

## Der Preis ist heiß

Die Gesellschaft ist krank, die Wirtschaft ist krank und nirgends sieht man das so stark, wie beim Preis für ein Produkt oder einer Dienstleistung. Große Firmen haben heute im Regelfall ihre Produktion nach Osteuropa oder nach Asien verlagert. Dort ist es günstiger zu produzieren und nur noch die Auftragsbearbeitung und Teile der Entwicklung findet in Deutschland statt. Jedoch ist man gegenwärtig dazu geneigt, daß man diese Forschung und Entwicklung eben auch in diesen Ländern auslagert. Somit wird neben der sog. „einfachen Tätigkeit“ nun auch die sog. „höherwertige Tätigkeit“ ins Ausland verlagert. Wohin diese Entwicklung führt sieht man sehr schön in den USA, wo ein Heer von Universitätsabgängern als Verkäufer im Fast-Food-Restaurant arbeitet.

Zudem neigen diese großen Firmen gerne dazu verantwortungsvolle Arbeiten an Fremdfirmen zu vergeben, damit kein eigener Mitarbeiter eine Verantwortung für seine Arbeit zu übernehmen hat. Hierzu bedient man sich gerne Selbständige oder kleine Firmen, die diese Arbeit zu erledigen haben. Führt nun eine Fremdfirma eine solche Tätigkeit aus, so wird, wie es Normalerweise üblich ist, der Preisrahmen vorher vereinbart und vertraglich festgehalten. Dies geht so lange gut, bis die Arbeit abgeschlossen ist oder kurz vor dem Abschluß steht. Dann schaltet sich der Einkauf ein und fordert mittlerweile einen gewaltigen Preisnachlaß. Man wolle ja auch in Zukunft weiterhin zusammenarbeiten und die Firma XYZ ist ja auch eine gewaltige Reputation für so ein Dienstleistungsunternehmen. So lehnen mittlerweile viele Selbständige die Arbeit für größere Firmen ab, da sie dieses Geschäftsgefahren kennen und so nicht wirtschaftlich arbeiten können.

Ein Bekannter von mir hat ebenfalls diese Tour wiederholt erleben müssen. Beim letzten Vertragsabschluß hat er ausdrücklich darauf hingewiesen, daß er eine Preisreduktion nicht akzeptieren werde. Das es zu keiner nachträglichen Preisreduktion kommt, versprach ihm seine Vertragspartnerin. Einen Monat später, die Arbeit war fast zu Ende, schaltete sich der Einkauf dieses großen Unternehmens ein und forderte 12.000€ weniger. Mein Bekannter widersprach, denn er müsse ja schließlich auch seine Mitarbeiter bezahlen und vereinbart waren keine nachträglichen Kürzungen. Der Einkauf bestand auf seine Zahlungskürzung, weshalb es vor Gericht ging. Dort wurde dann ein Vergleich gefunden, da die Justiz keine Urteile fällen will, kann oder darf. Jedenfalls war mit den Gerichtskosten der Vorfall so teuer, daß das kleine Unternehmen drauf gezahlt hat und seitdem keine Geschäftsbeziehungen zwischen den Unternehmen mehr stattgefunden haben. Es ging hier nicht um Leistungsverzug oder schlechte Qualität, sondern einfach nur darum, den Preis zu drücken. Und es ist klar, es gibt immer Firmen, die noch billiger anbieten.

Noch schlimmer, als dieser Weltkonzern, der in Franken mehrere Niederlassungen hat, sind die Automobilhersteller. Ich selber habe mal mitbekommen, wie Verhandlungen über ein gewaltiges Auftragsvolumen geführt wurde. Mein Arbeitgeber bot, um die Maschinen auszulasten einen Preis für eine Gasfeder von 1,60 DM an. Der Automobilhersteller rechnete vor, daß nur ein Preis von 1,40 DM akzeptabel sei. Irgendwann schaltete sich der Vorstand in die Besprechung ein und sagte den Preisvorstellungen des Automobilherstellers zu. Damit waren noch nicht einmal die Herstellkosten gedeckt, geschweige denn die Selbstkosten! Dieser Fall ist leider kein Einzelfall, sondern Taktik der Automobilhersteller. Sie mißbrauchen ihre Lieferanten als verlängerte Werkbänke. Sie sollen soviel verdienen, damit sie existieren können, aber am Besten sowenig verdienen, daß sie keine Reserven aufbauen können. So bleiben sie gefügig und können je nach Produkt auch keine große Entwicklung betreiben, um andere Märkte bedienen zu können.

Die Zulieferer machen dieses Spiel mit, da sie ihre Maschinen auslasten müssen und die gewaltigen Stückzahlen versprechen Auslastung und im ersten Augenblick auch Einnahmen. Aber spätestens nach den Preisverhandlungen ist klar, daß die Auslastung sicherstellt, daß keine Mitarbeiter entlassen werden müssen. Wie sehr diese Automobilzulieferer an diesem Tropf hängen sah man in der Krise 2008/09, als viele kleinere Automobilzulieferer Pleite gingen und selbst größere, wie z.B. Getrag gewaltig wackelten. Bis heute haben sich viele Zulieferer nicht erholt und die nächste Krise steht vor der Tür. Denn nur der Preis zählt, nicht die Existenzsicherung des Geschäftspartners und nicht die Quali-

tät des Produktes. Ich selbst hatte es mal erlebt, daß ein deutlich schlechteres Kunststofflager verbaut wurde, da es um 1 Cent günstiger war, als das Metall-Verbund-Gleitlager. Für mich bis heute ein Irrsinn.

Wie sehr sich dieser Irrsinn auch in privater Ebene verfestigt hat, erfahre ich auch in meinem Bereich. Ich lebe hauptsächlich vom Verkauf von Steinkohleheizungen und verkaufe eben auch Steinkohle. Da gibt es tatsächlich Fragen per Mail, in denen nur steht: „Was kostet Anthrazit?“ oder einfach nur „Anthrazit“. Ich mache mir gar nicht mehr die Mühe zu erkunden, was diese Menschen wollen, denn die haben noch nicht einmal im Ansatz darüber nachgedacht, was für ein vernünftiges Angebot notwendig ist, bzw. was sie selbst benötigen. Denen geht es nur um den Preis, egal, welche Qualität, welcher Service und welche Vorteile angeboten werden. Auf die Standardanfrage „Was kostet Anthrazit?“ oder „Was kostet Markus?“ gebe ich jetzt immer die Antwort: „Geld“ und auf die Standardfrage „Anthrazit“ die Antwort „schwarz und schwer“. Bisher hat noch keiner, der eine solch unbrauchbare Antwort erhalten hat zurückgefragt, was eine solch dumme Antwort soll. Klar, die fragen alle Firmen im Internet an und kaufen dort ein, der am Günstigsten ausliefert.

Dieses günstige Einkaufen ist mittlerweile so verankert, daß Produkte des täglichen Bedarfes im Internet bestellt werden können. Mein Nachbar z.B. kauft sein Bier in Dosen im Internet. Dabei gäbe es bei uns in Franken so gute Biere aus kleinen Familienunternehmen. Die sind zwar etwas teurer, aber qualitativ hochwertig und einzigartig im Geschmack! Aber eben teurer und damit nicht kaufwürdig!

Diese „Geiz ist geil“ Mentalität ist derart in den Köpfen vieler Menschen bereits drinnen, daß der normale Menschenverstand ausgeschaltet ist. Besonders die Jugend ist mit der Telephonitis davon betroffen. Mit dem Smart-Phone wird mittlerweile Alles nebenbei erledigt, erfragt – Entschuldigung, gegooglet. Dies ist so stark verankert, daß normale zwischenmenschliche Gespräche nicht mehr stattfinden. So haben Versicherungen den Service Vertreter nahezu abgeschafft und positionieren sich über Check24 oder andere Vergleichsportale. Die Geiz-ist-geilen-Handygrapscher suchen sich dort die günstigste Versicherung raus. Hauptsache billig, ob die Versicherung paßt, wird nicht erfragt. Dabei arbeiten die Vergleichsportale auf Provisionsbasis und es ist sicherlich so, wer am meisten Provision zahlt, der steht eben im Vergleich günstig da. Der ehrliche Versicherungsvertreter, der auch mal sagte, daß diese Versicherung keinen Sinn macht, oder man auf folgende Hintertürchen aufpassen muß, ist im Aussterben.

Das jetzt ausgerechnet die Allianzversicherung aus diesem Online-Marketing aussteigt verwundert mich und macht mir Hoffnung. Hoffnung, daß sowohl im Privaten, als auch im Konzern wieder Qualität, Zuverlässigkeit, Langlebigkeit gefragt werden. Vielleicht muß sich ein solch großer Tanker gegen die kollektive Selbstzerstörung stemmen, um die Gesellschaft zur Umkehr zu bewegen.

Stefan Doliwa

[www.markus-heizkessel.de](http://www.markus-heizkessel.de)