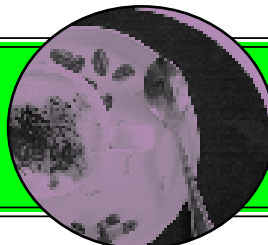




Aktuelle Türkei Rundschau

Einzig überregionale
deutschsprachige
Wochenzeitung (Print)
der Türkei -
deutsche Herausgeber

Auf eine Tasse Kaffee von Jürgen P. Fuß



Aus ATR - Ausgabe 70 11.11.2005

Türkischer Rabatt

Natürlich erhalten wir in unserer Redaktion regelmäßig auch solche E-Mails, die wir nicht bestellt haben. So versucht zum Beispiel seit mehreren Wochen ein Autovermieter aus Alanya uns von seinen günstigen Konditionen zu überzeugen. Nun haben uns entschlossen, dieses „Super-Angebot“ bei einer Tasse Kaffee einmal genauer zu betrachten. Nennen wir es türkischen Rabatt.

Da bekommen wir nun nicht näher beschriebenes Fahrzeug immer wieder zu außerordentlich günstige Konditionen angeboten, wobei man nach dem text der E-Mail davon ausgehen sollte, dass besonders eine Langzeitanmietung wesentliche wirtschaftliche Vorteile bringt. Das muss wohl auch so seien, allerdings nicht für uns als ein möglicher Mieter des Fahrzeugs, sondern vielmehr (nur) für den Vermieter.

In einer Zeit, wo bekanntermaßen kaum jemand ein Auto anmieten möchte - wir meinen die Zeit vom 1. November bis zum 31. März - offeriert uns kostenlos und unaufgefordert unser Autovermieter aus Alanya das - siehe oben - nicht genau bezeichneten Fahrzeug zum Preis von nur 10 Euro je Tag. Nun zum Langzeitrabatt: Zwei Tage kosten 20 Euro, drei Tage 30 Euro und .. wer hätte das gedacht, eine Woche nur 70 Euro!

Aber die Rabattstaffel lässt sich natürlich beliebig verlängern. So dürfen das gleiche Fahrzeug auch für zwei Wochen mieten, wobei uns eine weitere Vergünstigung gewährt wird, das Fahrzeug kostet nur 140 Euro und wenn sie es noch länger haben wollen - kein Problem: drei Wochen für 210 Euro und einen ganzen Monat für „nur“ (so heißt es ausdrücklich in der E-Mail) für 300 Euro. Ein Angebot, was besonders im Februar mit seinen 28 Tagen verlockend ist!

Türkischer Rabatt eben. Nun fragen wir uns wirklich, was jemandem bewegt, nicht nur uns - sondern wie der beigefügte E-Mail-Verteiler erkennen lässt, noch rund 20 weiteren Personen (oder Firmen?) das gleiche günstige Angebot zu unterbreiten.

Für uns ist es jedenfalls wieder einmal ein Beweis dafür, das türkische „Geschäfts-Leute“ noch sehr viel werden lernen müssen, wenn sie auf Dauer mit Europäern - wohl angemerkt: nicht nur mit Deutschen - ins Geschäft kommen wollen.

Merke: Wer eine längerfristige vertragliche Bindung eingeht verringert damit sein eigenes geschäftliches Risiko und muss - so zumindest europäische und amerikanischen Denkweise - ein Stück dieses Gewinns an seinen Kunden abgeben - oder wird keine Kunden gewinnen.

© 2005 by ATR

Nachdruck mit vollständiger Quellenangabe gestattet.
Belegexemplar per Email an ATR@gmx.com erbeten.