

Die fetten Jahre sind zurück

Reicht das Nüßchen-Sammeln als Maßnahme gegen Wirtschaftsschwankungen? Dazu müßte man wissen, wie lange eine schlechte Phase dauert und gleichzeitig bereit sein, seine Reserven aufzubrechen. Was also tun in fetten Jahren für die mageren? Von Ruth Stubenvoll.



Meine Dienstleistungen biete ich unterschiedlichen Kundengruppen an. Zwei wichtige davon sind IT-Beratungshäuser und IT-Freiberufler. Das Verhalten schon dieser zwei Gruppen zeigt, daß die fetten Jahre der IT zurückgekommen sind.

Die Firmenkunden kümmern sich wieder intensiv um das Thema Marketing.

Lohn und Brot, und vergessen ist die Zeit, da kein Projekt des Weges kam, kein Vermittler anbeißen wollte ...

Mancher von Ihnen hat in den vergangenen Jahren leidvoll erfahren, daß es wenig Sinn hat, Marketing nur dann zu betreiben, wenn man ausreichend oder gar mehr als ausreichend Zeit dafür hat. Dann ist man nämlich nervös, weil die gesammelten Nüßchen langsam ausgehen. Aus demselben Grund ist man schlecht drauf und wundert sich, daß niemand einen Auftrag rausrückt. Dann greift man zum Instrument Marketing. Man macht sogar unheimlich viel Marketing. Aber es kommt nichts dabei heraus. Ergebnis ist dann häufig die Feststellung: „Marketing bringt eh nichts.“

Aber Marketing ist eben keine Saisonaufgabe. Das, was die oben geschilderten Protagonisten machen, ist alles andere als Marketing. Sie verfallen in Aktionismus ob schlechter Auftragslage. Marketing ist etwas anderes: Reflektieren des eigenen Angebots, dessen langfristige Konsolidierung und die eigene Weiterbildung, dann natürlich Kunden- und Kontaktpflege mit passenden Maßnahmen. Und nicht zu vergessen, die Pflege des eigenen Angebotsprofils.

Die meisten IT-Freiberufler finden zu ihren Aufträgen über Agenturen. Das ist in vielen Fällen ein guter Weg, aber er hat auch seine Tücken. Übernimmt die Agentur Ihr Risiko für die Auslastung? Nein, tut sie nicht. Als Unternehmer mit dem Angebot „Vermittlung von Freiberuflern“ hat der Agent sein eigenes Risiko. Das heißt Kundenbindung oder Aufbau einer guten Datenbank, um Kundenwünsche erfüllen zu können, das heißt Erarbeiten eines guten Rufes am Markt, um auch von neuen Kunden Aufträge zu bekommen und vieles mehr. Sein Risiko heißt aber nicht „Auslastung von Freiberuflern“. Noch weniger heißt es „Auslastung von Nummern in einer Datenbank“. Das ist nicht seine Aufgabe. Auslastung ist Ihr eigenes unternehmerisches Risiko. Darum müssen Sie sich schon selber kümmern.

Vermittler bieten nur Projekte an, wenn sie welche haben. In Zeiten geringer Nachfrage wird der Vermittler weniger Projekte haben und weniger verdienen. Aber er wird nicht untergehen, denn wie es so schön heißt: „A bisserl was geht immer“. Ob er dann den Billigsten, den Besten oder den Jüngsten vermittelt, hängt von seinem Geschäftsmodell ab. Sicher ist nur, seine Datenbank wird wieder überfüllt sein. Was dann folgt, liegt so

kurz hinter uns, das brauche ich nicht auszuführen.

Was also tun? Eigene Kontakte pflegen. Das können derzeitige oder frühere Auftraggeber sein, natürlich auch Agenturen. Allen sollten Sie Ihre Vorzüge deutlich machen, den persönlichen Kontakt pflegen. Jetzt sind Sie in guter Stimmung, jetzt sind Sie frei und vermitteln das Gefühl „Mit dem oder der würde ich gern arbeiten.“ Nur so werden Sie eine Chance haben, daß man Sie auch kennt, wenn die Marktlage nicht so rosig ist. Sich solche Kontakte aufzubauen, gelingt nur in guten Zeiten. In schlechten tun das alle.

Eine zweite Folge aktiven Marketings ist die Stabilisierung Ihres Marktwertes. Hat man viele Kontakte, ist man weniger auf einzelne angewiesen. Natürlich wird bei einem Überangebot an Freelancern auch ein Kunde, zu dem Sie bereits engere Beziehungen pflegen, mit Ihnen verhandeln und

nicht jeden Preis zahlen. Er weiß genau wie Sie, wann er welche Position in den Verhandlungen hat. Aber Ihrem eigenen Kunden gegenüber sind Sie bei weitem weniger ausgeliefert. Bei ihm stehen nicht 20 Kollegen in der Schlange, die es alle billiger machen würden. In den Datenbanken tummeln sich diese Kollegen zuhauf. In der Datenbank spielen aber Persönlichkeit, der persönliche Kontakt und andere zentrale Merkmale einer Berater-Kunden-Beziehung kaum eine Rolle. Von der Vergleichbarkeit von Qualifikation und Lösungskompetenz will ich garnicht reden.

Gerne hält man mir in diesem Zusammenhang entgegen, daß doch kein IT-Freelancer direkt engagiert würde, geschweige denn eine Lieferantenummer beim Einkauf bekommt. Dazu kann ich nur sagen: Natürlich gibt es Kollegen, denen das gelingt. Dahinter steckt aber viel Beziehungsarbeit. Vertrauen Sie mehr darauf, daß jene Auftraggeber, die mit Ihrer

Arbeit zufrieden waren, Sie wieder engagieren werden. Auch wenn Sie zwischendurch für jemanden anderen tätig waren. Scheuen Sie sich nicht, nach Projekten und Aufgaben zu fragen. Das ist keine Prostitution, das nennt sich ganz einfach „Geschäft generieren“ und ist nichts anderes als zu signalisieren „Ich bin wieder verfügbar.“

Arbeiten Sie an Ihrer Persönlichkeit und Ihrer Kommunikationsfähigkeit. Beides wird bei Beauftragungen immer stärker eine Rolle spielen und zentrales Auswahlkriterium werden. Technikorientiertes Denken ist Ihnen vertraut. Diese Kompetenz müssen Sie nur auf hohem Level stabil halten. Ergänzen Sie diese Fähigkeit und teilen Sie es der Welt bitte regelmäßig mit. So sollten fetten Jahren keine allzu dünnen folgen.

Link

www.ruthstubenvoll.de

Heftvorschau 2007

4. Jahrgang

4/2007 erscheint am 13. Juli 2007
Branchenreport Verkehr und Logistik mit besonderen Schwerpunkten Automotive und Luftfahrt

5/2007 erscheint am 21. September 2007 mit den Themen

- Als IT-Freiberufler in der Medienwirtschaft (Verlage, Druckwesen, E-Medien)
- Als IT-Freiberufler in Österreich arbeiten

6/2007 erscheint am 12. November 2007
Schwerpunkt Finanzdienstleister: Banken und Versicherungen
IT-Projekte im Zeichen des Umbruchs
(Änderungen vorbehalten)

Interessante Messen

IAA Pkw, Frankfurt/Main
13.9. – 23.9.2007
www.iaa.de

Systems München
22. – 26.10.2007
www.systems.de
GI-Jahrestagung Bremen
September 2007
www.informatik2007.de

E.B.I.F.-Fachmesse
Frankfurt/Main
20. – 22.11.2007
www.ebif.com