



► **das interview**

Tamara Dragus im Gespräch ...
Joachim Bullermann

"Bussi, Bussi, schleck, schleck, schlalber,



► das interview

schlauber!

Frei nach Disney verteilt Bullermann seine höchste „Plutonische Auszeichnung“ – und kein Auge bleibt trocken. Deutschlands außergewöhnlichster Verkaufs- und Motivationstrainer ist so etwas wie ein Naturereignis: Nicht planbar, gewaltig und einfach unvergesslich. Markige Sprüche und eine charismatische Spontanität machen jeden Auftritt des gebürtigen Ostwestfalen zum unvergleichlichen Erlebnis: Wer ihn einmal gehört hat, ist für viele andere verdorben.

► das interview

Manchmal scheint der liebe Gott etwas ungerecht in der Verteilung gewisser Talente. Da gibt es Leute, die reden, ohne etwas zu sagen. Dann gibt es die, die reden und etwas sagen, beim Gegenüber jedoch nach kürzester Zeit bleierne Müdigkeit provozieren. Und es gibt die, die reden, etwas sagen und so erfrischend sind, dass man wünscht, sie mögen ihren Mund nie wieder schließen. Zu dieser Sorte Mensch gehört Joachim Bullermann. „Wer bei mir einschläft, muss halb tot sein.“

Recht hat er. Wer in den Genuss kommt, einem seiner berühmt-berüchtigten Vorträge folgen zu dürfen, erlebt wie binnen weniger Minuten ein ganzer Saal bebt – vor Lachen, vor Schenkelklopfen und vor Erstaunen. Bullermann bewegt. Weit davon entfernt, in Clownerie zu verfallen, beherrscht er den Spagat zwischen Information und Unterhaltung bis ins kleinste Detail. Mehr als 200 öffentliche Auftritte pro Jahr machen den gefragten Stadtmarketingexperten zum perfekten Infotainer. Doch Vorsicht mit derlei Wortkreationen – weit oben auf Bullermanns „Hassliste“ stehen die so genannten Anglizismen. Als ehemaliges Vorstandsmitglied des „Verein Deutsche Sprache“ (VDS), nimmt Bullermann den Kampf gegen den pervertierten deutsch-englischen Sprachsalat – vulgo „Denglisch“ – täglich neu auf. Das klingt dann zum Beispiel so: „Je einfallloser die Agentur, desto englischer die Werbung.“

Die messerscharfen Aphorismen des Rhetoriklehrers Bullermann haben's in sich: Vier Hefte voller diskussionswürdiger Thesen hat er bereits herausgegeben: Kritische Anmerkungen zum Thema Standortmarketing, zum besseren Verkaufen, zur Zukunft kleinerer Unternehmen und zur aktuellen Lage. Er selbst bezeichnet seine frechen Sprüche als „Bullermanns Satanische Verse“ und liebt es, mit seinen ungeschönten Aussagen zu provozieren. „Der ungeschminkte Inhalt gefällt verständlicherweise nicht allen – aber wer will und kann allen gefallen?“ Von klein auf weiß Bullermann sich durchzusetzen. Der Vater bleibt im Krieg vermisst, der Großvater, ein angesehener Handwerksmeister, wird zur männlichen Leitfigur.

Als die Briten nach Kriegsende den Heimatort Oeynhausen besetzen, ist seine Familie eine von vielen, die den Engländern klaglos die eigenen vier Wände überlassen muss. Nach dem Motto „Oeynhausen schonen, in Oeynhausen wohnen“, machen sich die Tommys das kleine Fleckchen Erde Untertan. Die westfälische Kurstadt wird zum Hauptquartier der britischen Rheinarmee. Die Bullermanns kommen in einem stillgelegten Emailierwerk unter und dürfen erst 1951 in ihr Häuschen zurück.

Trotz oder gerade wegen der vielen Entbehrungen, die die Nachkriegszeit mit sich bringt, lernt das Bullermännchen früh zu kämpfen. Eine Eigenschaft, die der „Robin Hood der kleinen Unternehmen“ heute schmerzlich vermisst: „Wer in volle Kühlschränke geboren wurde, denkt und empfindet ganz anders.“ Trotz Rückschlägen und Einschränkungen ist Joachim ein Sonntagskind. Gut in der Schule, noch besser im Sport – ein Siegertyp eben. Der Onkel findet Gefallen an seinem kleinen, redseligen Neffen, der leidenschaftlich gerne isst und sich auch sonst als wahre Frohnatur entpuppt. Er führt ihn ein in die große weite Welt, zeigt ihm teure Restaurants und bringt ihm bei, sich sicher auf dem öffentlichen Parkett zu bewegen. Klein Bullermann wird gesellschaftsfähig. Und verkaufstüchtig.

In den Ferien hilft er der Tante im „Lutschladen“. Zwischen Lollis, Bonbons und feinen Pralinen entwickelt Bullermann unternehmerischen Instinkt, der von seiner Mutter gefördert wird. Sie selbst macht aus ihrer Not eine Tugend und vermietet im eigenen Haus an Kurgäste. Eine Übernachtung ohne Frühstücksei kostet 5 DM. Ob sie für das Nächtigen mit Ei 50 Pfennig mehr verlangen darf, be-

► das interview

spricht sie mit dem dreizehnjährigen Joachim und nicht etwa mit dessen älterem Bruder. Ihre zwei Leitsätze „Nichts ist schwieriger im Leben, als an anderer Leute Geld zu kommen“ und „Vergiss nie im Leben, wer die Rechnung zahlt“, sind heute Kernaussagen der Bullermanschen Verkaufsphilosophie und finden in jedem seiner Vorträge Gehör.

Die Lust am Verkaufen bestimmt Joachims weiteren Werdegang. Nach Abschluss der Schule macht er eine Lehre zum Industriekaufmann, danach studiert er Betriebswirtschaft an der Fachhochschule Bielefeld mit Abschluss zum Diplom-Betriebswirt. Die heimatlichen Gefilde werden ihm bald zu eng, den jungen Studenten packt das Fernweh. Ganz Glückskind, existiert der sprichwörtliche Onkel aus Amerika in Bullermans Biographie wirklich, und arm ist er auch nicht. Nach kurzer Kontaktaufnahme schickt er Joachim einen Brief inklusive Scheck über 500 Dollar und den Worten: „Come whenever you want and stay as long as you want.“ And Bullermann comes. Lebt den Wohlstand, studiert den american-way-of-life und kehrt um zehn Kilo schwerer und etliche Erfahrungen reicher nach einem Jahr in die Heimat zurück. Sechs Jahre Hausrat und Geschenkartikel folgen.

Spezialisiert auf den Marketing- und Vertriebsbereich bei WME, verbringt er vier davon in London und New York. In den USA arbeitet er für zwei Chefs gleichzeitig. Der eine bieder, ordentlich – Typ Beamter; der andere ein amerikanischer Jude deutsch-polnischer Abstammung, vor Ort verantwortlich für das hausinterne Tafelsilber. Bullermann soll dessen unkonventionelle Verkaufsmethoden etwas genauer unter die Lupe nehmen. Man einigt sich jedoch schnell darauf, dass man sich extrem sympathisch findet, und es vorzieht bei frischen Makronen und einer Flasche Chivas Regal über das Leben im Allgemeinen und den Verkauf im Besonderen zu philosophieren. Nach prägenden Jahren in den Staaten, geht er zurück nach Deutschland und wechselt ins Heimwerkerfach. Als Marketing- und Verkaufsleiter eines marktführenden Herstellers, widmet Bullermann sich

dem Verkauf von Spezialgeräten für Handwerk und Industrie, danach tummelt er sich sieben Jahre zwischen Töpfen und Pfannen. Seines Zeichens Stellvertreter des geschäftsführenden Gesellschafters, holt Bullermann sich bei Silit den letzten Feinschliff, um sich danach erfolgreich in das Abenteuer Selbständigkeit zu stürzen.

Heute handelt man den wortgewaltigen Verkaufstrainer als „Kreuzritter des Fachhandwerks“ oder „Pater Leppich des Fachhandels“ – letzterer trug den Spitznamen „Maschinengewehr Gottes“ und schaffte es, als begnadeter Wanderprediger ganze Fußballstadien zu missionieren. Auch Bullermann schießt scharf, trifft jedoch meistens ins Schwarze.

Seine Sprache ist schnörkellos, volksnah und direkt, aber nie einfältig. Gestanzte Phrasen hasst er, geheuchelte Nettigkeit ist ihm ein Graus. „Verkaufbeamte“ nennt er die, die es raushaben, den Verbraucher mittels innerer Antriebslosigkeit und professioneller Trägheit in die anonyme Massenabfertigung der Billiganbieter

Tamara Dragus ist nach dem Studium der Germanistik, Anglistik, Theater-, Film- und Medienwissenschaft in Frankfurt a.M. (Abschluss M.A.) seit 1997 als freie Werbetexterin tätig. Zuvor betreute sie bei Michael Conrad und Leo Burnett Etats wie Fiat, Terramar und hülsta.
e-mail: tamara.dragus@web.de

► das interview

zu treiben. Die Geiz-ist-geil-Mentalität ließe sich überwinden, wenn die kleinen Unternehmen es schaffen, wieder mehr Selbstbewusstsein zu zeigen. Nach dem Motto „Wenn wir einen Euro teurer sein sollten, sind wir garantiert zwei Euro besser“, gilt es, eine neue, starke Identität zu entwickeln, die auf Klasse statt Masse setzt. Der persönliche Kontakt zum Kunden sollte dabei im Mittelpunkt stehen. „Nicht Preismarketing sondern Menschmarketing ist entscheidend: Es gilt, dem Kunden Beutelerlebnisse zu vermitteln. Man muss bei ihm erhöhten Speichelfluss produzieren, nur dann kann man ihn wirklich erreichen.“ Erhöhten Speichelfluss zu produzieren, weiß auch Bullermann. Wer das Presse-Echo seiner Homepage liest, begreift schnell, dass es vor allem eines ist, was ihn von anderen seiner Spezies unterscheidet: Seine Fähigkeit, Menschen zu begeistern. „Bullermann lässt sich schwer in Worte fassen. Man muss sein leidenschaftliches Engagement selbst erle-

ben“, „Fesselnd, begeisternd, beeindruckend, vermeidet er es, belehrend oder gar ‚obergescheit‘ zu sprechen. Er vermittelt sein Wissen begreiflich und daher verwendbar.“ Bullermann ist Hundertprozentmensch. Das, was er tut, tut er mit Leidenschaft. Heftig, überzeugt und mit jeder Menge Herzblut. Das kommt auch denen zugute, die zu den weniger Privilegierten unserer Gesellschaft gehören: Seit 20 Jahren engagiert sich Joachim Bullermann für die SOS- Kinderdörfer, eine satte sechsstellige Summe hat er bis heute gesammelt und gespendet. Er selbst wohnt ohne Kinder aber mit seiner Bullerfrau schon viele Jahre glücklich in Konstanz – dreiviertel des glitzernden Bodensees vor den Augen. „Da ich 220 Tage im Jahr unterwegs bin, werden die Bullerfrau und ich das bestgeschonte Ehepaar im Altersheim sein. Wir hatten gar keine Zeit, uns abzunutzen.“

Zum anhaltenden Glück beigetragen hat sicherlich auch die von ihm respektierte Forderung seiner Frau, im gemeinsamen Wahlheimatort niemals öffentlich aufzutreten. Die Bullerfrau möchte nämlich in Ruhe und unerkannt durch die Stadt gehen dürfen... Diese Abmachung könnte jedoch bald gefährdet sein. Selbst kein Kind von Traurigkeit, nervt Bullermann der zunehmende Lärm in seiner Umgebung gewaltig – verursacht durch eine exzessive Eventkultur (den so genannten „Veranstaltungswahnsinn“) und die Erlebnisgeilheit bestimmter Gruppen auf Kosten der Allgemeinheit.

Als Marketingexperte mit internationaler Erfahrung ist er strikt dagegen, die Kulturlandschaft Bodensee als Rummelplatz zu vermarkten. Sich auch öffentlich für eine „Lärmschutzinitiative Konstanz“ zu engagieren, kann er sich durchaus vorstellen. Nicht aber, politisch aktiv zu werden: „Wenn ich in Deutschland was zu sagen hätte, hat mir meine Frau versprochen, als erste auszuwandern.“

