

**HEYNE
HARD
CORE**

Jens Westerbeck

BOATPEOPLE

Roman

WILHELM HEYNE VERLAG
MÜNCHEN



Verlagsgruppe Random House FSC-DEU-0100
Das für dieses Buch verwendete
FSC®-zertifizierte Papier *Holmen Book Cream*
liefert Holmen Paper, Hallstavik, Schweden.

Vollständige deutsche Taschenbuchausgabe 06/2012
Copyright © 2010 by Tivi Musikverlag GmbH, Brühl
Seite 10, 31, 38, 64, 75, 86, 97, 122, 154, 173, 209, 227, 253, 275
© Wikipedia, Die freie Enzyklopädie (Wikipedia.org)
Copyright © 2012 dieser Ausgabe by
Wilhelm Heyne Verlag, München,
in der Verlagsgruppe Random House GmbH
Printed in Germany 2012
Umschlaggestaltung: © Melville Brand Design GmbH, München
Satz: C. Schaber Datentechnik, Wels
Druck und Bindung: GGP Media GmbH, Pößneck

ISBN: 978-3-453-67628-2

www.heyne-hardcore.de

»Ein guter Verkäufer zieht den Käufer beim Verkaufsgespräch so schnell über den Tisch, dass der Käufer die hierbei durch Reibung entstehende Wärme als Nestwärme empfindet.«

SIERRA TANGO ECHO PAPA HOTEL ALFA NOVEMBER
DELTA ALFA HOTEL MIKE
(THE GREATEST)

Der wohl einflussreichste deutschsprachige
Literaturkritiker, Marcel Reich-Ranicki, liest ein Buch
ausschließlich im Anzug. Aus Respekt vor dem
Schriftsteller. Um dieses Werk richtig beurteilen zu
können, müssen Sie es nackt lesen.

JENS WESTERBECK

Prolog

Hi. Mein Name ist Nick de la Mooring.

Aber die meisten Leute nannten mich einfach Nick. Wurde ich doch mal mit vollem Namen angesprochen, stand ich entweder auf einem Polizeirevier oder ein Mann mit mindestens fünfzig Millionen Euro Privatvermögen rief mich zum ersten Mal an. Für beides standen die Chancen nie schlecht, denn ich war ein Yachtbroker.

Knapp zehn Jahre verkaufte ich Luxusyachten für eine der größten Schiffswerften weltweit. Diese Werft produzierte an zweiundzwanzig Standorten, beschäftigte dreitausend Mitarbeiter direkt und gab weiteren zweitausend Menschen in der Zuliefererindustrie ihr täglich Brot. Allein in Italien gibt es fünftausend Werften. Manche davon produzieren nur ein Boot im Jahr, zum Beispiel ein Fischerboot, andere produzieren ein Jahr später Käse oder Parmaschinken, egal was, auf jeden Fall keine Boote mehr. So waren wir nicht. Wir waren die Größten. Wir waren der Rolls-Royce unter den Limousinen, das Aqua di Parma unter den Düften, das Kelly Bag unter den Handtaschen, der Todd's unter den Schuhen, die Rolex unter den Uhren, die Julia Roberts unter den Edelnutten.

Wir waren Gott. Selbstherrlich, unfehlbar und unerklärbar.

Die Preise unserer Schiffe begannen bei zwei Millionen Euro netto und endeten um fünfzehn Millionen Euro, auch

netto. Dazu kam noch die Umsatzsteuer. Eine Yacht kostete bei mir im Schnitt also fünf Millionen Euro plus eine knappe Million Umsatzsteuer. Das machte sechs Millionen Euro, um ein paar Zentimeter mangelnder Körperlänge oder Schwanzlänge zu kompensieren.

In Deutschland gibt es gut fünftausend Personen, die Yachten in der Preisklasse von zwei bis fünfzehn Millionen Euro kaufen, aber nur tausend, die es sich leisten können. Davon kannte ich siebenhundert persönlich, hatte von fünfhundert die private E-Mail-Adresse und von dreihundert die geheime Mobilfunknummer, gut hundert von ihnen verkaufte ich in den letzten zehn Jahren ein Schiff. Außerdem vögelte ich von dreißig die Assistentin, von fünfzehn die Tochter und, sofern sie noch vorhanden waren, einige Ehefrauen. Einmal gelang mir sogar das Kunststück, mit Mutter und Tochter ins Bett zu steigen.

Das war normal in meiner Branche und gehörte zur Grundausbildung eines erfolgreichen Luxusyachtverkäufers. Ich war einer der Jüngsten. Ich war einer der Besten. Ich war inmitten der wohl schillerndsten, extrovertiertesten, luxuriösesten und undurchsichtigsten Branche dieses Planeten, der nur ganz kurz nach der Geschichte, die ich Ihnen erzählen will, auf der Intensivstation lag und leider genau von den Leuten behandelt wurde, die ihn dorthin gebracht hatten.

Diese Leute waren meine Kunden, meine Freunde. Wer im Schnitt fünf Millionen Euro für ein nutzloses Boot bei mir ausgab, hatte zuvor bereits 250 000 für Schmuck, eine Million für Autos, vier Millionen für ein Flugzeug und fünfzehn Millionen für Immobilien springen lassen. Nach so

einem Exzess setzen Sie mit einer Luxusyacht das Ausrufezeichen hinter Ihre ganz persönliche Verschwendungssucht. Was ich damit sagen will: Mit einer Yacht verbrennen Sie Geld. Wer Geld verbrennt, fühlt sich normalerweise schuldig. Ich sorgte dafür, dass meine Kunden sich gut fühlten. Mit Nutten, Kokain und falschen Treueschwüren.

Ich ging mit ihnen einen Pakt ein. Einen teuflischen Pakt. Nehmen Sie mich als Ausgeburt einer Zeit, die uns für immer als Dekade sinnloser Verschwendung, unglaublicher Reichtümer Einzelner und zockender Investmentbanker in Erinnerung bleiben wird, in der Staaten mit den Steuergeldern ihrer Bürger eine Welt retteten, die es so nie hätte geben dürfen. Millionen von Menschen mussten mit ihren Arbeitsplätzen, ihrem Ersparten und ihrer Altersvorsorge die verlorenen Wetten derjenigen bezahlen, die aufhörten Champagner zu trinken, weil es ihnen mehr Spaß machte, sich damit zu bespritzen: der Boatpeople.

Ich bin nicht mehr dabei. Diese Geschichte erzählt Ihnen die letzten neunundzwanzig Stunden meines Lebens als Yachtbroker Nick de la Mooring.

Teufelspakt

Ein Teufelspakt ist ein mythologisches Handelsbündnis zwischen dem Teufel und einem Menschen, dabei wird dem Teufel eine menschliche Seele gegen Reichtum, Macht, Talent, magische Kräfte oder ähnliche Gaben versprochen. Ein derartiger Pakt ist Gegenstand vieler volkstümlicher Sagen und Legenden. Auch in der Literatur wird das Motiv mehrfach aufgegriffen.

Das Bündnis mit dem Teufel kann sowohl ausführlich mit allen Feierlichkeiten oder auch nur durch eine einfache Abmachung geschlossen werden. Bei einem Pakt handelt es sich um eine Bindung für lange Zeit, dies beinhaltet, sich ein Wesen durch Versprechen dienstbar zu machen und dafür im Jenseits – also nach dem Ableben – für dieses zu arbeiten. Dafür dient der Geist dem Magier für gewisse Zeit. Nach seinem Ableben geht der Magier in die Sphäre des Geistes ein, um dort seine Verpflichtungen abzuleisten.

Im übertragenen Sinn wird auch dann von einem Teufelspakt gesprochen, wenn ein Mensch zur Erreichung eines Ziels auf Bündnisse mit Menschen oder Mächten eingeht, die seinem Ziel und seinen Idealen eigentlich entgegenstehen.

[Wikipedia.org]

Dienstag, 9. September 2008

Ich bin auf fünfzehntausend Meter Höhe. Fünftausend Meter über den Linienmaschinen von EasyJet, Ryan Air und dem dritten Billigflieger, der deutschen Lufthansa. Gucke ich rechts runter, sehe ich die Savoyer Alpen und Europas höchsten Berg: den 4810 Meter hohen Montblanc. Seit ein paar Jahren streiten sich einige vollkommen durchgeknallte Geologen, ob nicht der Berg Elbrus im Kaukasus zu Europa gehöre und mit 5642 Metern Höhe nicht eigentlich Europas höchster Berg sei. Allerdings klingt sein exakter Standort für mich nicht besonders europäisch: Kabardino-Balkarien in Russland. Hätte ich mich in den letzten zehn Jahren mit so einer Kinderkacke beschäftigt, säße ich jetzt in einem bronzefarbenen Audi 80 auf der Fahrt zu einem wissenschaftlichen Kongress und holte mir im Anschluss in einem drittklassigen Hotel auf das Pay-TV-Programm einen runter. Maximal.

Die Realität sieht aber so aus: Ein geiler Arsch bewegt sich im Takt von »Stairway to heaven« von Led Zeppelin langsam mit meinem Schwanz auf und ab. Ein tolles Lied, wenn man gefickt wird. Unter »gefickt werden« verstehe ich übrigens konkret, dass ich nichts tue.

Ich sitze in einem mit Leder bezogenen Sessel eines Citation Jet von Cessna, den hat eigentlich jeder meiner Kunden schon einmal besessen. Wer ihn selbst noch nicht

gehabt hat, hat ihn wenigstens schon einmal im Charter geflogen. Das ist wie mit der E-Klasse von Mercedes: Haben Sie keine in Ihrem eigenen Fuhrpark, sind Sie sie wenigstens schon hundertmal als Taxi gefahren. Vier Personen in Flugrichtung, eine Person entgegen der Flugrichtung (auf einem Notsitz), ein Pilot, das macht sechs Personen. Flugzeuge dieser Größe erfordern keinen Kopiloten. Es gibt auch keine Toilette, aufrecht stehen ist unmöglich und der Raum für Gepäck ist begrenzt. Es geht ganz klar besser, dazu später mehr. Aber dafür, dass ich ein blinder Passagier an Bord bin und mein Kunde keine Ahnung hat, dass ich seinen Jet benutze, will ich nicht meckern.

Zurück zu meinem Schwanz. Ich sitze also in einem der Sessel in Flugrichtung, Unterhose und Jeans hängen auf den Knöcheln und verdecken meine nigelnagelneuen Bootsschuhe von Louis Vuitton Cup. Es ist recht klebrig, so mit nacktem Arsch auf dem guten Leder, aber für einen Frotteebezug war einfach keine Zeit mehr. Zu schnell war ihr Rock hoch- und der String zur Seite geschoben, um Platz für meinen aufgrund der extremen Flughöhe über Normalgröße angeschwollenen Prügel zu machen. Vorher hat sie ein wenig Spucke auf die Eichel gemacht. Vollprofi. Ich sitze also hier, sehe rechts von mir den wie immer ein wenig vergletscherten Gipfel des Montblanc, direkt vor mir einen unglaublichen Stringarsch und dazwischen meinen Schwanz kurz vorm Zerbersten, wie eine Pringles-Dose beim Bordverkauf der EasyJet.

»Stairway to heaven« steigert sich in knapp acht Minuten von einer seichten Ballade zum veritablen Rocksong

mit einem der coolsten Gitarrensoli der Welt. Von Jimmy Page. Nur die wenigsten wissen, dass seit November 2007 die Takte acht bis sechzehn täglich um 12.04 Uhr im Glockenturm des Fürther Rathauses gespielt werden. Fürth ist eine mittlere Provinzstadt in Deutschland. Es liegt bei Nürnberg und gilt als das »fränkische Jerusalem«. Spätestens jetzt haben Sie das gleiche Problem wie ich: Immer wenn Sie den Stadtnamen hören oder wenn Sie einmal selbst dort sein sollten, werden Sie unweigerlich an meine Nummer in fünfzehntausend Metern Höhe bei neunhundert Stundenkilometern denken. Herzlich willkommen im Club! Tun Sie nichts, genießen Sie einfach.

Die große Kunst an dieser Aktion ist, die vollen acht Minuten bis zum Ende auszuhalten. Der Spannungsbogen des Songs hilft mir dabei, mich nicht zu verreiten. Wie bei meinen Verkaufsgesprächen, die beginne ich auch nicht mit der Auslieferung der Yacht. Aber es ist nicht nur eine Frage der Technik, sondern auch des Respekts vor dem Gitarristen. Zu kommen, bevor er mit seinem Solo gekommen ist, wäre einfach schlechter Stil. Der Frau, die mich gerade fickt, wäre es egal. Es ist ihr Job.

Sie ist Vorstandsassistentin und nebenbei das Ticket für meinen Flug nach Mandelieu-la-Napoule. Dort liegt der Arme-Leute-Flughafen der Côte d'Azur. Obwohl er nicht viel weiter von Cannes entfernt ist als der Flughafen von Nizza, sind die Lande- und Abstellgebühren für Privatjets dort um einiges günstiger. Das liegt im Wesentlichen an der schlechteren Infrastruktur des Flughafens und der schlechteren Anbindung an Cannes. Es gibt auch keinen Limousinenservice und das Tanken muss einen Tag vorher

angemeldet werden. Aber wie gesagt, ich will mich nicht beschweren.

Mein Kunde hat keinen blassen Schimmer, dass ich in seinem Flugzeug sitze. Dass ich seine Assistentin vögele, ist allerdings abgesprochen. Das dürfen seine Golf Freunde auch. Aber ich habe sie einmal so gut gevögelt, dass, wann immer sein Flugzeug Richtung Südfrankreich abhebt, sie mir eine kostenlose Mitfluggelegenheit anbietet. Wüsste er das, würde er durchdrehen. Ein Mann seines Formats duldet keinen anderen Stecher in seiner Düse. Aber ich sage mir, der Jet fliegt so oder so, ob leer oder besetzt, da flieg ich doch lieber mit. Das ist mein Beitrag zum Umweltschutz. Bestände diese einmalige Kunden-Verkäufer-Beziehung nicht, säße ich fünftausend Meter tiefer in einer etwas größeren EasyJet-Maschine und würde Chips aus der Dose essen, an die mich mein Prügel in diesem Moment erinnert.

Die Anreise in der Mercedes-E-Klasse und die Ankunft auf dem Arme-Leute-Flughafen waren anstrengend. Damit meine ich nicht die bestandene Acht-Minuten-Prüfung, sondern die Unterhaltung danach mit meiner Flugbegleitung. Ich hasse es, mich mit Vorstandsassistentinnen zu unterhalten. Sie halten sich selbst für wichtiger als die Vorstände, für die sie arbeiten: Sie halten Post zurück, blockieren Anrufe und lesen heimlich E-Mails. Nach Feierabend, der oft nicht vor zehn Uhr abends beginnt, erzählen sie dann ihrer besten Freundin in der Zwei-Zimmer-Dachgeschosswohnung aus dem Leben der Schönen und Reichen und von der unglaublichen Verantwortung, die sie als Assistentinnen eines Multimillionärs tragen. Ich

persönlich glaube jedoch nicht, dass in diesen proseccogetränkten Erzählungen über die Anzahl der Schwänze geplaudert wird, die den Weg ihrer Karrieren pflastern.

Chefsekretärinnen sind ganz anders. Vielen ist der Unterschied gar nicht bewusst. Die Sekretärin hält den Laden zusammen, den die Vorstände mit ihren dämlichen Assistentinnen Tag für Tag mit absurden Bonisystemen und Lustreisen aussaugen. Sie ist dem Unternehmen verpflichtet, in dem sie vor dreißig Jahren eine Ausbildung zur Kauffrau machte und mit dem sie seitdem fest verwachsen ist. Sie ist ehrlich, niemals krank und schläft nicht mit ihrem Chef.

Eine Vorstandsassistentin dagegen hat studiert, noch mal studiert und dann weiterstudiert, bis ihr ein Vorstandsmitglied eines DAX-Konzerns beim Workshop einer Unternehmensberatung abends an der Hotelbar unter den viel zu kurzen Rock packt. Dann ist es auch egal, wie viele Punkte sie tagsüber im Eignungstest erzielt hat. Die wahre Frauenquote deutscher Topunternehmen wird an der Hotelbar entschieden. Die Workshops von McKinsey, Berger & Co. sind nur dafür da, herauszufinden, welche Bewerberinnen das »Frühstück im Bett« beherrschen. Die bekommen die Assistenzstellen. Die anderen, mit hundert Punkten beim Testergebnis und moralisch festigenden Nächten im Einzelzimmer, erhalten die relevanten Jobs. Gott sei Dank. Die Cleveren ins Töpfchen, die Smarten ans Säckchen.

Noch mehr als Vorstandsassistentinnen hasse ich es, Linie zu fliegen.

Dienstag, 14.00 Uhr

Endlich bin ich die Vorstandsassistentin los und stehe auf dem weltberühmten Boulevard de la Croisette, in Cannes. Diese Adresse zog einst die mondänsten Namen des Jetsets an, die hier im Carlton, Martinez, Hilton Casino oder Majestic residierten. Sachs und Bardot, Pink Floyd und die Rolling Stones, Siegfried und Roy. Heute bevölkern B-Promis, Sportprofis, Exfreundinnen, Nutten und Hotelerbinnen die Croisette, die zur austauschbaren Shoppingmall für Neureiche verkommen ist. An den mit Marmorplatten verzierten Fassaden der Boutiquen nagt der Zahn der Zeit mit dem Grünspan um die Wette. Die abgegriffenen Messingbeschläge an den Eingangstüren zu einer anderen Welt ringen mit der Hundescheiße, die davor liegt, um Aufmerksamkeit. Von Armani bis Zegna sind alle großen Designer vertreten, um die Lust auf Luxus in diesem Streichelzoo der Bedeutungslosen zu befriedigen.

Rechts von mir liegt der Hafen. Etwas weiter rechts liegt das Palais des Festivals et des Congrès, in dem jedes Frühjahr die Filmfestspiele stattfinden. Links von mir liegt das derzeit angesagte Restaurant Tortelloni. Im Grunde genommen ein riesiges Bordell mit Speisekarte, aber die Steaks sind verdammt gut.

Man sieht gleich, dass die Yachtbranche in der Stadt ist. Direkt vor dem Tortelloni steht ein Lamborghini Gallardo,

das neue Modell. Ich kenne den Wagen. Er ist so brutal laut, dass Kinder und Hunde zu wimmern beginnen, selbst im gut dreißig Kilometer entfernten Nizza. Titanauspuff. Der ist nicht nur dreimal so laut wie der normale, sondern auch vier Kilogramm leichter. Ein Kollege von mir steigt in den Wagen ein. Ich habe ihn in diesem Jahr noch nicht gesehen. Er hat zehn Kilo zugenommen, spart dafür aber vier Kilo beim Auspuff. Das ist die Logik der Yachtverkäufer.

Morgen fällt der Startschuss zur internationalen Messesaison für Luxusyachten mit der Eröffnung der Boat Show von Cannes. Direkt in der Stadt an der Croisette. Es ist die einzige Bootsmesse weltweit, die sich den roten Teppich mit Filmfestspielen teilt. Im Hafen liegen weit über vierhundert Schiffe. Für sechs Tage teilen sich Messeneuheiten und exklusive Einzelstücke, Prominentenschiffe und Ladenhüter ein Hafenbecken. Die Messestände der Werften stehen direkt auf den Stegen, Schmuck und diamantenbesetzte Handys werden in einer klimatisierten Halle neben dem Hafenbecken gezeigt, und am Strand, der direkt dahinter beginnt, kann man die modernsten Tauchgeräte der Welt testen. Diese Messe ist in ihrer Zusammenstellung so einzigartig wie Cannes als Messestadt.

Wenn die Filmfestspiele in Cannes sind, blickt die Welt auf die Côte d'Azur. Wenn die Musikmesse Midem in Cannes ist, werden hier zwei Drittel des französischen Drogenumsatzes gemacht. Wenn aber im August die Russen nach Cannes kommen, geschieht etwas weltweit Einmaliges. Mit Eintreffen des ersten russischen Privatjets befreien sich sämtliche Boutiquen von den Fesseln der Preisbindung. Eine Handtasche von Louis Vuitton kostet, gemäß

der verbindlichen Empfehlung des Pariser Haupthauses, innerhalb der Eurowelt überall dasselbe. Gleiches gilt für Dior, Prada & Co. Nur nicht im August auf der Croisette in Cannes. Da kostet die Tasche dann genau so viel, wie der Iwan dafür zahlt. Da der Russe generell einfach gestrickt ist, zahlt er gern und viel. Kostet die Große Beverly von Louis Vuitton in Cannes 2700 Euro, ist sie für ihn im buchstäblichen Sinne mehr wert als dieselbe Handtasche aus der Mailänder Boutique für 2000 Euro. Das ist die Logik der Russen. Für einen Yachtbroker wie mich ein Geschenk Gottes.

Ich habe beispielsweise vor ungefähr zwei Jahren verzweifelt versucht, eine Yacht zu verkaufen. Das Innendesign wurde von Tigerfell und Pink beherrscht. Der Bootsbesitzer, ein weltweit bekannter und generell unglücklicher Rennfahrer, hätte nicht nur das scheußliche Boot zum Verkauf anbieten sollen, sondern auch seine Frau, die den geschmacklichen Fehltritt zu verantworten hatte. Dem Boot rechnete ich noch eine kleine Chance aus, seiner Boutiquen betreibenden Frau eher nicht. Egal.

Wie geht man jetzt so ein Projekt an? Das Boot war technisch schlecht, ein Opel im Wasser. Das Interieur bewegte sich wie gesagt in der untersten Kategorie und wurde in Taiwan gefertigt. Die vielen Amateure, die sich vor mir am Verkauf versucht hatten, hatten den Preis, und damit auch meine Provision, kaputtgemacht. Trotzdem versuchte ich eine Zeit lang alles, um das Boot zu verkaufen. Ich habe potenzielle Kunden aktiv kontaktiert, mit bis zu vier Anrufen pro Tag. Callcenteragenten werden an dieser Stelle nur müde lächeln, aber bitte bedenken

Sie, wenn Sie diese Zahl lesen, dass ich so gut wie nie im Büro war.

Ich schoss sogar Fotos von der Yacht für ein Exposé. Aber wer erst einmal so weit ist, Exposés zu erstellen, um sie per Post an Kunden zu verschicken, sollte sich lieber fragen, ob ein Verkäuferjob im Toyota-Autohaus seiner Arbeitsweise nicht mehr entgegenkäme. Die richtig coolen Jungs machen so etwas nicht. Ganz im Gegenteil. Die Kunst besteht darin, den Kunden glauben zu machen, dass er etwas ganz Besonderes für sein Geld bekommt, quasi »unter der Hand«. Erstellt ein Drogendealer etwa Exposés? Nein! Denn dann brähe sein Markt zusammen, wegen der Transparenz. Die Werft, für die ich arbeite, gibt nicht einmal Preislisten heraus. Transparenz ist Gift für jeden Verkäufer. So einen Yoghurtbecher verkaufst du nicht auf Kraft, den verkaufst du durch Zufall. Aber fast immer verkaufst du ihn an einen Russen.

Man kann es jetzt keinen Zufall nennen, dass ich eines Abends mit einem meiner Kunden im Bordell war. Es war auch bestimmt kein Zufall, dass mein Kunde den Laden sperren ließ und wir fünfzehn Nutten für uns alleine hatten. Das war normal und vorhersehbar. Die Mädchen trugen Dessous mit Tierprints wie aus einer »Siegfried und Roy«-Show, schnurrten wie Kätzchen auf allen vieren und rieben sich an unseren Beinen. Wir trugen Bademäntel, rauchten Zigarre und tranken Jahrgangschampagner. Mein Kunde wollte es so, und mir gefiel es auch. Er war Russe. Ein netter. Es war aber definitiv Zufall, dass ich noch nüchtern genug war, um mich an diesem Abend an das Schiff vom unglücklichen Rennfahrer zu erinnern. Also

schob ich mit geübter Geste den String eines hübschen Arschs zur Seite und machte meinen Kunden auf die geschmackvolle Kombination von Tigermuster und Pink aufmerksam. Im Nachhinein bin ich fest davon überzeugt, dass die Ehefrau ihre Deko-Idee »Pink Tiger« auf ähnliche Weise entdeckt haben muss. Wahnsinn! Viele glauben, dass sie eine bezahlte Ehefrau ist, weil ihr Mann schwul ist. Was überhaupt nicht schlimm ist. Aber schwule Bootsbesitzer sind für Boatpeople dasselbe wie Afrikaflüchtlinge für die Robinson-Club-Urlauber vor Fuerteventura: einfach unvorstellbar. Jedenfalls konnte der Russe meinen Argumenten folgen und der erste Schritt war getan. Jetzt musste ich nur noch den Sack zumachen. Nicht seinen, der wurde unter dem Bademantel bereits fachmännisch behandelt. Mir ging es um die kaufmännische Behandlung seines Geldsacks. Ich redete ganz leise auf ihn ein, pointiert und mit gedehnten Pausen zwischen den Satzteilen. Das macht alles viel glaubhafter.

»Schau mal, Viktor, die Yacht ist unheimlich geschmackvoll eingerichtet. Sieh dir bitte mal diese Muschi mit Tigertanga an, und jetzt stell dir vor, wie das als Interieur in deinem neuen Boot aussehen wird. Eben. Rumpf, Motoren und Getriebe sind nach wie vor das State-of-the-Art im Yachtbau. Die Benchmark. Das Beste. Ein Porsche im Wasser. Anfänger haben das Boot unglücklich und viel zu günstig im Markt platziert. Glaub mir, 1,5 Millionen Euro ist viel zu billig für dieses Prachtstück. So billig willst du kein Boot fahren. Ich will jetzt nicht gierig sein. Wir kennen uns schon lange, und ich steh echt drauf, dass mir die geilste Nutte hier im Puff einen bläst. Lass es uns kurz ma-

chen: 2,2 Millionen und das Schiff gehört dir. Von mir erfährt keiner, dass es mal 700 000 Kilo günstiger angeboten wurde. Weiß doch jeder, dass deine Boote immer über zwei Millionen kosten. Ein gutes Boot erkennt man schließlich am Preis.«

Daraufhin wechselte er mit mir die Frau. Seine machte bei mir weiter, und meine, was mir wirklich wehtat, blies ihm einen. Egal. Es zählte nur, dass dies auf Russisch hieß: Wir haben einen Deal!

Die International Boat Show von Cannes stellt alles in den Schatten: die Filmfestspiele, die Musikmesse und den russischen August. Warum? Weil die Bootsmesse alle Merkmale der genannten Events in sich vereint: Die Welt guckt auf und trifft sich in Cannes, der Drogenkonsum treibt überdimensionale Blüten und die Preisbindung ist aufgehoben – nicht nur in den Luxusboutiquen auf der Croisette. Dazu später mehr.

Dienstag, 14.05 Uhr

Ich fasse mir in die linke Hosentasche und hole mein Nasenspray raus. Zwei kurze Schuss in jedes Nasenloch. Ich schlucke reflexartig. Es geht mir bitter den Kehlkopf runter. Flugs gehe ich über die Straße, am Tortelloni vorbei und die nächste links rein. Auf der Ecke ist ein kleiner Zeitschriftenladen. Ich kaufe eine Packung Marlboro, Pfefferminzkaugummis und eine französische Tageszeitung – in Rosa wie die *Financial Times*. Ich kann kein Französisch, könnte also auch die französische Bild sein. Egal. Rosa Zeitungen wirken weltgewandt und schmücken den Leser. Ich folge weiter der Straße und nach dreihundert Metern stehe ich vor dem Eingang eines Wohnhauses in zweiter Reihe, aber immerhin parallel zur Croisette. Ich klinge an der Tür, auf dem Namensschild steht »Retsé de la Vivant-Robe«. Retsé, das »t« wird nicht gesprochen, kenne ich seit letztem Sommer. Sie ist Verkäuferin in der D&G-Boutique. Retsé ist Halbasiatin, atemberaubende Figur, eins achtzig groß, davon mindestens eins zehn die Beine. Ihre Brüste sind normal groß, nichts Künstliches. Normalerweise müssen solche Frauen nicht arbeiten.

Schnell noch ein wenig Nasenspray, nur ein Schuss ins linke Nasenloch, das rechte geht noch. Der Summer geht und ich öffne die Tür. Das Stadthaus ist aus den Dreißiger-

jahren. Dort wohnen sechs Parteien, die Tür ist mindestens drei Meter hoch, zwei Seitenflügel, schweres, dunkles Holz und die Beschläge aus Messing. Im Treppenhaus stehen teure Rennräder. Retsé wohnt im zweiten Stock, ich sprinte die Treppe hoch und sehe sie schon im Türrahmen stehen. Leicht angelehnt, lasziv, das Becken ausgestellt – wow!

»Bonjour, Nick, ça va bien?«, sagt sie mit einem Akzent, der so atemberaubend ist wie ihr Körper. Ich finde es schon extrem geil, wie Asiatinnen sprechen. Das mag daran liegen, dass ich Asiatinnen vornehmlich aus dem Bordell kenne. Französisch mit asiatischer Note ist etwas ganz Besonderes, so wie Koks von einer Arschbacke schnupfen.

»Hi, Darling, alles easy. Sie sehen weltklasse aus. Geht es Ihnen auch gut?«, schmeichle ich ihr.

»Ich sehe weltklasse aus? Ich bin weltklasse!«, antwortet Retsé.

Deutsch mit osteuropäischem Akzent ist in den Boutiquen sehr verbreitet. Retsé ist die einzige Verkäuferin auf der ganzen Croisette, die deutsch mit asiatisch-französischem Akzent spricht. Dieses Gezwitscher der Akzente in den Boutiquen bietet mehr als Koks von einer Arschbacke, es verspricht Koks von einer Knackarschbacke mit einem Blowjob. Achtung! Dafür brauchen Sie neben zwei Frauen vor allem geeignetes Mobiliar. Sofa- oder Bettmöbel sind zu wackelig und das Koks verschwindet schneller zwischen den Backen, als Ihnen lieb ist. Am besten geht es mit einem Küchentisch. Das ist im Übrigen der einzige Grund, warum in Hotelzimmern Konferenztische stehen. Sie ersetzen den Küchentisch. Oder haben Sie



Jens Westerbeck

Boatpeople

Roman

ERSTMALS IM TASCHENBUCH

Taschenbuch, Klappenbroschur, 304 Seiten, 11,8 x 18,7 cm
ISBN: 978-3-453-67628-2

Heyne Hardcore

Erscheinungstermin: Mai 2012

Ein 29-Stunden-Exzess in Echtzeit

Nick de la Mooring ist ein Hurensohn, Heimatloser und Hundehasser. Er ist süchtig nach Koks, Marlboros, Nasenspray und dem ganz großen Auftritt in Gucci und Hermès. Nick ist auch ein liebender Ehemann und Vater. Vor allem aber ist Nick de la Mooring ein Verkäufer von Weltklasse, der eines kann: eine richtig gute Geschichte erzählen. Diese Geschichte handelt von einem 29-Stunden-Exzess im Hochglanzbiotop des Jetsets. Von menschlichen, geschäftlichen und tödlichen Unfällen in Cannes, Südfrankreich.

 [Der Titel im Katalog](#)