

**Lernen  
Sie  
verkaufen**

**Moez Dridi**



# Einleitung

Nichts kann so wichtig in Ihrem Leben sein wie die Fähigkeit, verkaufen zu können. Dieser Satz mag Sie jetzt ein wenig verwundern, aber denken Sie einmal darüber nach. Denn Leben heißt verkaufen. Gut kommuniziert nur, wer bereit ist, sein Vorhaben zu verkaufen! Egal, ob es um eine Idee, ein Produkt oder – noch wichtiger – das Knüpfen und Pflegen von menschlichen Beziehungen geht: Wenn Sie Ihr Ziel erreichen wollen, kommen Sie nicht darum herum, sich diese Fähigkeit anzueignen. Auch wenn dies nur über das Telefon, eine E-Mail oder Website geschieht. Es ist die Beziehung zwischen Ihnen und dem anderen, die trägt. In der Endkonsequenz verkaufen Sie sich als Person, um Ihre Ziele zu erreichen. Ein Produkt oder eine Dienstleistung fremden Menschen anzubieten, hat viel damit zu tun, sich selbst anzubieten, weil man sich in der Regel mit seinem Produkt innerlich identifiziert.

Wir denken, dass die Welt gerecht ist. Verwurzelt ist unser Glaube an eine gerechte Welt. Unsere Chefs, unsere Mitarbeiter oder unsere Kunden wissen, was sie an uns haben. Manchmal zweifeln wir daran, aber irgendwie glauben wir, dass jeder bekommt, was er verdient oder was er wert ist. Tief im Innern wissen wir, dass es nicht stimmt, aber mit dieser Lektüre will ich Ihnen verdeutlichen: Sie bekommen nicht das, was Sie verdienen, oder das, was Sie wert sind. Sie bekommen auch nicht was Ihnen zusteht, auch wenn Sie es sich verdient haben. Sie bekommen das, was Sie verkaufen und verhandeln. Diese Fähigkeit zu beherrschen, entscheidet darüber, ob Sie Durchschnittsverdiener bleiben oder ein hohes Einkommen haben.

Für mich ist der Beruf des Verkäufers der beste Beruf der Welt. Kaum ein anderer Job bietet so viel Abenteuer und Lernmöglichkeiten an. In kaum einem anderen Beruf hat man die Möglichkeit, so aufzusteigen wie es nur im Verkauf möglich ist. Die Menschheitsgeschichte

hat oftmals gezeigt, dass Personen mit niedriger Herkunft es immer wieder nach ganz oben geschafft haben. Aus bescheidenen Verhältnissen stiegen diese Personen zur Macht auf.

Als Entdecker war Christoph Kolumbus bestenfalls Mittelmaß. Über die Seefahrt wusste er weniger als jeder durchschnittliche Matrose auf seinen Schiffen. Er konnte nie die Längen- und Breitengrade seiner Entdeckungen bestimmen, hielt Inseln für Kontinente. Er hatte kaum Ahnung von Navigation und konnte nicht mit einem Quadranten umgehen. Zudem hatte er noch nie eine Gruppe von Männern geführt und behandelte seine Mannschaft schlecht. Doch auf einem Gebiet war er ein Genie: Er wusste sich zu verkaufen. Anders lässt sich nicht erklären, warum der Sohn eines Käseverkäufers, der kleine Kaufahrer, es schaffte, sich in den höchsten Adels- und Herrschaftskreisen einzuschmeicheln.

Verkaufen in all seinen Formen hat unsere Entwicklung bedeutsam geprägt. Was haben Napoleon Bonaparte, Graham Bell, Charlie Chaplin, Mahatma Gandhi, John F. Kennedy und Steve Jobs gemeinsam? Sie waren in erster Linie alle Verkäufer, und zwar erfolgreiche Verkäufer.

Bill Gates hat ein einziges Verkaufsgespräch gereicht, um das größte Vermögen anzuhäufen, das je in der Geschichte – zur damaligen Zeit – erreicht wurde. Wäre er kein Verkäufer gewesen, wäre Bill Gates mit Microsoft nie so aufgestiegen, um seine Ideen auszubreiten, zu verwirklichen und um dann der reichste Mann der Welt zu werden. Oder mein Aha-Erlebnis, das ich von Reinhold Würth bekommen habe. Sie kennen vielleicht Schrauben-Würth. Der Mann ist mit Weltmarktführungsfaktor zehn der Leader in seiner Branche. Das heißt, er verkauft zehnmal mehr Schrauben als die Nummer zwei. Die Nummer zwei ist sein ehemaliger Assistent, der es mal bei ihm gelernt hat und hinter den beiden kommt ganz lange wieder nichts. Würth hat 250 Ingenieure, die jedes Jahr neue Patente für Befestigungssysteme entwickeln. Darauf wurde Herr Würth einmal im Einzelinterview angesprochen und gefragt, worauf er am meisten stolz sei. Er hat richtig gestrahlt und

antwortete: „*Vergessen Sie unsere über 300 Patente. Vergessen Sie unser ganzes Ingenieur-Team. Es gibt eine Sache, die wir besser können als alle anderen auf der Welt, und das ist Schrauben verkaufen.*“

Natürlich brauchen Sie eine Vision, die damit verbundene Entschlossenheit und die praktischen Fähigkeiten, aber die Fähigkeit, verkaufen zu können, entscheidet über Mittelmaß oder Spitzenleistung.

Wenige Menschen werden als Verkäufer geboren. Frei nach Abraham Lincoln: „*Wenn einige verkaufen können, zeigt das, dass andere verkaufen können.*“ Das ist nicht mehr als das Gesetz von Ursache und Wirkung.

Wir wissen, dass alles trainierbar ist, wenn die Strategien und Systeme zur Verfügung stehen. Gerade in Zeiten der Globalisierung und des Informationszeitalters haben sich der Markt (und damit auch die Herausforderungen von Angebot und Nachfrage) weiterentwickelt und verkompliziert. Der Kunde und seine Probleme haben sich ebenfalls verändert und damit auch die Verfahren, um diesen zu begegnen, aber die Grundbedürfnisse bleiben immer dieselben. Verfahren veralten und sind heute gut, aber morgen schon wieder obsolet. Wenn man sich ausschließlich auf die Verfahren konzentriert und die Grundbedürfnisse außen vorlässt, dann spielt man mit dem Feuer. Nicht nur Verfahren wie Diafilme, Verbrennungsmotoren und Platten, Kassetten, Disketten und CDs sterben aus, sondern auch die Unternehmen, die ausschließlich an dieser Vorgehensweise festgehalten haben und gescheitert sind wie Nokia, Kodak, die Commerzbank und die HUK-Coburg. Und deswegen gilt für jedes Verkaufsgespräch der gleiche Grundsatz: Grundbedürfnis vor Verfahren.

In diesem Buch wollen wir zwei Themen besprechen: Wie Sie zum Verkäufer werden und wie Sie Ihr Einkommen steigern. Wussten Sie, dass Menschen, die in ihrem Beruf besser verkaufen können, zehnmal so viel verdienen wie der Durchschnitt im selben Beruf? Nichts hat mehr intelligente und fleißige Menschen weit unter ihren Möglichkeiten gehalten wie die Unfähigkeit zu verkaufen. Dieses Buch möchte Menschen helfen, ihre Ziele zu verwirklichen, und ich möchte Menschen dabei unterstützen, nicht unter ihren Möglichkeiten zu bleiben.

Der Titel „Verkäufer“ hat nicht unbedingt ein gewisses Prestige. Vielleicht können deswegen nur sehr wenige Menschen wirklich gut verkaufen. Das können Sie nicht an der Uni lernen. Erfolgreich als Verkäufer zu sein heißt eine ganz besondere Persönlichkeit vorzuweisen, die mehr beinhalten sollte, als nur kommunikativ zu sein oder fachliche Kompetenz zu besitzen. Verkäufer sollten grundsätzlich Menschen mögen und an Menschen interessiert sein im Sinne einer gesunden Neugierde.

Unser Leben unterliegt äußeren Faktoren, die wir nicht beeinflussen können. Versprechen werden gebrochen. Nicht alles läuft so sauber und glatt wie die Planspiele an den Wirtschaftsuniversitäten. Apropos, tatsächlich haben einige der besten Verkäufer, die mir begegnet sind, nicht einmal Abitur. Ich stelle fest, dass viele Hochschulabgänger sich vom Verkauf fernhalten. Ein Abschluss bestimmt nicht, wie viel Geld Sie verdienen werden, weil alle Spieler mit Abschluss auf dem Spielfeld die gleichen Chancen haben.

Bei den meisten Menschen ist Verkauf nicht seriös oder wertig besetzt und hat deswegen negative Auswirkungen auf das Erlernen dieser Fähigkeit.

Ich kann Ihnen ehrlich sagen, dass es keinen besseren Beruf gibt als der des Verkäufers. Sie können durch ein großes Geschäft so viel verdienen, dass Sie die nächsten Wochen nicht mehr arbeiten brauchen. Haben Sie jemals in einem Nine-to-five-Job gearbeitet, in dem Sie sich unterbezahlt gefühlt haben? Ich kann mich an Zeiten erinnern, als ich mir den ganzen Monat lang den Hintern abgeschuftet habe, um am Ende des Monats lumpige 2.000 € ausgezahlt zu bekommen. Die Arbeit hat nicht viel abgeworfen. Wenn ich zum Chef gehen und um eine besser bezahlte Stellung bitten wollte, war da immer diese Hochschulabschluss-Barriere.

Im Jahr 2012 hatte ein achtundzwanzigjähriger Klient von mir, der durch diesen Kurs ein sehr erfolgreicher Vertriebler geworden ist, in seinem Konzern mehr verdient als sein Vorstand. Beim Verkaufen kann Ihnen niemand sagen, wie viel Geld Sie verdienen. Bei einigen

Verkaufsjobs bestimmen Sie Ihre Arbeitsstunden selbst. Das ist toll. Aber ich hatte die schlechte Angewohnheit, an einem Tag etwa acht Stunden zu arbeiten und etwas über tausend Euro zu verdienen und dann bis zur nächsten Woche zu verschwinden. Diese Ein-Tages-Arbeitswochen sind die besten. Ich empfehle Ihnen nicht, es so zu machen, weil man erst richtig verkaufen lernen muss. Die meisten können nämlich nicht verkaufen und schlechte Verkäufer werden in Zukunft nicht gebraucht; nur die guten werden umso mehr eine Rolle spielen. Arbeiten Sie jeden Tag hart mit diesem Kurs, denn es zahlt sich am Ende für Sie aus.

### ***Warum können die meisten nicht verkaufen?***

Ich persönlich vertrete den darwinistischen Ansatz: Im Verkauf fressen nicht die Großen die Kleinen, sondern die Schlaunen fressen die Dummen. Und nicht so schlau sind jene, die an die folgenden drei Mythen glauben.

Die Menschen mögen es im Allgemeinen nicht, wenn ihnen etwas verkauft wird. Ich weiß nicht, ob das die menschliche Natur oder bloß reine menschliche Dummheit ist. Ich könnte einem Asthmatiker in verzweifelter Not ein Heilmittel gegen Asthma anbieten, doch wenn er das Gefühl hat, ich führe ein Verkaufsgespräch, so kauft er es nicht. Niemand möchte schließlich gerne etwas „verkauft“ bekommen. So ist es nicht verwunderlich, dass die meisten Stellenausschreibungen mittlerweile auf die Bezeichnung „Verkäufer“ verzichten. Ganz tolle Begriffe werden stattdessen benutzt wie: Berater, Sales Manager oder sogar Sales Agent. Der Begriff „Verkäufer“ ist negativ konnotiert und ist nicht gerade edel oder wertig besetzt. Er suggeriert, dass da jemand ist, der mir etwas „verkaufen“ will, das ich gar nicht haben möchte. Wir denken an einen Menschen, der sich verkaufopsychologischer Methoden bedient, der uns manipuliert und schlussendlich über den Tisch zieht.

Es gibt drei Mythen, die diesem Image einen riesen Schaden zugefügt haben:

1. Mythos: *Ich mag verkaufen nicht!*

Dieser Mythos beinhaltet ein falsches Bild von Verkäufern. Wir denken Verkäufer sind aalglatte Typen, eine widerliche Form von Bettlern. Die Wahrheit ist, dass die meisten nicht verkaufen können. Weil sie nicht können, wollen sie es nicht. Und weil man es nicht will, werden Verkäufern mit falschen Bildern besetzt. In Wahrheit mögen wir nur das Bild nicht, das wir von Verkäufern haben. Sie müssen dieses Bild unbedingt verändern. Denken Sie an Ihre Vorbilder! Egal wer, in erster Linie ist diese Person, die Sie bewundern, ein Verkäufer. Nehmen wir mal Mahatma Gandhi. Er hat den Briten die Idee verkauft, Indien aufzugeben, und das sogar gewaltfrei. Oder denken Sie an Mutter Theresa; eine fantastische Verkäuferin! Sie hatte hinterher über 4000 Helferinnen, die freiwillig und unentgeltlich Sterbehilfe mit ihr leisteten.

2. Mythos: *Ich kann nicht verkaufen!*

Das ist falsch. Die Wahrheit ist, wenn einige verkaufen können, können auch anderen verkaufen. Das ist das Gesetz von Ursache und Wirkung. Wenn Sie einfach nur tun, was die erfolgreichsten, charismatischsten Verkäufer dieser Welt alle tun, dann kann Sie am Ende nichts davon abhalten, die gleichen Ergebnisse zu erzielen. Und was tun diese Topseller? Ich habe Sie alle studiert. Alle haben den Weg gefunden, den wichtigsten Fehler zu vermeiden, den 99% aller Verkäufer machen. Deswegen verdienen sie auch sehr viel mehr als der Durchschnitt.

3. Mythos: *Ich muss nicht verkaufen!*

Das ist der gefährlichste Mythos von allen. Viele Unternehmer beschäftigen sich vor lauter betrieblicher Blindheit nur noch mit internen Prozessen anstatt mit dem Verkaufen. Nur die, die das erkennen und sich auf das Verkaufen fokussieren, gewinnen aktuell.

Auch die Arroganz zu haben, nicht verkaufen zu müssen, ist der

Untergang eines jeden Verkäufers, die Annahme, nicht verkaufen zu müssen, wenn man im Job richtig gut ist. Es spricht sich ja schon rum, die Leistung und die Kunden werden automatisch kommen. Viele glauben, wenn sie es weit genug bringen würden, würden sie nie etwas mit Verkauf zu tun haben. Unsere Mythen über den Verkauf zeigen letztendlich nur unsere Denkfehler über das Verkaufen. Dann gibt es tatsächlich Menschen, die meinen Verkaufen wäre unter ihrer Würde, weil sie in Wirklichkeit gemocht werden wollen. Das impliziert, wenn ich verkaufe, werde ich nicht mehr gemocht. Überlegen Sie mal wie wahr das möglicherweise auch für Sie ist.

Die Columbia University hat etwas ganz Spannendes herausgefunden. Sie hat nämlich gesagt, dass verkaufen für die meisten Menschen starke emotionale Schmerzen bedeutet. Sie wollen einfach nicht verkaufen, weil es ihnen buchstäblich wehtut. Also flüchten sie sich in Ersatzaktivitäten. Übrigens tun das auch Verkäufer. Jedoch geschieht nichts, bevor nicht jemand etwas verkauft. Wenn sie in der nächsten Zeit einen Lastwagen auf der Autobahn sehen, an einer Baustelle vorbeifahren oder in ein Flugzeug steigen, können Sie sich lächelnd sagen: *„Alles, was um mich herum vor sich geht, geschieht aufgrund meiner Arbeit. Verkaufen.“*

Im Umkehrschluss: jeder muss verkaufen. Wer nicht verkauft, lebt nicht. Sie sind jeden Tag in zahlreiche Verkaufssituationen verwickelt. Vielleicht bezeichnen Sie sie anders oder erkennen sie nicht einmal als Verkaufssituationen, aber das ändert nichts daran, dass es um Verkäufe geht. Hier ist nur eine kurze Liste der Leute, die etwas verkaufen und deren Produkte Sie kaufen:

- Schauspieler
- Politiker
- Kellner
- Ärzte
- Rechtsanwälte
- Eltern



- Kinder
- Potenzielle Partner
- Freunde

Jede dieser aufgezählten Gruppen versucht Ihnen Tag ein Tag aus etwas zu verkaufen.

### ***Schluss mit dem Unsinn! Effektivität – die richtigen Dinge tun***

Sie bekommen nur das bezahlt, was Sie verkauft haben. Sie brauchen diese Ergebnisse, denn Ihre Fixkosten laufen und Ihre Zeit ist kostbar. Effektivität in Ihren Gesprächen ist unabdingbar. Hier hat die „*Schluss-mit-dem-Unsinn-Technik*“ ihren Ursprung, der Sie im Laufe dieses Buches gelegentlich begegnen werden. Sie ist mehr ein Konzept als eine tatsächliche Technik. Übersetzt heißt sie auch „*Bring es auf dem Punkt!*“ Jede Minute, die Sie darüber hinaus von Ihrem Kunden beanspruchen, schmälert Ihre Abschlusschance. Denn auf eine gefühlte Zeitverschwendung reagieren Kunden heute allergischer denn je. Dieses Motto sollte während eines jeden Schrittes im Verkaufsprozess beherzigt werden und ist absolut auf konsequente Abschlussorientierung ausgerichtet. Ich werde erklären, wie Sie das Schluss-mit-dem-Unsinn-Konzept während Ihres Verkaufsprozesses anwenden können.

Das Konzept selbst ist eigentlich ziemlich einfach, aber sehr mächtig. Einfach ausgedrückt, geht es dabei darum, direkt zum Punkt zu kommen und so wenige Worte wie möglich zu gebrauchen. Viele Verkäufer haben diese Vorstellung, dass sie Smalltalk betreiben müssen, wenn sie in ein Verkaufsgespräch einsteigen. Ich hatte diesen Glauben auch, als ich anfang zu verkaufen. Nach der Hälfte des Verkaufsgesprächs kannte ich von den Kunden die ganze Familie beim Namen, ihre Beschäftigungen und wann sie das letzte Mal einen Familienausflug gemacht hatten. Ich war praktisch Teil der Familie geworden. Das Problem war, dass ich, wenn es an der Zeit war, zu kaufen, den Verkauf trotzdem nicht schaffte. Sich mit dem Kunden anzufreunden, schadet dem Verkauf nicht; es hilft jedoch auch nicht so sehr, wie viele glauben; es sei denn Sie haben vorher so gut über die Zielperson re-

cherchiert, dass Sie sich perfekt darauf vorbereitet haben. Googeln Sie die Person und schauen Sie was sie beispielsweise auch privat über sie in Erfahrung bringen können. Wenn Sie im Internet herausgefunden haben, dass Ihr Kunde ehrenamtlich in einem Verein tätig ist, könnten Sie dies bei seiner Vorstellung ansprechen. Das macht Eindruck und stellt eine Beziehung her. Allerdings hat das nichts mit Smalltalk zu tun. Smalltalk sollten Sie nur halten, wenn der Kunde damit beginnt, weil darin auch Gefahren liegen. Sie könnten beispielsweise über Themen sprechen, von denen Sie nichts verstehen, oder in ein Fettnäpfchen treten und das Gespräch ist schon zu Ende, bevor es überhaupt angefangen hat. Vermeiden Sie generell Themen wie Politik, Religion und Sexualität.

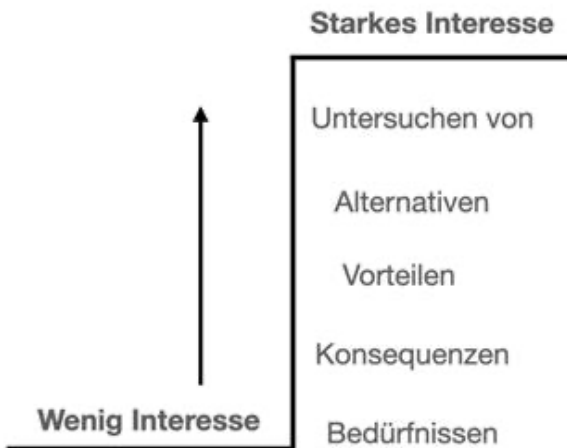
### ***Lernen Sie verkaufen***

Wenn Sie verkaufen lernen, ist so viel möglich. Mit dieser Fähigkeit fokussieren Sie Ihre Arbeit und letztlich Ihr Leben auf die Dinge, die Sie wirklich erreichen wollen. Verfügen Sie über Verkaufsfähigkeiten, werden Sie in allen Bereichen Ihres Lebens davon profitieren und glücklicher und zufriedener sein. Viele meiner Teilnehmer berichten mir, dass sie mit dem Verkaufen wichtige Entscheidung in der Familie durchsetzen konnten oder bessere Jobs bekommen haben. Das durch die Schulung zum Verkäufer automatisch gestiegene Selbstbewusstsein führte bei einigen auch dazu, dass sie besser behandelt oder bedient wurden, einfach weil sie nun anders auftraten und alles selbstverständlich voraussetzten und verlangten; eine selbsterfüllende Prophezeiung. Und bei anderen liefen die durch das Verkaufen erworbene Geschicklichkeit sowie auch die zwischenmenschliche Beziehung plötzlich viel besser. Diese fünf entscheidenden Fragen werden Sie im Laufes des Kurses begleiten:

1. Die Vision: Was will ich wirklich?
2. Die Werte: Was ist daran wichtig?
3. Strategien: Wie kann ich meine Ziele erreichen?
4. Hindernisse: Was hält mich davon ab?

5. Messung: Woher werde ich wissen, ob ich meine Ziele erreicht habe?

„Lernen Sie verkaufen“ führt eine Reihe von Strategien vor, die Ihnen helfen werden, aus sich herauszugehen und Ihre Kundschaft zu erobern. Die einzelnen Kapitel sind in lockerer Folge geordnet, wenn Sie auch grundsätzlich vom Erstkontakt bis zum erfolgreichen Abschluss nicht direkt aufeinanderfolgen. Diese Reihe von Strategien basiert auf bestimmten Grenzen der menschlichen Psychologie. Weil die Gedanken der Kunden sich ständig um ihre Probleme drehen, können Sie mit Ihrem Abschluss nicht vorankommen, ehe Sie nach und nach solche Probleme lösen und den irritierten Geist Ihrer Kunden mit Ihren eigenen Ideen, Gedanken und Konzepten gefüllt haben. Denn einem rundum zufriedenen Menschen kann man nichts Großes verkaufen. Ihre Selbstzufriedenheit macht sie unzugänglich. Folglich ist es immer leichter, in unruhigen Gewässern zu fischen, frei nach Bill Gates: *„Unser Job ist es herauszufinden, was sie brauchen von dem sie nichts wissen. Wir sorgen dafür, dass sie endlich wissen, dass sie uns brauchen nachdem sie wissen was sie brauchen“*. Oder anders ausgedrückt: *„Schau was der Kunde braucht oder mach dass er schaut was er braucht.“* Das ist die abgekürzteste Version des Verkaufens, vom schwachen zum starken Interesse zu gelangen.



Erfahren Sie auch, woran es wirklich liegt, dass einige Menschen erfolgreicher verkaufen als andere. Ich enthülle Ihnen die ultimativen Geheimnisse wie Sie erfolgreich verkaufen. All das werde ich Ihnen erklären und darüber hinaus, wie Sie im Verkaufsgespräch Ihre Beziehung zum Kunden schlagartig verbessern.

In diesem Buch orientiere ich mich auch an den Wünschen meiner Seminarteilnehmer. Immer mehr von ihnen haben mich nach den Veranstaltungen gebeten, ein Nachschlagewerk über alle Strategien des Verkaufens zu verfassen. Und das habe ich mit dem vorliegenden Buch getan. Ich habe selbst als Anfänger mit dem Verkaufen begonnen und bin deshalb prädestiniert dafür, dieses Buch zu schreiben. Meine Verkaufskarriere begann mit 19 Jahren, als Staubsaugerverkäufer, der Tag für Tag vom Geschäft an der Haustür lebte. Ich kann den Aufschrei meiner Familie von damals immer noch hören, als ich sagte, dass ich Verkauf statt Studium wähle: „*Was? Bist du völlig verrückt geworden? Das kann nicht dein Ernst sein? Das ist ein total unsicherer Beruf*“. Meine Familie musste lernen, was ich damals bereits wusste: Verkaufen ist einer der wenigen Bereiche, der eine große Sicherheit bietet – natürlich nur, wenn es gelingt, die Selbstzweifel zu überwinden und sich die passenden Verkaufsstrategien anzueignen.

Um sich der im folgenden formulierten Regeln zu bedienen, müssen Sie weder Ihren Charakter noch Ihr körperliches Erscheinungsbild von Grund auf ändern. Verkaufen spielt mit Psychologie nicht mit harter Arbeit, und jeder kann sich die Fähigkeiten aneignen, um es darin zum Meister zu bringen. Sie werden erstaunt sein, wie einfach es sein wird, Ihr Einkommen zu steigern.

Die Geisteshaltung, die Sie zu einem perfekten Verkäufer macht, ist dieselbe, mit der Sie dieses Buch lesen sollten. Lassen Sie sich inspirieren von den Strategien und Regeln des Verkaufens, angefangen bei sich selbst, Ihren Freunden, Ihren Kollegen, Ihrem Unternehmen und Ihren Produkten.

Verkaufen an sich besteht aus einem Dreieck. Die eine Seite repräsentiert die Produktkenntnisse, ihr gegenüber liegen die Verkaufsstra-

tegien und die Grundlage dessen besteht aus Einstellung, Begeisterung und Zielen. Ein Verkäufer, der nur eine dieser Seiten vernachlässigt, schöpft sein Potenzial nicht aus und enttäuscht seine Kunden.



