

Schlecht geben und schlecht sparen rauben des Himmels Heil. Dante

Sparen, ersparen, am Ende

Jetzt muss gespart werden. So tönt es schon seit zwei, drei Jahren. Klar. Die Umsätze der Firmen stagnieren oder gehen zurück. Die Gewinne schrumpfen oder werden Verluste. Nirgends eine Besserung in Sicht. Also müssen die Kosten gesenkt werden. Sparen ist angesagt. Sparen ist immer gut. Wird gespart, dann machen die Unternehmen wieder Gewinne und alles wird gut.

Nur: So ist das nicht.

Stellen Sie sich eine Firma als einen Menschen vor, sagen wir: Herrn F. Herrn F geht es lange gut. Erst wird er rundlicher, dann korpulent, dann fett und fetter, schliesslich ein wabbelnder Koloss. Nun ist seine Gesundheit ernstlich bedroht. Jetzt kommt die Spar-Diät. Herr F wird weniger fett, ist bald nur noch leicht übergewichtig, schliesslich dürr, endlich ausgezehrt. Da und dort hungern noch einige überflüssige Zellen herum. Schwups, schon sind sie raus geschnitten. Was lässt sich noch sparen, sparen, sparen? Seife, Zahnpasta, alle Kleidung bis auf eine Hose, ein Hemd, Sandalen. Und Nahrung, natürlich. Kartoffeln machen satt und das muss genügen. Hier und dort lässt sich anderen noch etwas Schmackhaftes wegnehmen. Reden spart sich Herr F bald auch. Und fühlen. Denken sowieso. Es wird dunkel. Alles ist ganz ruhig. Ende.

Stellen Sie sich Herrn F als Firma vor. Der geht es lange gut. Die Kasse ist voll, die Reserven häufen sich. Das Unternehmen kann sich da schon dies und das leisten: hier noch eine Abteilung für experimentelle Szenarios, dort eine angemessenere Autoflotte, eine Niederlassung hier und da, hübsche Werbekampagnen („Aus Erfahrung gut“), das eine oder andere Pilot-Projekt für expansive Markt-Strategien, clevere Assistenten für den CEO und natürlich einen Coach für Medien-Auftritte, sogar Studien von McManager, die schon deshalb gut sein müssen, weil sie soviel kosten, eine multimediale Website („Aus Erfahrung gut“), eine Hauszeitschrift, Hochglanz („Aus Erfahrung gut“). Immer so weiter.

Und jetzt kracht die Konjunktur in den Keller.

Das trifft unvorbereitet. Die Strategien versagen. Der Mut sinkt. Und jetzt? Jetzt wird gespart. Was? Kosten. Welche? Unnütze, Kosten, die keinen Nutzen bringen oder solchen, auf den verzichtet werden kann. Also erstens Menschen, die unnützen Esser, die nicht produktiven, alle, die irgend etwas machen, dass nicht mehr gebraucht wird. Schwups, schon sind sie raus. Sparen, sparen, sparen: an den Verpackungen, an der dritten Beschichtung gegen Rost, an freien Kugis, an dem Zuschuss fürs Kantinenessen. Die Hauszeitung. Die Website. Die Budgets für Forschung und Entwicklung. Die für Marketing und Kommunikation. An ehrbarer Haltung wird gespart, die Lieferanten rigoros unter Druck gesetzt, nie vereinbarte Skonti abgezogen. Gespart wird längst an Phantasie, an Intelligenz, an Können, an Fähigkeiten, an Hoffnung. So wird die Zukunft erspart, bald die Gegenwart. Es wird dunkel. Alles ist ganz ruhig. Ende.

Nein, sparen ist nicht einfach immer gut. Wird radikal und überall gespart, dann entsteht ein wucherndes, saugendes Loch. Das muss gefüllt werden, sonst verschwindet das ganze Unternehmen darin. Was solche Löcher auffüllt? Menschen, Menschen, die gegen die tödlichen Diät des Radikalsparens in das dringend Notwendige investieren – in Phantasie, Intelligenz, Mut, Hoffnung, in heutige und künftige Gegenwarten, also in Menschen.

Sparen ist keine Strategie, sondern ein Notbehelf. Muss gespart werden, dann muss zugleich investiert werden.

So ist das.

© C.P.Seibt