

Marktplatz - Deutsche Sprache in der Wirtschaft

Sendemanuskript

Folge 2: Fischgeschäft

Thema: Fischgeschäft - ein Frische-Geschäft

Autor: Klaus Schuster

Redaktion: Thomas Kirschning

Die Personen:

Uwe Herder Ehemann, derzeit arbeitslos

Margot Herder Ehefrau von U. Herder, Buchhalterin

Erzähler

Sprecherin

Im O-Ton:

Christel Erf, Inhaberin der Firma Fisch Erf

Stephan Schälte, Inhaber der Firma Fischfeinkost Schälte

Regie:

Die gesamte Sendung spielt abends in der Wohnung der Herders. In der Eingangsszene spielt im Hintergrund ein beliebiger Radiosender. Alle anderen Atmos werden zu den einzelnen Szenen vorab genannt. Wohnraum-Atmo, leises Radio, Uwe Herder summt die Radio-Musik mit. Man hört die Wohnungstür sich öffnen. Das Mikro ist bei Uwe Herder. Ein paar Schritte von Margot Herder.

Margot:

N'Abend, Liebling.

Uwe:

Hallo, Schatz.

Margot:

Oh, Du hast ja schon gekocht.

Uwe:

Aber klar doch. Und was riechst du?

Margot:

Jedenfalls keinen Fisch.

Uwe:

Fisch bekommst du in den nächsten Jahren noch genug. - Aber stell' dir vor: Im Supermarkt gab es heute Rinderfilet im Angebot. Ich habe schöne kleine Spitzen geschnitten und eine Soße aus Pilzen, Steinpilzen, gemacht. Salat ist auch schon fertig.

Margot:

Sehr brav, mein Lieber. Ich genieße jetzt jeden Abend, an dem du noch nicht nach Fisch... duftest. Das wird sich ja wohl bald ändern....

Uwe:

Ja Liebling.

Der Erzähler:

Uwe Herder ist seit ein paar Monaten arbeitslos. Vorher hatte er als Einkäufer für die Lebensmittelabteilung einer Kaufhauskette gearbeitet. Seine Frau Margot ist als Buchhalterin in einem großen Unternehmen tätig. Uwe will sich jetzt selbständig machen und glaubt, eine Marktlücke entdeckt zu haben: ein eigenes Geschäft, in dem er kleine Fischgerichte und Salate mit Fisch und Meeresfrüchten verkaufen will - ein Imbiss-Restaurant, einen Fisch-Imbiss. Alle Genehmigungen, die er persönlich dafür brauchte, hat er schon. Seit ein paar Wochen hat Uwe Herder nach einem geeigneten Geschäftsraum gesucht: Der Laden sollte an einer Stelle in der Stadt sein, wo tagsüber und abends möglichst viele Menschen vorbeikommen. Seit heute weiß er, dass er den richtigen Laden gefunden hat.

Margot:

Uwe, ich werde die nächsten zwei Abende etwas später kommen. Wir müssen bei einer Zwischeninventur für eine Tochterfirma helfen. Kannst du dich da bitte ums Abendessen kümmern.

Uwe:

Ja kein Problem, Schatz. Noch habe ich ja abends Zeit.

Margot:

Was soll das heißen: Noch hast du abends Zeit?

Uwe:

Nun, ich habe eine kleine, ... nein, es ist eine große Überraschung. Ich habe nämlich heute Vormittag den passenden Laden für meinen Fisch-Imbiss gefunden. Und: ich kann ihn auch kriegen.

Margot:

So. Jetzt wird es also ernst! Und wo, bitte, soll Uwe Herders Fisch-Gourmet-Fresstempel errichtet werden?

Uwe:

Na ja, nicht gerade ein Tempel, eher eine Kapelle. Aber das Bild stimmt: Es ist am Kirchplatz. Ein kleiner Laden, direkt neben dem kroatischen Restaurant. Du, man kriegt dort alle Genehmigungen, ich kann sogar Stehtische vor dem Schaufenster aufbauen.

Margot:

Na prima, dann kannst du dich ja direkt mit nach draußen stellen. Dann riecht es nicht so fischig, wenn du nach Hause kommst.

Uwe:

Aber Schatz, darüber haben wir doch schon stundenlang diskutiert. So ein Fisch-Imbiss ist etwas, was ich kann, was mir Spaß machen wird und was nicht so hohe Investitionen verlangt. Und dieser Standort ist der beste, den ich in dieser Stadt finden konnte.

Margot:

Ach komm, las uns essen. - Sag mal, warum ist eigentlich der Hauseigentümer da am Kirchplatz mit dem Fischgestank einverstanden?

Uwe:

Nun glaub' mir doch: Es gibt heute Filter und Belüftungen, da riechst du fast nichts. Und das ist auch ein Argument, um Kunden zu gewinnen. Keiner will nach dem Essen ins Büro oder nach Haus und stundenlang nach Fisch riechen.

Margot:

Aha, Fischgeschäft mit Lavendel-Atmosphäre. Das habe ich ja noch nie gesehen, ich meine, gerochen.

Uwe:

Ach Mensch, Margot, mach' dich bitte nicht lustig. Du wirst schon sehen, ich weiß, was ich tue. Pass mal auf, ich erzähle dir jetzt 'mal von meinen Gesprächen in den beiden Fischgeschäften, die ich besucht habe. Ich hab' übrigens alles auf Video aufgenommen, dann kannst du dir gleich ein Bild davon machen, wie schick so was sein kann. Wird dir gefallen.

Margot:

Also guten Appetit!

Sprecherin:

Imbiss-Geschäfte sind in Deutschland nicht gerade selten. Aber solche, in denen Fischgerichte und Salate angeboten werden, sind in der Regel Teil eines normalen Fischgeschäftes. Dort werden hauptsächlich roher Frischfisch, geräucherter Fisch sowie Salate mit Fisch und Meeresfrüchten verkauft. Doch Uwe Herder will kein normales Fischgeschäft mit einem Imbiss. Er hat sich entschlossen, lediglich Fischgerichte und schmackhafte Salate zu verkaufen, die leicht und schnell zubereitet werden können.

Margot:

Das war köstlich, Uwe. Man merkt ja doch noch, dass du mal Koch gelernt hast.

Uwe:

Ja, die Soße war gelungen. Aber das Fleisch hätte besser sein können. Das Filet war zu frisch. Tja, das ist bei Fisch eben ganz anders. Der muss wirklich möglichst frisch sein, damit er gut schmeckt.

Margot:

Womit wir wieder beim Thema wären.

Uwe:

Hmmh. - Mir geht der Imbiss eben im Moment ständig durch den Kopf. Du, ich habe schon drüber nachgedacht, wie er heißen soll. "Fisch Herder" wäre, glaub' ich, ziemlich unpassend - oder? Dann glaubt jeder: Aha, da gibt es jetzt einen Herder, der verkauft Salzheringe.

Margot:

Dann ist "Fisch Uwe" schon besser..."

Uwe:

Ach Quatsch, "Fisch Uwe"! Das klingt ja wie so 'ne Bude von so 'nem Schreihals auf dem Hamburger Fischmarkt! Apropos: Ich habe mir eine Kassette mit Video-Aufnahmen vom Hamburger Fischmarkt besorgt. Guck mal, schau dir mal an, wie das da zugeht ... Nee, nee, da soll's bei mir schon ein bisschen vornehmer sein. Ich will auch guten trockenen Weißwein zum Essen anbieten. - Ah, bei der Gelegenheit: Ich hab' uns eine Flasche Muscadet in den Eisschrank gelegt. Ich hol' sie 'mal eben - Nee, ich habe an einen ganz anderen Namen gedacht, so etwas wie "Fisch frisch" oder "Fisch pur". Wie findest du das?

Margot:

Na ja. - Aber es ist allemal besser als "Fisch-Herder". Du solltest auch 'mal mit Werbefachleuten darüber sprechen.

Uwe:

Hab' ich vor, in den nächsten Tagen. Aber jetzt muss ich dir erst mal von meinen Gesprächen in den Fischgeschäften erzählen: Ich glaube, ich weiß jetzt, wie ich am besten Kunden werbe.

Sprecherin:

Zur richtigen Kundenwerbung gehören viele Einzelheiten. Am Ende müssen sie alle zueinander passen, ein Ganzes ergeben. Schon der Name eines Geschäftes gehört dazu. Das gilt besonders, wenn das angebotene Produkt an diesem Platz neu ist und der Name des Inhabers in der Öffentlichkeit unbekannt. Jeder, der ein Geschäft aufmachen will, hat eigene Ideen. Aber nicht jede eigene Idee ist gut genug, um das Geschäft und das Produkt zum Erfolg zu bringen. Man ist also gut beraten, sich erst einmal umzuschauen, wie sich andere Anbieter in der gleichen Branche präsentieren.

Uwe:

So und jetzt mein Film. Da, da bin ich bei Fisch Erf. Das Geschäft liegt mitten in der Innenstadt. Ein kleiner Laden, wie du siehst, aber sehr hell und sauber. Dieses Geschäft existiert schon seit, stell' dir vor, hundert Jahren. Heute wird es von der Ehefrau des Inhabers geführt. Der ist nämlich inzwischen über 80 und macht zuhause nur noch die Buchführung.

Margot:

Ach so, und du möchtest dann vielleicht, dass ich dir die Buchführung mache, bis ich eine alte Oma bin...?

Uwe:

Nee, solange nicht. Aber du könntest vielleicht ein Buchführungsprogramm für meinen PC besorgen und installieren.

Margot:

Ja gut, darüber lässt sich reden. Aber nur, wenn du weiterhin schön kochst und nachts nicht nach Fisch stinkst.

Uwe:

Ja, ja. Also, bei Fisch Erf kommst du rein, da schau, da ist rechts die Verkaufstheke und links der Imbiss mit Tischen und Stühlen. Das ist völlig getrennt. Dann war ich noch in einem anderen Laden, Fisch-Feinkost Schälte, da gehst du quasi durch den Imbissbereich zu den Verkaufsständen. Das ist eine Einheit. So ähnlich will ich meinen Laden auch gestalten.

Margot:

Hast du schon mal die Kosten für die gesamte Ausstattung ausgerechnet? Wie viel Geld du brauchst ?

Uwe:

Ach, das ist doch jetzt kein Thema. Ich weiß ja erst seit heute, welches Ladenlokal ich bekommen kann. Also, ich habe die Frau Erf und den Herrn Schälte gefragt, wie sie das mit ihren Lieferanten halten. Das ist ja die ganz entscheidende Frage. Pass auf, Margot, diese Gespräche kommen jetzt. Also, die Frau Erf hat nur einen Lieferanten für den Frischfisch.

Christel Erf:

Also, wir haben nur einen Lieferanten aus dem Grunde: Der kennt uns schon lange, wir kennen ihn. Wenn ich irgend Reklamationen oder was hab', wird sofort getauscht. Der weiß, was ich haben will, wenn ich bestell'. Das muss alles frisch und gut sein.

Uwe:

Frisch und gut. Das ist entscheidend. Jaa, da muss ich in Sachen Fisch noch ein bisschen was lernen. Da gibt es ja doch neue Erkenntnisse über Frischeprüfung seit der Zeit, als ich meine Koch-Ausbildung gemacht habe. Der Herr Schälte ist übrigens auch gelernter Koch. Der hat das Geschäft vor ein paar Jahren von seinem Vater übernommen. Das Geschäft existiert auch schon seit 70 Jahren. Du, der junge Schälte hat noch viel vor. Der gibt sich auch nicht mit nur einem Frischfischlieferanten zufrieden.

Stephan Schälte:

Mehrere Lieferanten habe ich aus diesem Grunde, weil nicht jeder Lieferant hat in allen Fischen die gleiche Qualität. Die Lieferanten spezialisieren sich auch auf bestimmte Fischarten, Fischarten, von denen sie jetzt die beste Qualität anbieten können oder meinen, dass sie die beste Qualität anbieten können. Und ich such' mir diese Arten raus, von denen ich meine, dass sie für mich und meine Kunden am besten sind. Ich hab auch verschiedene Lieferanten, weil, wenn man von einem Lieferanten abhängig ist und wirklich alles von ihm nehmen muss, ist man unheimlich unflexibel. Man kann viel flexibler reagieren, wenn man verschiedene Möglichkeiten hat, seine Ware zu beziehen. Man kann die Lieferanten auch unter Druck setzen damit, um bessere Preise zu erzielen, indem man halt sagt: Hör' mal, dein Kollege, der bietet das aber viel günstiger an. Der Lieferant weiß, er kann nicht alles mit einem machen, er kann nicht jeden Preis verlangen, um seine Ware loszukriegen.

Uwe:

Also, die kaufen gar nicht selbst ein. Erf und Schälte bekommen alles gebracht. Mehrmals die Woche. Ihre Lieferanten haben Schlüssel zu den Kühlhäusern und liefern die Paletten mit dem Fisch direkt ins Haus. Das passiert nachts oder frühmorgens, ein paar Stunden, bevor die Besitzer selbst als erste in ihren Laden kommen. Die fangen dann erst um sieben Uhr morgens an zu arbeiten.

Margot:

Das ist ja sehr tröstlich, dass ich nicht mitten in der Nacht wegen Deiner Fisch-Liebe aus dem Bett fallen muss.

Uwe:

Ach, Margot, wir stehen weiterhin auf wie immer. Denn ein Fisch-Imbiss ist nichts für Frühstücks-Kunden. - Aber mich hat doch überzeugt, dass man sich beliefern lässt. Eigentlich hatte ich mich ja gefreut, zur Zweigstelle des Pariser Großmarktes hier zum Einkaufen zu fahren. Schau, da habe ich diese Bilder hier aufgenommen. Das ist schon eine tolle Atmosphäre dort. Aber da kaufen fast nur die Küchenchefs von Spitzenrestaurants und großen Hotels ein.

Margot:

Sag mal, die schauen ja die Fische an und beschnuppern sie, als wollten sie die heiraten und nicht in die Pfanne hauen...

Uwe:

Tja, die Qualitätsprüfung. Ah, warte. Darüber habe ich auch mit Frau Erf und Herrn Schälte gesprochen. Ich hab' das hier auf dem Band.

Christel Erf::

Ja, nach langen Jahren hat man da schon einen Blick für, ob die Ware jetzt frisch ist, ob man sie direkt verkaufen kann oder ob Reklamation anliegt.

Stefan Schälte:

Die Qualitätsprüfung, die fängt schon an, wenn ich einen neuen Lieferanten habe, entweder einer, der mir empfohlen worden ist oder ich habe aus eigener Quelle, aus Fachzeitschriften erfahren: Aha, der hat halt gute Sachen, dann bemühe ich mich also, zu diesem Lieferanten hinzufahren, mir seine Produktionsstätten, seine Lagerhallen anzugucken, einmal auf die Qualität der Ware, der Warenverarbeitung zu achten, aber auf der anderen Seite auch ein persönliches Verhältnis zu diesem Lieferanten aufzubauen, um den Kontakt zu ihm zu vermenslichen. Wenn man nur mit jemand am Telefon redet, weiß man nicht, wie er aussieht. Man redet anders mit dem Lieferanten, wenn man ihn kennt. Das ist eine Sache der Qualitätssicherung. Auf der anderen Seite ist es natürlich auch jeden Tag aufs neue, wenn wir die Ware kriegen, dass man genau prüft, auf Frische prüft, die Frischemerkmale, die es halt beim Fisch gibt, die werden überprüft, immer wieder.

Sprecherin:

Der Kunde, der in ein Fischgeschäft geht, will nicht nur Fisch kaufen. Er will auch beraten werden. Wo kommt der Fisch her? Wie wird er gefangen? Wie wird er transportiert und gelagert, und vor allem, wie wird er frisch gehalten? In guten Fischgeschäften liegt Frischfisch in der Theke auf einem Eisbett. Das sieht nicht nur schön aus. Das kalte Eis erweckt auch den Eindruck, hier würde der Fisch frisch gehalten. Aber das Eis hat noch eine andere Funktion. Wenn es schmilzt, spült das schmelzende Eis beständig Bakterien von den Fischen weg. So bleiben sie als roher Fisch bestmöglich sauber und gesund für die Ernährung.

Uwe:

Also, der Herr Schälte meint ja sogar, Leute, die Fisch verkaufen, sollten auch selbst viel Fisch in der eigenen Küche zubereiten und essen. Dann machen sie ständig neue Erfahrungen mit dem Produkt Fisch - Erfahrungen, die sie an die Kunden weitergeben können. Schau mal hier: das ist ein Viktoriabarsch aus Kenia und daneben sind John Dorys und das da ist Lotte, meine neue Geliebte, ein Seeteufel aus dem Atlantik. Du, bei Herrn Schälte kriegst du Fisch

von überall her. Das liegt an dessen spezieller Kundschaft. Der hat Leute, die viel reisen. Und deshalb verkauft Herr Schälte auch 'Fisch aus aller Welt'. Hier, hör mal, was er sagt:

Stefan Schälte:

Wir verkaufen Fisch aus aller Welt, weil auf der einen Seite, unsere Kunden dies verlangen. Sie kommen immer mehr aufgrund von Urlaubsreisen in der Welt 'rum, sehen mehr von der Welt, lernen andere Fischarten, auch andere Meeresfrüchte kennen, verlangen die natürlich dann auch bei uns. Oder auf der anderen Seite sind natürlich auch Lieferanten oder neue Firmen auf dem Markt, die neue Produkte anbieten und von daher auch an uns herantreten und sagen: Hör' mal, probier' doch mal, das zu verkaufen. Das müsste eigentlich auch gut gehen.

Margot:

Und willst du auch mit solchen Experimenten anfangen?

Uwe:

Nee, nee, dafür ist das Risiko bei einem reinen Imbissgeschäft zu groß. Aber ich werde einmal die Woche oder alle zwei Wochen neben den Standardsachen auch 'mal Extras anbieten. Das ist wie ein Test, um ein neues Produkt einzuführen. Weißt du, sowohl Schälte als auch Fisch Erf haben überwiegend Kunden, die immer zu ihnen kommen. Bei der Frau Erf sind diese Stammkunden natürlich ganz anders. Ich hab' die Frau Erf auch gefragt nach 'Fisch aus aller Welt'.

Christel Erf:

Können wir natürlich auch anbieten. Aber erstens kennen die Leute die Sachen gar nicht, die Sorten. Und wenn einer bestellt bei mir, wird das natürlich für den nächsten Tag mitbestellt. Dann kann der Kunde die Ware haben.

Erzähler:

Ein Fischgeschäft ist Vertrauenssache. Ein Vertrauen, das man sich bei der Kundschaft erst verdienen muss. Nicht umsonst haben die beiden von Uwe Herder besuchten Geschäfte fast nur Stammkunden. Denn schließlich gibt es außer den spezialisierten Fachgeschäften auch andere Lebensmittelhändler, die Fisch verkaufen. In vielen Supermärkten gibt es Fischtheken, zumindest aber eine große Kühltruhe mit gefrorenem Fisch oder Fertiggerichten aus Fisch und Meeresfrüchten und Kühlregale mit geräucherten, gesalzenen oder vorgekochten Fischwaren. Eine große Konkurrenz also.

Uwe:

Oh, gib uns doch noch einen Schluck Wein, Margot.

Margot:

Steht im Eisschrank. Liebling.

Uwe:

Ah, gut. Ich geh' ihn holen. Du, hier in unserer Stadt gibt es, wie ich herausgefunden habe, zwölf Geschäfte, in denen du Fisch kaufen kannst.

Margot:

So viel?

Uwe: Drei davon haben einen Imbiss. Aber in der gesamten Innenstadt gibt es keinen einzigen Fisch-Imbiss. Du, Margot, ich habe mich auch gefragt, wie Erf und Schälte zu ihrem guten Ruf kommen. Denn bei denen im Ort gibt es außer ihnen auch ein Dutzend Fischverkaufsstellen. Auch auf den Wochenmärkten. Na ja, in erster Linie haben beide Geschäfte den Vorteil, dass sie seit Jahrzehnten existieren.

Christel Erf:

Erstens mal sind wir jetzt hundert Jahre schon bekannt. Und zweitens geben wir uns alle Mühe, immer das Beste zu haben, wenn es auch ein bisschen teurer ist als das andere. Und darum meine ich, wären die Leute zufrieden.

Stefan Schälte:

Unser guter Ruf, der beruht auf der Qualität, dem Service, der Freundlichkeit unserer Mitarbeiter, ganz allgemein gesprochen, wobei wir Qualität im Vordergrund stehen haben, neben der Beratung, der Freundlichkeit. Der stärkste Faktor, der da zu beachten ist, ist meiner Meinung nach, dass wir sämtliche Salate oder auch in unserer Imbissabteilung unsere Waren alle selber produzieren - von der Rohware bis hin zum fertigen Produkt auf den Tisch bringen. Und von daher denk ich mal auch, wir selber hinter diesem Produkt stehen und wir Produkte haben, die es nicht überall gibt.

Uwe:

Weißt du, Margot, das hat mich mit am meisten beeindruckt. Diese Leute, die kennen ihr Produkt vollkommen, jede Rohware und jeden Arbeitsschritt. Das schafft eine gute Qualität, und die wiederum bringt dem Geschäft das lebensnotwendige Vertrauen, dass du weißt, hier bekommst du saubere, faire, gut schmeckende und gesundheitlich völlig unbedenkliche Ware. Das musst du schaffen im Fischgeschäft.

Margot:

Oh, Uwe, du bekommst ja ganz glänzende Augen. Ich werde zwar weiterhin keinen Fisch essen, aber du bist sehr überzeugend.

Sprecherin

Der Inhaber eines Fischgeschäftes muss, wie der Inhaber einer Glühbirnen-Handlung, sein Geschäft kennen. Aber der muss nicht wissen, woher das Glas für die Glühbirnen kommt, und in welcher Fabrik die Glühbirnen hergestellt werden. Bei spezialisierten Frischlebensmittelgeschäften ist das anders. Die Erfahrung langjährig gutgehender Geschäfte zeigt, dass es sogar wichtig ist, dass auch die Angestellten möglichst viel über Herkunft und Weg der Produkte wissen. Denn der Verkäufer muss dem Kunden direkt Rede und Antwort stehen. Die deutsche Fischwirtschaft ist dieser Erkenntnis gefolgt und betreibt seit kurzem in Bremerhaven an der Nordsee eine eigene Bildungsstätte. Dort werden Fischfachverkäufer aus- und weitergebildet. Initiator und Leiter dieser Bildungsstätte ist übrigens der Vater von Herrn Schälte. Zur Ausbildung gehört auch, kennen zulernen, wie eine Fischauktion funktioniert. Außer in Hamburg finden die größten Fischauktionen in Bremerhaven statt. Für einen Laien ein Spektakel wie aus einer anderen Welt.

Margot:

Was wolltest du mir noch zeigen?

Uwe:

Ach ja, eine Frage, die ich noch mit dir besprechen wollte: Zeitungswerbung, also Werbung außerhalb des Geschäftes. Selbst so bekannte Geschäfte wie Erf und Schälte verzichten nicht auf Zeitungswerbung. Hier, hör' mal, was der Herr Schälte dazu sagt.

Stefan Schälte:

Wir brauchen natürlich auch Kunden, die jetzt nicht über Mundpropaganda angesprochen werden, die müssen wir ja auch irgendwie ansprechen. Und da setzen wir oder schalten wir natürlich Zeitungsanzeigen regelmäßig, auch, um den Bekanntheitsgrad in der Bevölkerung zu sichern und so neue Kunden zu uns in den Laden zu locken.

Uwe:

So, da wären wir ... Augen auf! Tatarata!

Margot:

Ah, ja!

Uwe:

Na ja, sieht noch ein bisschen kahl aus. Aber das wird schon. Wenn wir über die Tür ein ordentliches Schild hängen, ja, das muss natürlich auffallen. Schön groß, bunt, ein bisschen peppig eben und der Name, der Name ist wichtig! Was besonderes eben.

Margot:

Vielleicht solltest du ja mit diesem Mann zusammenarbeiten. Wie hieß er noch gleich?

Uwe:

Du meinst den Stefan Schälte.

Margot:

Genau, der macht doch einen sehr kompetenten Eindruck.

Uwe:

Ja, da hab' ich auch schon drüber nachgedacht.

Margot:

Ich hab' übrigens auch eine Überraschung für dich, ist nichts Riesiges. - Hier: Auch wenn mir lieber wäre, du würdest etwas anderes machen als gerade in Fisch. Aber Uwe, ich weiß, dass du auf dem richtigen Weg bist. Ich hab dir deshalb für Deine Arbeit etwas Passendes mitgebracht. Ein T-Shirt! Schau' dir 'mal die Aufschrift an.

Uwe:

He, das ist ja eine tolle Idee. "Keep cool". Du, da fehlt nur noch das Wort 'Fisch' - 'keep cool, fish' - oder 'fish, keep cool'. Und dann bekommt jede Bedienung im Imbiss so ein T-Shirt.

Margot:

Genau, denselben Gedanken hatt' ich auch schon mal. Schau mal! Tatataataa!

Uwe:

Das sitzt aber verdammt knapp Donnerwetter, das sieht ja nun überhaupt nicht mehr cool aus, eher ganz im Gegenteil.

Margot:

Finger da weg...!

Uwe:

Ooch sei doch nicht so cool.

Margot:

Nicht hier in diesem Aquarium.

Uwe:

Na gut, dann mach ich mal Feierabend für heute.

Margot:

Na ja, noch kannst du es dir ja noch erlauben. Aber dass mir das nicht zur Gewohnheit wird.