



Christoph Teller

## Vertrauen in der Wirtschaftswelt der Zukunft

### Was ist Vertrauen?

Vertrauen ist die **Basis aller Beziehungen**, es ist der **Mörtel** im **Beziehungsgeflecht**. Vertrauen in Geschäftsbeziehungen ist vor allem basierend auf zwei Säulen: **Glaubwürdigkeit** aber auch **Wohlwollen** oder Goodwill. Beides ist schwer zu schaffen und es zeigt indirekt, wie schwer es ist Vertrauen aufzubauen. Vertrauen muss erarbeitet werden, Vertrauen muss gepflegt werden. Aber was schafft Vertrauen in einer Geschäftsbeziehung:

- ❖ Loyalität und Treue,
- ❖ Abbau von Unsicherheiten,
- ❖ es reduziert Konflikte,
- ❖ Commitment zu und Zufriedenheit in einer Beziehung also den Willen in Beziehungen zu investieren
- ❖ es erhöht Kooperationsbereitschaft,
- ❖ es schützt vor allem Beziehungen zu beenden.

### Was passiert, wenn man kein Vertrauen hat oder es kein Vertrauen gibt?

Wer nicht vertraut, muss **kontrollieren**. Kontrolle verursacht jedoch **hohe Kosten**, z.B. Zeit und psychologische Kosten (Stress oder Unwohlsein). Wichtig ist auch, dass es lange dauert und schwierig ist Vertrauen aufzubauen, es aber sehr schnell verloren gehen kann. In Geschäftsbeziehungen muss Vertrauen ständig genährt werden.

### Welche Chancen für die Zukunft sehen Sie für jene, die sich durch besondere Vertrauenswürdigkeit als Wirtschaftspartner auszeichnen?

Vertrauen ist vor allem dann wichtig, wenn es **Unsicherheiten** und **Informationsdefizite** gibt. Die Covid-19 Krise hat eine bisher nicht dagewesene Unsicherheit hervorgerufen. Sie stellt Vertrauen auf die Probe. Es bestand immer die große Gefahr Vertrauen zu zerstören. Zu Beginn der Pandemie gab es große Unsicherheit aufgrund diverser Medienberichte sowie die Neuartigkeit und Unvorhersehbarkeit der Situation. Es kam anfänglich zu Vertrauensverlust auf allen Ebenen. Eine Reaktion waren massive **Verhaltensänderungen** als Folge der Unsicherheiten auf allen Ebenen. Denken Sie an den Lebensmitteleinzelhandel, was dort passiert ist. Es gab abweichendes Verhalten, wie Hamsterkäufe, aggressives Verhalten, Lieferengpässe, um nur einige zu nennen.

Aber interessant: Nach dem 1. Lockdown wurden die Informationsdefizite und (-asymmetrien) ausgeglichen. Hier hat die **Kommunikation der Unternehmen und der Regierung** einen wichtigen Beitrag geliefert. In den nachfolgenden Lockdowns gab es im Lebensmitteleinzelhandel keine Hamsterkäufe mehr.

### **Was sind dann Maßnahmen, welche Vertrauen in der Krise fördern?**

Als Unternehmen gleichermaßen wie als Privatperson sind das

- ❖ **Offene Kommunikation** der Unsicherheit und **Lösungsorientierung**;
- ❖ das **Rapport Building**, also Gemeinschaftsgefühl und Beziehungen stärken;
- ❖ den Fokus auf das **Gemeinsame** und auf **Gegenseitigkeit legen** - Geben und Nehmen in den Geschäftsbeziehungen im Einklang.

### **Was haben wir gelernt oder besser, woran wurden wir erinnert?**

Die Krise hat uns gezeigt, dass **Vertrauen die harte Währung in der Krise** ist. In anderen Worten: Vertrauen ist gut, wenn man es genau dann hat, wenn man es braucht. Vertrauen ist **nicht selbstverständlich**, wohl eher **hart verdient** und es **geht leicht verloren**. Wir wissen jedoch bereits jetzt: All jene, die mittels Vertrauen die Krise überstanden haben, werden auch aus dieser gestärkt hervorgehen.