3. Die Gewerbemarge

Ab etwa 50.000 Kilowattstunden wird nicht mehr je Vertrag vergütet, sondern über einen Aufschlag in Cent je Kilowattstunde über die Laufzeit. Damit hängt das Einkommen an der Verbrauchsmenge, nicht an der Zahl der Termine. Fünfzehn Gewerbekunden im Bestand sind ein wiederkehrender vierstelliger Jahresbetrag.

Dafür ist da Teil VI.

4. Die Struktur

Wer Partner einarbeitet und führt, erhält eine Differenzvergütung auf deren Geschäft. Das ist die einzige Quelle, die nicht mehr an der eigenen Tagesform hängt. Sie ist trotzdem kein passives Einkommen, sondern Führungsarbeit, und sie bricht zusammen, wenn die Qualität der Partner nicht stimmt.

Dafür ist da Kapitel 54.

In der Kombination dieser vier Quellen ist ein fünfstelliger Monat in diesem Beruf keine Ausnahmeerscheinung. Er ist aber auch nichts, was im ersten Jahr passiert. Er entsteht aus einem Bestand, der nicht storniert, aus Gewerbekunden, die bleiben, und aus Partnern, die nicht nach drei Monaten wieder weg sind.

Genau deshalb steht das Handwerk in diesem Buch vor dem Geld und nicht dahinter. Jedes Kapitel über Einwände, Datenaufnahme oder Widerrufsfristen ist am Ende ein Kapitel über Einkommen. Wer das überspringt und gleich zur Struktur will, baut ein Haus auf einem Bestand, den es nicht gibt.

Damit hier keine Missverständnisse entstehen

Alle Beträge in diesem Buch sind Modellwerte in marktüblicher Größenordnung. Sie zeigen, wie die Rechnung funktioniert, und sind keine Zusage. Vergütungen unterscheiden sich nach Anbieter, Struktur und Position erheblich. Wer irgendwo einsteigt, lässt sich die Vergütungsordnung schriftlich geben und rechnet mit den eigenen Zahlen nach.

Wie man mit diesem Buch arbeitet

Neun Teile, siebenundfünfzig Kapitel. Die Reihenfolge folgt dem, was ein Mensch nacheinander können muss, nicht dem, was sich gut gliedern lässt.

Teil I und II – Fundament und Kunde

Wie der Markt gebaut ist, woraus ein Preis besteht, wie der Wechsel abläuft, und warum Menschen unterschreiben. Danach kann man einer Rechnung ansehen, was sie bedeutet.

Teil III bis V – Gespräch, Einwände, Telefon

Der vollständige Ablauf an der Tür, die Einwandbibliothek und der Rechtsrahmen am Telefon. Danach kann man ein Gespräch von Anfang bis Ende führen, ohne zu improvisieren.

Teil VI und VII – Gewerbe, Markt und Politik

Branchen, Verbrauchsgrößen, Entscheidungswege, und die Preisbildung dahinter. Danach kann man erklären, warum Strom kostet, was er kostet.

Teil VIII und IX – Compliance und Anspruch

Die roten Linien, der Umgang mit Daten, die Stornoprävention und die Frage, wie man aus Abschlüssen ein Geschäft macht.

Die Elemente im Text

Vier Auszeichnungen wiederholen sich durch das ganze Buch. Sie sind kein Layout, sondern Arbeitsanweisungen.

Wortlaut

„So steht hier, was man wörtlich sagt. Diese Sätze sind so gebaut, dass sie einer Qualitätssicherung, einem Widerrufsanwalt und dem Nachbarn standhalten. Sie sind zum Auswendiglernen gedacht, nicht als Vorschlag.“

Merksatz

Hier steht der eine Satz, der bleiben muss, wenn man das Kapitel in einem Jahr vergessen hat.

Rote Linie

Hier steht, was nicht getan wird. Nicht „besser nicht“ – sondern nicht. Verstöße gegen rote Linien kosten in dieser Branche nicht den Vertrag, sondern die Zulassung zum Geschäft.

Praxis

Hier stehen Handgriffe, Reihenfolgen und Zahlen für den Alltag.

Die Selbstkontrollen

Nach jedem Teil stehen Fragen. Sie werden von niemandem eingesammelt und von niemandem bewertet. Sie sind ausschließlich dazu da, sich selbst zu prüfen, bevor es ein Kunde tut. Die Lösungen stehen gesammelt in Anhang A, bewusst hinten und nicht auf der Folgeseite.

Die einzige sinnvolle Regel dazu: Bleibt man bei einer Frage hängen, gehört das betreffende Kapitel noch einmal gelesen. Bei Teil V und VIII lohnt sich dabei besondere Sorgfalt. Das ist der Teil des Stoffs, bei dem ein Irrtum nicht nur ein Gespräch kostet.

Ein Kapitel am Tag, die Fragen am Ende der Woche: so nimmt man die Materie ernst. Drei Tage Durchlesen ergeben ein gelesenes Buch und kein Können.

Das D2D- Playbook

Der Ablauf an der Haustür: die Sätze, die Einwände, der Abschluss.



Das D2D-Playbook

Der Ablauf an der Haustür: die Sätze, die Einwände, der Abschluss.

LESEPROBE - NICHT ZUR WEITERGABE

Das D2D-Playbook. Der Ablauf eines Haustürgesprächs im Strom- und Gasvertrieb, in der Reihenfolge, in der er stattfindet.

Ausgabe 2026, Version 1.0. Yasin Özdemir, ENERGYO, Köln. y.oezdemir@energyo.de, www.energyo.de. Begleitband zu „Der Energieberater“.

Dieses Playbook ist ein Arbeitsmittel, kein Lehrgang und keine Rechtsberatung. Es verspricht kein Ergebnis. Rechtliche Angaben nach bestem Wissen zum Stand August 2026; Vorschriften und ihre Auslegung ändern sich. Vor der Verwendung von Vertragsdokumenten, Vollmachten und Belehrungstexten ist anwaltliche Prüfung einzuholen. Vergütungen und Abläufe unterscheiden sich je nach Anbieter und Struktur; alle Zahlen sind Modellwerte.

Inhalt

Bevor du losgehst	4
1. Die Rechnung, die alles erklärt	8
2. Der Ablauf in fünf Phasen	10
3. Die Einwände	15
4. Abschluss und Datenaufnahme	21
5. Die vierzehn Tage danach	23
6. Der Tagesbogen	25
7. Die Grenzen	27

LESEPROBE - NICHT ZUR WEITERGABE

0

Bevor du losgehst

Vier Seiten, die man liest, bevor man das erste Mal klingelt. Sie sind der Unterschied zwischen einem Werkzeug und einem Zettel.

Was dieses Playbook kann und was nicht

Dieses Playbook enthält den Ablauf, die Sätze und die Antworten. Es ist das, was in einem guten Training nach drei Monaten hängen bleibt, nur sofort und vollständig. Was es nicht enthält, ist eine Garantie.

Der Grund dafür ist keine juristische Vorsicht, sondern eine Beobachtung: Zwei Menschen mit demselben Playbook in der Tasche kommen nach vier Wochen mit völlig unterschiedlichen Zahlen zurück. Der Unterschied liegt nie an den Sätzen. Er liegt an der Anzahl der Türen und an dem, was zwischen zwei Türen im Kopf passiert.

Deshalb steht am Anfang dieses Playbooks nicht der Pitch, sondern die Mechanik dahinter. Wer sie überspringt, hat ein Skript. Wer sie verstanden hat, hat ein Handwerk.

Was hier drinsteht

- Der vollständige Ablauf eines Gesprächs, Phase für Phase, mit den Sätzen im Wortlaut
- Die achtzehn Einwände, die an einer Haustür tatsächlich vorkommen, mit je einer Antwort und der Begründung dahinter
- Die Abschlusskontrolle und die vollständige Datenaufnahme
- Was in den vierzehn Tagen nach der Unterschrift passieren muss
- Ein Tagesbogen, mit dem man aus einem schlechten Abend eine Information macht

- Die Grenzen, an denen ein Gespräch endet

Was nicht drinsteht

- Kein Anbieter, kein Tarif, keine Konditionen. Das Heft funktioniert unabhängig davon, für wen jemand arbeitet.
- Keine Tricks, die den Kunden überrumpeln. Sie funktionieren an der Tür und kosten das Geld vierzehn Tage später wieder.
- Keine Erfolgsversprechen.

Die einzige Wahrheit über das schnelle Geld

Wer in diesen Beruf einsteigt, will meistens schnell Geld verdienen. Das ist legitim, und es ist möglich. Nur nicht auf dem Weg, den die meisten zuerst versuchen.

Der erste Versuch sieht immer gleich aus: bessere Sätze finden, überzeugender klingen, den entscheidenden Kniff lernen. Diese Suche kostet Monate, weil sie eine Frage beantwortet, die nicht gestellt war. Die Sätze in diesem Heft sind gut. Sie sind ausformuliert, geprüft und im Feld entstanden. Und sie machen aus zehn Türen am Abend keine vierzig.

Was tatsächlich zählt

1 Schlagzahl

Die Anzahl der Türen ist die einzige Größe, die vollständig in deiner Hand liegt. Nicht, ob jemand öffnet. Nicht, ob er Zeit hat. Nicht, ob heute ein Wechsel für ihn passt. Nur, wie oft du klingelst. Alles andere im Trichter ist Statistik, und Statistik braucht Menge.

Das B2B-Playbook

Gewerbekunden gewinnen: Betriebe, Verwaltungen, Verträge.



Das B2B-Playbook

Gewerbekunden gewinnen: Betriebe, Verwaltungen, Verträge.

LESEPROBE - NICHT ZUR WEITERGABE

Das B2B-Playbook. Der Ablauf im Geschäftskundenvertrieb für Strom und Gas, von der Ansprache bis zum unterschriebenen Angebot.

Ausgabe 2026, Version 1.0. Yasin Özdemir, ENERGYO, Köln. y.oezdemir@energyo.de, www.energyo.de.
Begleitband zu „Der Energieberater“.

Dieses Playbook ist ein Arbeitsmittel, kein Lehrgang und keine Rechtsberatung. Es verspricht kein Ergebnis. Rechtliche Angaben nach bestem Wissen zum Stand August 2026; Vorschriften und ihre Auslegung ändern sich. Vor der Verwendung von Vertragsdokumenten und Vollmachten ist anwaltliche Prüfung einzuholen. Vergütungen, Margen und Abläufe unterscheiden sich je nach Anbieter und Struktur; alle Zahlen sind Modellwerte.

Inhalt

Was im Gewerbe anders ist	4
1. Die Segmente	6
2. Der Erstkontakt	10
3. Qualifizieren und Daten aufnehmen	13
4. Angebot und zweiter Termin	16
5. Die Einwände	18
6. Hausverwaltung und WEG	22
7. Marge, Grenzen, Bestand	25

LESEPROBE - NICHT ZUR WEITERGABE

0

Was im Gewerbe anders ist

Sieben Unterschiede zum Privatgeschäft. Wer sie kennt, spart sich die ersten drei Monate Lehrgeld.

Die sieben Unterschiede

1 Kein Widerrufsrecht

Das vierzehntägige Widerrufsrecht gilt für Verbraucher. Ein Gewerbebetrieb ist keiner. Was unterschrieben ist, gilt.

Folge: Die Aufklärung muss vollständiger sein, nicht knapper. Ein Kunde ohne Korrekturmöglichkeit, der sich überrumpelt fühlt, wird nicht zum Storno. Er wird zum Ärger, und Ärger im Gewerbe spricht sich in der Straße herum.

2 Zwei Termine statt einer

Am Küchentisch wird gerechnet und unterschrieben. Im Betrieb wird beim ersten Besuch aufgenommen und beim zweiten entschieden. Wer das umdreht, wirkt wie jemand, der die Branche nicht kennt.

3 Angebote haben eine Bindefrist von Stunden, nicht Wochen

Der Lieferant kalkuliert Gewerbepreise anhand der aktuellen Beschaffungslage. Ein Preis von Montag gilt am Donnerstag nicht mehr. Das ist kein Verkaufsdruck, sondern eine Tatsache, und sie lässt sich sagen, ohne zu drängen.

4 Die Vergütung hängt an der Menge

Ab mittleren Verbrauchsgrößen wird nicht mehr je Vertrag vergütet, sondern über einen Aufschlag in Cent je Kilowattstunde über die Laufzeit. Ein einziger Betrieb kann mehr bringen als zwanzig Haushalte, und ein Portfolio aus fünfzehn Betrieben trägt sich über Jahre.

5 Es gibt einen Lastgang, oder es gibt keinen

Ab etwa 100.000 Kilowattstunden im Jahr wird viertelstündlich gemessen. Damit ändert sich die gesamte Preislogik: Es gibt einen Leistungspreis, Angebote entstehen auf Basis realer Verbrauchsprofile, und Standardtarifvergleiche sind wertlos.

6 Bonität ist ein Thema

Lieferanten prüfen Geschäftskunden. Eine Ablehnung oder eine geforderte Kautions ist keine Seltenheit und kein Drama, wenn man sie vorher anspricht. Wer sie verschweigt und der Kunde erfährt es aus der Absage, hat den Betrieb verloren.

7 Der Entscheider ist selten der, der die Tür aufmacht

Am Tresen steht eine Angestellte, in der Werkstatt ein Geselle, im Restaurant ein Kellner. Die Frage nach dem Inhaber ist keine Höflichkeitsfloskel, sondern der erste Arbeitsschritt.

Im Privatgeschäft gewinnt, wer viele Türen macht. Im Gewerbe gewinnt, wer wiederkommt. Beides ist Fleiß, nur mit anderer Taktung.

Was gleich bleibt

Die Rechnung. Auch hier geht es um eine einzige Zahl, die der Kunde nicht kennt.

Das Cold-Call-Playbook

Telefonakquise im Energievertrieb: Rechtsrahmen, Skript, Kennzahlen. Für Agenten und für die, die sie führen.



Das Cold-Call-Playbook

Telefonakquise im Energievertrieb: Rechtsrahmen, Skript, Kennzahlen. Für Agenten und für die, die sie führen.

LESEPROBE - NICHT ZUR WEITERGABE

Das Cold-Call-Playbook. Telefonvertrieb für Strom und Gas: was erlaubt ist, wie das Gespräch läuft und woran eine Agentur ihre Qualität misst.

Ausgabe 2026, Version 1.0. Yasin Özdemir, ENERGYO, Köln. y.oezdemir@energyo.de, www.energyo.de. Begleitband zu „Der Energieberater“.

Dieses Playbook ist ein Arbeitsmittel, kein Lehrgang und keine Rechtsberatung. Es verspricht kein Ergebnis. Rechtliche Angaben nach bestem Wissen zum Stand August 2026; Vorschriften und ihre Auslegung ändern sich laufend. Wer eine Outbound-Kampagne aufsetzt, lässt Einwilligungstexte, Gesprächsleitfäden und Datenverarbeitung vorher anwaltlich prüfen. Vergütungen und Abläufe unterscheiden sich je nach Anbieter; alle Zahlen sind Modellwerte.

Inhalt

Warum dieser Teil zuerst kommt	4
1. Der Rechtsrahmen	5
2. Die vier zulässigen Aufhänger	9
3. Das Gespräch	12
4. Die Einwände am Telefon	15
5. Nach dem Gespräch	18
6. Kennzahlen und Steuerung	20
7. Die Grenzen	22

LESEPROBE - NICHT ZUR WEITERGABE

0

Warum dieser Teil zuerst kommt

In keinem anderen Vertriebskanal richtet ein Fehler so viel Schaden an wie am Telefon. Das liegt nicht am Gespräch, sondern daran, dass es dokumentiert ist.

Der Unterschied zur Haustür

An der Tür steht ein Mensch vor einem anderen. Am Telefon steht ein Unternehmen hinter jedem Anruf, und jeder Anruf hinterlässt eine Spur: eine Rufnummer, einen Zeitstempel, einen Datensatz, oft eine Aufzeichnung.

Diese Spur ist der Grund, warum Telefonvertrieb entweder sehr gut oder sehr teuer ist. Ein Verstoß bleibt nicht bei einem Kunden. Er wird zur Beschwerde, die Beschwerde zur Prüfung, die Prüfung zum Bußgeldverfahren, und das Verfahren betrifft nicht den Agenten, sondern das Unternehmen, das anrufen ließ.

Bei unerlaubter Telefonwerbung sieht das Gesetz einen Bußgeldrahmen bis 300.000 Euro vor. Bei fehlender Dokumentation der Einwilligung kommt ein eigener Bußgeldtatbestand hinzu. Beides trifft den Auftraggeber, nicht den Anrufer.

Was daraus folgt

- Die Einwilligung ist die Ware. Ohne sie ist eine Kampagne bei Privatkunden nicht durchführbar, egal wie gut das Skript ist.
- Dokumentation ist keine Bürokratie, sondern das einzige Beweismittel im Ernstfall.

- Ein Agent, der Regeln bricht, um seine Quote zu halten, kostet mehr, als er einbringt.
 - Wer eine Agentur führt, misst nicht nur Abschlüsse, sondern Beanstandungen. Beide Zahlen gehören auf dasselbe Blatt.
-

1

Der Rechtsrahmen

Acht Punkte. Sie werden nicht sinngemäß erinnert, sondern gekannt. Wer sie nicht aus dem Kopf nennen kann, telefoniert nicht eigenständig.

1. Einwilligung bei Verbrauchern

Werbeanrufe bei Verbrauchern sind nur mit vorheriger ausdrücklicher Einwilligung zulässig. Das ist keine Auslegungsfrage.

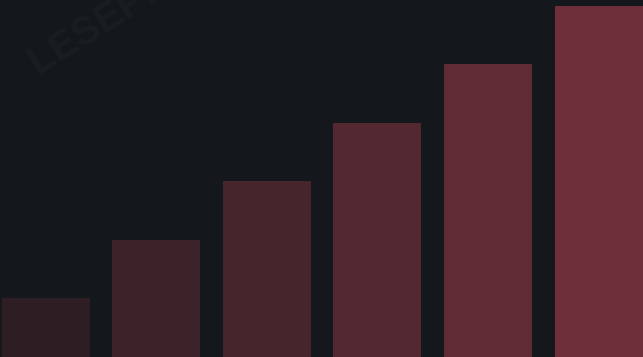
Ausdrücklich heißt: eine bewusste, gesonderte Erklärung, die der Verbraucher aktiv abgegeben hat. Nicht ein Häkchen, das schon gesetzt war. Nicht ein Satz, der in allgemeinen Geschäftsbedingungen mitläuft. Nicht eine Zustimmung, die an die Teilnahme an einem Gewinnspiel gekoppelt wurde, ohne dass klar war, wofür.

Woran eine brauchbare Einwilligung erkennbar ist

Sie nennt den werbenden Anbieter namentlich. Sie nennt das Thema, für das geworben werden darf. Sie ist widerruflich, und darauf wurde hingewiesen. Und es gibt einen Nachweis, wann und wie sie erteilt wurde.

Durchhalten

Warum die meisten im Energievertrieb nach acht Monaten aufhören, und was die anderen anders machen.



Durchhalten

Warum die meisten im Energievertrieb nach acht Monaten aufhören, und was die anderen anders machen.

LESEPROBE - NICHT ZUR WEITERGABE

Durchhalten. Über Verbindlichkeit, Zielsetzung und die Frage, warum Anstrengung bei manchen Menschen zu etwas führt und bei anderen nur zu Erschöpfung.

Ausgabe 2026, Version 1.0. Yasin Özdemir, ENERGYO, Köln. y.oezdemir@energyo.de, www.energyo.de.
Fünfter Band der Reihe „Der Energieberater“.

Dieses Buch ist Fachlektüre und Erfahrungsbericht. Es ist kein Lehrgang, es führt zu keinem Abschluss und es verspricht kein Ergebnis. Es ist keine medizinische oder psychologische Beratung. Wer den Verdacht hat, dass seine Erschöpfung behandlungsbedürftig ist, gehört zu einer Ärztin oder einem Arzt und nicht in ein Kapitel über Zielsetzung. Genannte Zahlen sind Modellwerte oder Erfahrungswerte des Autors.

Inhalt

1. Der Einwand	4
2. Aushalten und Anstreben	7
3. Das Ziel, das rechnet	10
4. Ein Prozent	14
5. Verbindlichkeit	18
6. Der Stolz auf den Beruf	21
7. Wenn das Ziel erreicht ist	24

LESEPROBE - NICHT ZUR WEITERGABE

1

Der Einwand

Bevor irgendetwas über Disziplin gesagt wird, gehört der Satz auf den Tisch, den fast jeder mitbringt und den kein Buch über Gewohnheiten je anspricht.

Der Satz, den niemand ausspricht

Es gibt einen Satz, den ich lange für wahr gehalten habe, ohne ihn je ausgesprochen zu haben: Wer sich anstrengt, zahlt am Ende dafür.

Ich bin in einem Haushalt groß geworden, in dem für jeden Stillstand eine gute Begründung bereitlag. Die Begründungen waren nicht erfunden, sie stimmten alle. Genau darin liegt ihr Problem. Gegen eine zutreffende Begründung lässt sich nichts sagen, und irgendwann hört man auf zu fragen, ob es daneben noch einen Weg gäbe.

Dazu kam, was ich in fünfzehn Jahren Pflege täglich gesehen habe. Menschen, die jahrzehntelang durchgehalten hatten und deren Durchhalten in einem Krankenzimmer endete. Wer das lange genug beobachtet, zieht eine Bilanz, die auf den ersten Blick vernünftig aussieht: Anstrengung führt nicht zu Erfolg, sie führt zu Verschleiß. Und dann ist Vorsicht keine Schwäche mehr, sondern Klugheit.

Nach dieser Bilanz habe ich gelebt. Ich habe Stellen gewechselt, sobald es unbequem wurde, und für jeden Wechsel eine gute Begründung gehabt. Die stimmten auch alle.

Jahre hat es gedauert, bis ich bemerkt habe, dass ich zwei verschiedene Dinge miteinander verwechselte. Aushalten und Anstreben sehen von außen beide nach Anstrengung aus. Von innen ist das eine ein Zustand, den man erduldet, und das andere eine Richtung, in die man geht.

Verschlissen wird nur von einem der beiden.

Warum Bücher über Disziplin an dieser Stelle scheitern

Fast jedes Buch über Gewohnheiten setzt voraus, dass Durchhalten gut ist. Es erklärt dann, wie man es besser hinbekommt. Für Leser, die noch nie gesehen haben, wie Durchhalten schlecht ausgeht, funktioniert das.

Für alle anderen funktioniert es nicht, und der Grund ist kein Motivationsmangel. Wer erlebt hat, dass Anstrengung in Erschöpfung endet, hat eine Erfahrung gemacht und keine Ausrede gefunden. Erfahrungen lassen sich nicht mit Aufforderungen überschreiben. Man kann sie nur präzisieren.

Die Frage ist nicht, ob man durchhält. Die Frage ist, wobei.

Was dieses Buch behauptet

Dieser Band gehört zu einer Reihe über den Energievertrieb, und er hat einen konkreten Anlass. In diesem Beruf hören die meisten nach ungefähr acht Monaten wieder auf.

Nicht, weil das Geschäft nicht funktioniert. Es funktioniert, und zwar besser als in fast jeder anderen Vertriebsbranche, weil hier ein echtes Produkt vermittelt wird, das jeder Haushalt und jeder Betrieb braucht. Sie hören auf, weil sie in Monat drei oder vier an einen Punkt kommen, an dem der Ertrag hinter dem Aufwand zurückbleibt, und weil sie an diesem Punkt keine Methode haben, sondern nur Willen. Willen reicht dort nicht.

ENERGYO, KOELN

Weiterlesen.

Der Energieberater umfasst den Hauptband
und vier spezialisierte Begleitbaende.
Einmalzahlung. Kein Abonnement.
Persoenliche, zeitlich unbefristete Lizenz.

energyo.de