



Tanzere, Gra

ABSAGE-TAKTIK

Gründer müssen nicht alle Aufträge annehmen

Selbstständige werden oft mit Kunden konfrontiert, die keine realistische Vorstellung vom Preis oder Produkt haben. Experten raten: Beim Preis nicht zu weit nach unten gehen und auch mal Nein sagen.

„Wir werden Sie bestimmt beauftragen, fangen Sie mal mit einem Gratis-Konzept an“, „Können wir das nicht billiger haben?“, „Ich hätte gerne rosa Teppichboden im Bad“ – Beispiele für unerwünschte und nicht ganz zielführende Kundenwünsche, die Selbstständige erschauern lassen. Welche Aufträge muss man eigentlich annehmen, welche sollte man besser ablehnen? Gerade zu Beginn der selbstständigen Tätigkeit ist man wohl geneigt, Aufträge aus Angst vor einem Ausbleiben von Kunden lieber anzunehmen – erst mit wachsender Erfahrung lernt man das Abwägen. So wie Karin Oppenauer: Die 48-Jährige hat sich erst kürzlich selbstständig gemacht, mit ihrer „Wohnkanzlei“ berät sie Kunden beim Einrichten der Wohnung: „Am Beginn freut man sich über jeden Auftrag“, sagt sie: „Doch man muss eine Preisliste entwickeln und sie selbstbewusst den Kunden präsentieren.“

Kurs ändern. Wer sich unter seinem Aufwand verkauft, macht keinen Gewinn und arbeitet gegen sich selbst. Anfangs mag das in Ordnung sein, um ein paar Referenzprojekte zu haben – doch wer nicht bald den Kurs ändert, kommt aus dem Fahrwasser nicht mehr heraus. Oppenauer: „Ein Werbe-

effekt allein reicht auf Dauer nicht. Das Unternehmen muss von etwas leben können.“ Das bestätigt Martina Schubert, Geschäftsführerin des Forums zur Förderung der Selbstständigkeit (FOFOS): Viele Selbstständige würden nur die reine Arbeitszeit verrechnen und nicht bedenken, dass Buchhaltung, Verwaltung und Bürokratie auch Teil des Geschäfts sind – das kann ebenso in den Preis einfließen wie Steuern und Abgaben.

Bedenken hat Schubert auch bei jenen Auftraggebern, die vor Erteilung des Auftrags ein komplettes Konzept – also die eigentliche Arbeit – gratis haben wollen. „Dann sollte man sich schon lieber gleich zu Beginn ein ‚Nein‘ einholen“, sagt sie.

Oppenauer wiederum warnt vor einer falschen Gier nach Aufträgen: Gerade zu Beginn nehme man so viele Aufträge an, dass man sich vielleicht selbst überlastet. „Besser ist es, drei Aufträge gut zu machen anstatt zehn mittelmäßig – es kommen dann ohnehin Nachfolgaufträge.“ Zur Not kann man auch an Partner weiterleiten. Oder die Alternative wählen: „Man kann auch freundlich absagen.“

Übler Stil. Hat ein Kunde seltsame Vorstellungen, ist Oppenauer selbstbewusst: Der Experte hat das Wissen und kann beraten. Wenn die Kunden-Vorstellungen aber vollkommen unmöglich sind, ist es besser, den Auftrag abzulehnen. Schließlich trägt das Projekt die eigene Handschrift und ein misslungenes Projekt ist ein ebenso schlechtes Marketing wie ein gutes eine Referenz ist.

STEFAN MEY
stefan.mey@wirtschaftsblatt.at



Wohnkanzlei-Gründerin Karin Oppenauer berät die Kunden



FOFOS-Chefin Martina Schubert verrechnet auch Steuern