

	Was sind für Dich die drei schwerwiegendsten Verhaltensfehler im Zusammenhang mit Geld und Honorar?	Was sind für Dich die drei wichtigsten Tipps an Freunde und Kollegen im Zusammenhang mit Geld und Honorar?	Was sind für Dich die drei schwerwiegendsten Verhaltensfehler im Zusammenhang mit Geld und Honorar?	Was sind für Dich die drei wichtigsten Tipps an Freunde und Kollegen im Zusammenhang mit Geld und Honorar?	Was sind für Dich die drei schwerwiegendsten Verhaltensfehler im Zusammenhang mit Geld und Honorar?	Was sind für Dich die drei wichtigsten Tipps an Freunde und Kollegen im Zusammenhang mit Geld und Honorar?	Was sind für Dich die drei schwerwiegendsten Verhaltensfehler im Zusammenhang mit Geld und Honorar?	Was sind für Dich die drei wichtigsten Tipps an Freunde und Kollegen im Zusammenhang mit Geld und Honorar?	
01	<b>Dietmar Telfzer</b> telfzer@cominternet	1. Zuäuflichkeit und unergiebige Nahbarkeit 2. Nicht schriftlich definierte Summen 3. Leidenschaft	1. Einen guten Anwalt. 2. Eieren den Guten überflüßig. 3. Den versicherten Instinkt zwischen den Schriftstücken.	16	<b>Hans-Joachim Göggl</b> hansjoachim@goggl.com	Kein Honorar zu vereinbaren, es nicht schriftlich zu vereinbaren oder es ungenau zu vereinbaren.  Das heißt etwa zusätzliche Besprechungs- aufwand sollte nachverrechenbar sein oder mehrmalige Korrekturdurchläufe. Meine Erfahrung ist, Kunden haben damit kein Problem, wenn sie billig annehmen. In den meisten Fällen, wo der Kunde es nicht akzeptieren kann, verhandelt er eigentlich immer nach. Und dann erst ist der Zeitpunkt für eventuelle Honorarsenkung gekommen.	1. Eines guten Anwalt. 2. Eieren den Guten überflüßig. 3. Den versicherten Instinkt zwischen den Schriftstücken.	1. Eines guten Anwalt. 2. Eieren den Guten überflüßig. 3. Den versicherten Instinkt zwischen den Schriftstücken.	
02	<b>Jürgen Siebert</b> jueberg@stgshop.de	1. mangelndes Vertrauen 2. nicht zum billig einkaufen 3. Kosten und Nutzen im Auge haben	1. einfach sein 2. lasst Eier Tun nicht von Geld streuen 3. sters offen kommunizieren, Etat im Auge behalten	17	<b>Sigi Ramoser</b> ramoser@sigirama.at	ich persönlich komme aus einer Arbeiterfamilie und tue mir heute noch manchmal schwer, meine Arbeit als etwas Besonderes darzustellen und zu bewerten, wenn wir unsere Arbeit mit Produkten vergleichen, dann machen wir die wirklich exklusiven arbeiten, individuell, speziell, einzigartig, diese Produkte kosten alle einen „batzen Geld“, ich arbeite-dan, dies auch zu kommunizieren.	1. mangelndes Vertrauen 2. nicht zum billig einkaufen 3. Kosten und Nutzen im Auge haben	1. einfach sein 2. lasst Eier Tun nicht von Geld streuen 3. sters offen kommunizieren, Etat im Auge behalten	
03	<b>Thomas Beck</b> tom.beck@tombeck.at	Der Preis folgt der Lösung. Ein Fehler ist es, die Preis-Frage des Auftraggebers »im Augenblick und überhaupt zu beantworten. Sich bedingungen zu lassen, zu glauben-mans muss jetzt antworten. Das stimmt nicht. Erst das Verstehen, dann der Lösungsansatz, dann der Preis. In aller Ruhe.	1. Dem Auftraggeber Löcher in den Bauch fragen, alle Fragen die mit »W« beginnen und aus meinem bild zu rekonstruieren. Es ging um einen Job für ein international tätiges Architekturbüro, den er unbeding wollte. Damit er klar auf jeden Fall bekommt, schreibt er ein günstiges Offer und fährt damit zur ersten Besprechung. In die Zürich stadtland, damals noch zu »Schilling-Zeiten«. Die Besprechung läuft sehr gut, der Architekt fragt zum Schluss nach dem Preis und meine freund schließt verzagen Herzess ein Angebot über den Tisch. Sein Kunde wirft einen kurzen Blick darauf und fragt freundlich-sachlich, ob es sich dabei um Franken oder Dollar handelt? In der größten Geistesgegenwärtigkeit seines ganzen Lebens antwortet mein Freund erweichend: Franken. Der Kunde sagt: Passt. Und die Lösung war: Ende. An diesem Tag hat er in zwei Sekunden das 10-fache von dem verdient, was er angeboten hat und seitdem hat er nie wieder in vorauseitendem Gebotsman billig angeboten.	18	<b>Markus Gasser</b> m.gasser@mts.at	1. Honorar in mehreren Teilbeträgen zahlen 2. statt alles irrsinnig billig zu machen, lieben den Umfang in kleinere (preiswertere) Ecken unterteilen 3. beide Seiten rausholen was geht, letterer Tropfen, wie bei einer Zitronz	1. Dem Preis folgt der Lösung. Ein Fehler ist es, die Preis-Frage des Auftraggebers »im Augenblick und überhaupt zu beantworten. Sich bedingungen zu lassen, zu glauben-mans muss jetzt antworten. Das stimmt nicht. Erst das Verstehen, dann der Lösungsansatz, dann der Preis. In aller Ruhe.  Auf Pauschalen einzustimmen, wenn der Umfang und die Personen, welche Erfolge beeinflussen nicht sonterklar und berechenbar sind. Eine Pauschale ist oft einseitig, oft keine win-win-Lösung sondern »Feintagel« des Auftragnehmers. Die Kehelste: meine Rente! Ich frage mich »wann ich geschickt bin verdient« heißt mir.  Auf die Aussage »Sie sind zu teuer« mit Angst und Rechtfertigung zu reagieren. Und den Preis nachlassend. Da war ich entweder zu teuer und wollte den Auftraggeber abhocken (man wird's ja noch versuchen dürfen...o) oder der Wert meiner Arbeit auch wenn menschlich sehr von der Wert-Schätzung des Auftraggebers abhängig.  Auf ungenügende Bezahlung meiner Bechnung nicht gemessen und selbstbewusst zu reagieren.	1. Dem Auftraggeber Löcher in den Bauch fragen, alle Fragen die mit »W« beginnen und aus meinem bild zu rekonstruieren. Es ging um einen Job für ein international tätiges Architekturbüro, den er unbeding wollte. Damit er klar auf jeden Fall bekommt, schreibt er ein günstiges Offer und fährt damit zur ersten Besprechung. In die Zürich stadtland, damals noch zu »Schilling-Zeiten«. Die Besprechung läuft sehr gut, der Architekt fragt zum Schluss nach dem Preis und meine freund schließt verzagen Herzess ein Angebot über den Tisch. Sein Kunde wirft einen kurzen Blick darauf und fragt freundlich-sachlich, ob es sich dabei um Franken oder Dollar handelt? In der größten Geistesgegenwärtigkeit seines ganzen Lebens antwortet mein Freund erweichend: Franken. Der Kunde sagt: Passt. Und die Lösung war: Ende. An diesem Tag hat er in zwei Sekunden das 10-fache von dem verdient, was er angeboten hat und seitdem hat er nie wieder in vorauseitendem Gebotsman billig angeboten.	1. Dem Preis folgt der Lösung. Ein Fehler ist es, die Preis-Frage des Auftraggebers »im Augenblick und überhaupt zu beantworten. Sich bedingungen zu lassen, zu glauben-mans muss jetzt antworten. Das stimmt nicht. Erst das Verstehen, dann der Lösungsansatz, dann der Preis. In aller Ruhe.  Auf Pauschalen einzustimmen, wenn der Umfang und die Personen, welche Erfolge beeinflussen nicht sonterklar und berechenbar sind. Eine Pauschale ist oft einseitig, oft keine win-win-Lösung sondern »Feintagel« des Auftragnehmers. Die Kehelste: meine Rente! Ich frage mich »wann ich geschickt bin verdient« heißt mir.  Auf die Aussage »Sie sind zu teuer« mit Angst und Rechtfertigung zu reagieren. Und den Preis nachlassend. Da war ich entweder zu teuer und wollte den Auftraggeber abhocken (man wird's ja noch versuchen dürfen...o) oder der Wert meiner Arbeit auch wenn menschlich sehr von der Wert-Schätzung des Auftraggebers abhängig.  Auf ungenügende Bezahlung meiner Bechnung nicht gemessen und selbstbewusst zu reagieren.
04	<b>Mathias Weissengruber</b> mweissengruber@tch.at	1. sich zu billig verkaufen, was die be copyright 2. lebe das copyright 3. ein nicht funktionierendes malwesen.	1. verkauf dich nicht zu billig 2. positioniere dich dort wo du es am besten empfindest und lebe es dann auch so – lass dich nicht vom bösen Kunden unterkriegen und wehe zu deinem wert 3. lass 2 wochen nach rechnungslage (bei nicht erfolgiger zahlung die erste zahlungsanfrage raus, freundlich aber bestimmt, und dann im wochenrhythmus jeweils steigern – bleib liquid und das leben ist schön!	19	<b>Christoph Raabichler</b> Hofian Kicker craabichler@kicker.at	• Begeisterung/Idealismus: den job (unbedingt) machen zu wollen • eine gewisse abneigung von der eigenen bürokratik/rechnungstrennung zu haben. • die idee vor der unterschrift zu haben/ zu liefern.	1. sich zu billig verkaufen, was die be copyright 2. lebe das copyright 3. ein nicht funktionierendes malwesen.	1. verkauf dich nicht zu billig 2. positioniere dich dort wo du es am besten empfindest und lebe es dann auch so – lass dich nicht vom bösen Kunden unterkriegen und wehe zu deinem wert 3. lass 2 wochen nach rechnungslage (bei nicht erfolgiger zahlung die erste zahlungsanfrage raus, freundlich aber bestimmt, und dann im wochenrhythmus jeweils steigern – bleib liquid und das leben ist schön!	
05	<b>norbert tomasi</b> n.tomasig@mts.at	Angst den Kunden zu verlieren. Das Gefühl vom vorliegenden Auftrag abhängig zu sein. Voraussetzender Gebotsman in punkto Honorar drückenlassen und gleichzeitig nicht wissen wo man steht. Unsicherheit bei Bezug auf die eigenen Qualitäten.	Hast du jemals eine Luxusdienstleistung mit Vollzustand zum Preis eines Kleingewinns gesehen? – Ich auch nicht. Warum denn das führt dein Kunde einen dicken Schlitten, während du Rad fährst? Du bestimmst den Spielraum – in dem der Kunde mit dir spielen darf. Wie weit denkst du, kommst du mit untergelassenen Honorar? Für von Anfang an untergelassene Honorar gibt es kein späteres Argument sie wieder hoch zu ziehen... Es gibt immer jemanden, der besser, schneller und billiger ist – an arch der wert, aber willst du dort leben? einatmen – ausatmen – spass haben – der nächste kunde kommt bestimmt.	20	<b>Peter Felder</b> pfelder@pfb.at	1. Geld ansprechen Das Thema Geld und Honorar immer ansprechen. Sich ein vertrag geben und beim Geld reden man nicht». Ein blöder Spruch. Ich spreche das immer an, beim ersten Treffen mit Kunden zu einem Projekt, das bringt Missverständnissen vor. Ich denke die »Finanzkräften auf und maches dem Kunden transparent, was Entwürf, Ausarbeitung und Nutzung »wert« sind. 2. Offerte schriftlich Nach einer Besprechung zum Thema Honorar ein schriftliches Angebot nachreichen. Das hat Vertragsqualität und ist verbindlich. Das Offert soll – je nach Vertragsverhältnissen – ein beidseitiges brauchen als an.	1. Angst den Kunden zu verlieren. Das Gefühl vom vorliegenden Auftrag abhängig zu sein. Voraussetzender Gebotsman in punkto Honorar drückenlassen und gleichzeitig nicht wissen wo man steht. Unsicherheit bei Bezug auf die eigenen Qualitäten.  Hast du jemals eine Luxusdienstleistung mit Vollzustand zum Preis eines Kleingewinns gesehen? – Ich auch nicht. Warum denn das führt dein Kunde einen dicken Schlitten, während du Rad fährst? Du bestimmst den Spielraum – in dem der Kunde mit dir spielen darf. Wie weit denkst du, kommst du mit untergelassenen Honorar? Für von Anfang an untergelassene Honorar gibt es kein späteres Argument sie wieder hoch zu ziehen... Es gibt immer jemanden, der besser, schneller und billiger ist – an arch der wert, aber willst du dort leben? einatmen – ausatmen – spass haben – der nächste kunde kommt bestimmt.	1. Angst den Kunden zu verlieren. Das Gefühl vom vorliegenden Auftrag abhängig zu sein. Voraussetzender Gebotsman in punkto Honorar drückenlassen und gleichzeitig nicht wissen wo man steht. Unsicherheit bei Bezug auf die eigenen Qualitäten.  Hast du jemals eine Luxusdienstleistung mit Vollzustand zum Preis eines Kleingewinns gesehen? – Ich auch nicht. Warum denn das führt dein Kunde einen dicken Schlitten, während du Rad fährst? Du bestimmst den Spielraum – in dem der Kunde mit dir spielen darf. Wie weit denkst du, kommst du mit untergelassenen Honorar? Für von Anfang an untergelassene Honorar gibt es kein späteres Argument sie wieder hoch zu ziehen... Es gibt immer jemanden, der besser, schneller und billiger ist – an arch der wert, aber willst du dort leben? einatmen – ausatmen – spass haben – der nächste kunde kommt bestimmt.	
06	<b>Cathrine Lintay Koller</b> colin@lkm.at	1. Unüberwindbares Strüben oder fatale Bequemlichkeit gegen konkrete Vereinbarungen oder sich keine Zeit/Lust nehmen, sich mit Geschäfts-kreuz zu befassen. (Mehraufwand, Leistungs- veränderungen o. ä.)	1. Unüberwindbares Strüben oder fatale Bequemlichkeit gegen konkrete Vereinbarungen oder sich keine Zeit/Lust nehmen, sich mit Geschäfts-kreuz zu befassen. (Mehraufwand, Leistungs- veränderungen o. ä.)	21	<b>Markus Hamer</b> Markus.Hamer@dm.at	Geld ist bestfalls da haben. Also sollten wir es nicht allzu erstand damit nehmen. Für Geld kann sich nichts kaufen? Die wertvollsten Dinge im Leben sind unbezahlbar. Geld verdirt den Charakter, deshalb sollten wir es rasch wieder ausgeben, vor allem an Menschen die es dringender brauchen als wir.	1. Unüberwindbares Strüben oder fatale Bequemlichkeit gegen konkrete Vereinbarungen oder sich keine Zeit/Lust nehmen, sich mit Geschäfts-kreuz zu befassen. (Mehraufwand, Leistungs- veränderungen o. ä.)	1. Unüberwindbares Strüben oder fatale Bequemlichkeit gegen konkrete Vereinbarungen oder sich keine Zeit/Lust nehmen, sich mit Geschäfts-kreuz zu befassen. (Mehraufwand, Leistungs- veränderungen o. ä.)	
07	<b>Erwin K. Bauer</b> ekb@winbauw.at	1. zuerst vom geld und dann von der aufgabe zu sprechen 2. die designarbeit durch verhandlungen zur bazaarware abstrahieren 3. designleistung (vor allem die geistige) in stunden anzusetzen, was oft dann führt, dass der kunde immer das gefühl entwickelt, es hätte schneller gehen können, aber gute arbeit braucht zeit.	1. mach nur die projekte, die spass machen und maßstabsorientiert sind, es wird sich mittelfristig auf jeden fall rechnen. 2. mach design für die gute dinge, die zu wenig bezahlt werden, lieber umsonst, als zu demping- preisen 3. gutes design kostet gutes geld, wenn das von der kundenseite nicht realisiert wird, sollte man dem natürlichen selektionsprozess freien lauf lassen, es wird der kundenseite sehr gut zu machen und die arbeit mit den passenden partnern vorantreiben.	22	<b>René Dalpra</b> rene@dalpra.com	• sich auf Diskussionen über das Honorar einlassen • Offerte/abgabe, ohne das Projekt genau zu kennen • alles Geld, das man verdient hat zu behalten und nicht wieder in unbedarf zu bringen oder frei nach H.,G.,G. • sich zweiw Geld denken über Geld und Honorar zu machen • sich zuwenig Gedanken über Geld und Honorar zu machen • sich keine Gedanken über Geld und Honorar zu machen	1. zuerst vom geld und dann von der aufgabe zu sprechen 2. die designarbeit durch verhandlungen zur bazaarware abstrahieren 3. designleistung (vor allem die geistige) in stunden anzusetzen, was oft dann führt, dass der kunde immer das gefühl entwickelt, es hätte schneller gehen können, aber gute arbeit braucht zeit.	1. mach nur die projekte, die spass machen und maßstabsorientiert sind, es wird sich mittelfristig auf jeden fall rechnen. 2. mach design für die gute dinge, die zu wenig bezahlt werden, lieber umsonst, als zu demping- preisen 3. gutes design kostet gutes geld, wenn das von der kundenseite nicht realisiert wird, sollte man dem natürlichen selektionsprozess freien lauf lassen, es wird der kundenseite sehr gut zu machen und die arbeit mit den passenden partnern vorantreiben.	
08	<b>Alexander Reiberger</b> a.reiberger@fjmda.at	• Ungenau, schlampige, oberflächliche Kalkulation • Ungenau, unklare Leistungsbeschreibung • Ignorieren der Wettbewerbssituation	• Zeit nehmen für detaillierte Leistungs- beschreibung und Kalkulation • Schwebendes Kommunizieren der Kosten • »Vorhalten« zum verfügbaren Budget	23	<b>Bary Hewison</b> bary@hewison.at	1. sich unter dem wahren Wert verkaufen 2. gegenseitig im Rahmen (K & Dienstgebot) resultat und konsequent sein. 3. möglichst keine Schulden machen, einen angesehenen Steuerberater verpflichten und das Finanzamt nicht betriegen.  In den 1960er Jahren hat mein erster Chef, ein begnadeter Art Director aus New York, mich gehalten. Ich dem ältesten arbeitstag mit einem für jede erdenkliche Arbeitsituation relevanten Letztpruch geprägt: »Never be satisfied with what you have« – Also was ich heute noch 40 Berufsjahre mit wildem Fingerschlag gut geföhle. Wer für eine ordentliche leistung ordentlich bezahlt wird, kann sich den Luxus leisten, ordentliche Steuerberater zu sein. In 95% der Fälle, wo ich gegenüber Kunden »massiv« auftreten musste, haben diese mich hintergangen geföhlt. Grund für die Aktion war sicherlich auch die mangelnde Kommunikation gegen Ende des Projektes.  Ich bedauere habe ich das c/d dann pünktlich abgeben und es ist bereits im Einsatz. Und ich habe daraus gelernt!	• Ungenau, schlampige, oberflächliche Kalkulation • Ungenau, unklare Leistungsbeschreibung • Ignorieren der Wettbewerbssituation	• Zeit nehmen für detaillierte Leistungs- beschreibung und Kalkulation • Schwebendes Kommunizieren der Kosten • »Vorhalten« zum verfügbaren Budget	
09	<b>Bernard Stein</b> bernard@stein-design.de	Als Nico und ich unser Atelier am Bundesplatz aufgemacht haben (1978) war unser Nachbar über den Fluß für einige Jahre der Bildhauer George Riscky. Er war damals ca. 75 Jahre alt und rief uns ein mal zu möglichen zukünftigen Erfolg zwei Dinge zu tun: 1. Nein sagen 2. Preise erhöhen	1. Als Nico und ich unser Atelier am Bundesplatz aufgemacht haben (1978) war unser Nachbar über den Fluß für einige Jahre der Bildhauer George Riscky. Er war damals ca. 75 Jahre alt und rief uns ein mal zu möglichen zukünftigen Erfolg zwei Dinge zu tun: 1. Nein sagen 2. Preise erhöhen	24	<b>Jürgen Staudacher</b> jstaudacher@stpa.com	1. Man geht davon aus, daß der Kunde weiß wie hoch die Aufwendungen sind 2. Der Kunde geht davon aus, daß wir wissen wieviel Geld er budgetiert hat. 3. Manchmal will man etwas mehr verdienen, weil für das der Kunde aber entscheidend weniger ausgeben wollte.	Als Nico und ich unser Atelier am Bundesplatz aufgemacht haben (1978) war unser Nachbar über den Fluß für einige Jahre der Bildhauer George Riscky. Er war damals ca. 75 Jahre alt und rief uns ein mal zu möglichen zukünftigen Erfolg zwei Dinge zu tun: 1. Nein sagen 2. Preise erhöhen	Als Nico und ich unser Atelier am Bundesplatz aufgemacht haben (1978) war unser Nachbar über den Fluß für einige Jahre der Bildhauer George Riscky. Er war damals ca. 75 Jahre alt und rief uns ein mal zu möglichen zukünftigen Erfolg zwei Dinge zu tun: 1. Nein sagen 2. Preise erhöhen	
10	<b>Birgit Gurtner</b> birgit.gurtner@tch.at	1. Billig sein und am Auftrag zu bekommen 2. Den Auftraggeber das Honorar bestimmen lassen 3. Keine schriftlichen Vereinbarungen, sondern nur mündliches blabla	1. Zu dem Preis arbeiten, der dem eigenen schmerz entspricht (... wenn der Selbstwert zu gering ist, vor der Existenzgründung eine mindestens 2-jährige Psychotherapie machen)  1. umgangs- und Kostenansparen für den Auftraggeber, schriftliche Auftragsbestätigung: Ersten Drittel des Honorars ist bei Auftrags- erteilung fällig, das zweite Drittel bei Vorlage der ersten Entwürfe, das letzte Drittel nach Abschluss des Auftrages; keine Haftung für Rechtschreib- fehler übernehmen ... sich einen juristen als Freund suchen.  3. sich an Honorarinteressen/-läufden orientieren zum Beispiel von der Allianz deutscher Grafiker/ Designer und diese gegebenenfalls dem Kunden vorlegen	25	<b>Barry Hewison</b> bary@hewison.at	1. Man geht davon aus, daß der Kunde weiß wie hoch die Aufwendungen sind 2. Der Kunde geht davon aus, daß wir wissen wieviel Geld er budgetiert hat. 3. Manchmal will man etwas mehr verdienen, weil für das der Kunde aber entscheidend weniger ausgeben wollte.	1. Billig sein und am Auftrag zu bekommen 2. Den Auftraggeber das Honorar bestimmen lassen 3. Keine schriftlichen Vereinbarungen, sondern nur mündliches blabla	1. Zu dem Preis arbeiten, der dem eigenen schmerz entspricht (... wenn der Selbstwert zu gering ist, vor der Existenzgründung eine mindestens 2-jährige Psychotherapie machen)  1. umgangs- und Kostenansparen für den Auftraggeber, schriftliche Auftragsbestätigung: Ersten Drittel des Honorars ist bei Auftrags- erteilung fällig, das zweite Drittel bei Vorlage der ersten Entwürfe, das letzte Drittel nach Abschluss des Auftrages; keine Haftung für Rechtschreib- fehler übernehmen ... sich einen juristen als Freund suchen.  3. sich an Honorarinteressen/-läufden orientieren zum Beispiel von der Allianz deutscher Grafiker/ Designer und diese gegebenenfalls dem Kunden vorlegen	
11	<b>Regula Widmer</b> widmer@prrd.at	• Kein Copyright verrechnen • Dumpingpreise • Schlechtes Gewissen über den eigenen kv	Als Tip möchte ich sagen, unbedingt einen kv machen mit dem man gut leben kann. Er widerspiegelt nicht nur die geleistete Arbeit, sondern auch die Wertschätzung gegenüber der Arbeit. Die Anzahl der Korrekturdurchgänge in den kv schreiben, wird es mehr, nach Aufwand und Stunden verrechnen  Und schreibpfeiliger gehören in die Jagdgründe der seriell hergestellten Produkte oder in die ewigen Jagdgründe der Gier.  Vielleicht bin ich als Schwizener etwas laienhaft gegenüber meiner ehemaligen Heimat, aber ich habe das Gefühl, dass es in der Schweiz ein klareres Bild davon gibt ein Grafiker/In-ter, was er macht und dass es Geld kostet (kürlich hat mich mein Friseur gefragt was ich denn eigentlich für einen Beruf haben. Mit meiner Antwort – Grafikerin – konnte er nicht viel anfangen... »wie was technischer gibt er«)	26	<b>Deflef Beer</b> beher@designbureauhr.de	1. Man geht davon aus, daß der Kunde weiß wie hoch die Aufwendungen sind 2. Der Kunde geht davon aus, daß wir wissen wieviel Geld er budgetiert hat. 3. Manchmal will man etwas mehr verdienen, weil für das der Kunde aber entscheidend weniger ausgeben wollte.	• Kein Copyright verrechnen • Dumpingpreise • Schlechtes Gewissen über den eigenen kv	Als Tip möchte ich sagen, unbedingt einen kv machen mit dem man gut leben kann. Er widerspiegelt nicht nur die geleistete Arbeit, sondern auch die Wertschätzung gegenüber der Arbeit. Die Anzahl der Korrekturdurchgänge in den kv schreiben, wird es mehr, nach Aufwand und Stunden verrechnen  Und schreibpfeiliger gehören in die Jagdgründe der seriell hergestellten Produkte oder in die ewigen Jagdgründe der Gier.  Vielleicht bin ich als Schwizener etwas laienhaft gegenüber meiner ehemaligen Heimat, aber ich habe das Gefühl, dass es in der Schweiz ein klareres Bild davon gibt ein Grafiker/In-ter, was er macht und dass es Geld kostet (kürlich hat mich mein Friseur gefragt was ich denn eigentlich für einen Beruf haben. Mit meiner Antwort – Grafikerin – konnte er nicht viel anfangen... »wie was technischer gibt er«)	
12	<b>Peter Deisenberger</b> peterdeisenberger@stavis.com	1. Eine Art design-ortodoxistische Haltung: Ober Geld und Honorierung von Leistung spricht man nicht. (Das tun nur Kleinbürger – und Designer sind eben Aristokraten.)  Dem Kunden klar machen, dass perfektes Projektmanagement enorm Kosten sparen kann. (Aus meiner Erfahrung sind die zusätzlichen Kosten eben wegen schlechter Projektplanung rund 30 Prozent über der Anbotsumme. Wir kennen in alle das Spiel: zwei Gegenbeispiele ist dann doch nicht feil gegeben; Organigramme werden signal neu gezeichnet; zwei angebotene Korrekturdurchläufe werden zu 6, 7, 8...)	1. siehe Fehler... 2. Dem Kunden gegenüber die Grafikkosten in Relation zu den Gesamtkosten setzen, – und interne (tätsächlich) Kosten (des Kunden) mit einrechnen. (Dann zeigt sich meistens recht eklänt, dass es am falschen Ende gespart wird.) 3. Die Kosten in Relation zum Nutzen zu zeigen. Eine falsche Designstrategie mag vielleicht auf den ersten Blick günstiger erscheinen, auf den zweiten Blick jedoch entpuppt sie sich als krasse Fehlentscheidung. 4. Nicht Äpfel mit Birnen (vom Kunden) vergleichen lassen. Oder einen Birnen mit einem Traub.	27	<b>Monika Didi</b> monikadidi@gmx.at	1. Darauf zu verzichten 2. Zu geringe Forderungen zu stellen 3. Vergessen zu überprüfen, ob es tatsächlich überschaubar wurde 4. Zu ignorieren, dass das Selbstwertgefühl die Basis für die schwerwiegenden Verhaltensfehler im Zusammenhang mit Geld und Honorar ist zu tragen.	1. Eine Art design-ortodoxistische Haltung: Ober Geld und Honorierung von Leistung spricht man nicht. (Das tun nur Kleinbürger – und Designer sind eben Aristokraten.)  Dem Kunden klar machen, dass perfektes Projektmanagement enorm Kosten sparen kann. (Aus meiner Erfahrung sind die zusätzlichen Kosten eben wegen schlechter Projektplanung rund 30 Prozent über der Anbotsumme. Wir kennen in alle das Spiel: zwei Gegenbeispiele ist dann doch nicht feil gegeben; Organigramme werden signal neu gezeichnet; zwei angebotene Korrekturdurchläufe werden zu 6, 7, 8...)	1. Darauf zu verzichten 2. Zu geringe Forderungen zu stellen 3. Vergessen zu überprüfen, ob es tatsächlich überschaubar wurde 4. Zu ignorieren, dass das Selbstwertgefühl die Basis für die schwerwiegenden Verhaltensfehler im Zusammenhang mit Geld und Honorar ist zu tragen.	1. siehe Fehler... 2. Dem Kunden gegenüber die Grafikkosten in Relation zu den Gesamtkosten setzen, – und interne (tätsächlich) Kosten (des Kunden) mit einrechnen. (Dann zeigt sich meistens recht eklänt, dass es am falschen Ende gespart wird.) 3. Die Kosten in Relation zum Nutzen zu zeigen. Eine falsche Designstrategie mag vielleicht auf den ersten Blick günstiger erscheinen, auf den zweiten Blick jedoch entpuppt sie sich als krasse Fehlentscheidung. 4. Nicht Äpfel mit Birnen (vom Kunden) vergleichen lassen. Oder einen Birnen mit einem Traub.
13	<b>Helga Innerhofer</b> off@innerhofer.at	• Eigenwert und Fremdwert • Wertschätzung/Hilfsgabe und Liebe zur Arbeit • Geld nicht als Spielzeug sondern als Werkzeug • Geld ist niedrig, schmutzig – das großes Schwergen, des »Sichens« wahren	• Vor der Arbeit die Kosten genau schätzen • Sofort abrechnen! • Nach spätestens 1 Monat einmahnen (Erziehungszusatz zum pünktlichen zahlen)  außerdem glaube ich nicht an die mir, mit einloggensten preis den einsteigen in ein unternehmen zu schaffen. (Dann zeigt sich meistens recht eklänt, dass es am falschen Ende gespart wird.) 3. Die Kosten in Relation zum Nutzen zu zeigen. Eine falsche Designstrategie mag vielleicht auf den ersten Blick günstiger erscheinen, auf den zweiten Blick jedoch entpuppt sie sich als krasse Fehlentscheidung. 4. Nicht Äpfel mit Birnen (vom Kunden) vergleichen lassen. Oder einen Birnen mit einem Traub.	28	<b>Melanie Probstmayer</b> Melanie.Probstmayer@tch.at	1. Man geht davon aus, daß der Kunde weiß wie hoch die Aufwendungen sind 2. Der Kunde geht davon aus, daß wir wissen wieviel Geld er budgetiert hat. 3. Manchmal will man etwas mehr verdienen, weil für das der Kunde aber entscheidend weniger ausgeben wollte.	• Eigenwert und Fremdwert • Wertschätzung/Hilfsgabe und Liebe zur Arbeit • Geld nicht als Spielzeug sondern als Werkzeug • Geld ist niedrig, schmutzig – das großes Schwergen, des »Sichens« wahren	• Vor der Arbeit die Kosten genau schätzen • Sofort abrechnen! • Nach spätestens 1 Monat einmahnen (Erziehungszusatz zum pünktlichen zahlen)  außerdem glaube ich nicht an die mir, mit einloggensten preis den einsteigen in ein unternehmen zu schaffen. (Dann zeigt sich meistens recht eklänt, dass es am falschen Ende gespart wird.) 3. Die Kosten in Relation zum Nutzen zu zeigen. Eine falsche Designstrategie mag vielleicht auf den ersten Blick günstiger erscheinen, auf den zweiten Blick jedoch entpuppt sie sich als krasse Fehlentscheidung. 4. Nicht Äpfel mit Birnen (vom Kunden) vergleichen lassen. Oder einen Birnen mit einem Traub.	
14	<b>Markus Scheiber</b> scheiber@stotsdesign.com	1. Nur an Geld und Honorar zu denken. Alles für Geld zu machen, seine Seele zu verkaufen und sich unter zu werden. Und so nicht mehr als sich und seinen Kunden zu denken. 2. Nicht mehr hinter seine Ergebnisse stehen zu können. 3. Sich seines Wertes nicht sicher sein und sich unter seinem Wert zu verkaufen.	1. Dem Kunden erklären können, was für ein Angebot ihm dem steckt was man tut. Hat mir Anfangs ein Kollege gesagt und hat mir immer geholfen, den Kunden wert von meinem Honorar zu überzeugen. 2. Wenn pass, was gibt es so sehr auf Geld schauen (zum Beispiel für einen guten Zweck etc.). Was du auch nicht in soh auf Geld 3. sich seines Wertes nicht sicher sein und sich unter seinem Wert zu verkaufen.	29	<b>Walter Bohatsch</b> wbohatsch@tch.at	1. Man geht davon aus, daß der Kunde weiß wie hoch die Aufwendungen sind 2. Der Kunde geht davon aus, daß wir wissen wieviel Geld er budgetiert hat. 3. Manchmal will man etwas mehr verdienen, weil für das der Kunde aber entscheidend weniger ausgeben wollte.	1. Nur an Geld und Honorar zu denken. Alles für Geld zu machen, seine Seele zu verkaufen und sich unter zu werden. Und so nicht mehr als sich und seinen Kunden zu denken. 2. Nicht mehr hinter seine Ergebnisse stehen zu können. 3. Sich seines Wertes nicht sicher sein und sich unter seinem Wert zu verkaufen.	1. Dem Kunden erklären können, was für ein Angebot ihm dem steckt was man tut. Hat mir Anfangs ein Kollege gesagt und hat mir immer geholfen, den Kunden wert von meinem Honorar zu überzeugen. 2. Wenn pass, was gibt es so sehr auf Geld schauen (zum Beispiel für einen guten Zweck etc.). Was du auch nicht in soh auf Geld 3. sich seines Wertes nicht sicher sein und sich unter seinem Wert zu verkaufen.	
15	<b>Anka Sackow</b> a.sackow@stgdesignzoo.at	1. unklarheit: alle konditionen (auch korrektur- schriften) müssen vorwärts fixiert sein 2. sich nicht vorher bewusst zu machen, was der job für einen selbst wert ist, d.h. ab welchem preis er Spaß macht, und unterhalb welchen preises nicht mehr. 3. argroganz: geld zu bezahlen, tun wie, auch einem (teilweise) reifen arbeitnehmer, die bereitheit, jemanden externen zu buchen und zu bezahlen, muss honoriert werden. die details lassen sich viel leichter besprechen, wenn die grundhaltung die gegenseitigen respekt ist.	1. überlegt vorher, was dein minimum ist, und siehe dazu, alles andere ärgert dich im nachhinein. 2. sei entspannt: verhandlungen sind für alle eine schwierige sache, manche können dir besser helfen. 3. sei ehrlich, wenn sich etwas krümmt anfängt, sag es, meist geht es dann andersherum genau so, und der gegenseitig ist dankbar für die initiative	30	<b>Andreas Dobos</b> off@dobos.at	• nicht nein sagen zu können, wenn der kunde verspricht den preis unter eine gewisse grenze zu drücken • seinen eigenen wert nicht kennen, dann kann man auch nicht nein sagen • arbeit ablehnen, die den verlagen preis nicht entspricht.  Das heißt etwa zusätzliche Besprechungs- aufwand sollte nachverrechenbar sein oder mehrmalige Korrekturdurchläufe. Meine Erfahrung ist, Kunden haben damit kein Problem, wenn sie billig annehmen. In den meisten Fällen, wo der Kunde es nicht akzeptieren kann, verhandelt er eigentlich immer nach. Und dann erst ist der Zeitpunkt für eventuelle Honorarsenkung gekommen.	1. unklarheit: alle konditionen (auch korrektur- schriften) müssen vorwärts fixiert sein 2. sich nicht vorher bewusst zu machen, was der job für einen selbst wert ist, d.h. ab welchem preis er Spaß macht, und unterhalb welchen preises nicht mehr. 3. argroganz: geld zu bezahlen, tun wie, auch einem (teilweise) reifen arbeitnehmer, die bereitheit, jemanden externen zu buchen und zu bezahlen, muss honoriert werden. die details lassen sich viel leichter besprechen, wenn die grundhaltung die gegenseitigen respekt ist.	1. überlegt vorher, was dein minimum ist, und siehe dazu, alles andere ärgert dich im nachhinein. 2. sei entspannt: verhandlungen sind für alle eine schwierige sache, manche können dir besser helfen. 3. sei ehrlich, wenn sich etwas krümmt anfängt, sag es, meist geht es dann andersherum genau so, und der gegenseitig ist dankbar für die initiative	
16	<b>Hans-Joachim Göggl</b> hansjoachim@goggl.com	1. Zuäuflichkeit und unergiebige Nahbarkeit 2. Nicht schriftlich definierte Summen 3. Leidenschaft	1. einfach sein 2. lasst Eier Tun nicht von Geld streuen 3. sters offen kommunizieren, Etat im Auge behalten	31	<b>Heini Staudinger</b> heini@goggl.at	geld und grafik? ich ehds aus der perspektive des klein- betriebers, ich habe wahrscheinlich eine million schilling ausgeben (oder war bei der entscheidung dabei), wo die leute oft nicht wirklich gut waren, aber teure, sie reden, als wüssten sie mehr, weil ich ihnen das lange abgenommen habe, habe ich diese tarif bezahlt.  dann hatten wir wegen einer krise kein geld mehr, das war der grund, warum wir erstmal angefangen haben, dann hatten wir erstmal eine kommunikation, die wirkt.	1. Zuäuflichkeit und unergiebige Nahbarkeit 2. Nicht schriftlich definierte Summen 3. Leidenschaft	1. einfach sein 2. lasst Eier Tun nicht von Geld streuen 3. sters offen kommunizieren, Etat im Auge behalten	
17	<b>Sigi Ramoser</b> ramoser@sigirama.at	1. mangelndes Vertrauen 2. nicht zum billig einkaufen 3. Kosten und Nutzen im Auge haben	1. einfach sein 2. lasst Eier Tun nicht von Geld streuen 3. sters offen kommunizieren, Etat im Auge behalten	32	<b>Susanne Dechant</b> dechant@ideahunt.at	1. schreibbares Desinteresse, falsche beschreibungen (ist ja nicht so wichtig) 2. Furcht vor den Ver/Handeln („Na, das machma dann später aus“) 3. Falsch verstandene Gelduld bei der Zahlungs- modalität/zeit verrechnung lassen, ohne – wenigstens telefonisch – Mahn-gespräche zu führen (Alternative: Mahn-Mail)	1. mangelndes Vertrauen 2. nicht zum billig einkaufen 3. Kosten und Nutzen im Auge haben	1. einfach sein 2. lasst Eier Tun nicht von Geld streuen 3. sters offen kommunizieren, Etat im Auge behalten	
18	<b>Markus Gasser</b> m.gasser@mts.at	Angst den Kunden zu verlieren. Das Gefühl vom vorliegenden Auftrag abhängig zu sein. Voraussetzender Gebotsman in punkto Honorar drückenlassen und gleichzeitig nicht wissen wo man steht. Unsicherheit bei Bezug auf die eigenen Qualitäten.	Hast du jemals eine Luxusdienstleistung mit Vollzustand zum Preis eines Kleingewinns gesehen? – Ich auch nicht. Warum denn das führt dein Kunde einen dicken Schlitten, während du Rad fährst? Du bestimmst den Spielraum – in dem der Kunde mit dir spielen darf. Wie weit denkst du, kommst du mit untergelassenen Honorar? Für von Anfang an untergelassene Honorar gibt es kein späteres Argument sie wieder hoch zu ziehen... Es gibt immer jemanden, der besser, schneller und billiger ist – an arch der wert, aber willst du dort leben? einatmen – ausatmen – spass haben – der nächste kunde kommt bestimmt.	33	<b>Karl Kriebel</b> karl.kriebel@gmx.net	1. Falsche Selbstbezeichnung (unter oder über) 2. Uniformität (Honorarübersicht, Nutzen für Auftraggeber) 3. Kompromisse ohne Ende – nur um den Auftrag zu bekommen	Angst den Kunden zu verlieren. Das Gefühl vom vorliegenden Auftrag abhängig zu sein. Voraussetzender Gebotsman in punkto Honorar drückenlassen und gleichzeitig nicht wissen wo man steht. Unsicherheit bei Bezug auf die eigenen Qualitäten.  Hast du jemals eine Luxusdienstleistung mit Vollzustand zum Preis eines Kleingewinns gesehen? – Ich auch nicht. Warum denn das führt dein Kunde einen dicken Schlitten, während du Rad fährst? Du bestimmst den Spielraum – in dem der Kunde mit dir spielen darf. Wie weit denkst du, kommst du mit untergelassenen Honorar? Für von Anfang an untergelassene Honorar gibt es kein späteres Argument sie wieder hoch zu ziehen... Es gibt immer jemanden, der besser, schneller und billiger ist – an arch der wert, aber willst du dort leben? einatmen – ausatmen – spass haben – der nächste kunde kommt bestimmt.	Angst den Kunden zu verlieren. Das Gefühl vom vorliegenden Auftrag abhängig zu sein. Voraussetzender Gebotsman in punkto Honorar drückenlassen und gleichzeitig nicht wissen wo man steht. Unsicherheit bei Bezug auf die eigenen Qualitäten.  Hast du jemals eine Luxusdienstleistung mit Vollzustand zum Preis eines Kleingewinns gesehen? – Ich auch nicht. Warum denn das führt dein Kunde einen dicken Schlitten, während du Rad fährst? Du bestimmst den Spielraum – in dem der Kunde mit dir spielen darf. Wie weit denkst du, kommst du mit untergelassenen Honorar? Für von Anfang an untergelassene Honorar gibt es kein späteres Argument sie wieder hoch zu ziehen... Es gibt immer jemanden, der besser, schneller und billiger ist – an arch der wert, aber willst du dort leben? einatmen – ausatmen – spass haben – der nächste kunde kommt bestimmt.	
19	<b>Christoph Raabichler</b> Hofian Kicker craabichler@kicker.at	1. Unüberwindbares Strüben oder fatale Bequemlichkeit gegen konkrete Vereinbarungen oder sich keine Zeit/Lust nehmen, sich mit Geschäfts-kreuz zu befassen. (Mehraufwand, Leistungs- veränderungen o. ä.)	1. Unüberwindbares Strüben oder fatale Bequemlichkeit gegen konkrete Vereinbarungen oder sich keine Zeit/Lust nehmen, sich mit Geschäfts-kreuz zu befassen. (Mehraufwand, Leistungs- veränderungen o. ä.)	34	<b>Johann Scheiber</b> johann@scheiber-design.at	1. Honorar in mehreren Teilbeträgen zahlen 2. statt alles irrsinnig billig zu machen, lieben den Umfang in kleinere (preiswertere) Ecken unterteilen 3. beide Seiten rausholen was geht, letterer Tropfen, wie bei einer Zitronz	1. Unüberwindbares Strüben oder fatale Bequemlichkeit gegen konkrete Vereinbarungen oder sich keine Zeit/Lust nehmen, sich mit Geschäfts-kreuz zu befassen. (Mehraufwand, Leistungs- veränderungen o. ä.)	1. Unüberwindbares Strüben oder fatale Bequemlichkeit gegen konkrete Vereinbarungen oder sich keine Zeit/Lust nehmen, sich mit Geschäfts-kreuz zu befassen. (Mehraufwand, Leistungs- veränderungen o. ä.)	
20	<b>Peter Felder</b> pfelder@pfb.at	1. Unüberwindbares Strüben oder fatale Bequemlichkeit gegen konkrete Vereinbarungen oder sich keine Zeit/Lust nehmen, sich mit Geschäfts-kreuz zu befassen. (Mehraufwand, Leistungs- veränderungen o. ä.)	1. Unüberwindbares Strüben oder fatale Bequemlichkeit gegen konkrete Vereinbarungen oder sich keine Zeit/Lust nehmen, sich mit Geschäfts-kreuz zu befassen. (Mehraufwand, Leistungs- veränderungen o. ä.)	35	<b>Kurt Dornig</b> kurt@dornig.at	1. Nicht vor Arbeitsbeginn über Budget/Honorar zu reden 2. Das Wort »Copyright« ist Garant für schlechte Kunden beim Kunden – vor allem, wenn die Forderung (zum Beispiel von Fotografen) ein Jahr später kommt 3. Mehraufwand zu verrechnen ohne vorher darüber den Kunden zu informieren	1. Unüberwindbares Strüben oder fatale Bequemlichkeit gegen konkrete Vereinbarungen oder sich keine Zeit/Lust nehmen, sich mit Geschäfts-kreuz zu befassen. (Mehraufwand, Leistungs- veränderungen o. ä.)	1. Unüberwindbares Strüben oder fatale Bequemlichkeit gegen konkrete Vereinbarungen oder sich keine Zeit/Lust nehmen, sich mit Geschäfts-kreuz zu befassen. (Mehraufwand, Leistungs- veränderungen o. ä.)	
21	<b>Markus Hamer</b> Markus.Hamer@dm.at	1. Unüberwindbares Strüben oder fatale Bequemlichkeit gegen konkrete Vereinbarungen oder sich keine Zeit/Lust nehmen, sich mit Geschäfts-kreuz zu befassen. (Mehraufwand, Leistungs- veränderungen o. ä.)	1. Unüberwindbares Strüben oder fatale Bequemlichkeit gegen konkrete Vereinbarungen oder sich keine Zeit/Lust nehmen, sich mit Geschäfts-kreuz zu befassen. (Mehraufwand, Leistungs- veränderungen o. ä.)	36	<b>Anita Kern</b> anita.kern@brum@brum-kern.at	1. Überzeugt sein von seiner eigenen Arbeit und Leistung und Können – während sich auf die Bewertung der eigenen Arbeit und Leistung 2. Kostenvorschläge während der Arbeit erneuern, wenn der Job aus dem Ruder läuft. Spart Diskussionen hinterher 3. Keine Gratispräsentationen machen – das ist ein Boykottaufruf!!	1. Unüberwindbares Strüben oder fatale Bequemlichkeit gegen konkrete Vereinbarungen oder sich keine Zeit/Lust nehmen, sich mit Geschäfts-kreuz zu befassen. (Mehraufwand, Leistungs- veränderungen o. ä.)	1. Unüberwindbares Strüben oder fatale Bequemlichkeit gegen konkrete Vereinbarungen oder sich keine Zeit/Lust nehmen, sich mit Geschäfts-kreuz zu befassen. (Mehraufwand, Leistungs- veränderungen o. ä.)	
22	<b>René Dalpra</b> rene@dalpra.com	1. Unüberwindbares Strüben oder fatale Bequemlichkeit gegen konkrete Vereinbarungen oder sich keine Zeit/Lust nehmen, sich mit Geschäfts-kreuz zu befassen. (Mehraufwand, Leistungs- veränderungen o. ä.)	1. Unüberwindbares Strüben oder fatale Bequemlichkeit gegen konkrete Vereinbarungen oder sich keine Zeit/Lust nehmen, sich mit Geschäfts-kreuz zu befassen. (Mehraufwand, Leistungs- veränderungen o. ä.)	37	<b>Maria Lechner</b> mlechner@gmil.com	1. Dass man dem Kunden nicht auf das Geld anspricht, weil man noch nicht so viel Erfahrung hat, und vor allem auch nicht mit Kunden, traut man sich nicht oder es fällt einem schwer, für seine Arbeit gleichwertig Geld dafür zu verlangen.  Die ersten Projekte, die ich mit Kunden abgewickelt habe, sind genau so entstanden, wie ich habe die Arbeit gemacht, und ich habe die Forderung zum Beispiel von Fotografen) ein Jahr später kommt 3. Mehraufwand zu verrechnen ohne vorher darüber den Kunden zu informieren	1. Unüberwindbares Strüben oder fatale Bequemlichkeit gegen konkrete Vereinbarungen oder sich keine Zeit/Lust nehmen, sich mit Geschäfts-kreuz zu befassen. (Mehraufwand, Leistungs- veränderungen o. ä.)	1. Unüberwindbares Strüben oder fatale Bequemlichkeit gegen konkrete Vereinbarungen oder sich keine Zeit/Lust nehmen, sich mit Geschäfts-kreuz zu befassen. (Mehraufwand, Leistungs- veränderungen o. ä.)	
23	<b>Bary Hewison</b> bary@hewison.at	1. Unüberwindbares Strüben oder fatale Bequemlichkeit gegen konkrete Vereinbarungen oder sich keine Zeit/Lust nehmen, sich mit Geschäfts-kreuz zu befassen. (Mehraufwand, Leistungs- veränderungen o. ä.)	1. Unüberwindbares Strüben oder fatale Bequemlichkeit gegen konkrete Vereinbarungen oder sich keine Zeit/Lust nehmen, sich mit Geschäfts-kreuz zu befassen. (Mehraufwand, Leistungs- veränderungen o. ä.)	38	<b>Christian Konstantacher</b> ckonstantacher@paper.at	1. man muss sich einmal »nein« sagen können, auch wenn der spassfaktor stimmt 2. man muss auch einmal »ja« sagen können, wenn der spassfaktor stimmt 3. man muss sich ein »nein« sagen können, wenn der spassfaktor stimmt 4. man muss sich ein »ja« sagen können, wenn der spassfaktor stimmt 5. man muss sich ein »nein« sagen können, wenn der spassfaktor stimmt 6. man muss sich ein »ja« sagen können, wenn der spassfaktor stimmt 7. man muss sich ein »nein« sagen können			