



DAS EXPERIMENT MIT DEM TEPPICH

Salesletter besucht Teppichhändler.

VON CLAUDIA TAPPESER

Ein komisches Gefühl ist das schon, als 34jährige „Testkäuferin“ in ein Fachgeschäft für Orientteppiche mitten in der Kölner City einzutreten. Als begeisterte Leserin des kikidan Salesletters mache ich natürlich immer die jeweiligen Wochenexperimente mit und genieße die neuen Erfahrungen, die dabei zwangsläufig herauskommen. Bombastisch, spießig und altbacken, das sind Orientteppiche für mich! Jedenfalls ist dies meine persönliche Meinung dazu. Generation Großmutter pur. Objekte, die meine Welt und mein Weltbild nicht nötig haben! Es grenzt fast an ein Wunder, dass bei meinen Eltern zu Hause im Flur, Wohnzimmer oder unter dem Esstisch keiner dieser vermufften Teppiche ein Plätzchen gefunden hat.

Kaufen soll ich ja nichts. Nur das Verhandlungsgeschick des Verkäufers beobachten. Und feststellen, ob es einen Unterschied zu unseren europäischen Verkaufsmethoden gibt. Der finanzielle Rahmen ist abgesteckt. 4.000,- Euro sollen als Preis nicht überschritten werden. Mal ehrlich, das ist viel Geld für ein Stück Gewebe. Soviel nun soll EIN Teppich kosten? Unglaublich. Ich habe einen ganz tollen Teppich zu Hause. Er ist von Ikea.





Mein Ikeateppich tut seinen Dienst sehr gut und sieht in seinem dezenten Gelb sehr wunderbar herrlich auf meinem Wohnzimmerparkett aus. UND er hat 180 Euro gekostet. Glücklicherweise geht es bei diesem Besuch ja nur um ein Experiment, um ein „was wäre wenn“. Ich halte Menschen, die so viel Geld für einen Teppich ausgeben schlichtweg für verrückt. Dafür kann ich sechs Wochen Urlaub in Thailand machen. Im Winter, wenn es hier bei uns bitterkalt ist, kann ich Wärme tanken. Und ich kann... Nun denn, ich halte die Idee zwar für absurd, lasse mich aber wie schon oft auf ein kleines Chris Mulzer Experiment fürs Wochenende ein. Ich betrete das Geschäft.

Die ca. 50 qm großen Räumlichkeiten sind überfüllt mit hängenden, zusammengerollten und ausgebreiteten Orientteppichen. Teppiche ohne Ende. Überall Teppiche. Ich finde ALLE im Schaufenster liegenden Exemplare durch die Bank hässlich und unattraktiv. Keine gute Grundlage für den Testkauf eines Teppichs. „Komm gib Dir einen Ruck“, denke ich mir. „Lass Dich darauf ein, es wird dabei schon etwas Interessantes herauskommen.“

Ich werde freundlich begrüßt. Mit einem Kopfnicken von der anderen Seite des Raumes und mit den Worten: „Guten Tag, schauen Sie sich nur in Ruhe um!“ Leicht ungelüftet hatte ich mir diesen Raum vorgestellt, einfach antiquiert. Mir fällt auf, dass es nicht muffig riecht, eher anheimelnd, wie bei mir Zuhause, eher ein bisschen „wie früher“. Einige Exemplare der Teppiche scheinen sehr alt zu sein. Ich schlendere durch den Laden und sehe mich um. Keine Ahnung, wonach ich Ausschau halten soll. Nach der zweiten Umrundung eines gigantischen Teppichberges muss ich nun wohl irgend etwas sagen. Ich beschliesse, klein anzufangen.

Ein Läufer, wohl für die Anrichte gedacht, erregt meine Aufmerksamkeit. Mir fällt dazu etwas typisch Weibliches ein: „Kann ich diesen Läufer in der Waschmaschine bei 30 C° waschen?“, frage ich unschuldig. Die Augen des Verkäufers weiten sich erschrocken, er eilt herbei. „Um Gotteswillen, NEIN! Das dürfen Sie nicht! Sie MÜSSEN ihn zu mir bringen, wenn er gereinigt werden soll. Wir benutzen spezielle Seife! Das ist wie mit Ihrer Haut junge Frau. Haut ist so unterschiedlich, so empfindlich. Und Seife ist auch nicht gleich Seife, wie Sie wissen. Sensible Haut, trockene Haut, Allergikerhaut und viele verschiedene andere Besonderheiten der jeweiligen Hautstruktur sind wichtig um herauszufinden, welche Seife Sie benutzen werden. Bei unseren Teppichen benötigen wir von jeder dieser Seifen ein wenig. Dazu braucht es natürlich einen Fachmann, der sich mit der Technik des Waschens und mit Orientteppichen auskennt. Jeder Knoten, jede Knüpfung wird anders behandelt. Jeder EINZELNE Teppich ist ein handwerkliches Kunstwerk.“

Der Salesletter

Er stammt von Chris Mulzer, einem von Deutschlands besten Businesstrainern. Zentrales Thema des email-basierten Salesletters ist das Verkaufen. Der Salesletter ist kostenlos und besteht aus über 80 Lektionen, die auf 20 Wochen verteilt sind. Er enthält viele Übungen und Experimente zur Vertiefung. Das Lesen jeder Lektion dauert ca. 5 Minuten.

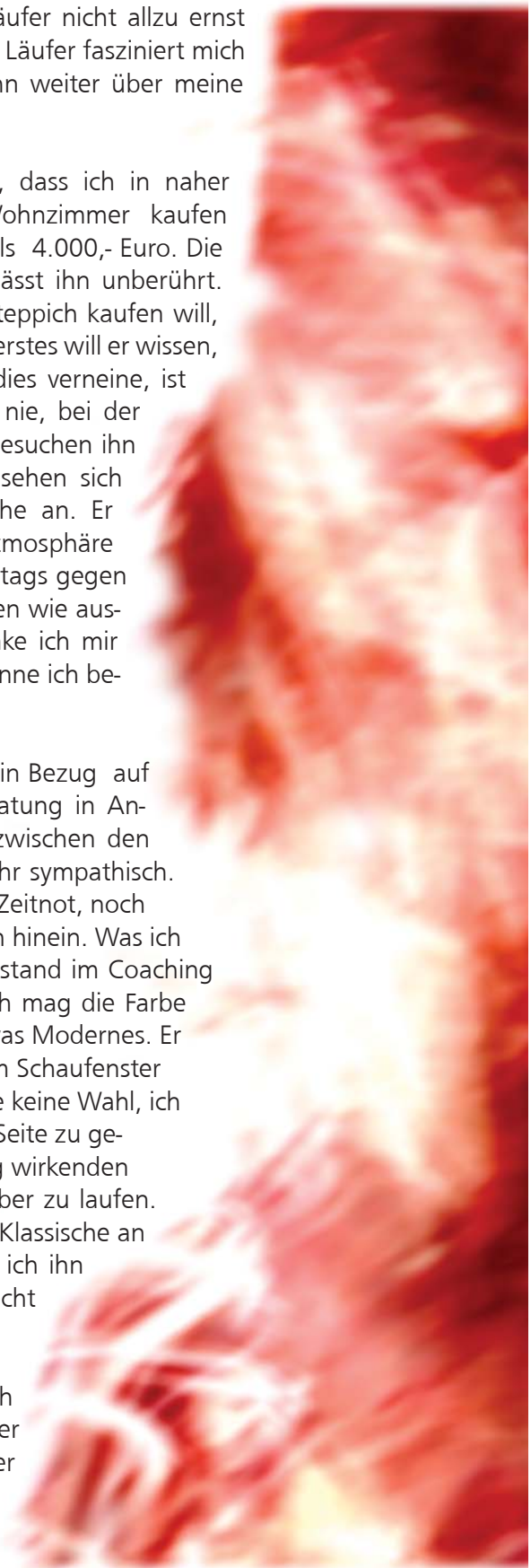
Der Sales Letter bringt Ihnen die Geheimnisse der weltbesten Verkäufer einfach und in klar gegliederten Lektionen nahe. Er vermittelt Ihnen wenig bekannte Verkaufsstrategien, gibt konkrete Tips und hilft jeden Tag, Ihren Verkaufserfolg zu steigern. Bei Ihnen zu Hause oder im Büro. Wann Sie wollen, wo Sie wollen.

Ich gebe es ja zu, zuerst habe ich den Verkäufer nicht allzu ernst genommen. Seine Fürsorge für diesen kleinen Läufer fasziniert mich allerdings derart, dass es mir schwer fällt, ihn weiter über meine wahren Absichten im Unklaren zu lassen.

Langsam wird mir warm. Ich berichte ihm, dass ich in naher Zukunft einen Orientteppich für mein Wohnzimmer kaufen wolle. Er dürfe allerdings nicht teurer sein, als 4.000,- Euro. Die Nennung meiner finanziellen Höchstgrenze lässt ihn unberührt. Auch die Tatsache, dass ich mir einen Orientteppich kaufen will, scheint ihn nicht WIRKLICH zu verwundern. Als erstes will er wissen, ob ich Erzieherin oder Lehrerin bin. Als ich dies verneine, ist er ÄUSSERST überrascht. Er täusche sich fast nie, bei der Einschätzung seiner Kunden. SEINE Kunden besuchen ihn allerdings bevorzugt unter der Woche und sehen sich dann mindestens zehn verschiedene Teppiche an. Er findet es sehr schade, dass gerade ich diese Atmosphäre nun verpassen würde. Schließlich ist es Samstags gegen Drei. DAS ist seine Erklärung, warum sein Laden wie ausgestorben wirkt. Sehr positiv formuliert, denke ich mir und lächle ihn an. Diese Art zu formulieren kenne ich bereits aus dem Salesletter.

Ich erzähle ihm von meiner Ahnungslosigkeit in Bezug auf Orientteppiche und wie gerne ich seine Beratung in Anspruch nehme. Die Tatsache, dass er nicht zwischen den Kunden hin und her springen muss ist mir sehr sympathisch. Ich will gut beraten werden und bin weder in Zeitnot, noch auf der Durchreise. Er lächelt sinnierend in sich hinein. Was ich mir denn vorstellen würde? Gute Frage. DAS stand im Coaching Letter von Chris Mulzer nicht geschrieben. Ich mag die Farbe Grün NICHT und wünsche mir am Liebsten etwas Modernes. Er zeigt mir einen gewaltigen Teppich der halb im Schaufenster und halb im Laden ausgebreitet liegt. Ich habe keine Wahl, ich muss über den Berg klettern um zur anderen Seite zu gelangen. Er schreitet ehrfürchtig über den riesig wirkenden Teppich und fordert mich auf, ebenfalls darüber zu laufen. „Dieser Teppich ist ein Klassiker“, sagt er. Das Klassische an ihm sei das Paradiesmuster. Darauf hin sehe ich ihn mir noch genauer an. Als Klassiker sieht er recht jung aus. Ich fragte genauer nach.

Vögel und Blumenranken verteilen sich nach einem unsichtbaren und regelmäßigen Muster über die gesamte Teppichfläche. Nach meiner Ansicht ist es ein sehr verschnörkeltes, blaues und dunkles Muster. Aber klassisch? Der Teppich ist mir viel zu dunkel, das sage ich ihm





auch. Daraufhin zeigt er mir einen hellen beige und goldartig gefärbten Teppich mit braunen Blättern. Das absolute Gegenteil von allen bisher betrachteten. Schön ist er, das muss ich nun zugeben. Es ist der Beste bisher. Nun allerdings fehlen mir Kontrast und Lebendigkeit.



Während ich noch dastehe und überlege, gibt er mir ganz nebenher zwei kleine Musterstücke in die Hand. „Fühlen Sie einmal den Unterschied in der Qualität!“ sagt er. Aus einem kleinen Sekretär im Raum holt er ein Stück Papier. „Bitte schön, das ist meine Visitenkarte“ sagt er mit einem gewissen Stolz in der Stimme. Ich schaue Sie mir daraufhin genauer an. Überdimensional groß. Sein Name und das Wort Dipl.-Ing. stehen in riesigen Lettern oben. Darunter „Ausgefallene Orientalische Knüpfkunst“ und dann kommt eine riesige weiße Lücke. Unten steht die Adresse in sehr kleiner Schriftgröße. Auf der Rückseite gibt es eine blaumetallische Lagebeschreibung, die sich über die ganze Visitenkarte erstreckt.

Er schaut mich fragend an. Hatte ich ihm gesagt, dass ich Grafikerin bin? Nun ändert sich das Thema plötzlich und wir unterhalten uns eine ganze Weile über die Vor- und Nachteile verschiedener Gestaltungen seiner Geschäftskarte. Während dieser engagierten Diskussion erwähne ich ganz nebenbei, in Gedanken, wie gut mir gelbe und orangefarbige Teppichmuster auf naturfarbigem Knüpfgrund gefallen würden.

Er bittet mich, einen Augenblick zu warten und erscheint nach einigen Minuten mit einem sehr modernen, strukturierten Teppich, eher in dunkleren Farben gehalten. Mit orangefarbenen und roten Elementen. Das Muster gefällt mir ausgesprochen gut. Die Knüpfart heisst nach seiner Auskunft „Feldermuster“ und ist traditionell. Die Besonderheiten von Herkunft und Herstellung könne er mir sehr gut bei einem Tee erzählen. Ob ich nicht einen orientalischen Tee probieren wollte? GERNE, denke ich mir. Ein Tee ist jetzt genau das Richtige. Draußen ist Februar, mitten im Winter, es hat heute geschneit. Und ich trinke gerne Tee, wenn ich Zeit dazu habe. Langsam beginne ich mich wohlzufühlen. Eine halbe Stunde bin ich nun schon im Geschäft und die Zeit scheint mir wie im Fluge vergangen. Von wegen „kleines Experiment“! Meine Einkaufsstüte aus dem Drogeriemarkt habe ich beiseite gestellt und wir setzen uns gemeinsam auf die Teppichrollen an der Seite des Ladens. Er packt drei

Der **Sales Letter** basiert auf den Workshops „Sales Techniken mit NLP Technologie“ und „NeuroMarketing“. Es gibt von diesen Workshops sowohl Audioaufnahmen auf CD als auch eine Zusammenfassung der wichtigsten Inhalte auf DVD bei <http://shop.kikidan.com/>

Der Sales Letter hat in den zwei Jahren seines Bestehens über 60.000 Verkäufer und am Verkaufen interessierte Menschen in Deutschland begeistert. Mehr Information über Chris Mulzer und seine Workshops finden Sie unter www.kikidan.com.

DENN VERKAUFEN MÜSSEN SIE ÜBERALL...



an die Wand gelehnte Rollen und legt sie schwungvoll kreuz und quer im Laden aus. 3.800,- Euro kosten diese Teppiche. Jeder für sich. Knapp an meiner finanziellen Grenze - ein Zufall? Ich frage mich, ob dieser eben ausgerollte, stark gemusterte Teppich mit der frischen Farbkombination ebenfalls in diesem traditionellen Feldermuster geknüpft ist? „Ja, das ist eine Abwandlung davon. Schön, dass Sie es erkannt haben!“ erwidert er, sichtlich erfreut. Der Tee ist stark und orientalisch. Die Musik, die dazu im Hintergrund spielt, stimmt mich Fremdländisch und verleitet mich zum Träumen. Ganz entspannt folge ich den Ausführungen meines Verkäufers. Er gibt mir weitere Teppichmuster zum Greifen, und eine Teppichrolle zum Anheben. Schwere Qualität. Leichte Schweißperlen stehen ihm vom Ausbreiten und Ausrollen der großen Teppiche auf der Stirn. Er giesst mir weiteren Tee ein.

Nun will er es genauer wissen. Er fragt mich nach meiner Herkunft. Ich würde mich gar nicht wie eine Kölnerin anhören. Recht hat er, ich bin am Niederrhein geboren. Auf diese Antwort hin lächelt er zum dritte Mal in sich hinein. Die ganze Sache mit dem Tee, den Teppichen, der Stimmung und dem Gespräch macht mir mehr und mehr Spaß. Ich erzähle ihm von meiner guten Freundin, halb Französin, halb Perserin. Ihr zuzuhören, wenn sie mit Ihren Eltern telefonierte, war immer sehr spannend. Von den wunderbaren Abenden, die wir bei persischem Essen und orientalischer Musik verbrachten, ganz zu schweigen.

Jetzt sprudelt es nur so aus ihm heraus. Seinen Titel hätte ich ja bereits auf der Visitenkarte gesehen. Er ging von Persien aus nach Frankreich, um dort sein Geschäft zu gründen. Seine Frau ist Französin. Sein Sohn studiert in Paris und kommt ihn jeweils am Ende des Monats besuchen. Ganz nebenbei erwähnt er, dass sein Sohn NOCH unverheiratet ist und fragt übergangslos, wie das denn bei mir mit der Familie sei. Verheiratet, Mann, Kinder? Auf mein spaßhaft entsetztes NEIN hin geht ihm das Lächeln nun gar nicht mehr aus seinem Gesicht. Jetzt ist es an mir, zu grinsen. Daher weht also der Wind...

Nach diesem kleinen Themenwechsel spricht er nochmals über seine beiden Teppiche. Jene, die mir so gut gefallen haben. Jene, bei denen meine Augen zu leuchten begannen. Für seine Kunden bringt er gerne Teppiche in die Wohnung, sagt er. Als Frau könne er mir einen Transport ohnehin schlecht zumuten und seinen Teppichen wäre ein Kleinwagen viel zu eng. Es ist, klärt er mich auf, in dieser Branche üblich, die Teppiche über ein Wochenende bei den Kunden auszulegen. Der Kontrast bei ihm im Laden wäre eher unvorteilhaft im Vergleich zu meinem natürlichen Parkett zu Hause. Seine Teppiche liegen auf anderen Teppichen, der Raum ist überfüllt. Ein Teppich braucht Raum und Licht, um seine Wirkung zu

Lieber Leser,

bereitet Ihnen das Lesen dieses Artikels genauso viel Spass, wie mir? Ich lade Sie ein, ähnliche Erfahrungen zu machen. Melden Sie sich zum kostenlosen Salesletter an. Lesen Sie einen der erfolgreichsten Online - Salesletter Deutschlands!

Mit freundlichen Grüßen
Ihr Chris Mulzer

<http://kikidan.sales-letter.de>



entfalten. Er schafft sich sein eigenes Umfeld. Er würde dies sehr gerne tun, es sei ein selbstverständlicher Service, ich sollte mich nicht scheuen, sein Angebot anzunehmen.

Der zweite der beiden Teppiche gefällt mir, ganz ehrlich jetzt, wirklich gut. MICH spricht ein Orientteppich an. Unglaublich! Richtig hübsch finde ich ihn. Anders als die altmodischen Modelle im Schaufenster. Die Farbkombinationen sind harmonisch aufeinander abgestimmt, das Grün ist angenehm dunkel, die Größe passt perfekt in mein Wohnzimmer, er fühlt sich samtweich an. Und jetzt will er mir MEIN Traumexemplar auch noch nach Hause transportieren. Hilfe! Dieser Teppich wird doch für immer dort liegenbleiben, wo er ihn ablegen wird. Ich fühle mich ertappt! Während ich mich an die Atmosphäre im Laden, seine Worte und Gesten erinnere, frage ich mich allen Erstes, wer denn nun meinen Ikeateppich bekommen wird. Ja, er gefällt mir immer noch. Die persönliche Verbindung allerdings... Die Verbindung zu MEINEM Teppich hier im Laden, das Wissen um die Hintergründe, das macht mir MEINEN neuen Teppich lieb. Teppich ist eben nicht Teppich. Das habe ich gelernt aus diesem Experiment. Ein Teppich ist ein Stück Persönlichkeit, er wird mit Liebe und Geduld hergestellt. Er hat seine Geschichte und eine lange Reise über Tausende von Kilometern hinter sich. Ein Teppich ist ein Gefühl. Ein Teppich ist Gastfreundlichkeit. MEIN Teppich macht ein Heim aus meinem Zuhause.

So melden Sie sich an:

<http://kikidan.sales-letter.de>

Klicken Sie einfach auf "Jetzt Anmelden", tragen Sie Ihre email Adresse ein und finden Sie heraus, wie sich von der ersten Lektion an Ihre Einstellung zum Verkaufen und Ihr Verkaufserfolg deutlich verändern werden.

Melden Sie sich heute an und lassen Sie sich 20 Wochen lang in 80 spannenden Lektionen in die faszinierende Welt des Verkaufens entführen.

DIESER SERVICE IST KOSTENLOS FÜR SIE!

Der freundliche ältere Herr sieht mein Schwanken und Nachdenken. Er nimmt mich freundlich bei der Hand und ich muss ihm versprechen, ihn am Ende des Monats wieder zu besuchen. Auf einen leckeren Tee. Am Ende des Monats kommen auch die neuen Teppiche aus vielen Ländern. Einige der länger liegenden Teppiche werden dann bei einer Sonderaktion günstiger verkauft. „Vielleicht ist auch IHR Teppich dabei.“ sagt er. Sein Sohn wird dann sicher öfters im Laden sitzen. Es gibt ja für ihn nichts Schöneres, als zwischen Teppichen zu sitzen in angenehmer Gesellschaft einen Tee zu trinken und ein wenig über die Kulturen zu plaudern...



Mein letzter Gedanke ist: „Raus hier! Ganz schnell! Sonst muss ich dem Chris eine E-Mail schreiben.“ Einen Moment noch. Mein Kalender sagt: „Heute ist der 11. Februar. Bis zum Ende des Monats sind es noch 17 Tage.“ Ich muss doch gleich mein Bankkonto prüfen...