



P&G-MANAGER FORDERN EINANDER NIE HERAUS

Nach jener Prüfung in Catania wurden wir gute Freunde. Ich ließ ihn sogar einen meiner Söhne aus der Taufe heben — Vincenzo, der den Namen meines Vaters trug —, und unser Verhältnis blieb gut, gesund, echt.

Aber er blieb durch und durch ein P&G-Mann, und wann immer er einen Kunden besuchte, spielte er sich auf, als führte er noch immer die vorderste Linie. Einmal hätte man ihn beinahe aus den Büros eines Verteilzentrums geworfen, weil er die Stimme bis zum Brüllen erhoben hatte, und erst mein Eingreifen brachte die Lage wieder unter Kontrolle.

Er ließ keine Gelegenheit aus, mich zu kritisieren, aber ich verstand sofort, warum: Er zog am emotionalen Hebel — die richtige Art kreativer Provokation —, um zu sehen, wie ich reagieren würde. Aber ich war der Sohn meines Vaters, und dessen Gegenwart blieb immer bei mir und sah zu.

Eine echte Rivalität gab es zwischen uns nie — wer besser war, wer fähiger —, schon deshalb nicht, weil wir beide auf dasselbe Endziel hinarbeiteten, nicht für zwei verschiedene Unternehmen.

Eines Tages hatte er eine glänzende Idee: ins Kartäuserkloster von Serra San Bruno fahren, in der Provinz Vibo Valentia, und den langbärtigen Mönchen Rasierer verkaufen. Das war seine Art zu zeigen, wer er war.

Ich fuhr ihn hin, blieb aber draußen vor den Klostertoren. Zwei Stunden später kam er heraus, mit einer Bestellung über Klingen und Rasierer im Wert von 300 Euro. Firmenname: Römisch-katholische Kirche. Ausland: Vatikanstadt. Abweichende Lieferadresse: Kloster der Kapuzinerbrüder.

Er war begeistert, zutiefst zufrieden, und musste in Mailand anrufen, um die Bestellung von Hand eingeben zu lassen, weil unser System keine Möglichkeit hatte, einen Auftrag aus einem fremden Staat zu verarbeiten. Obendrein hatte er das ganze Unternehmen verblüfft.

Aber er prahlte nie — das lag nicht in seinem beruflichen Wesen. Er hatte das Unmögliche geschafft, und das sorgte für Aufsehen: Die Zentrale in Mailand gab es dem gesamten italienischen Außendienst bekannt. Ich sagte nichts. Ich nahm die Tatsache zur Kenntnis und schwieg.

Acht Tage später stellte die Logistik eine Retourenmeldung aus: Das Kloster hatte die Bestellung zurückgewiesen, und er war außer sich vor Wut.

Als er zurückfuhr, um den Grund zu erfahren, sagte man ihm, der Sekretär sei in seiner Jugend einmal Verkäufer bei einem italienischen Unternehmen gewesen — stets überzeugt vom „Einkaufen zu 100 und Verkaufen zu 300“. Er sagte, er habe einen Aufschlag von 3 % angesetzt, und das sagte ihnen alles: Er war nicht der richtige Mann für die Aufgabe. Sie entschuldigten sich.

Niemand sprach mehr davon, kein offizieller Kommentar. Was in den Bürofluren hängen blieb, war ein Satz: der Witz über die 3-%-Marge.

Ferdinando