

Thomas Burzler  
Mission: Profit



**Thomas Burzler**

# **Mission: Profit**

**Die Lizenz zum Abschluss**

**Mit Illustrationen von Timo Wuerz**

**GABAL**

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation  
in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische  
Informationen sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

ISBN 978-3-89749-914-0

Lektorat: Anja Hilgarth, Herzogenaurach

Umschlaggestaltung: Martin Zech Design, Bremen ([www.martinzech.de](http://www.martinzech.de))

Satz und Layout: Das Herstellungsbüro, Hamburg ([www.buch-herstellungsbuero.de](http://www.buch-herstellungsbuero.de))

Druck und Bindung: Aalex Buchproduktion GmbH, Großburgwedel

Copyright © 2009 GABAL Verlag GmbH, Offenbach

Alle Rechte vorbehalten. Vervielfältigung, auch auszugsweise, nur mit  
schriftlicher Genehmigung des Verlages.

Über aktuelle Neuerscheinungen und Veranstaltungen informiert Sie  
der GABAL-Newsletter unter [www.gabal-verlag.de](http://www.gabal-verlag.de)

# Inhalt

1. Simon macht sich etwas vor 7
2. Einer Verschwörung auf der Spur 10
3. Das erste Treffen 14
4. Die Veränderung beginnt 20
5. Erste Schritte 26
6. Was ist ein Preis wert? 32
7. Der Gegenangriff 45
8. Die drei Fragezeichen 48
9. Der Ingenieur 59
10. Der Morgen danach 70
11. Die Kampagne 75
12. Hinter den Kulissen des Wissens 83
13. Wie aus dem Lehrbuch 90
14. Simon probiert Phase 2 aus 94
15. Extras gehen extra 105
16. Eine überraschende Situation 111
17. Racheschwüre 121
18. Erhellendes und Emotionelles bei *Giorgio* 125
19. Zuhören zahlt sich aus 133
20. Wertvolle Einblicke 143
21. Tango voll in Fahrt 155
22. Simon fasst nach 159
23. Im Gespräch bleiben 169
24. Verbindungen knüpfen 175
25. Abgeblitzt 180
26. Hoch hinaus? Oder tiefer Fall? 186
27. Kathrin erzählt Simon ein Märchen 196
28. Fragen kostet nichts 202
29. Es geht weiter 212
30. Gas geben 217
31. Die Lizenz zum Abschluss 223
- Der Autor 233



## 1. Simon macht sich etwas vor

»Du gehirnlose Amöbe! Geistiger Tiefflieger! Luftverbraucher! Kotzbrocken! Blindgänger!« Simon war nicht mehr zu halten. Er brüllte jetzt geradezu ins Telefon. Schlug bei jedem Wort mit der Faust auf den Tisch. »Blödmann, Rindvieh, Mistkäfer, Schwachkopf, Abzocker!« Erste Krächzer in seiner Stimme verliehen der Tirade etwas Bedrohliches. Die Zahl der Kollegen, die sich vor der offenen Bürotür versammelten, wurde mit jedem Wort größer. »Hohlkopf, Schrumpfbirne, Dorfdepp! Was glaubst du denn, wer du bist? Bloß weil du die Rechnungen abzeichnest, kannst du dir alles rausnehmen, he? Widerlicher Abzocker, widerlicher. Und ich sag dir eines: Jeder Cent soll dir im Hals stecken bleiben. Ersticken sollst du an deinem Geiz, du Dünnbrettbohrer!« Adrenalin pur jagte jetzt durch Simons Blutbahn. Aber mit jeder Silbe, die er in die Sprechmuschel abfeuerte, wuchs das Gefühl der Freiheit, sprengte er ein Glied der Kette, die ihn fesselte. Es war wie ein Rausch. Sein Wortschatz unbegrenzt.

Vor der Tür drehte Strohmeier den Kopf zu Günzle: »Was hat er denn?«

»Dürrling & Knappe, der Chefeinkäufer. Will wohl etwas mehr Rabatt.«

»Und deswegen so ein Terz?«

»Na ja, das geht schon seit zwei Wochen so. Jedes Mal vertrösten sie den Richter und kommen dann wieder mit einer neuen Forderung. Heute war es wohl zu viel für ihn ...«

»Eingebildeter Fatzke! Aufgeblasener Einzeller! Hirnloser Wunschriese! Feige Ratte! Lass mich doch einfach in Ruhe und kauf dir deinen Dreck anderswo. Auf so einen wie dich können wir

hier gerade noch verzichten. Zieh Leine!« Simon knallte den Hörer aufs Telefon – und wachte auf. Schweißgebadet der ganze Körper, heftige Spannung an den Schläfen, die Handkante blutig von den vielen Schlägen an die Wand, Decke und Kissen aus dem Bett gekickt. Was war das denn gewesen? Sein Blick ging zur Tür. Keine Kollegen dort. Ein Telefon? Weit und breit nicht. Sein Blick fiel auf den Wecker: 6:17 blinkte es ihm digitalgrün entgegen. Alles gar nicht wahr. Keine zwei Stunden mehr und die gleiche Drecksroutine ging wieder von vorne los. Er griff sich das Kissen und heulte hinein. »Ich halt das nicht mehr aus. Ich halt das nicht mehr aus. Ich halt das nicht mehr aus. Ich halt das nicht mehr aus. Ich halt das nicht mehr aus ...«

Cornflakes mit Milch. Kaffee aus der Maschine. Simon rührte gedankenverloren den Zucker zu Molekülgröße. Zielloos folgten seine Augen den Buchstaben in der Morgenzeitung, glitten über Bilder hinweg, ohne sie wahrzunehmen. Das Umblättern der Seiten hatte keinen weiteren Zweck, als das übliche Rascheln zu verursachen. »Warum träume ich so etwas? Geht doch sowieso nicht. Nur ein solches Wort zu einem Kunden und die schmeißen mich hochkant raus. Und wenn's hundertmal wahr ist. Hat nicht Kröncke beim letzten Motivationstag selbst von »Ratten und Schmeißfliegen« gesprochen und davon, wie sein großes Vorbild FJS die alle plattgemacht hat? Hängt nicht bei Günzle das Poster von der Domina mit den Folterwerkzeugen über'm Schreibtisch mit dem Spruch: »Alle anderen unserer Kunden sind nicht so nett«? Werfen nicht Kreuzer und Langdorf jeden Tag ihre private Dartmeisterschaft auf die Scheibe mit den Köpfen ihrer zehn wichtigsten Kunden aus? Warum also nicht mal so richtig die Sau rauslassen? Mir ging es doch gut dabei. Zumindest im Traum. Und ich hab recht! Rabatte machen uns kaputt. Noch dazu, wenn sie nie aufhören. Jedes Mal noch billiger. Jedes Mal mit noch längerem Zahlungsziel. Jedes Mal ...«

Simon schaute auf seine Hände, die sich, zur Faust geballt, um die Zeitung verkrampft hatten. Weiß waren die Knöchel. Seine



Schläfe pochte. Er hätte schreien können. Aber er verkniß es sich. Brachte ja nichts. Außer Emil, seinem Goldfisch, hörte es ja doch keiner. Und bei dem wusste man nicht.

*»Sie haben es satt zu verlieren? Sie möchten gewinnen? Rufen Sie mich an. Wir schaffen das.«* Seit ungefähr einer Minute klopfte diese Schlagzeile aus der Zeitung an Simons Sehnerv. Jetzt kam die Botschaft im Gehirn an. Verlieren. Gewinnen. Anruf. *»Wir schaffen das.«* So einfach sollte das sein? Simon schaute aus dem Fenster. Sonnenlos. Grau. Regen. Schlimmer konnte es eigentlich nicht werden. Er riss die Anzeige aus dem Blatt, stopfte sie in die Brusttasche. Später vielleicht, nach dem Mittagessen. Er griff zur Jacke, zum Schirm, klopfte den Schlüsselbund in der Hosentasche ab, kippte den letzten Schluck Kaffee, knallte die Tasse auf die Garderobe und die Tür ins Schloss. Noch vier Minuten bis zur S-Bahn. Hörte dieses Gerenne eigentlich nie auf?

## 2. Einer Verschwörung auf der Spur

»Ich habe noch eins, ich habe noch eins.« Die Stimme im Kopfhörer überschlug sich fast. »Bei Ihrem Konkurrenten XY bekomme ich das Gleiche um 10 Prozent billiger.« Mehrere Stimmen im Hintergrund riefen jetzt durcheinander. »Super Idee.« »Damit macht er ihn kalt.« »Das ist tödlich.« »Warum eigentlich nicht gleich 20 Prozent?« »Oder 30.« Wildes Gejohle. Gläserklingen.

»Schreib das auf.«

Da war sie wieder, die rauchige, dunkle Stimme der Frau, die bei dieser Organisation das Sagen hatte. Für Tom Profit keine Unbekannte. In seinem jahrzehntelangen Einsatz an der Preiskampf-Front hatte er sie als seine erbittertste Gegnerin kennengelernt. Die feindliche Agentin Tanja Rabattskova. Brünett, wohlgeformt, Beine bis zum Boden. Und zwei augenfällige Argumente, die jeden Mann schwach werden ließen: Preisnachlass und Billigstrategie.

Ihre subversive Zelle, die »Fiesen Einkäufer« (FE), unterwanderte seit Langem erfolgreich die einschlägigen Abteilungen weltweit. Lieferte Einkäufern vermeintlich schlagkräftige Argumente zum Drücken der Preise. Bot Schulungen an, veranstaltete einschlägige Seminare, veröffentlichte Artikel in Zeitschriften und Büchern, trat im Fernsehen auf, als Verbraucheranwältin zum Beispiel. Auch wenn Marketing-Lehrbücher und Werbe-Almanache eine andere Geschichte erzählen: Der Slogan »Geiz ist geil« war in ihrem Thinktank entstanden. Man brauchte sich Tanja nur anzusehen, um den Dingen auf den Grund zu kommen.

Erst vor wenigen Wochen war es den Mehrwert-Agenten der Organisation »ProfitSeller« gelungen, das Hauptquartier der FE zu verwanzeln. Gerade rechtzeitig, um einer neuen Aktion auf die

Spur zu kommen, mit der Einkäufer rund um den Erdball unter die Macht Tanjas und ihrer Clique kommen sollten. Der Codename: »Bluttausch«. Zu dieser Stunde saß die Führungs-Crew der FE zusammen und sammelte Ideen für schlagkräftige Argumente gegen gute Preise. Dank der Wanzen waren Tom und die Seinen live dabei.

Was die Abhöranlage seit knapp einer Stunde aufzeichnete, war brisantes Material. Nicht wegen der Qualität der Inhalte. Wohl aber wegen der Wirkung, die sie erzielen konnten. »Die Top-Ten-Sprüche für einen Preisnachlass werden sie schnell zusammenhaben«, meinte Tom zu seiner Assistentin Kathrin, die es sich gleich neben dem Zentralrechner gemütlich gemacht hatte. »Die sind ja auch billig zu haben.« Er grinste.

»Das ist ja das Verführerische daran«, erwiderte Kathrin. »Wenn man leicht auf sie kommt, glaubt auch jeder, dass sie plausibel sind. Und wir haben dann wieder die Arbeit, sie mit tausend Fakten entkräften zu müssen.«

»Hör genau hin«, sagte Tom in diesem Moment. »Gleich kommen die Typen auf die Masche mit der großen Menge ...«

»Ich bin Großabnehmer«, kreischte es aus dem Kopfhörer. »Bei der Menge, die ich kaufe, müssen Sie schon ordentlich etwas nachlassen.« Die letzten Silben waren im ausbrechenden Gejohle kaum mehr zu verstehen. Und dann wieder Tanjas gänsehautsanfte Stimme: »Schreib das auf.«

»Apropos aufschreiben«, meinte Tom zu Kathrin. »Was haben wir denn schon an Killerphrasen zusammen?«

Kathrin klickte mit der Maus und der Beamer warf die Liste der bisher gesammelten tödlichen Argumente an die Wand:

- Und Skonto geht extra.
- Bei der Konkurrenz gibt es das viel billiger.
- Auf meinem Schreibtisch stapeln sich Angebote, die besser sind als Ihres.
- Wir brauchen Massenware, keinen Qualitätsmist.
- Ohne Rabatt geht bei uns gar nichts.

- Wollen Sie abschließen oder mir meine Zeit stehlen?
- Bei mir verdienen Sie über die Menge!
- Sie haben doch das Lager voll mit dem Zeug und sind froh, wenn ich's Ihnen abnehme.

»Du kannst drauf wetten, dass gleich die Mitleidstour kommt«, sagte Kathrin. »Ich habe das mal bei Arthur Hailey gelesen, in *Räder*. Da verspricht ein Autoverkäufer einem Ehepaar zuerst das Blaue vom Himmel, sagt den beiden aber, dass er's noch vom Chef genehmigen lassen muss. Der macht den Mann dann bei offener Tür lautstark zur Schnecke, droht mit Entlassung – und kürzt den Rabatt auf ein paar lausige Prozent. Die beiden haben natürlich total Mitleid mit dem Verkäufer und unterschreiben ...«

»Da haben wir's schon«, sagte Tom. »Hör zu.«

»Noch ein ganz fieser Trick: Der Einkäufer sagt, wir haben da diese neue Policy. Wenn einer nicht mindestens 20 Prozent auf die Preisliste gibt, fliegt er bei uns von der Lieferantenliste. DAS macht Druck.« Tom und Kathrin hörten, wie er sich auf die Schenkel klopfte. »Der traut sich doch nie zu fragen, ob er die Policy mal schriftlich haben kann.«

»Schreib das auf.«

Allmählich fing Tom an, sich Sorgen zu machen. Da kam viel Arbeit auf die ProfitSeller und ihre »Mission: Profit« zu, wenn sie nicht eine Epidemie haben wollten. Er drehte den Lautsprecher herunter. Das Digital Voice System zeichnete zuverlässig alles auf.

»Irgendwelche Termine?«, fragte er Kathrin.

»Kam heute Morgen rein. So ein junger Verkäufer, hörte sich ziemlich deprimiert an. Arbeitet bei TOPOLOH und träumt von seiner letzten Chance etwas zu verändern. Er hat unsere Anzeige in der Zeitung gesehen und will dich treffen.«

»Chancen?«

»Er ist noch nicht ganz für die Mehrwert-Sache verloren. Aber es wird eine Zitterpartie. Seine ganze Firma fährt nämlich noch auf dieser alten Schiene: sich beim Kunden anschleimen, Geschenke

machen, mit Preisnachlass ködern ... Das wird eine harte Nuss. Die Zahlen dieser Firma sehen auch entsprechend schlecht aus. Die machen das nicht mehr lange, wenn sich nichts ändert.«

»Vorbereitungen?«

»Ich schleuse mich ein und fange morgen bei TOPOLOH als Controllerin an. Mutterschutzvertretung.«

»Prima. Noch jemand in der Firma, der uns nutzen kann?«

»Bisher negativ. Aber ich sehe mich um.«

»Was macht der Professor?«

»Ist schon im Labor. Er wird uns blitzschnell die Analysen liefern. Und ein paar taktische Schachzüge.«

»Hört sich gut an. Ich gehe hin und treffe mich mit dem Mann. Name?«

»Simon Richter.«

»Okay. Behalte du mal die Rabattskova und ihre Bande im Auge. Ich fürchte, da braut sich noch etwas zusammen.«

### 3. Das erste Treffen

Simon wusste, es würde knapp werden. Verdammt knapp. Die Uhr drüben am Kirchturm, es war schon etwas her, dass sie Dreiviertel geschlagen hatte. Rüber ins *Lindström* brauchte er vier Minuten. Wenn er nicht zu lange auf den Lift warten musste und unten an der Zeiterfassung keine Schlange stand. Nur noch diese eine E-Mail. Rolands Blondinenwitze waren einfach unschlagbar. Vielleicht konnte er ja gleich einen bei diesem Agenten anbringen. Womani-zer sind für so etwas empfänglich. Ein Blinken in der Menüleiste. Der RSS-Feed. Das musste die Börse sein, also fünf vor zwölf.

Dingsbums Medical Care. Als Verkäufer hatten sie ihn nicht haben wollen, damals. In der ersten Runde gescheitert. Ohne Begründung, ohne Chance, ein paar Argumente anzubringen. Ach – egal. Die Aktien hatte er sich jedenfalls rechtzeitig gesichert. Gleich an diesem »schwarzen Mittwoch«, mit dem Erbe von Tante Anneliese. Seither ging's nur bergauf, eine Zukunftsbranche eben. Mit ihm wären die noch besser. Hightech zu verkaufen, das läuft fast von selbst, ohne Stress. Jeder will's haben. Der Preis – keine Frage.

Simon ertappte sich dabei, wie er auf den Bildschirm starrte, ohne den Inhalt wahrzunehmen. Grün blinkte der Pfeil neben der Notierung. 4,2 Prozent im Plus. Noch ein paar solcher Tage und im Urlaub wäre eine zweite Woche Vier Sterne Superior drin.

Wie eine glühende Nadel bohrte sich der Schlag unter seine Kopfhaut. Die Kirchturmuh. Er brauchte nicht mitzuzählen. Zwölf. Verdammt! Er riss sein Sakko vom Bügel und rannte los. Er hätte es auch langsamer angehen lassen können. Der Aufzug brauchte gefühlte 20 Minuten, bis die Tür endlich aufging. Nix wie rein und die genervten Blicke der anderen Sardinen ignoriert. Das Ding war

schließlich für 18 Leute zugelassen und da waren höchstens 17 drin. Abfahrt. Es ging aufwärts. Verdammt! Um es kurz zu machen: Es war ziemlich genau 17 nach zwölf, als er das *Lindström* betrat.

»Sie müssen Simon sein.« Die Stimme von der Seite klang weder genervt noch erfreut. Ziemlich neutral und gelassen. Aber es schwang etwas mit, was Simon nach dem Gedrängel im Lift und dem Gehetze hierher einen dritten Schweißausbruch bescherte. Dieses untrügliche Gefühl, sich blamiert zu haben, alles vergeigt. Er wandte sich um. »Woher ...?« »Es entspricht dem Muster. Sie haben mehr als nur ein Problem.« Ein Mann, eins neunzig groß, kurzes, grau meliertes Haar. Dunkelbrauner Dreiteiler, hellblaues Hemd. Sah eher nach Banker aus als nach Agent. »Sie kommen zu spät. 27 Minuten.«

Simon schoss die Röte ins Gesicht. Scham und Ärger. Der Typ konnte wohl die Uhr nicht lesen. »Wir waren um zwölf verabredet, jetzt ist es ...« Demonstrativ wollte er auf seine Uhr deuten.

»Wollen Sie etwas von mir oder ich etwas von Ihnen? Zehn Minuten vor der Zeit da zu sein ist das Mindeste, was Sie einem Gesprächspartner an Höflichkeit entgegenbringen sollten. Und sich selbst auch. Was glauben Sie, wie lange Sie brauchen, um wieder zivilisiert auszusehen und Ihre Gedanken auf der Reihe zu haben?«

Simon verwünschte den Tag. Die Zeitung am Morgen. Die Idee, den Typ anzurufen. Die Blondinenwitze. Die Aktien.

»Sie haben nicht auf die Uhr gesehen und dann noch schnell die E-Mails gecheckt. Der Aufzug kam zu spät und die Schlange vor der Zeiterfassung war ungefähr elf Menschen zu lang.«

Der Typ war Agent. Woher sonst wollte er das wissen?

»Sie haben mich beobachtet?«

»Gar nicht nötig. Sie entsprechen dem Muster.«

»Welchem Muster?«

»Unorganisiert. Undiszipliniert. Unrasiert.«

Unwillkürlich fuhr sich Simon übers Kinn. Das Übliche. Die eine Stelle neben dem linken Mundwinkel. Er kannte das schon. Kam vor, wenn's morgens schnell gehen sollte.





»Und besonders gepflegt gekleidet sind Sie auch nicht.«

Zum Teufel, was nahm der Kerl sich eigentlich raus? »Ich hatte Sie angerufen, weil ich Hilfe im Job brauche, nicht für eine Stilberatung.«

»Simon, auch wenn es Sie überrascht: Das gehört zusammen.«

Oh ja, und der Griff zur Apfelschorle beim Assessment-Center ist ein Zeichen für eine gespaltene Persönlichkeit. Simon hatte genug. »Wissen Sie was: Das war's. Darauf habe ich keine Lust.« Er drehte sich um.

»Wenn Sie bei Ihren Kunden auch so schnell aufgeben, wundert es mich nicht, dass Ihre Provision dieses Mal nur halb so hoch ausfällt wie voriges Jahr.«

Woher wusste dieser arrogante Hund das schon wieder? Ohne sich dessen bewusst zu sein, hatte Simon das »Woher« laut ausgesprochen.

»Weil ich mich für Sie interessiere«, sagte der Agent. »Und jetzt setzen Sie sich schon her und stehen Sie den Bedienungen nicht länger im Weg herum. Sonst kommen wir nie zu unserem Lunch.«

Simon hatte keine Ahnung, warum, aber sein Fluchinstinkt war im Keim erstickt. Er zog den Stuhl vom Tisch weg und setzte sich. Zornbebend und mit einem kalt am Rücken klebenden Hemd.

»Sie haben gerade die erste Entscheidung für eine bessere Zukunft gefällt«, hörte er den Agenten sagen. »Was essen Sie?«

»Da brauche ich erst die Karte, Herr ...« Er zögerte.

»Nennen Sie mich Profit. Tom Profit.« Er hielt Simon die Hand hin.

»Danke, Herr Profit. Ich bin Simon Richter.« Der kräftige Händedruck, der diese zweite Begrüßung begleitete, war angenehm. Irgendwie schien er den Stress der vergangenen Minuten unverzüglich in Luft aufzulösen. Simon war verblüfft und beruhigt zugleich. Besser, das durchzustehen, als wieder wegzulaufen. Besser so.

»Was essen Sie?«

»Keine Ahnung. Ich brauche ...«

»Die Karte. Habe ich gehört. Das klingt aber nicht gut.«

»Wieso?«

»Sie haben mich hierher gebeten. ›Das *Lindström*‹, sagten Sie, ›kenne ich, das ist okay. Da kann man ein paar leckere Kleinigkeiten essen, genau das Richtige zu Mittag.‹ Waren das Ihre Worte?«

»Ja, so ähnlich.«

»Dann sollte ich mich auf Ihre Worte verlassen können, wenn Sie mich hierher bitten. Da können Sie mit Ihrer Empfehlung die ersten Vertrauenspunkte machen. Gehen Sie in einem solchen Moment des Kennenlernens keine Experimente ein, sondern zeigen Sie sich als Insider. Auch wenn ich vielleicht eine andere Wahl treffe, ist es Ihre Kompetenz, an der ich mich orientiere. Aber wenn Sie mir da schon beim Business-Lunch nichts bieten können, wie soll es dann erst beim Verkaufsgespräch werden?«

Simon dachte nach. »Da könnten Sie recht haben. Mich nervt das auch immer, wenn die Leute ewig nicht wissen, was sie wollen.«

»Verstehen Sie mich nicht falsch: Das Überlegen, das Aussuchen – das sind die Privilegien des Neulings. Diese Freiheit dürfen Sie nie beschneiden. Aber Sie können durch Ihre Insider-Erfahrung, durch Ihr Fachwissen das steuern, was kommt. Diese Chance sollten Sie sich nie entgehen lassen.«

»Ist das die erste Lektion?«

»Wenn Sie so wollen: Ja.«

»Dann schon mal vielen Dank. Und ich empfehle die Spaghetti al Arrabiata. Die sind ein Traum.«

Profit schüttelte sanft den Kopf. »Eher ein Albtraum. Nehmen Sie lieber ein Schnitzel.«

»Was soll das jetzt wieder? Ich dachte, ich soll Ihnen eine Empfehlung geben?«

»Gerichte mit Soße, vor allem mit Tomatensoße, bergen unkalkulierbare Risiken für Ihre Kleidung. Sie sind angespannt, nervös, wissen nicht, wo das Gespräch hingeht, brauchen Ihre Aufmerksamkeit für mich, nicht für Ihren Teller – wie groß, glauben Sie, sind Ihre Chancen, mit unbeflecktem Hemd aus diesem Treffen hervorzugehen? Nehmen Sie ein Schnitzel mit Bratkartoffeln.

Oder ein Steak mit Gemüse. Das ist die sauberste Lösung für jetzt. Oder wollen Sie sich eine Serviette umbinden?«

Simon erinnerte sich mit Schaudern an den vorigen Oktober. Günzle, sein Chef, hatte ihn im Auto warten lassen und das Gespräch mit Ottokar und Söhne alleine geführt. »Sie sehen aus wie ein Pizzabäcker, aber nicht wie ein Verkäufer meiner Abteilung«, hatte der ihn angeraunzt. Wegen zwei winzigen roten Flecken auf der Brusttasche. »Chef, ich mach den Besucherbadge drüber«, hatte er noch vorgeschlagen. Ohne Erfolg. »Sie sind wohl vollkommen plemplem«, war die Antwort. Und das Ding war gelaufen.

Simon nickte. »Ich verstehe. Ist gebackenes Hühnchen mit Pommes auch okay?«

»Hühnchen ja, aber nehmen Sie lieber Bratkartoffeln. Das ist besser für Ihre Fitness. Aber darüber werden wir später noch reden. Wir sehen uns heute Abend in *Harry's Bar*. Seien Sie pünktlich.«

Bevor Simon den Mund aufbrachte, war Profit verschwunden. Das konnte ja heiter werden.

## 4. Die Veränderung beginnt

»Und natürlich erwarte ich von Ihnen in der ganzen Angelegenheit absolutes Schweigen. Ist das klar?« Simon hatte kaum mehr die Kraft, bestätigend zu nicken. Eine Dreiviertelstunde lang hatte ihn Profit jetzt schon in der Mangel. Sie saßen etwas abseits von den anderen wenigen Gästen in *Harry's Bar*, die an diesem Dienstagabend noch bis kurz vor Mitternacht ausgeharrt hatten. Zuhörer hatten sie keine bei ihrem Gespräch. Was heißt Gespräch? Ein Kreuzverhör, das jedem Geheimdienst zur Ehre gereicht hätte.

Lebenslauf, Ausbildung, Vorlieben. Spezialwissen, Sprachenkenntnisse, Hobbys. Einkaufsverhalten, Urlaubspläne, Freizeitgestaltung. Manche Dinge waren ihm erst durch die Fragerei seines Gegenübers wieder eingefallen. »Es gibt nichts, was nicht nützlich sein könnte für Ihre Zukunft«, hatte Profit zwischendrin mal bemerkt, als Simon Zweifel an Sinn und Zweck der Befragung geäußert hatte. »Wenn wir miteinander Erfolg haben wollen, müssen Sie alles auf den Tisch legen.« Und so hatte er erzählt. Vom Taekwondo-Kurs damals und von seiner Begeisterung für italienische Opern. Von seiner Leidenschaft für James-Bond-Filme (»Immer gleich in die Premiere. In *Licence to Kill* habe ich mich zwei Tage vor meinem 13. Geburtstag hineingemogelt.«) und seinen gescheiterten Versuchen, Spanisch zu lernen. »Weiter als *Donde esta Barcelona* habe ich es nie geschafft ...«

Es hatte ihn zunächst erstaunt, wie viele Details sich Profit in seinem PDA notiert hatte. Aber dann hatte er ein kleines Spielchen begonnen und sich gedacht: »Schreib du nur!«, und ihn mit Details überschüttet. Aber den Mann konnte offenbar nichts aus der Ruhe bringen. Das Eis in seinem Whiskey Sour war darüber geschmol-

zen, während der andere immer wieder genüsslich an seinem Martini genippt hatte.

»Sie fragen sich sicher, warum ich das alles wissen will«, sagte Profit gerade. »Ach nee, tu ich das?«, schoss es Simon durch den Kopf, aber er hielt mal lieber die Klappe. Sollte der andere doch reden. »Erstens will ich Sie kennenlernen. Zweitens will ich Ihre Stärken und Schwächen sehen. Drittens analysiere ich die Art und Weise, wie Sie sich mitteilen. Zu viertens kommen wir später.« Profit lehnte sich zurück und winkte dem Ober, eine zweite Runde zu bringen. »Lassen Sie Ihren Drink stehen, der schmeckt jetzt sowieso nicht mehr.«

»Ich hatte eigentlich gedacht, Sie wollen mir mit meinen Problemen im Job helfen«, wagte Simon jetzt Widerspruch. »Das hatte ich Ihnen heute Mittag schon gesagt. Allmählich halte ich das für eine Lachnummer. Blöde Fragen stellen kann jeder, da brauche ich Sie nicht dazu. Ich gehe jetzt.«

Profit schaute ihn an. Nein, er fixierte ihn. Zwei Sekunden, fünf, zehn. »Warum stehen Sie dann nicht auf.«

»Ich ...«

»Sie hatten einen eher bescheidenen Nachmittag mit ausreichend Misserfolgserlebnissen und darüber schon wieder vergessen, dass wir uns vor ein paar Stunden schon mal ganz angeregt unterhalten haben.« Profit schien über der Situation zu stehen. Seine Stimme ähnelte der eines Wettermanns im Fernsehen, der ganz emotionslos den Durchzug eines leichten Regengebiets über Hunsrück und Eifel rekapitulierte. »Das sollte Ihnen zu denken geben.«

»Wieso? Das passiert doch jeden Tag mal.«

»Genau. Jeden Tag, jede Woche, jeden Monat. Aber es passiert nicht nur Ihnen. Es passiert auch Ihren Kunden. Haben Sie schon mal überlegt, was passieren kann? Da führen Sie ein gutes, angeregtes Telefonat, machen 20 Minuten lang gutes Wetter, bereiten alles vor, um die Ernte einzubringen. Und kaum haben Sie aufgelegt, verhagelt ein Ihnen unbekanntes Ereignis Ihrem Gesprächspartner so die Stimmung, dass er alles wieder vergessen hat. Was war denn los bei Ihnen nach dem Lunch?«

Der traf den wunden Punkt wirklich haargenau. Profit schien wirklich Ahnung zu haben.

»Ach, es war eines von diesen frustrierenden Telefonaten, wo der Typ am anderen Ende immer wieder mit dem Gleichen anfängt: ›Sie sind zu teuer, Sie sind zu teuer, Sie sind zu teuer ...‹«

»Und, sind Sie zu teuer?«

»So gut ich das weiß, liegen wir nur ein paar läppische Prozent über dem, was die Jungs bei NIKLOTOP haben wollen. Aber deren Produkt kommt an unseres nicht heran. Wir haben mehr Power, laufen genauer und geben auch zwei Jahre mehr Garantie. Aber das hat diesen Typ einfach nicht interessiert. Der will einfach nur den billigsten Preis. Alles andere ist dem wurscht.«

»Haben Sie Verständnis für sein Anliegen gezeigt?«

»Na ja, ich habe halt gesagt, wenn außer dem Preis keine anderen Kriterien für ihn wichtig sind, dann könnte er gebrauchte Teile auch bei uns kaufen. Die sind voll überholt, haben die gleiche Garantie und kosten nur 60 Prozent vom Neupreis.«

»Guter Vorschlag. Wie hat er reagiert?«

»Er hat mich angebrüllt. Ich will ihn wohl verarschen. Er kauft neu oder gar nicht. Und er wird mir bei meinem Chef die Hölle heiß machen. Dann hat er aufgelegt.«

»Simon – das war das Beste, was Ihnen in diesem Fall passieren konnte. Denn dieser Einkäufer wollte nur eines: den günstigsten Preis auf dem Markt. Dem waren Sie und Ihre Vorschläge schnurzepiepegal. Mein Vorschlag: Lassen Sie einen Tag verstreichen und schicken Sie dann ein schriftliches Angebot über die gebrauchten Teile an ihn raus. Gehen Sie dabei auf sein Anliegen nach einem optimalen Preis ein. Machen Sie ihm klar, dass Sie sein Anliegen verstehen, dass Sie eigens für ihn eine Lösung entwickelt haben, und stellen Sie den Mehrwert heraus, den er dafür bekommt.«

»Mehrwert?«

»Na, verglichen mit der Konkurrenz. Die höhere Leistungsfähigkeit, die Lebensdauer, die Garantie. Das sind ja alles Dinge, die in der normalen Produkt-Preis-Kategorie noch nicht enthalten sind. Das sind die Argumente, mit denen Sie sich vom Wettbewerb un-

terscheiden. Egal, ob der Mann darauf abfährt oder nicht: Dokumentieren Sie, was Ihr Angebot besonders macht. Darauf können Sie sich berufen – und das kann er nicht ignorieren. Denn auch er muss sich intern für seine Entscheidung verantworten.«

»Glauben Sie wirklich, das hilft?«

»Sehen Sie, Simon, mit diesem Angebot gehen Sie einen entscheidenden Schritt der Veränderung. Sie machen die Verhandlung zu einer persönlichen Angelegenheit. Auf einmal geht es nicht mehr darum, ob dieser Mann bei NIKLOTOP oder bei TOPOLOH kauft, sondern ob er bei IHNEN kauft oder nicht. Machen Sie sich zu seinem Anwalt in Sachen optimale Einkaufsstrategie, werden Sie sein Partner. Haben Sie eigentlich noch nie *Stratego* gespielt?«

Simon erinnerte sich: »Das Spiel, wo es früher hieß ›Erobern Sie‹, und später dann, damit es auch schön politisch korrekt und antimilitaristisch klingt, ›Befreien Sie‹?«

»Genau. Am weitesten bei diesem Spiel, wo es letztlich um die Eroberung der Welt geht, kommen jene, die Bündnisse eingehen, die auf den ersten Blick beiden Beteiligten helfen, langfristig aber nur dem, der dadurch die meiste Macht anhäuft, um anschließend den bisherigen Partner wieder anzugreifen. Alles eine Frage der Strategie, des Vorausdenkens. Und deshalb müssen Sie Ihr Gegenüber kapieren, Sie müssen wissen, wo ihn der Schuh drückt, wo seine Schwächen liegen und wo er stärker ist als Sie. Was wissen Sie denn über Ihren Kunden?«

»Nicht viel. Der Mann, mit dem ich da zu tun habe, Stövers, ist erst seit fünf, sechs Wochen in der Firma. Der kommt von diesem holländischen Konzern, die NIKLOTOP zu Jahresanfang übernommen haben. Seitdem ist dort nichts mehr wie früher. Alles, worauf man sich verlassen konnte, gilt auf einmal nichts mehr. Es ist wie verhext.«

»Stövers weiß also auch nicht über Ihre Produkte Bescheid, wenigstens nicht im Detail. Er hat vermutlich nur eine Datei übernommen und zieht jetzt die 08/15-Nummer durch. Haben Sie mit ihm schon mal geredet?«

»Nein, worüber denn?«

»Simon, Sie haben sich doch vorher gewundert, warum ich Ihnen so viele Fragen gestellt habe, deren Sinn Sie nicht einsehen wollten. Dabei habe ich versucht, mir ein Bild von Ihnen zu machen. Und zwar nicht nur vom Verkäufer, sondern vom ganzen Simon Richter. Damit ich künftig auf Sie eingehen kann, damit ich mit Ihren Stärken und Schwächen arbeiten kann. Genau das sollten Sie mit Ihren Kunden auch machen. Vor allem, wenn Sie neue Kontakte an der Strippe haben wie Stövers – und schon erkennen, dass die alten Spielregeln nicht mehr gelten. Umso neugieriger sollten Sie sein!«

Simon sah das ein. Aber so etwas war in der Abteilung unüblich. »Wir machen hier keine Plauderstunden. Alles, was wir über unsere Kunden wissen müssen, steht im CRM«, hatte Günzle gebellt, als er ihm freudestrahlend berichtete, er habe herausbekommen, dass sein erster Kunde genauso wie er Fan von St. Pauli sei und beide sich prima über das letzte Spiel unterhalten hätten. Er erzählte das Profit.

»Lassen Sie sich von solchen Themen nicht abbringen. Gespräche auf dieser Ebene machen den Unterschied. Denn wenn Sie und Ihre Kunden so etwas verbindet, ändert sich alles. Er kauft dann nicht mehr irgendwo, sondern er kauft bei IHNEN. Und nur darum geht es«, antwortete der Agent. »Wenn Sie diese Qualität von Beziehung erreicht haben, verhandeln Sie auf anderem Niveau. Natürlich will Ihr Kunde den besten Preis. Aber er sucht ihn sich dann nicht mehr x-beliebig auf dem Markt, er fragt ihn bei Ihnen an.«

»Das ist wirklich so einfach«, staunte Simon.

»Es ist gar nicht einfach«, antwortete der Agent. »Das ist ein hartes Stück Arbeit. Aber es macht einen gewaltigen Unterschied aus, ob der Kunde Ihnen vertraut oder nicht. Zum Vertrauen gehört aber mehr als gute Preise. Dazu gehören auch Ehrlichkeit, Kompetenz und die persönliche Note. Gar nicht einfach!«

»Wonach frage ich denn so ungefähr?«

»Stellen Sie sich nicht dümmer, als Sie sind, Simon. Sie haben die Fakten, die Sie kennen. Ein paar Dinge können Sie sich aus eigener Erfahrung zusammenreimen, ein paar können Sie sich mit



dem, was Sie beim Studium gelernt haben, denken. Ansonsten sind Köpfchen und schnelle Reaktionen gefragt. Das haben Sie doch beim Taekwondo gelernt. Alles nur eine Frage der Physik und der richtig angesetzten Hebel ...«

Simon erkannte, wohin das führen würde. Raus aus der Routine. Das hatte er immer gewollt. Und es würde verdammt anstrengend werden. Aber er hatte das Gefühl, dass er sich auf diesen Profit verlassen könnte. Irgendwie hatte der ...

Simon traf seine Entscheidung: »Herr Profit, ich vertraue Ihnen. Lassen Sie uns ins Geschäft kommen!«

Der lächelte. »Darauf noch einen Drink, Simon?«

An diesem Abend schrieb sich Simon in seinen Kalender:

**Vertrauen ist der Anfang von allem.**

**Der Kunde muss bei MIR kaufen wollen.**