

VERKÄUFER

von Edoardo Erba

Deutsch von Sabine Heymann

© 2003

Als unverkäufliches Manuskript vervielfältigt. Dieses Buch darf weder verkauft noch verliehen noch sonst irgendwie weitergegeben werden. Alle Rechte, insbesondere die der Übersetzung, Verfilmung und Übertragung durch Rundfunk, Fernsehen, der mechanischen Vervielfältigung, insbesondere auch der Vertonung und Veropierung vorbehalten. Dieses Buch darf zu Bühnenzwecken, Vorlesungen und Vereinsaufführungen nur benutzt werden, wenn vorher das Aufführungsrecht einschließlich des Materials rechtmäßig von uns erworben ist. Das Ausschreiben der Rollen ist nicht gestattet. Die Übertretung dieser Bestimmungen verstößt gegen das Urheberrechtsgesetz.

Wird das Stück nicht zur Aufführung angenommen, so ist das Buch umgehend zurückzusenden an

GUSTAV KIEPENHEUER BÜHNENVERTRIEBS-GmbH
Schweinfurthstr. 60, D-14195 Berlin (Dahlem)
Telefon 0 30-89 71 84-0, Telefax 030-8 23 39 11
e-mail info@kiepenheuer-medien.de
www.kiepenheuer-medien.de

Personen

Brigo	Vertreter
Monti	Buyer
Cozza	Verkaufsdirektor
Gloria	Brigos Frau
Shon	Geschäftsführer (einziger Deutscher unter Italienern)
Chiara	Tramperin

Die Handlung spielt in unseren Tagen in Mailand und Umgebung.

Der Markt ist rational

I

Montis Büro.

Monti sitzt am Schreibtisch und ist mit der Überprüfung von Tabellen beschäftigt. Brigo kommt herein. Er lächelt und schüttelt Monti die Hand. Monti erwidert den Händedruck, ohne sich zu erheben oder Brigo anzusehen.

BRIGO Wie war der Urlaub, Monti?

Monti antwortet nicht. Er ist prüft weiter die Tabellen.

BRIGO Ich sehe schon, was los ist. Zwei oder drei Tage Stress und es ist, als wäre man nie im Urlaub gewesen. Ist ja auch kein Wunder. Die Betriebe sind unterbesetzt heutzutage ... ein wenig unterbesetzt, ja. Schade, denn deshalb ist Ihre Zeit immer so knapp bemessen. Sie haben den Kalender auf Ihrem Tisch, mit den ganzen Terminen, Sie treffen zehn, zwölf Vertreter pro Tag, Sie sind ein Sklave des Kapitals, Sie stehen permanent unter Druck, das Lager ruft an und sagt: Du machst pausenlos Bestellungen, hier kommt ein Laster nach dem anderen an, wo sollen wir denn hin mit den Waren? Glauben Sie, ich weiß das nicht, nach so vielen Jahren? Sie sind mit Papieren, Tabellen, Gegentabellen zugemüllt ... kurz und gut, Sie sind immer schlechter Laune. Habe ich Recht? Auch uns gegenüber, die wir das nicht verdienen. Ich nehme Ihnen das aber nicht übel, um Gottes Willen. Wir sind ja nicht solche Rüpel wie die von der Konkurrenz. Wir sind die Herren Vertreter par excellence, höflicher Händedruck, feine Manieren..

MONTI *(zieht die Uhr vom Handgelenk und legt sie gut sichtbar auf den Tisch)*
Zehn Minuten.

BRIGO *(mit einem breiten Lächeln)* Wie haben Sie im August abgeschlossen? Vor meinem Urlaub habe ich die Filialen der Gegend besucht. Ich muss sagen, die Promotion war sehr gut kommuniziert und präsentiert ...

MONTI *(hebt den Blick von seinem Blatt, unterbricht ihn)* Tausend Kisten Waschpulver in zwei Wochen. Der Schnitt liegt bei dreihundert. Die Promotion ist ausgelaufen, inzwischen. Wenn Sie deswegen hergekommen sind, haben Sie den Weg umsonst gemacht.

BRIGO Tausend: nicht schlecht. Das schreibe ich mir auf, die Zahl ist ja beachtlich. *(Schreibt auf einen Block.)* Das Produkt.

MONTI Nichts zu machen. Von heute bis Ende Oktober keine Lieferungen mehr. Ich habe das Lager voll.

BRIGO Da gibt es aber eine wunderbare Neuheit, von der ich Ihnen unbedingt erzählen muss.

MONTI Sie können mir erzählen, was Sie wollen, ich kaufe nichts.

BRIGO Ich verstehe. Wir verkaufen dem Kunden immer ein bisschen mehr als er normalerweise kaufen würde. Aber das ist unser Job. Klar, dass Sie zu mauern versuchen. Jetzt geht es darum, sie umzustößeln, diese Mauer, den Riss zu finden, in den ich meinen Keil hineintreiben kann, der die Wand zum Einsturz bringt.

MONTI Sie bringen hier überhaupt nichts zum Einsturz.

BRIGO Ein Scherz, Monti. Das ist doch nur ein Informationsgespräch. Lassen Sie mich fortfahren. Also. Ich fange mit dem Anfang an. Was braucht man, um den Konsum zu stimulieren? News, News, News, News. Vor allem in einem so unbeständigen Sektor wie Bad und Küche, wo sich der Markt ständig in der Evolution befindet. Einverstanden? Gut. Zweiter entscheidender Schritt: Wie soll man auf die neuen Impulse reagieren? Durch Investitionen, die Wert, Qualität, Innovation, Fortschritt schaffen.

Monti vertieft sich wieder in die Liste. Ein Augenblick des Schweigens.

BRIGO Wie ich sehe, sind Sie begierig zu erfahren, was ich in der Tasche habe. (*Zieht eine Plastikflasche heraus.*) Einen Weichspüler.

MONTI Schon wieder ein *Kuschelbär*?

BRIGO Aber nein. Ein revolutionäres Produkt. Der Prototyp einer neuen Generation. Natürlich war es unmöglich, es nicht *Kuschelbär* zu nennen. Das wäre ein Fehler gewesen. Eine eingeführte Marke. Genau gesagt: Rein und Unverfälscht von *Kuschelbär*.

MONTI Ich wusste es. *Kuschelbär*.

BRIGO Nein. Rein und Unverfälscht *von*. Der Unterschied liegt in der Spezifizierung. Durch die eine epochale Wende signalisiert wird. Weil sich in der gesamten Menschheitsgeschichte bisher nie jemand bewusst gemacht hat, dass sechundsiebzig Prozent der Konsumenten einen dermatologisch getesteten Weichspüler wünschen.

MONTI Ich habe verstanden. Ihr habt da so einen Quatsch herausgebracht wie *Last* Sensible Hände oder *Dixan* Balsam.

BRIGO Aber nein, was sagen Sie da? *Last* und *Dixan* sind Null-Marken im Spülmittel-Sektor. Kein Vergleich mit *Kuschelbär* im Universum der Weichspüler. Außerdem, bitte werfen Sie Rein und Unverfälscht nicht mit Kloreinigern durcheinander ... (*Zeigt den Flyer.*) Schauen Sie mal. Sehen Sie sich die Ergebnisse der Allergietests an. Nein, das sind keine Prophezeiungen à la Nostradamus. Das sind wissenschaftliche Ergebnisse!

MONTI Das übliche Gewäsch.

Monti beachtet den Flyer nicht. Nimmt die Flasche, macht den Deckel auf, schnuppert hinein und verzieht angewidert das Gesicht.

MONTI Werbung?

BRIGO Ein radikal neuer Spot.

MONTI Wurde auch Zeit. Ihr habt schon seit einer Ewigkeit nichts mehr gemacht.

BRIGO Aber das stimmt doch nicht, können Sie sich nicht mehr an die Lif-Männlein erinnern? (*trällert*) Tan tan tadadan ...

MONTI Die haben nur Schaden angerichtet.

BRIGO Im Gegenteil. Die waren ein Riesenerfolg, vor allem bei den weiblichen Konsumenten. Sehen Sie sich mal die Daten dieser Erhebung an. Zweiundzwanzig Prozent der Frauen geben zu, im Laufe der letzten drei Monate mindestens einmal eine sexuelle Phantasie mit dem Lif-Männlein gehabt zu haben.

MONTI (*schnaubt*) Preisempfehlung?

BRIGO Vorwort: Nicht alles lässt sich in Geld messen. Machen wir uns nicht zu Sklaven der Zahlen. Einverstanden? Gut. Zweiter Schritt. Als ich hier herkam, habe ich gesehen, dass direkt gegenüber ein Hard Discount aufgemacht hat. Den habe ich bewusst ignoriert. Weil die Hard Discounts unser beider Feinde sind. Wenn der Markt im Volumen wächst und im Wert abnimmt, ist das ihre Schuld. (*zeigt den Flyer*) Schauen Sie sich die Nielsen-Daten zur Preisentwicklung auf dem Regal an! Sehen Sie die Schere? Wenn man darauf nicht sehr schnell durch Anhebung der Listenpreise reagiert, macht die Schere Zack! Und wer bleibt drin? Die großen Fische, die immer ihre Haut retten. Sie und ich dagegen fliegen raus, wenn die Schere Zack macht...

MONTI Ich habe nach dem Preis gefragt.

BRIGO Empfohlener Mindestpreis einsachtundneunzig.

MONTI Für anderthalb Liter?

BRIGO Die Gewinnspanne liegt bei zehn Prozent, in der Einführungsphase zwanzig.

MONTI Das ist weltfremd. Wir verkaufen zwei Liter *Vernell* zu zwei Euro.

BRIGO Den hier darf man nicht mit einem normalen Weichspüler vergleichen. Das ist eine andere Klasse. Ein Rolls Royce im Vergleich zu einem Fiat. Zwei Welten.

MONTI Dann stellen wir den Rolls Royce hin und ziehen Lavendel aus dem Verkehr.

BRIGO Warum denn das?

MONTI *(streicht etwas auf seiner Liste)* Lavendel ist eliminiert.

BRIGO Ich bin nicht hergekommen, um über das Sortiment zu verhandeln. Deshalb will ich über Substitutionen auch gar nichts hören. Es gibt Vereinbarungen. Darüber haben wir schon am Anfang des Jahres diskutiert.

MONTI Lavendel verkauft sich schon seit Monaten nicht mehr.

BRIGO Aha, seit Monaten ... Ich will Ihnen nicht zu nahe treten, aber ich glaube, Sie sind überarbeitet. Um Ihre Aussage zu dementieren, könnte ich Ihnen nämlich Ihr komplettes Regalassortiment auswendig vorbeten. Ich werde mich aber darauf beschränken, Ihnen die Bedeutung von Lavendel Kuschelbär im europäischen Kontext zu erläutern. Lavendel hat den höchsten ... *(hält inne, hat offenbar die richtige Formel vergessen)* der Wohlgerüche ... von ... von ZustimmungsindeX ... *(findet den Faden wieder)* und hat es auf zwei Prozent Marktanteil gebracht. Womit erwiesen ist, dass nur eine steigende Tendenz den Verfall des ... *(gerät wieder ins Schleudern, beißt die Zähne zusammen)* der Totalreferenzen aufhalten kann ... und optimiert bis zum Erreichen des Marktanteils. Man braucht sich nur bewusst zu machen, dass damit ein Gebiet mit ungefähr zweieinhalb Millionen Stück Vieh abgedeckt ist, ausgelaugte Tiere, schlachtfertig, potentielle Akquirenten eines Produktes, das sich an der Spitze der Skala befindet, mit der besonderen Mission, die Konkurrenz zu annullieren und durch die Variation von Farbe und Parfum ins Fell der oberen Mittelschicht einzudringen. Und das, wohlgemerkt, ohne die Belastung/den Einfall von einem, der sich seit Jahren den Arsch aufreißt, auch nur um einen Millimeter verrücken/verschieben. *(Ihm wird klar, dass er laut geworden ist. Lächelt.)* Klimaanlage, was? Die trocknet den Hals aus. *(blickt auf den Flyer)* Nun, also. Habe ich Ihnen schon die Konditionen erläutert? Ich glaube, nicht. Für die Einführung des neuen Produkts auf dem Regal gibt es außer dem zweimonatigen Preisnachlass eine Extra-Prämie inklusive tausendfünfhundert Euro.

MONTI Letztes Mal waren es zweitausend.

BRIGO Für die Extra-Prämien gibt es keine vorgeschriebenen Regeln. Jedes Produkt ist anders. Und am Ende, Monti, sind es nicht diese fünfhundert Euro mehr oder weniger, die das Gewinnpotential ausmachen.

MONTI *(blickt auf die Uhr)* Okay, Sie werden von mir hören.

BRIGO Ich erkläre Ihnen noch die Konditionen der Promotion-Phase. Dann unterschreiben wir die Bestellung.

MONTI *(zieht sich die Uhr wieder an)* Lassen Sie mir den Flyer da. Wenn Interesse besteht, rufe ich an.

BRIGO Es tut mir leid. Ich kann das nicht aufschieben bis zum nächsten Termin. Ich muss noch heute die Bestellungen vorlegen.

MONTI Sie wollen die Entscheidung?

BRIGO *(mit einem breiten Lächeln)* Unbedingt. Vorher gehe ich hier nicht raus, und wenn Sie mich mit Kanonen bedrohen.

MONTI Ich kaufe nicht.

BRIGO Okay. Zweitausend. Wie beim letzten Mal.

Monti schüttelt den Kopf.

BRIGO Enttäuschen Sie mich nicht. Das ist ein Superprodukt.

Monti antwortet nicht.

BRIGO Gut, wenn Sie Lavendel wirklich absetzen wollen, darüber kann man reden...

MONTI Lavendel ist sowieso draußen. Das andere Zeug will ich nicht.

BRIGO Aber wieso das denn, bei den Argumenten? Sie haben mich die ganze Zeit reden lassen..

MONTI Dafür werden Sie bezahlt, oder? Um den Leuten auf die Nerven zu gehen. Also gut, Sie haben Ihre Pflicht getan. Ich habe Ihnen von Anfang an gesagt, dass wir keine Kapazitäten haben.

BRIGO Den Einwand habe ich widerlegt.

MONTI Kein bisschen widerlegt. Wollen Sie mal einen Blick ins Lager werfen?

BRIGO Monti, bei uns wird das Personal reduziert.

MONTI Wir haben alle unsere Probleme.

BRIGO Ich muss die Bestellung aber sofort machen.

MONTI Gehen Sie doch zum Geschäft gegenüber.

BRIGO Da bin ich schon gewesen. Der Geschäftsführer wollte mich gar nicht erst empfangen.

Sie blicken einander an.

BRIGO Hören Sie, wir kennen uns seit sechs Jahren. Sie haben einen üblen Charakter. Aber zwischen uns hat immer Sympathie geherrscht...

MONTI Genau. Ich bin Ihnen viel zu oft entgegen gekommen. Resultat: Ich habe das Lager voll mit übrig gebliebenen Produkten.

BRIGO Ich muss ein Target erfüllen. Wenn Sie nicht kaufen, bin ich draußen.

MONTI Zum Glück. Vielleicht finden Sie einen Betrieb, der besser dasteht.

BRIGO Ich bitte Sie nur um hundert Kartons. Was sind schon hundert für Sie?

Keine Antwort.

BRIGO Ich bezahle es Ihnen. Ich investiere mein persönliches Budget, und wenn Sie sie verkaufen, geben Sie mir das Geld zurück.

MONTI Auf Wiedersehen.

BRIGO Es ist mein Geld, Monti. Ich verspreche Ihnen hundert Kartons gratis. Sie brauchen bloß die Bestellung zu unterschreiben.

Monti antwortet nicht mehr. Nimmt seine Arbeit wieder auf. Brigo schaut ihm noch ein wenig zu. Dann steckt er die Flasche wieder in seine Tasche und geht hinaus. Kurz darauf greift Monti zum Telefonhörer und wählt eine Nummer. Am Handy antwortet Cozza. Er spielt Tennis.

MONTI Dr. Cozza? Hier ist Monti.

COZZA Wer?

MONTI Monti.

COZZA Ah.

MONTI Störe ich?

COZZA Im Augenblick nicht. Ich bin im hinteren Feld.

MONTI Schwierig, wieder nach vorne zu kommen, nicht wahr?

COZZA Kommt darauf an, wie weit hinten man ist.

MONTI Ist die Firma in Schwierigkeiten?

COZZA Entschuldigung, wer sind Sie überhaupt?

MONTI Monti.

COZZA Ah, Monti. Hallo.