

Jonas Jonasson

Wie die Schweden
das Träumen erfanden

Jonas Jonasson

Wie die Schweden das Träumen erfanden

Roman

Aus dem Schwedischen von Astrid Arz

C. Bertelsmann

Der Verlag behält sich die Verwertung des urheberrechtlich geschützten Inhalts dieses Werkes für Zwecke des Text- und Data-Minings nach § 44 b UrhG ausdrücklich vor.
Jegliche unbefugte Nutzung ist hiermit ausgeschlossen.



Penguin Random House Verlagsgruppe FSC® N001967

I. Auflage

Copyright © 2023 by Jonas Jonasson

Published by arrangement with Albatros Agency, Sweden

Copyright © 2023 C. Bertelsmann

in der Penguin Random House Verlagsgruppe GmbH,

Neumarkter Str. 28, 81673 München

Umschlaggestaltung: Favoritbuero

Umschlagabbildung: © Evgeny Turaev/shutterstock; © Marie Maerz/

shutterstock; © Pisut Tardging/shutterstock

Satz: Uhl + Massopust, Aalen

Druck und Bindung: Pustet, Regensburg

Printed in Germany

ISBN 978-3-570-10541-2

www.cbertelsmann.de

Liebe Leserinnen und Leser,

die Zeiten sind wahrlich nicht einfach, Krieg und Konflikte überall, und genau deshalb hatte ich das dringende Bedürfnis, etwas zu schreiben, das uns Hoffnung schenkt. Ich wollte über die Freundschaft zwischen den Menschen unterschiedlicher Nationen schreiben. So zum Beispiel über meine Landsmänner die Schweden und die Deutschen, die ich so sehr lieb gewonnen habe in den letzten Jahren. Und heraus kam diese Geschichte über eine Kleinstadt in Schweden, die es nicht einfach hat: Arbeitslosigkeit, die Jungen ziehen weg – sogar der örtliche Buchladen musste schließen. Schlimmer geht es wirklich nicht! Aber als Blau-Gelb auf Schwarz-Rot-Gold trifft, geht es endlich wieder bergauf ...

In diesem Sinne wünsche ich Ihnen viel Spaß mit meinem kleinen Beitrag zur deutsch-schwedischen Freundschaft und angenehme Lesestunden!

Herzlich,

Ihr Jonas Jonasson

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Jonas Jonasson' with a stylized flourish at the end.

Kaltenbacher und Kaltenbacher

Verdammte Skandinavier. Vor allem die Schweden!

Konrad Kaltenbacher hatte fünfzig Jahre gebraucht, um die ganze Welt zu erobern. Nun ja, *fast* die ganze Welt. In Buenos Aires schlief niemand besser als all jene, die sich in ein Bett der Marke *Traumbett* legten. Ebenso in Melbourne. Shanghai. Montreal. Tokio. New York. Und erst im Sheraton in Johannesburg, vom Hilton in Kairo ganz zu schweigen.

Traumbett – weil du dir guten Schlaf verdienst hast.

Aber Schweden! Drei Markteroberungsversuche im Lauf der Jahre. Alle mit dem gleichen niederschmetternden Ergebnis.

Hinter geschlossenen Türen gab Konrad bereitwillig zu, dass die Schweden etwas von der Bettenfabrikation verstanden. Und doch wurmte es ihn, dass sich in diesen drei so wohlhabenden Ländern, Schweden, Norwegen und Dänemark, fast niemand in einem *Traumbett* schlafen legte. Es brachte ihn geradezu selbst um den Schlaf.

Er war jetzt fünfundsiebzig. Einer der großen Männer Hamburgs, wenn man so wollte. Allgemein bewundert für alles, was er erreicht hatte. Niemand konnte ahnen, dass seine Gedanken immerzu um das kreisten, was er *nicht* erreicht hatte.

Doch, *einer* schon! Konrad Kaltenbacher jr., der leibliche

Sohn des Bettenkönigs. Nichts und niemand konnte den Vater stolzer machen. Der Junior war schon lange bereit, die Geschäftsführung zu übernehmen, er würde das hervorragend hinkriegen!

Doch der Sohn kannte seinen Vater. Vorläufig hatte er um Erlaubnis gebeten, eine neue, alles entscheidende Skandinavienattacke in Angriff zu nehmen. Diesmal wollten sie nämlich auf »All In« setzen, wie die Amerikaner sagten. Nicht bloß Marketing und Verkauf, sondern auch eine Fabrik mit achthundert Mitarbeitern. Die Produktion in Hamburg musste ohnehin ausgebaut werden. Der Junior trug sich mit der Idee, das Geld stattdessen in Oslo, Kopenhagen oder Stockholm zu investieren.

»Traumbett goes Scandinavia!«, sagte der Sohn, als er seine Idee verkündete.

Der Vater hatte sich mittlerweile damit abgefunden, dass alle, die etwas Werbewirksames zu sagen hatten, sich heutzutage des Englischen bedienten. In fünfzig Jahren würde die deutsche Sprache unter Garantie ausgestorben sein. Und die schwedische gleich mit, sei's drum. Das Beste daran war, dass er dann schon längst tot und begraben sein würde.

Aber der Sohn hatte sich immerhin recht vernünftige Gedanken gemacht. Er hatte drei Monate lang geplant, berechnet und analysiert. Und das am Mahagonischreibtisch im Chefbüro der Firma *Traumbett*.

Er hatte nämlich vor einem halben Jahr das repräsentative Büro einschließlich der Sekretärin Frau Müller übernommen. Um der Belegschaft gegenüber ein Zeichen zu setzen: Nicht mehr lange, und Konrad Kaltenbacher würde in die Fußstapfen Konrad Kaltenbachers treten! So alt der Alte auch war, *Traumbett* blieb vital wie eh und je.

Offiziell war der ältere Konrad noch Geschäftsführer. Daher betrat er das Büro seines Sohnes, ohne vorher anzuklopfen. Irgendwo musste man ja eine Grenze ziehen.

»Willkommen, Vater!«, sagte Konrad jr.

Er saß bereits auf einem der beiden Ledersessel in der Besprechungsecke. Der andere Sessel wartete auf den Konzernchef.

Konrad jr. hatte einen Stapel Papiere auf dem Schoß. Auf dem Beistelltischchen zwischen den Sesseln standen schon ein volles Glas Mineralwasser für den Sohn und eines mit Cognac für den Vater.

Konrad sen. nahm Platz, nickte zufrieden in Richtung seines Schwenkers und kam direkt zur Sache: »Du hast dich also entschieden?«

Lächelnd erwiderte der Sohn, noch sei der Konzernchef für die Entscheidungen im Hause zuständig, aber, ja, er, Konrad, habe sich entschieden: »Oslo liegt rein logistisch gesehen etwas ungünstig, und der Preis des Geländes, das ich dort gefunden habe, entspricht einem halben Bruttosozialprodukt.«

Der Sohn wartete respektvoll ab, bis der Vater seinen ersten Schluck Cognac intus hatte, eher er fortfuhr: »Kopenhagen liegt unserem Hauptsitz und der Fabrik hier am nächsten. Das hat seine Vor-, aber auch seine Nachteile. In erster Linie wollen wir ja Schweden erobern, und da erscheint es mir eher suboptimal, wenn unsere Skandinavien-Niederlassung näher an Hamburg als an der schwedischen Hauptstadt liegt.«

»Und der Vorteil?«

»Eventuell der Preis.«

Nächste Kunstpause.

»Möchtest du noch ein Schlückchen nehmen, bevor ich weiterrede?«