

Geld stinkt nicht, aber der Markt

Ganz reiche Leute sind reich, weil sie a) geerbt haben, b) sich gewissenlos bereicherten, c) im Lotto gewannen oder d) eine Idee hatten und die konsequent realisierten. Und wie hilft das den Nichtreichen? Seine Eltern kann man sich nicht aussuchen. Gauner ist man oder lässt es bleiben. Wer gewinnt schon im Lotto? Und vermehrt dann die Millionen? Und eine gute Idee haben nur Genies, meist blitzartig, zufällig, im Schlaf. Oder sie forschen und forschen. Oder sie haben raffinierte Methoden, durch die sie nur so vor Kreativität und Erfindergeist Millionen-Ideen herausprudeln.

Nur: So ist das nicht.

Richtig ist, dass nach den jüngsten Schätzungen die Familien Oeri und Hoffmann durch ihr Erbe über 12 bis 13 Milliarden Franken verfügen und Herr Bertarelli 9 bis 10 aus dem Ererbten machte. Reicher ist aber Frau Rausing, die ihre 14 bis 15 Milliarden der Idee verdankt, Getränke in Pappe zu verpacken, in Tetrapacks. Und der Reichste, Herr Kamprad, hat jetzt so etwa 15 bis 16 Milliarden, weil er darauf verfiel, billige Möbel herzustellen, die seine Kunden selbst zusammen schrauben.

Dass die Herren Kamprad und Rausing auch Glück hatten und vor allem viele, sehr viele Menschen, die für ihre Idee arbeiteten, ist klar. Aber verdanken sie ihre Ideen göttlicher Eingebung? Musenküssen? Kreativ-Techniken? Mühseligen Forschungen? Keineswegs. Sie nutzten ihre Nase.

Wie bitte? Doch, doch: Sie rochen hin, wo der Markt stank. Und der stinkt, so zu sagen, immer, wenn nicht das angeboten wird, was die Leute wollen und so wie die das möchten und / oder zu den falschen Preisen oder in der falschen Form oder so, wie es früher richtig war, aber heute nicht mehr. Etwas wird alt, älter, stirbt ab, verwest. Das riecht nicht gut, das stinkt.

Vor 25 Jahren stopften die Möbelhäuser erst ihre Läden und dann die Wohnungen ihrer Kunden voll – voll mit den immergleichen Möbeln, langweilig, sperrig, teuer und obendrauf kostspielige Nobeldesigns. Scheintot. Die Kunden waren das müde. Das merkten sie sofort, als sie plötzlich für wenig Geld eine Packung abholen konnten, zu Hause aufrissen, die Hölzer verschraubten und schwupp! ein Regal da stand. Hey!

Vor 30 Jahren wurde Bier, Wein, Milch, O-Saft und so weiter in Glasflaschen abgefüllt. Das hatte sich bewährt, wog ein bisschen schwer, war sympathisch und jedenfalls gut für die Umwelt, weil Glas aus Sand gemacht wurde und wieder eingesammelt. Nur leider eben waren die Glasbehälter wirklich schwer. Was alle merkten, denn sie trugen sie heim und herum. Und sie konnten runter fallen und auch sonst zerbrechen. Und in den Brauereien, Molkereien und so weiter brauchte man grosse Lager, die Platz kosteten und klappernde Abfüllstrassen. Doch plötzlich kamen diese Schweden, stellten eine kleine Pappe-Aufstellmaschine hinter die Zapfhähne, die Dinger waren leicht, taten, was sie sollten und passten prima in die Kühlschränke. Nach einigen Jahren hatten sogar alle gelernt, mit den Tetrapacks zu leben, ohne sich dauernd zu bekleckern, wenn der Inhalt unvermutet heraus schwappte.

Ikea oder Tetra oder, beispielsweise, Duttweiler: Da roch was, weil es nicht mehr gut war, nicht mehr zeitgemäss, nicht mehr die beste Lösung. Und das schnupperten Kamprad, Rausing, Dutti.

Und wieso passiert das nicht öfter? Weil all die cleveren Damen und Herren des Marketing, der Marktforschung, der Produkt-Entwicklung, kurz der Wirtschaft an Unis, in Seminaren, Kreativ-Workshops und so weiter auf das Gegenteil getrimmt werden: Analyse, System, Methode, Optimierung. Sie denken, statt zu schnuppern. Das tun sie in klimatisierten Büros ohne Ikea-Möbel. Um die Ecke rum schimmeln die duftenden Ecken der Märkte vor sich hin. Und nun zu uns. Leider werden uns die Kamprads, Rausing, Bertarelli, Oeris und Hoffmanns von ihren Milliarden nichts abgeben. Und Milliarden müssen es ja nicht sein. Aber das Geld liegt auf der Strasse. Verkleidet als etwas, das nicht mehr funktioniert, veraltet, verwest. Deshalb stinkt. Genau dort verstecken sich die Chancen für Menschen mit neugierigen Nasen, die nicht warten wollen, bis sie jemand reich macht oder arm. Jetzt. Apropos: „Geld stinkt nicht“ sagte zuerst ein alter Römer. Er hatte die Idee, die Kloaken Roms zu leeren. Womit er stinkreich wurde.

So ist das.

© C.P.Seibt