

Oktober 2016 - Schnelles Geld für Schlaumeier

Oktober 2016: Schnelles Geld für Schlaumeier

Wie nachhaltig ist das schnelle Geld der Schlaumeier? Währt ehrlich wirklich am längsten? Clever ist noch lange nicht klug. Clever kann ganz schön teuer werden.

Diese Frage, ob das schnelle Geld mehr zählt als der langsam erarbeitete Erfolg, beschäftigt mich seit vielen Jahren auf diffuse Art und Weise. Sie gewinnt seit August 2016 neue Frische.

Überblick, bevor Sie sich hier verlieren: Sie finden hier drei Beispiele und schließlich meine persönlichen Erkenntnisse.

Positiver Cashflow versus treuselige Partnerschaft

Als 2008 die letzte Wirtschaftskrise über Österreich hereinbrach, wurden große Aufträge im Umfang eingeschmolzen oder gar gestoppt. Viele der in unserem Geschäft wichtigen Hotels verlängerten umgehend ihre Stornofristen um das Doppelte bürokratisierten die Reservierungsmodalitäten, um sich angesichts kurzfristiger Absagen schadlos zu halten. Wir erlebten in der Umstellungsphase einige böse Überraschungen mit nicht rechtzeitig stornierten Zimmern, weil wir das leise eingeführte, neue Kleingedruckte nicht gelesen hatten. Mindestens ebenso unangenehm waren für uns die vertrackten dreifachen Buchungsbestätigungen der gleichen Häuser, die innerhalb kurzer Fristen getätigt werden mussten. Einige Großveranstaltungen mussten wir kurzfristig verschieben, weil uns das nachweislich gebuchte Hotel zugunsten einer anderen Party unangekündigt ausgehebelt hatte. Als langjährige Stammkundin und mit manchem Hotelier auf gutem Fuß stand ich vor verschmitzt oder aber verschämt grinsenden Rezeptionisten: „Man muss halt schauen, wo man bleibt.“ 30 Zimmer doppelt vergeben, dritte Buchungsbestätigung nicht rechtzeitig geschickt, Workshop geplatzt.

Die Situation führte im kleinen Kreis immer wieder zur gleichen Diskussion: Die einen verstanden die Vorgehensweise der Hotels. Ich fand sie wiederum weder partnerschaftlich noch zielführend.

Die Argumente der anderen: Was man hat, hat man. Wer so agiert, fährt die Ernte vor dem großen Regen ein. Was nützen dir Partnerschaftlichkeit und Fairness, wenn du am Ende draufzahlst? Mein Argument: In so einem Hotel buchen wir nicht mehr. Das können wir unseren Kunden nicht zumuten. Diesen Trend zur x-ten Absicherung **gegen** jeden Geschäftspartner unterstützen wir nicht. Das ist eine Haltungsfrage statt einer Cashflow-Entscheidung.

Das Problem löste sich leicht: Hotels gibt es wie Sand am Meer. Die Wirtschaft zog wieder an. Alle überlebten.

Das ist noch kein Schlaumeier-Geld. Da wird nur rücksichtslos der eigene Druck an die Firmenkunden weitergegeben.

Das Klimpergeld des Endkunden

Eine völlig andere Dimension bekommt das schnelle Geld für Schlaumeier, wenn es sich in das sehr genau beobachtete Klimpergeld beim Endkonsumenten verwandelt. Hier erlebe ich zwei völlig unterschiedliche Herangehensweisen, die ich teilen möchte.

Transparenz ist alles - so kann es gehen

Taxiunternehmen führten Sondertarife für bestellte Anfahrten, größere Gruppen und vor allem zu verstauende Gepäckstücke ein. Der Taxameter weist für den Fahrgast ersichtlich aus, welche Zusatzkosten eingebucht wurden. Sind diese nicht berechtigt, können wir uns noch während der Fahrt dem Fahrer gegenüber dazu äußern.

So weit, so gut.

Allzu clevere Kunden schädigen den Einzelhandel

Seit vielen Jahren lassen sich Kunden im Einzelhandel langwierig beraten, nehmen den ersten, zweiten und dritten Konzeptentwurf an sich und lassen ihn beim nächstbesten Billiganbieter nachbauen. Küchenplaner, Architekten, Möbelhäuser – sie alle kennen die Ideen- und Beratungsjäger. Planer erleben bitter, wie Wohn- und Lichtkonzepte, die auf Kundenwunsch groß angelegt werden, zu Ortsbegehungen und Plänen führen, um dann im Internet oder Discounter mittels Billigkauf ähnlicher Produkte ersetzt zu werden. Der Einzelhändler mit Beratungsansatz steht vor der Verarmung, bleibt er bei seinem Basiskonzept „Geld gegen Hardware“. Umgekehrt sind die Kunden erbost, will viele Ideengenerier eine Erstberatung bezahlt haben wollen.

Der beratende Einzelhandel wehrt sich

Wozu noch zum teuren Optiker gehen, wenn ich zwei Häuserblocks weiter für einen Bruchteil des Geldes gleich eine zweite oder dritte Brillen hinterher geworfen bekomme? Wen wundert es, wenn der herausragende Fachberater um seine Existenz fürchtet, weil der Fachhandel Preisdumping per Fernsehwerbung verkündet?

Meine eigene Entscheidung führt mich weiter zum Fachmann meines Vertrauens. Komplizierte Augen bedingen erfahrene Meisterberatung und zeitliche Widmung. Die zeitliche Widmung kostet – und zwar beide. Ich zahle für die Beratung. Im 15-Minuten-Rhythmus landen 29€ auf meiner späteren Brillen- oder Linsenrechnung. Der Optiker schützt sich gegen Ausbeutung. An mir ist es, umgekehrt ebenso umsichtig zu agieren und den Stundenlohn von 116€ nicht durch Besserwisserei auszudehnen. Diese Verantwortung wird mir nicht abgenommen.

Es lebe die Orientierung - in jedem Brillenregal gab es mehrere Jahre einen kleinen Informationsreiter: „Augenvermessen und Beratung: 15 Minuten = 29€. Wir beraten Sie gern.“ Darauf stelle ich mich ein und habe die Wahl.

Einzelhandel mit Cleverness-Faktor

Ganz neu kreise ich um einen Serviceanbieter, den ich seit 20 Jahren als den Besten seines Faches konsultiere. Beim letzten Check hatte ich auf meiner Rechnung mehrere Beträge, die ich nicht verstehen wollte:

1. Pflegematerialien für 6 Monate im Voraus - um mir den Weg zu sparen. Ich bin kein Hamster und gebe keine Darlehen. Statt irgendwo in meinem kleinen Haushalt mehrere Liter Spezialflüssigkeit unterzubringen, kaufe ich lieber verbrauchsorientiert ein und überlasse die Lagerhaltung dem Lieferanten.
2. Ich stelle überrascht fest, dass ich „seit Jahren“ einen Servicevertrag für 6 Monate im Voraus bezahle. Wann immer ich also spontan beim Erwerb der Pflegeprodukte eine Frage stelle oder eine Probe angeboten bekomme, ist das keine kostenlose Kulanzhandlung. Nein, das ist Part eines mir nicht bewussten Vertrages, der vorab verrechnet wird.

Die Fachberaterin meines bis dahin währenden Vertrauens redete sich auf die Vorgaben vom Chef und – das war dann das überzeugendste Argument – auf die jahrelang weder angekündigte noch erkennbar gemachte Gewohnheit heraus. Dieses Spiel und mein Vertrauen habe ich gekündigt.

Werde ich weiter dort kaufen? Was meinen Sie?

Die vierstellige Gier

Das schnelle Geld lockt auch die Großen. Ein Kollege bietet Beratung für Berater. Hochpreisig versteht sich, denn der Anbieter verspricht vielfache Ertragssteigerung.

Die Angebote kommen mit hoher Schlagzahl, die Themen variieren, das Konzept bleibt das Gleiche: Wir kaufen zum vierstelligen Preis ein Jahrespaket. Umgehende Vorkasse direkt nach Buchung und Rechnungslegung sind Teil des Pakets. Sind wir als Kunde säumig – und damit noch immer um Monate vor der Leistungserbringung, folgen Erinnerungen, die sich bis zu Anrufen im Stakkato steigern lassen und schließlich in einem Umlenkungsversuch der bereits angewiesenen Zahlung münden. Ich habe die Wahl: Lasse ich mich zur Hektik verleiten oder schaue ich dickhäutig aber genervt auf das noch zu konsumierende Angebot?

Das Leistungspaket selbst ist im ersten Ansatz interessant, verliert aber rapide mit seiner Wiederholung. Dafür schnellst jedoch der Preis drastisch in die Höhe mit dem Hinweis: Die Nachfrage war da, also gibt der Markt das her.

Kaufen wir dort weiter? Nein. Geben wir Feedback? Nein. Wozu auch?

Die Gier – und das habe ich unterwegs endlich begriffen – wird eine neue Form finden.

Learnings und Erkenntnisse

Jahrzehnte habe ich mir eingeredet, der raffgierige, auf seinen Vorteil bezogene andere Part eines Handels werde am Ende in der Hölle schmoren. Ein starkes Bild, das ich mir selbst umgehend wieder verboten hatte, wünsche ich doch anderen Gutes, damit auch mir Gutes zuteil werde.

Gleichzeitig stellte ich mich selbst hartnäckig in Frage: Bin ich nur zu gutmütig, zu ungeschickt oder

schlimmer, nämlich zu faul und zu feige, um meinen Vorteil hartnäckig und clever zu verfolgen? Geändert hat die Frage nichts. Das Bild des Raffzahns passt einfach nicht in mein persönliches Konzept. Allerdings gehört erbrachte und vor allem wirksame Leistung bezahlt.



Die Gier ist unersättlich – sie findet immer einen Weg

Meine Beispiele sind eine kleine Selektion und fußen auf Langzeitbeobachtungen. Jeder meiner Fallbringer hatte über viele Jahre mehrere Schleifen, wechselte sein Vorgehen und blieb seinem Muster konsequent treu.

Ich gebe dazu kein Feedback mehr, denn es führt weder zu Erkenntnis noch schafft es einen Durchbruch. Vordergründig lehre ich meinen Feedbackpartner nur, einen subtileren Weg zu wählen. Viel schlimmer jedoch: Ich verstärke gleichzeitig seine Not.

Schlaumeier füllen ihre Beutel und zittern innerlich vor Angst

Mir hilft es nicht, über in der Hölle schmorende Schlaumeier nachzudenken oder mir diesen bösen Gedanken moralisch zu verbieten.

Viel mehr lausche ich andächtig dem Gezeter ums Geld, den Mantra-ähnlichen Beschwörungen über den Nutzen der Leistung und den ungefragt eingestreuten Anekdoten über Kundenbeschwerden, die abgeschmettert werden mit: „Darauf gehe ich gar nicht ein. Ich habe andere Prioritäten.“

Meine Erkenntnis: Die Gier resultiert aus schierer Angst. Sie kostet enorme Energie und hält ihre Träger

unter ständiger Spannung. Sie hat am wenigsten mit zufriedenstellender Bereicherung zu tun.

Menschen, die unter Futterneid, Raffgier und Unersättlichkeit leiden, leiden Todesängste. Sie fürchten, zu kurz zu kommen, nicht zu genügen, nicht clever genug gehandelt zu haben, den Kürzeren zu ziehen, auf der Strecke zu bleiben und am Ende einfach zu kurz gesprungen zu sein, wenn ein anderer doch vermeintlich schneller oder besser abgeschnitten hat.

Ihr Muster resultiert aus einem grundlegenden, selbstwahrgenommenen Defizit. Durch ihre starke Energie greifen sie zu Kompensationen und zittern innerlich vor einer tiefliegenden, nicht mehr bewusst wahrgenommenen und nicht steuerbaren Angst, während sie ihre cleveren Lösungen ausarbeiten, ausfeilen und schließlich ausprobieren. Sie lachen sich ins Fäustchen über ihre Raffinesse und fühlen sich kurzfristig bestätigt.

Ihr Denken kreist beständig um einen langen Fragenkatalog: Habe ich wirklich alles herausgeholt? War ich clever genug? Wie hoch war mein eigener Preis? Hat der andere etwas gemerkt? Muss mich das kümmern? Wie kann ich mich noch weiter steigern? Was geht noch? Dieser Kanon vibriert in ihnen und füttert einzig ihre Angst, niemals an- und auszukommen.

Sie bekommen nie genug. Sie verhungern.

Das ist bitter, und tut mir sehr leid.