

## 7. Samordnet aktion på markedet

Overflodens grundlæggende fysiske aspekter er dine handlinger på livets markedsplads. Den Universelle Lov kan ikke sende dig en check fra himlen. På et eller andet tidspunkt må du ud på markedspladsen, finde andre mennesker, tilfredsstille deres behov på en eller anden måde og få dem til at overføre lidt symbolisme til din bankkonto. Det er sådan, man bærer sig ad.

Når du begynder at åbne dig over for nye muligheder og udvide dig selv, bliver du nødt til at begive dig "der ud" og finde ud af, hvad der virkelig foregår ude i verden. Det giver ingen mening at øge sin energi og tiltrække en masse mennesker, hvis man ikke har noget at sælge til dem, når de dukker op.

Du må kort fortalt have viden, en færdighed eller et produkt. Det er en af disse ting, folk vil have. Af disse tre hovedgrupper synes en færdighed for mig den mindst attraktive. Problemet her er, at du skal være der personligt hver dag. Det kan være tidskrævende, og i sidste ende sætter tiden en grænse for dine indtjeningsmuligheder. En færdighed har dog én fordel, især i en verden, hvor de fleste er dårlige til det, de laver. Hvis du tilbyder din færdighed ud fra kvalitet og omsorg, og hvis kvaliteten forstås og værdsættes af andre, • så skal du nok overleve. For konkurrencen, som jo svælger i middelmådighed, gør det muligt for dig at adskille dig fra masserne uden det store besvær, og så længe du er effektiv og lægger kræfter i at fortælle andre, hvem du er, og hvad du laver, er din fremtid sikker som stål.

Vi vender igen tilbage til det forhold, at du skal investere i dig selv. De fleste er så ynkelige, fordi de ikke vil bruge den nødvendige tid til at udvikle og raffinere deres færdighed. De har så travlt med at gøre sig gældende i tilværelsen og anskaffe sig en moderne livsstils ydre bekvemmeligheder, at de tumler ud og prøver at sælge sig selv, før de har nogen egentlig erfaring eller ved noget om det område, de har valgt.

Ved at gøre dette dømmes de sig selv til en evig kamp, for deres anstrengelser bliver hængende i den samme middelmådighed som de andres. Jeg tror, at det gamle europæiske system, hvor man blev sat i lære hos en håndværksmester i syv år, havde sine fordele. Selv om disse individer i årevis levede på sultegrænsen, kom de ud af erfaringen med stolthed og en virkelig færdighed. Talentet blev æret og værdsat af samfundet som noget særligt.

Det er vigtigt at huske, at kvalitet altid overlever. Hvis du kan udføre en funktion godt, har du ikke kun glæden af at vide, at du er vældig god til det, du laver, men du har i sidste instans også en niche, som ingen kan fjerne dig fra.

For at blive speciel må du skifte retning og gå imod strømmen. Masserne, som er sløvet af apati, og som lever uden hoved og ånd, kræver konstant pirring og øjeblikkelig tilfredsstillelse. Og når deres børn bliver teenagere, er det naturligt for

dem at reagere på samme måde. De er ligeglade med kvalitet og holdbarhed, men lever i stedet på en tarvelig diæt af det, der virker øjeblikkeligt, men som savner indhold af varig virkning. Og hvorfor skulle nogen også bekymre sig om det? Hvis det ikke fungerer for dem, så er der et eller andet anonymt væsen, der klarer det, hvis det går for vidt.

I det gamle Kina blev færdigheder hædret, og selv om gartneren socialt stod under kejseren, var det i kraft af sine evner som gartner, at han forløste sig selv og nåede sit mål i livet. Fra den gamle taoistiske filosofi udvikledes i Japan Zen, hvor handling eller orden opstår af ens overensstemmelse med altings naturlige bevægelse. En bestemt situation eller en færdighed har i sig en fuldkommenhed, blot for sin egen skyld, og slutproduktet af denne fuldkommenhed æres, fordi det understøtter den allestedsnærværende balance i alle ting. På den måde hædres en Zen-mester, der fremstiller krukker, fordi han skaber skønhed. Og da denne skønhed er fuldkommen, hjælper den andre til at se Guds-kraften i alle ting. Hans arbejde er derfor evigt og gudlignende - det har ånd og mening. Det har en værdi, som alle anerkender, thi i hans krukkes form og kvalitet er nedlagt et materielt bevis på altings udødelighed og uendelighed.

Men for de fleste er det at fylde alle deres handlinger med noget fremragende og enestående blot et intellektuelt begreb. Det fremragende må tilegnes over en længere tidsperiode. De fleste vil ikke investere den tid og energi, det kræver, for de ser ikke, at produktet af deres færdigheder har en indre fortjenstfuldhed, som går ud over det, det kan sælges for. Der findes en spirituel guddommelighed, som naturligt gennemstrømmer menneskets liv, men den er kun synlig, hvis handlinger påbegyndes og udføres med denne guddommelighed i tankerne.

Hvis du tilbyder en færdighed på livets markedsplads, og denne færdighed er livløs og mangelfuld, så vil al din energi antage den samme kedsommelige rytme ved, at du udfører din færdighed hver dag. Efterhånden tvinger denne kedsomhed dig til at søge andre græsgange, og du vil konstant skifte fra det ene til det andet uden nogen sinde at opnå en ordentlig færdighed i noget som helst. Du må derfor hellere anlægge et spirituelt syn på dit arbejde og sørge for, at dine handlinger har en kvalitet, som både giver spirituel vækst og økonomisk udbytte. På den måde bliver dine handlinger hellige og meningsfulde. Det er irrelevant, hvor lang tid noget tager, så længe den overordnede balance opretholdes. Det er vanskeligt for andre at opdage det særlige i noget, der i det store og hele virker kedeligt og hverdagsagtigt. Men findes Gudskraften da ikke i mennesker? Og hvis det er tilfældet, hvor skal man s|j søge beviset for dens tilstedeværelse, hvis ikke netop i disse menneskers handlinger og frembringelser?

Hvis en færdighed eller kunst ikke lige er din kop te, så har du måske en viden, du kan tilbyde. Vi lever i informationsalderen, og der er milliarder af mennesker, som skriger efter at vide, hvordan det skal gøres. Så hvis du ved, hvordan det skal gøres,

eller hvor det er, eller hvad man skal gøre med det, når man får det, så kan du dele den information med andre.

Det gode ved viden er, at den kan videregives på mange måder. De fleste af måderne involverer ikke dig selv efter den første produktionsperiode, især i dag, hvor vi har så avancerede metoder til at sende og hente data. Viden kan videregives på hundrede måder: TV, kassettebånd, bøger, manualer, disketter, CD, mikrofilm, kurser og selvfølgelig personligt. Viden er utrolig værdifuld, og det glemmer folk tit, for de kan ikke forestille sig, at andre vil betale for en tankeform. Men viden er en vare, og du kan sælge den. "Jeg ved, hvordan man gør, betal mig, og jeg skal vise dig det." "Jeg ved, hvor det sidste brød i New York er, stik mig 1000 dolars, og jeg siger det."

Hvis du ikke har den information, som alle vil have, så er du tvunget til at investere i at erhverve den. Nogle mennesker tror på undervisningssystemets altoverskyggende magt og mener, at uden en universitetseksamen kan man ikke klare sig i livet. Problemet er, at der er ingen, der vil have det, man lærer på et universitet, og i øvrigt lærer alle det samme, så alle ved det. Jeg kunne forstå, at en universitetseksamen kunne være til nytte, hvis du ville hjælpe andre til at få eksaminer, de ikke kunne bruge, og jeg kan også forstå, hvordan en universitetseksamen kunne være til nytte, hvis du håbede på at blive hjernekirurg eller noget lignende. Men sandsynligvis vil halvdelen af de eksaminer, som de deler ud, ikke hjælpe dig til at få et job, hvor du skal lave hamburgers, så du må finde ud af, om du vil bruge 3 til 5 år på at studere noget, som ingen måske er interesseret i.

Jeg mødte engang en mand, som fik et stipendium til at studere en bille i Sydamerika. Jeg spurgte ham, hvad han håbede at opnå, da jeg havde på fornemmelsen, at efterspørgslen efter den slags arbejde ikke var særlig stor. Han sagde, at han gjorde det for undersøgelsens egen skyld. Jeg fortalte ham, at hvis han havde været smart nok til at få en samling idioter til at give ham et stipendium for at studere en eller anden dødssyg bille, så var han også kvik nok til at tjene en bunke penge. Hvad var egentlig meningen med denne bille? Til sidst faldt tiøren. Manden studerede en bille, som ingen var interesseret i, fordi han dermed kunne udskyde sin indtræden på livets markedsplads med nogle år. Billen fik mening, ikke fordi nogen overhovedet var interesseret i at vide, hvad fanden den bille gik og lavede, men fordi han havde brug for den. Han kravlede uden tvivl rundt mellem palmerne og talte biller, indtil de frie penge var opbrugt. Men sikken et spild.

Selvfølgelig har du ikke brug for en eksamen for at blive rig. Du skal bare have ideer. En eksamen beroliger dig måske, fordi den putter dig ind i tik-tak, og måske kvæler den dit kreative sind. Det er en kendsgerning, at mange millionærer har en meget mangelfuld skolegang bag sig, men de har alligevel viden. Forskellen er, at de har en viden, som kan sælges, mens andre har den normale tik-tak-viden, som ikke er mange sure sild værd.

Fidusen ved viden er, at hvis du kan sælge den i en eller anden uddannelsesmæssig eller oplysende sammenhæng, så kan du bruge den til at tjene penge på, eller du kan sælge slutproduktet. Hvis du f. eks. bruger tid på at skaffe oplysninger om de forskellige forhold på markedet, så vil du hurtigt opdage, at der findes forskellige priser forskellige steder. Den information er værdifuld, for nu kan du give dig til at flytte ting til steder, hvor folk efterspørger dem, til priser, folk vil betale. Men det kommer altid an på, om du ved noget, som andre ikke ved, og om du kender nogen.

Noget andet, som overrasker mig angående viden, er, at man ikke nødvendigvis behøver komme anstigende med en eller anden revolutionerende ide for at få en fod inden for i vidensbranchen. Du behøver blot undersøge, hvad der allerede kendes, og så komme frem med en ny indpakning eller en ny synsvinkel, så reagerer folk. Når du sælger viden, må du i øvrigt ikke være alt for langt foran masserne, ellers fatter de ikke, hvad pokker det er, du prøver at sælge til dem.

Hvis viden ikke er dit område, hvad så med handel? Måske er du den fødte handelsmand. Så skal du beskæftige dig med produkter. Det sjove ved at sælge produkter er naturligvis, at der ikke er grænser for, hvor mange du kan sælge. Når du først har fået et godt produkt på markedet, bliver du bare ved med at sælge det til flere og flere. Det fine her er, at du ikke får betaling efter, hvor meget du arbejder, men at du tjener på bruttofortjenesten. På den måde træder du ind i en energi, der i praksis er ubegrænset.

Fidusen ved at købe og sælge produkter og varer er at vælge noget, du virkelig er interesseret i. Vælg noget, du selv elsker, ellers vil din motivation før eller senere blegne. Markedets negativitet og konkurrence vil før eller senere få dig ned med nakken, og så vil du ikke kunne sælge nok til at leve ordentligt. Alt vil bevæge sig ind i endeløs spiral af "skidt, skidt og atter skidt".

Hvis du sælger plastictoiletsæder, som spiller The River Kwai March, hver gang kunden sætter sig til rette, så skal du elske den melodi. Så snart du hører de marcherendes muntre fløjten, skal hele din aura stråle af ærefrygt og inspiration, mens du stolt og lykkelig spankulerer rundt i salgslokalet. Ellers bliver sæderne bare banale, og din karriere som toiletbrædtsælger bliver bare et trist og åndsfortærende levebrød.

Det kan godt være, at du ikke vælger toiletsæder, men det er også ligegyldigt. En eller anden vil gøre det og gøre det godt. Lad mig fortælle historien om en englænder ved navn Thomas Crapper. Gamle Tom levede engang i forrige århundrede. I midten af 1850'erne begyndte han at producere og forhandle toiletskåle (kendt som WC i dag), hvilket skabte røre i det victorianske England. Faktisk så meget, at en forkortet udgave af gamle Toms efternavn blev et slangudtryk for afføring. Thomas Crapper havde i den grad sat sit præg og sit navn på en brilliant industri, at hans produkt og hans navn blev almene begreber. Nu mere end 100 år senere er firmaet, der bærer hans navn, stadig produktivt i den samme branche, hvor det faldbyder et bredt

spektrum af toiletinventar til en kræsen kundeskare verden over. For hver gammel sok findes der også en sko. Du skal bare finde dig en niche, lægge et anstrøg af kvalitet i dine bestræbelser, og så går det bare derudaf.

Ved at elske dit produkt tilfører du hver eneste ting, du tilbyder, en del af dig selv. Den får sit eget liv, der er formet efter "dig", og når folk køber den, køber de en del af dig. Når de går derfra med tingen, er det, som om de bærer på en erindring eller følelse, som de værdsætter. Har du nogen sinde tænkt over, hvorfor feriesouvenirer sælger så godt, selv om de er så platte? Souvenirer er af kunden selv præget med glade erindringer. Det er ikke selve den groteske plasticfigur, som står i askebægeret, der gør det, men den bliver et symbol på positive, sorgløse dage, måske en ferieromance. Du kan udføre plasticrutinen på alt det, du har, du skal bare mentalt projicere dig selv ind i det. Det kan være en bevidst meditativ eller ubevidst energi, som du giver dit produkt, fordi du elsker det og drager omsorg for det.

Jeg kender en lusket fyr med et tvivlsomt ry, som har en helsekostforretning i Californien. Hvis du har det godt med dig selv, når du går ind i butikken, så er han pist væk. Men bortset fra det, så lærte jeg to interessante handelsknep af denne fyr. Og samtidig lærte jeg ved mødet med ham en af livets vigtige kendsgerninger, nemlig, at selv om et menneske måske for de to tredjedele vedkommende er afskyeligt, så har alle mennesker forsonende egenskaber og kan lære os et eller andet. Om ikke andet, så hjælper de dig til at erkende og huske, hvilke typer energi der får dig til at kaste op!

Nå, lige meget med det, det interessante ved hans butik er, at han ikke spiller New Age musik, men klassisk, og han spiller meget højt. Du bliver afledt, når du går ind ad døren, for de fleste New Age butikker spiller det her syre tingeltangel musik, som lyder som tre hunde, der pisser i en balje. Hans kraftige musik får dig op på dupperne, kalder dig til dåd, og det fremmer salget. Jeg lagde også mærke til, at han gik rundt og rørte ved alle varerne, og han gjorde specielt meget ud af at vende og dreje alle udsalgsvarerne eller dem, han havde svært ved at komme af med. Han forklarede mig, at i løbet af et par dage efter berøringen havde han solgt det. Du ændrer tingene ved at lægge din energi i dem.

Da jeg for nogle år siden rejste rundt i det vestlige USA, stødte jeg på en butik, som solgte nips - porcelænsfigurer, farvet glas osv. Det spændende var, at butikken var utrolig velindrettet. Der var en magisk atmosfære, og man fik automatisk lyst til bare at gå ind og kigge sig omkring. Så ejeren tog entre ved indgangen.

Hvilken fascinerende og yderst metafysisk ide! Hvis du kan få en dollar af enhver, som går ind i butikken, så er du ikke emotionelt afhængig af at sælge, for du kan tjene 30.000 om måneden uden at sælge så meget som en kulørt glasperle. Alt i forretningen kunne for den sags skyld være sømmet fast, og ingen ville protestere. Når du ikke er afhængig af at sælge, giver du slip, og når dine følelser giver slip, skaber du et følelsesvakuum omkring dig, som tiltrækker andre. Når du ikke mentalt

er optaget af at sælge, så slapper kunderne mere af. De kan fornemme magien i din butik uden at føle sig presset. De bliver fortryllet af stedets energi og atmosfære og køber faktisk dobbelt så meget, uanset om de ønsker varen eller ej. På den måde sælger du magien, ikke varen.

Jeg gik tilbage til denne forretning, primært for at forstå systemet. Jeg lagde mærke til, at mange af kunderne var ferierende. De betalte deres entre og gik ind uden noget bestemt formål, og når de gjorde det, trådte de ind i en slags meditativ henrykt tilstand, som blev skabt af parfumen, musikken og den eventyragtige atmosfære. Varerne var utroligt særprægede og bestemt ikke af den slags, hvor du ville stå op om morgenen og sige: "Vi må have et en halv meter højt porcelænsæg, ellers fungerer vores liv ikke." Men alligevel, du går ud af forretningen og slæber det her seks hundrede dollars porcelænsæg med dig hjem til Detroit, og du aner ikke, hvorfor du gjorde det, og din mand siger: "Hvad satan skal vi med det æg?" Og du svarer, "Jeg aner det ikke, det var bare det magiske i forretningen, der løb af med mig. Jeg ville have noget af det med hjem, så jeg købte det her æg." Og stodderen trækker på skuldrene og mumler noget om, hvor let du er at ægge!

Jeg mødte aldrig ejeren af butikken, men jeg vidste to ting om ham. For det første, at han var en mester i kunsten at sælge duften, ikke bøffen, og for det andet, at han var ekspert på sit område. Han kendte sit produkt.

Når du sælger, skal du huske på, at du udover at skabe atmosfære og interesse omkring dine produkter også skal vide, hvad det er, du sælger, og du skal kende branchen. Det er vigtigt at bruge energi på at blive ekspert på sit område. Folk har brug for information for at kunne beslutte sig, og jo mere information, du kan tilbyde - specielt hvis du kan give den upartisk - jo mere vil folk respondere. Tilliden vokser, og de kommer tilbage.

Husk, at som købmand, der sælger en fremstillet vare eller en speciel service, vil du altid blive foragtet eller mistænkt en lille smule. Men hvis du tænker efter, så ville du kunne klare dig uden de fleste af dine færdigheder, og du kunne sikkert også klare dig uden det meste af din viden, men verden ville ikke kunne klare sig uden produkterne. Tre uger uden benzin, øl, elektriske pærer og deslige, og samfundet ville være på sammenbruddets rand, basta. Personligt synes jeg, at købmandens liv er al ære værd. Jeg kan se det gode i at arbejde på at forsyne menneskeheden med nødvendige ting.

Det nedvurderende syn på købmanden og sælgeren går langt tilbage i tiden. Aristokraterne følte, at det var under deres værdighed at handle eller arbejde. De intellektuelle og de gejstlige var glade for at hengive sig til sindets sysler, så tilbage blev købmændene, der måtte forsyne folket. Iværksættere blev anset for sociale udskud og stod kun et trin over bønderne, som var det laveste af det lave. Til sidst løb aristokratiet tør for penge, de intellektuelle var for fine til at beskæftige sig med den slags, og de gejstlige klarede sig ved at manipulere med folket, så de ikke selv

behøvede at producere noget. Og så en skønne dag vågnede de op og opdagede, at købmændene ejede verden.

Købmændene fik ikke megen respekt ud af det, men masser af frihed, for nu havde de indflydelse til at købe sig fri af livets manipulationer og begrænsninger. Jeg kan godt lide købmænd, specielt dem, der ved, hvad de laver, eksperter på deres felt. Når de engagerer sig i aspekter af livet, som ikke interesserer mig, så kan jeg koncentrere mig om de ting, jeg kan lide.

Jeg får kvalme af isenkræmmerbutikker. Der er noget ved de små grønne dåser og det fedtede papir, som jeg aldrig rigtig har kunnet klare. Måske er det mine manglende færdigheder, for jeg har mekaniske talenter som en haletudse. Jeg ved aldrig, hvad jeg laver, når jeg er i en af de forretninger, og det gør mig hjælpeløs. Man går ind og siger: "Hør her, jeg skal bruge denne her tingest for at sætte en dims op i mit badeværelse," og ekspedienten siger: "Vil du have en tersflange med multiomdrejningstap med omvendt gevind eller højrehåndsgevind . . . og du kender overhovedet ikke svaret på det spørgsmål. Er det ikke herligt, når du møder en ekspedient, som ved alt om flanger osv., og han fortæller dig, hvad du har brug for at vide, og hjælper dig med at finde den rigtige dims? Du føler dig beroliget. Du glemmer med det samme, at du er en klovn til håndværk, at du har brug for tilløb for at slå et søm i væggen, og får i stedet en følelse af, at du lige har været med til at bygge pyramiderne.

**For virkelig at tjene andre må du psykologisk set gå ned under dem. Det vil sige, at mens du betjener dem, må du tilpasse dit eget jeg til deres behov (i hvert fald længe nok til at få fat i deres penge).**

Hemmeligheden er selvfølgelig kvalitet og service, uanset om du sælger en færdighed, en viden, et produkt eller en kombination af alle tre. Der er ikke meget andet at sige om kvalitet, end at du skal lægge det i, i massevis. Folk vil købe det, og de vil blive ved med at købe det igen og igen.

Og nu til kunsten ved service. Den er subtil, men hvis du lærer den, og lærer den rigtig godt, så vil den være dig til stor hjælp i mange profitable år fremover.

De fleste har ikke en døjt forstand på at yde betjening, for det er ikke på mode at være tjener. Alle ønsker at give udtryk for deres personlighed og uafhængighed. Du går ind på en restaurant, servitricen kommer hen til dit bord og i stedet for at koncentrere sig om dine behov og ønsker, begynder hun at snakke om sig selv. "Hej, Jeg hedder Sussi. Jeg må lige fortælle dig, jeg har lige været på kursus i Transcendental Meditation. Det hjalp utroligt på mit PMS. Endelig er mine orgasmer kommet på plads. Og så lige oveni tager min kæreste mig med til Maui om et par

uger. Har du nogen sinde været på Maui?" Og du sidder og tænker: hvem er jeg, en mursten, en psykiater, en satans rejsebrochure? Jeg kom bare ind for at få to æg og en skive ristet brød. Hvad rager hendes PMS og orgasmer på Maui mig?

For virkelig at tjene andre må du psykologisk set gå ned under dem. Mens du betjener dem, må du tilpasse dit eget jeg til deres behov. Det er svært for de fleste, fordi de har behov for at føle, at de er over kunderne eller i det mindste på lige fod med dem. Ved at sætte dig selv lavere, forholde dig i tavshed og koncentrere dig om kundens behov giver du af dig selv. Kunden føler overførslen af energi og reagerer. En af de største hemmeligheder ved at tjene penge er at lære at betjene. Du undertvinger din angst, dine kvaler og dine behov til fordel for kundens længe nok til at afslutte handelen. Ved at tjene kan du glæde dig over at gøre tingene ordentligt, du lærer ydmyghed og tjener masser af penge.

Jeg var på et moderne hotel i Washington, D.C., og ventede på, at mit seminar skulle starte. Jeg bestilte en Perrier hos tjeneren, og tilfældigvis spurgte han mig: "Hvad er hemmeligheden ved at få drikkepenge? Nogle dage går det udmærket, andre dage klover jeg i det." Jeg fortalte knægten noget om at underordne sig jeg.

Han fik fat i det, men ikke helt, så han bad mig om et eksempel på, hvad jeg mente, og jeg svarede:

"Forestil dig, at et ægtepar kommer ind i din bar. Hvorfor er de her? Først og fremmest, fordi livet skræmmer folk. De fleste vandrer rundt i forskellige tilstande af frygt hele tiden. Din kunde kommer ind i denne rolige og elegante bar for at slippe bort fra frygten for en stund. Han har brug for at komme væk, for at slappe af, for at have et stabilt, fast øjeblik, hvor han kan komme til kræfter, inden han skal tilbage til den daglige kamp."

Når han kommer, så gå hen til ham med det samme. Bare sig: "God morgen. Hvad kan jeg hjælpe med?" Når han bestiller, så lyt efter. Tal kun om hans behov, bortset fra hvis du bliver spurgt. Lad os sige, at din kunde vil have en vodka og tonic, så spørger du: "Skal det være med is, hr.? Lidt citron måske, en ekstra serviet, en skål med nødder? Vil De have avisen? Hvad vil Deres kone have? Tomatjuice, appelsinjuice, en liste over de lokale frisører? Skal jeg gå en tur med deres kanariefugl, mens De sidder her?" Med andre ord, tjeneren skal være fuld af koncentration, underdanighed og fuldstændig, grænseløs service. Intet er for besværligt. Kunden har altid ret, også når han tager fejl. Der er ingen grænser for din service, så længe personen er i din bar og i dine hænder."

Den unge fyr forstod budskabet, og jeg gik ind og holdt mit seminar. Da jeg kom ud fire timer senere, kom tjeneren over til mig, lysende og strålende af begejstring. "Fantastisk!", sagde han. "Jeg gjorde, som du sagde. Jeg koncentrerede mig om at komme ned under kunderne. Jeg har ikke rigtig fattet det endnu. Indtil nu var min

rekord for fire timer 42 dollars i drikkepenge. I dag fik jeg 162. En mand gav mig 40 dask."

At tjene er ærefuldt, men det er også en kunst. Livet kan leves på den hårde måde: du er usikker på dig selv, så du prøver at få fat i andres anerkendelse. Så er der den lette måde: du har det godt med dig selv, du kan tjene i stilhed, uden at det påvirker din selvopfattelse, du er stolt over at tjene og at gøre et godt stykke arbejde, du har ikke brug for anerkendelse, for den har du givet dig selv i forvejen, i stilhed. Du vil ikke have noget, og når du ikke ønsker andet end at tjene din kunde, så får du alt og lidt til. Livet er enkelt. For det meste er det bare at gå i den modsatte retning af den normale opfattelse. Intet andet.

For nogle år siden havde jeg en partner, som hed David. Vi arbejdede som mellemhandlere i beklædningsindustrien, og vores opgave var at tage rundt til fabrikker og opkøbe andensorteringsvarer og tøj, der på den ene eller anden måde faldt lidt uden for normerne. Spillet går ud på at give fabrikken så lidt som muligt, så at man, lige meget hvor rædsomt tøjet er, i det mindste kan tjene på noget af det og så sælge resten til indkøbsprisen.

Vi var på vej ind på en fyrs kontor, og jeg begyndte at snakke om handelen. Mens jeg talte, lagde David, som var en bamse på over 100 kilo, sig ned på gulvet foran mandens skrivebord. Jeg forsøgte at ignorere ham, men Davids korpus lod sig ikke sådan overse, mens han lå der som en anden Moby Dick. Et øjeblik efter lagde jeg mig også ned på tæppet ved siden af ham. På en eller anden måde føltes det rigtigt. Vi forhandlede begge fra nulpunktet, mere eller mindre under direktørens skrivebord. Vi afsluttede handelen og gik ud til parkeringspladsen. Da vi var kommet derud, spurgte jeg David, hvad fanden der foregik. Han forklarede mig så, at forhandlingens kunst i sin mere raffinerede form består i at komme ned under sælgeren og frembyde en ikke-truende position. Du kan ikke hidse dig op over to tosser, som ligger på dit gulvtæppe. Ironisk nok gjorde vi den dag en fed handel. Fabrikken havde en masse jeans med skæve sømme. Sømmen på ydersiden startede ved livet, snoede sig gradvist rundt om knæet og sluttede som en ekstra søm på indersiden, totalt uden fornuft. Vi købte hele skidtet, klippede det nederste af benene og solgte dem som cowboy-shorts. Bingo! Der er ingen grænser for fantasien.

---

Slut på siden. Du er på [Pengespillet.dk](http://www.pengespillet.dk) • opdateret: 04. Oct. 2018