

Forum

Nachhaltig Wirtschaften

Das Entscheider-Magazin

Die Verantwortung der Medien



Special: Fair Trade & Ethischer Konsum

Zukunftsmusik • ISO 26000 • SINN-lichkeit • Biodiversität • Rio wird 18
Büro & Umwelt • Projektmanagement • Werthaltigkeit • Pioniere des Wandels



„Geiz ist fühlbar ungeil!“

Wir gewinnen nicht durch Einsparung,
sondern durch sinnvolle Investition

Von Sabrina Krebs

Was soll eigentlich an Geiz geil sein? forum führte dazu ein Gespräch mit der „Geldtrainerin“ Nicole Rupp. Die Diplom-Betriebswirtin mit Ausbildung

in systemischem Coaching ist seit 2003 mit ihrer eigenen Marke „geldbeziehung®“ aktiv. Ihre These: Wertschätzung und Achtsamkeit sind nicht

einfach philanthropische Maximen. Sie sind der beste Weg, um nachhaltig erfolgreich mit Geld umzugehen.



„Geld ist das was folgt, wenn Du Dir selbst folgst.“ Deutschlands erste Geldbeziehungsberaterin Nicole Rupp trainiert in Coachings, Workshops und Online-Kursen den sinnvollen Umgang mit finanziellen Mitteln für mehr Lebenswerte und Wertschätzung.

„Ich bin doch nicht blöd!“, suggeriert uns ein bekannter Werbeslogan – „...und kaufe teuer ein, wo ich es doch billig haben kann“, könnte der Satz weiter gehen. Ist ein Konsument blöd, wenn er Ware beim Einzelhändler kauft, die er beim Discounter billiger haben könnte?“

In den Medien werden uns fragwürdige Überzeugungen und „Werte“ suggeriert. Danach sind wir „blöd“, wenn wir beim Händler unseres Vertrauens einkaufen und dort höhere Lohn- und Mietanteile mit bezahlen – und somit insgesamt teurer bzw.

menschlich „fairer“ einkaufen. Oder wir sind plötzlich „geil“, wenn wir geizen, obwohl Geiz bisher keine Tugend war, auf die man stolz war. Indem wir billige Produkte nachfragen, legen wir Wert auf billige Produktionen, so dass dadurch Arbeitsplatzqualität und Arbeitsplätze rationalisiert werden oder ganze Produktionen ins Ausland verlagert werden. Wir opfern wertvolle Arbeitsplätze, qualitätsorientierte Unternehmen und unsere zwischenmenschliche Wertschätzung für Wohlstand in unserem direkten Umfeld, während wir unser Geld in Unternehmerketten „sparen“ und somit eine breitere Verteilung dieses Geldes verhindern und dem regionalen Kreislauf entziehen. Viele klein- und mittelständige Unternehmen kämpfen zunehmend ums Überleben, die Insolvenzen steigen, genauso wie Kurzarbeit und Arbeitslosigkeit – dadurch werden „staatliche Leistungen“ erforderlich, die ja wiederum von uns selbst, von der erwerbstätigen Bevölkerung, aufzubringen sind. Ein Negativkreislauf.

Es ist also gar nicht so blöd, ganz bewusst „blöd“ zu sein, wertbewusst zu handeln oder auch einfach mal ganz auf etwas zu verzichten – auch und erst recht, wenn es billig ist.

Geiz ist also gar nicht „geil“?

Geiz ist Geiz. Es ist der gelebte Ausdruck eines mangelnden Selbstwert-

gefühls. Was sehen Sie vor sich, wenn Sie an Geiz denken: einen entspannten, großzügigen, glücklichen, vor Freude und Glück überschäumenden Menschen? Oder jemanden, der knickrig sein Geld zusammen hält, sich verkrampft verhält und genauso aussieht. Ist das „geil“? Auch wenn es uns aus verständlichen Werbezwecken zugerufen wird, ist Geiz fühlbar „ungeil“. Geiz bleibt Geiz.

Sie behaupten, dass jede Handlung, die gegen die eigenen Wertvorstellungen verstößt, kontraproduktiv ist. Nicht alle Menschen, nicht alle Unternehmen, teilen dieselben Werte. Und doch scheinen jene, deren Handeln nach reiner Gewinnmaximierung strebt, mit am (erfolg)reichsten zu sein. Wie geht das?

Mich fragte mal ein Manager, woran man „ethische Entscheidungen“ misst, da eben jeder Mensch andere Wertvorstellungen hat. Ich antwortete „Wenn Sie in den Spiegel schauen angesichts all dessen, was Sie sind und tun und aus tiefstem Inneren echte Freude empfinden und stolz auf sich sind, frei jeder negativen Gefühle, dann kann ihr Handeln so unethisch nicht gewesen sein.“ Da senkte er den Blick und seine Schultern sanken tiefer. Nur wir selbst wissen, ob wir unser Bestes gegeben haben. Oder leichtfertig oder gar böswillig gehandelt haben. Wir selbst müssen damit

leben. Wie es hinter der Fassade so manchen erfolgreichen Menschen aussieht, ist weit weniger positiv als wir angesichts seines scheinbaren Reichtums vermuten. Der „klassische“ Unternehmer ist stolz auf sein Unternehmen, auf seine Mitarbeiter und alles, was daraus hervorgeht. Er hat Freude daran, sein Werk zu erleben und verlagert nicht spontan die Buchhaltung nach Ungarn, nur weil sie dort günstiger ist. Der echte Unternehmer hat Freude an der Einheit seines Unternehmens und an dem, was er positiv daraus erschafft. Das macht ihn zufrieden und glücklich. Und deshalb kann er seine Gewinne auch genießen und schätzen.

Sicher kann man rein finanziell kurzfristig Gewinne maximieren, wenn man auf die Billigschiene setzt. Nur, was sind die langfristigen Auswirkungen? Der Markt, dessen Slogan Sie bereits erwähnt haben, hat dadurch zwar an Bekanntheit gewonnen, jedoch keine signifikanten Umsatzsteigerungen auf Bestandsfläche erzielt. Die Identifikation der Mitarbeiter und der Kunden mit dem Unternehmen ist gesunken. Allerdings hat ein solcher Gigant – neben den besseren Möglichkeiten durch Unternehmenszusammenschlüsse und Neumarkterschließung zu wachsen – einen finanziell langen Atem, während die kleinere „Konkurrenz“ den ungleichen Kampf nach und nach aufgeben muss.

Erfolgreich am Markt ist, was durch erfolgreiche Nachfrage belohnt wird. Wenn wir „Ja“ sagen zu billigsten Produkten, dann sagen wir auch „Ja“ zu dem dahinter stehenden Konzept. Geld ist unser Stimmrecht. Wollen wir noch mehr von „billig“? Oder sind wir bereit den unfairen Preiskämpfen zu entsagen und faire Preise zu zahlen, um bewusst Unternehmen zu honorieren, die bessere Produkt- und Arbeitsplatzqualität gewährleisten?

Wir begrenzen uns selbst und schränken uns ein, weil wir meinen, dadurch mehr Geld sichern zu können. Sie sagen, es sei der

falsche Weg, Geld zu mehren. Wer aber kein Geld hat, um Wachstum zu finanzieren, der ist doch zwangsläufig zur Stagnation verurteilt. Oder wie sehen Sie das?

Fast wie bei der Frage nach Henne und Ei ist es auch hier die Frage, was zuerst da war. Unser Armutsbewusstsein und unsere Angst vor dem Mangel, die dann zu dem Mangel geführt hat? Oder hat der Mangel erst unsere Ängste und unseren Armutswahn ausgelöst? Wir verlieren den Mangel, in dem Maße, in dem wir an Wertschätzung gewinnen! Mit gezielt wertbewusstem Handeln gelangen wir in jeder Situation leichter aus der Krise, als mit angstgetriebenen Einsparungen und einem stark schwindenden Selbstwertempfinden. Mit Mangelgedanken können wir nicht wertbewusst denken und handeln. Wenn wir wertbewusst handeln, dann kaufen wir uns auch nicht alles sofort, wenn wir es uns nicht leisten können, sondern sparen gerne darauf hin. Im Leben scheidet nichts an Geld, nur an einem Mangel an Vertrauen oder Wertschätzung. Wenn wir keine Angst vor Menschen und potentiellen Kunden haben, dann haben wir immer die Möglichkeit mehr Geld zu verdienen. Und wenn die Zeiten gerade etwas herausfordernder sind, dann haben wir dennoch alles in uns, um diese Herausforderungen meistern zu können. Es liegt in jedem selbst, ob er wachsen will. Oder lamentieren.

Gerade haben Sie Ihr neues Buch „Wer spart, verliert! Glück und Geld ins Leben holen...“ veröffentlicht. Was möchten Sie damit vermitteln?

Wir gewinnen nicht, indem wir Geld einsparen oder lagern. Wir gewinnen nur, indem wir Geld sinnvoll investieren. So wie ein Samen im Sparschein nicht wächst, geht sein Wachstum erst hervor, indem wir ihn einpflanzen und pflegen – dann beschert er uns über Jahre immer wieder neues Wachstum und neue Freude. Das Buch ist ein Beitrag zu mehr Wertschätzung und Menschlichkeit mit Geld. Es ebnet die

Verbindung zwischen Glück und Geld im eigenen Leben.

www.geldbeziehung.de



Auf dem Weg zu mehr Geld scheint sparen nahe zu liegen. Doch die Betriebswirtin Nicole Rupp setzt dem entgegen: „Damit fügen wir uns Verluste auf materieller und emotionaler Ebene zu! Unser Umgang mit Geld zeigt nicht nur, wer wir sind, sondern bestimmt auch, was wir haben.“

Alle reden von Fußball.

Aber jedes dritte Kind im südlichen Afrika geht nicht zur Schule. Spenden Sie Schule.

Spendenkonto 300 000
BLZ 370 205 00

schulenfuerafrika.de

unicef