

Welche Herausforderungen ergeben sich, wenn Wahrheit im Geschäftsleben ausgelebt wird? Ist es richtig, in jedem Fall die Wahrheit zu sagen?

Lesezeit: 8 Minuten

THOMAS UND SIMONE VOSS

# WAHRHEIT IM GESCHÄFTSLEBEN

Zur Wahrheit gehört auch: Es ist nicht in jedem Fall möglich und richtig, die Wahrheit zu sagen!

**M**eine Frau und ich führen in dritter Generation ein Modehaus, das 1905 von meinem Großvater gegründet wurde. Wir sind auf allen Kanälen (offline und online) aktiv im Geschäftsleben verankert. Das betrifft den täglichen Kontakt mit unseren Kunden, Führung unserer Mitarbeiter, Gestaltung unseres Social-Media-Auftrittes, Werbung, Verhandlungen mit unseren Lieferanten, Ordertermine, Austausch mit Kollegen, ehrenamtliche Tätigkeiten vor Ort etc. In jedem einzelnen Part übernehmen wir verschiedene Rollen, und in jedem Bereich komplett authentisch und ehrlich zu sein ist oft eine Gratwanderung.

Warum ist das so?

Was würdest du sagen, wenn vor dir eine Kundin steht, die unbedingt ein Kleid kaufen möchte, das **mindestens** eine Nummer zu klein ist, und sagt: „Größe 42 habe ich immer getragen, das passt mir, sieht doch super aus!“ Sagst du unverblümt: „Sie sind viel zu dick geworden und benötigen eher zwei Nummern größer!“ Selbst wenn es exakt der Wahrheit entspricht, **du sagst das nicht!** Diplomatische und wertschätzende

Formulierungen helfen manchmal aus der Klemme, sind aber nicht die reine Wahrheit.

Auch mit unseren Mitarbeitern gibt es allgemeinverbindliche Zwänge, in denen wir als Arbeitgeber stecken. Ein Arbeitszeugnis für einen Mitarbeiter, der das Unternehmen wegen Unehrlichkeit verlassen muss, darf genau diesen Sachverhalt nicht benennen. Als Arbeitgeber ist man verpflichtet, **nur** positive Inhalte zu erwähnen und quasi höchstens „verschlüsselt“ die Wahrheit anzudeuten. Auch das ist eine echte Gratwanderung.

Wir sind als Arbeitgeber in der beneidenswerten Situation, Strukturen vorgeben zu können. In dieser Verantwortung leiten wir unser Unternehmen, fühlen uns persönlich der Wahrheit verpflichtet und wünschen das auch von unseren Mitarbeitern. Aus diesem Grund gibt es keine Prämie auf Altware, keine Umsatzprämie auf zusätzlich verkaufte Teile etc. Die ehrliche Beratung soll im Vordergrund stehen und nicht Umsatzmaximierung um jeden Preis.

„Das steht Ihnen aber besonders gut ...“ – die Kundin sieht damit aber eher blass und kränklich aus.

„Die Ware ist gerade neu reingekommen ...“ – intern gibt es dafür

eine Altwarenprämie. Genau solche Unwahrheiten wünschen wir nicht.

„Die Jacke ist absolut wasserdicht ...“, „Die Bluse ist super gepflegt ...“, „Dieser Pullover hat einen traumhaften Cashmere-Anteil ...“, „Das Shirt ist geruchshemmend ausgerüstet ...“, „Absolut fair trade hergestellt ...“ Derartige Aussagen müssen der Wahrheit entsprechen.

Unsere Mitarbeiter sollen angstfrei zur Arbeit kommen, ehrlich beraten und auch uns gegenüber ehrlich sein. Das hört sich vielleicht etwas lapidar an, aber **wenn Wahrheit unser Leben als Vorgesetzte bestimmt, kann Wahrheit auch bis ins letzte Glied gelebt werden.**

Mitarbeiteranweisung: „Heute müssen Sie mindestens 120,- € oder wenigsten zwei Teile je Kunde umsetzen!“, der Tag beginnt aber mit Unwetterwarnung, Sturm und Regen. Kein Kunde im ganzen Haus zu sehen. Wir lehnen für unser Modehaus diese Vorgehensweise ab, weil es bei unseren Mitarbeitern eher Angstgefühle und Magenschmerzen noch vor Arbeitsbeginn hervorrufen würde und beim Verkaufsgespräch zur Unwahrheit verleitet. Ehrlichkeit und Glaubwürdigkeit im Verkaufsgespräch sind ein gutes Zeugnis und führen auf Dauer



zum Erfolg. Das spricht sich rum. Für kurzfristig umsatzsteigernde „kleine“ Unwahrheiten werden wir auch als Geschäftsleitung spätestens in der Ewigkeit zur Rechenschaft gezogen, sofern wir solche Praktiken bewusst dulden oder sogar forcieren.

Auch Verleugnen wie z. B. „Ich bin nicht zu sprechen“, „Ich bin nicht im Haus“, nur um unangenehmen Gesprächen, Telefonaten oder Auseinandersetzungen aus dem Weg zu gehen, ist vor den eigenen Mitarbeitenden ein schlechtes Zeugnis.

Unsere Lieferanten haben ihre eigenen Vorstellungen von der Qualität ihrer Waren, Formen, Farben, Materialzusammensetzung, Preisgestaltung etc. Bei unseren Orderterminen in den Showrooms gilt auch hier, Ehrlichkeit und wertschätzendes Miteinander umzusetzen.

Beim Ordertermin: „Was ist das für eine grausame Kollektion, das können wir nicht verkaufen ...“, wenn man von vornherein gar nicht ordern will, kein Limit mehr frei hat und nur zu feige ist, den Termin abzusagen. „Was für eine super Kollektion, traumhaft, und die Farben: genial. Wenn wir noch Limit hätten, würden wir sofort ordern ...“, in Wirklichkeit finden wir die Kollektion aber komplett unverkäuflich, das hat mit Wahrheit nichts zu tun.

Ware bewusst **ohne Grund** schlechztureden, nur um den Einkauf abzulehnen, oder überzogen zu loben, weil uns zur Wahrheit der Mut fehlt, ist nicht wahrhaftig.

Mit ehrlichen Kommentaren und Nennung objektiver Kriterien haben wir die besten Erfahrungen gemacht und werden von einigen Lieferanten bewusst um unsere Meinung gefragt. Sie kennen uns als überzeugte Christen und wissen, dass wir keine „Schaumschläger“ sind.

Ungerechtfertigte Retouren (Zurücksendung gelieferter Waren an den Lieferanten) sind in der Modebranche ebenfalls festzustellen. „3 Strickeile mit Loch geliefert ...“, „2 Jacken mit Fleck am rechten Arm geliefert ...“ Im eigenen Haus beschädigte Ware als schon defekt geliefert darzustellen und dem Lieferanten anzulasten ist ein „No-Go“. (Gleiches ist natürlich auch im privaten Bereich abzulehnen.)

Nicht in Rechnung gestellte, aber zu viel gelieferte Ware dem Lieferanten anzuzeigen scheint heute eine Seltenheit zu sein. Die Ware wird einfach unbezahlt einsortiert.

Im Geschäftsleben wird häufig gelogen. Schlechte Ergebnisse werden schöneredet, man will nicht als „Loser“ dastehen. Gute Ergebnisse werden relativiert, man will das Erfolgsrezept nicht nennen. Bei einer Ordermesse fragte ich einen Erfahrenen Kollegen (Erfahrungsaustausch innerhalb einer Gruppe gleicher Haus- und Umsatzgrößen), wie er zu derart guten Ergebnissen kommen konnte. Seine Antwort: „Du bist doch Christ, das willst du gar nicht wissen!“ Seine Antwort hat mich richtig gefreut.

Unwahrheit, auch gegenüber Finanzämtern, Datenmanipulation, um Steuern zu sparen, ist (nicht nur

im Geschäftsleben) eine große Versuchung, entspricht auch nicht der Wahrheit. Generell im gesetzlich erlaubten Rahmen nach bestem Wissen in Wahrheit und Klarheit seine Angaben zu machen, das ist das Ziel.

Keine falschen Versprechungen zu machen, weder in der Print-Werbung noch auf Social-Media-Kanälen, weder gegenüber Kunden noch Mitarbeitern, ist eine klare Maxime für ein Leben in Wahrheit.

Authentisches Leben als Zeugnis in der Welt ist und bleibt auch für uns eine tägliche Herausforderung. Lassen wir uns nicht von Beispielen betören, die vordergründig mehr Erfolg haben. Natürlich kann das in der Praxis bedeuten, auf Umsätze zu verzichten, mehr Steuern zu zahlen, mehr persönlichen Einsatz zu leben, aber: Die Belohnung liegt im Himmel bereit! **Treu im Kleinen:** Ob Fahrtenbuch, Versicherung, Warenbestand, Warenbewertung, Einnahmen- oder Ausgabenbelege ... alles sollte korrekt sein.

Als Gläubige sind wir der Wahrheit verpflichtet, deshalb soll unser Leben sowohl im Privatleben als auch im Geschäftsleben wahrhaftig sein. Unser Herr Jesus, der selbst die Wahrheit ist (Joh 14,6), **erwartet** von uns, dass Lügen, Betrügen, üble Nachrede, falsche Versprechungen, gegenseitiges Auspielen, unwahre Ausreden, Halbwahrheiten und bewusst falsches Taktieren nicht vorkommen.

In Zweifelsfällen, wie z. B. bei undurchsichtigen Bestimmungen, ständig wechselnden Gesetzesgrundlagen oder FAQs, unklaren Formulierungen in Gesetzestexten ..., sollten wir auch im Geschäftsleben nach bestem Wissen und Gewissen handeln! Unser Herr kennt letztlich unsere inneren Beweggründe, Gesinnung, Gedanken und wird unser Tun in rechter Weise beurteilen. **Er ist Wahrheit, Gerechtigkeit, Gnade und Frieden in Person.**



Thomas und Simone Voss, 3 erwachsene Kinder, 2 Enkelkinder, Geschäftsleitung Modehaus Schlichting GmbH & Co. in Lage.