

Montag, 16. Februar 2009

## Erklärungsversuch

Der Ärger, die Wut, der Zorn, die Fassungslosigkeit ist groß. Es wird Zeit, einen Erklärungsversuch zu formulieren. Hier ist meiner. Warum tun Menschen, das was sie tun, auch wenn vielen klar ist, dass sie irren? Was hat Menschen dazu gebracht, so weit zu gehen? Am Beispiel der Automobilindustrie kann man dieses Verhalten gut beschreiben. Nicht dass ich es entschuldigen will, ich will nur erklären, warum Unternehmen so irren können. Es ist wie in dem Versuch mit dem Frosch in dem Topf. Man stellt einen Topf auf den Herd mit kaltem Wasser darin. Dann setzt man einen Frosch hinein und dreht die Heizplatte auf 10. Der Frosch bleibt im Topf, wenn das Wasser warm wird. Der Frosch bleibt auch, wenn das Wasser wärmer wird. Der Frosch bleibt im Wasser, wenn es noch wärmer wird. Der Frosch bleibt sogar im Wasser, wenn es heiß wird. Und dann stirbt der Frosch im kochenden Wasser. Er springt nicht hinaus. Wirft man aber einen Frosch in sehr warmes Wasser, dann springt er umgehend heraus. Überträgt man das Beispiel auf den Automobilmarkt, dann war die Welt mal in Ordnung, als sich der Markt noch in der Eroberungsphase befand. Aber dann ist der Markt wärmer und wärmer geworden. Die ersten Preisnachlässe kamen auf, die ersten Finanzierungen und dann wurde das Leasing erfunden. Die Rabatte erhöhten sich. Somit wurde es wärmer und wärmer im Markt. Diese Entwicklung war eine langsame und stetige. Und wie der Frosch sitzen die Marktteilnehmer im Topf und springen nicht heraus. Alle Hilfestellungen, um den Topf zu verlassen und sich somit zu retten, werden abgelehnt. Das gilt für die gesamte Wertschöpfungskette der Branche. Alles wird getan, um in der steigenden Hitze zu überleben. Das Controlling soll zudem mit allen Mitteln versuchen, das Überleben in einem siedenden Markt zu gewährleisten. Was natürlich nicht gelingen wird, denn es ergeht allen wie dem Frosch. Der Tod ist die Folge. Unvorstellbar, aber das passiert täglich. Die da draußen wundern sich und können nur den Kopf schütteln und fragen sich fortwährend – warum springen die nicht raus? Sie können nicht. Der Sprung ins Ungewisse wird abgelehnt und dafür wird lieber der völlig überhitzte Markt ertragen. Der Markt kocht sich lieber selbst, als einfach die Quelle der Hitzeentwicklung zu verlassen. Es kommt noch verrückter – man heizt selbst das System weiter und weiter an. Man gießt ständig Öl ins Feuer unter dem Topf, in dem man selbst sitzt. Somit haben der Frosch und der Mensch etwas gemeinsam. Wer würde heute schon gerne noch ein Autohaus aufmachen. Er würde die Hitze sofort spüren und schnell wieder aus dem Markt herausspringen. Somit liefert auch das wieder einen weiteren Beweis, dass der Mensch zu logischen Entscheidungen fast nicht fähig ist, sondern dass er Entscheidungen zum überwiegenden Teil emotional trifft. Das hindert ihn am Sprung. Sogar Leitern aus dem Topf helfen da nichts. Verrückt, aber so ist das. Was wir sehen, ist der Zeitpunkt, wenn das Wasser kurz vor dem Siedepunkt ist, wenn Märkte kollabieren, wenn Unternehmen schon kurz vor dem Verbrennen sind. Erst dann sehen wir das Problem. Aber Hilfe ist so gut wie unmöglich. Denn das Umdenken und dazu gehörige Handeln ist eigentlich ausgeschlossen. Es ist besser, sich in Würde vom Markt, der Branche oder dem Produkt zu verabschieden. Denn es werden neue folgen. Ständig kaltes Wasser in den Topf zu gießen, mit dem immer selben Ergebnis, dass irgendwann das drohende Ende trotzdem erfolgt, ergibt wirtschaftlich keinen Sinn. Sondern setzt alle anderen selbst in einen Topf. Der sich ebenfalls zunehmend erwärmt ....

Geschrieben von Christof Hintze in Human Marketing um 07:37

<http://www.taz.de/1/zukunft/konsum/artikel/1/politik-abgewrackt/>

schöne auflistung der idiotie der abwrackprämie...(heute aus der taz)

LGrüße  
Frank

Anonym am Feb. 16 2009, 11:45

Wundervolle Allegorie!

Anonym am Feb. 19 2009, 13:53