

Der Kaiser von Coupon

Torsten Heinze jagt Schnäppchen. Einkaufen mit einem Extrem-Couponer, der das Sparen zum Leben braucht

TEXT: CHRISTOPHER BONNEN

Es riecht nach chemischer Frische. Im Schlafzimmer von Torsten Heinze stapeln sich WC-Reiniger, Waschmittel und Seifen in den Regalen. An der Wand stehen zwei Promo-Aufsteller, an denen dutzende Rasierer hängen. Heinze hat im Laden gefragt, ob er die Aufsteller mitnehmen kann. Schließlich hatte er alles gekauft, was daran hing. Die Schlafzimmer-Regale in Hanau präsentieren seine größten Erfolge. Torsten Heinze ist Extrem-Couponer.

Ein Couponer ist ein Schnäppchenjäger, der mit Gutscheinen und anderen Rabattaktionen Beute macht. Torsten Heinze, 29 Jahre alt, Schlabberjeans und Poloshirt, verdient ausreichend Geld. Und er ist nicht etwa süchtig nach den Produkten. Sondern nach dem „Schnäppchen-Kick“, wie Heinze sagt. Er ist in der Couponer-Community aktiv und teilt sein Wissen mit anderen. Heinze nennt sich selbst den „Erklärbar der Couponing-Welt“. Für ihn ist das Couponing auch ein soziales Bindemittel.

Jeden Samstag deckt sich ganz Deutschland für die drohende Apokalypse ein. Dann fährt Torsten Heinze zum Einkaufszentrum in Hanau. Kaufland und Rossmann – Heines Jagdrevier.

Er will das Konsumsystem hacken. Kaufland verspricht: „Sollten Sie einmal, wenn nicht alle Kassen geöffnet sind, länger als fünf Minuten an unseren Kassen warten, erhalten Sie einen 2,50-Euro-Gutschein.“ Das wissen die meisten nicht, Heinze schon. Er durchschreitet die Schiebetür, schnappt sich ein Kundenmagazin, blättert zu den Coupons. Eigentlich weiß er, was er kaufen wird: Fünf Packungen Parmesan, gerieben. Die Coupons hat Heinze vorher ausgedruckt: ein Euro Rabatt auf Hartkäse von *Giovanni Ferrari*. Der Clou: Zwar ist der teure Parmesan für knapp vier Euro auf dem Coupon abgebildet, aber der Rabatt gilt für alle Produkte des Herstellers. Der günstigste Beutel *Ferrari*-Käse kostet 1,49 Euro. Kombiniert mit dem 2,50-Euro-Gutschein vom letzten Kaufland-Besuch, bei dem er zu lange an der Kasse warten musste, gibt es die fünf Beutel Parmesan für Heinze umsonst.

Angefangen hat alles vor sechs Jahren mit Rasierern. Heinze druckte 5-Euro-Coupons aus und zahlte damit den *Wilkinson Power Select* für 4,99 Euro. „Das war der erste Deal“, sagt Heinze. „Der hat das Feuer entfacht.“ Heinze leerte den Aufsteller. Er sagt, er verkaufe seine Beute nicht im Internet. Ihm gehe es um den Kick an der Kasse: „Da kommt der Jäger in einem raus.“ Was zu viel ist, wird verschenkt oder im Schlafzimmer gestapelt.

Mit fünf Tüten Parmesan geht es jetzt in die Drogerie. Heinze hinterlegt seine Kaufland-Käsebeutel an der Rossmann-Kasse. Dann streift er wachsam durch die Regalreihen. Heute nimmt Heinze nur zwei Packungen Windeln mit, Größe 6, sein Patenkind darf sich freuen. Durch einen Gutschein in der Kunden-App bekommt er die kostenlos. Heinze nimmt mit, was er kriegen kann. Oder eher: Er muss mitnehmen. Während Heinze an der Kasse seinen Energydrink schlürft, plauscht er noch mit dem Kassierer.

Aus dem Rossmann geht es zurück zum Auto, die Beute in den Kofferraum packen. Da stapeln sich die Supermarkt-Kundenmagazine.

„Im Handschuhfach habe ich nur Coupons liegen, wenn ich gerade welche eingesammelt habe“, sagt Heinze. Es sind zuletzt wohl einige gewesen. Coupons wie der von Rossmann, zehn Prozent auf alles, abgelaufen vor über einem Jahr. Heinze fährt los zum nächsten Markt, dem Warenhaus Globus.

„Es geht überhaupt nicht mehr um die Produkte“, sagt Heinze. Manchmal kaufe er Sachen ein, nur um zu probieren, ob es funktioniert. „Ich bin dann glücklich, dass ich es online posten kann.“ Heinze will anderen zeigen, wie das Sparen geht. Er spricht von Vorbildfunktion.

Heinze betreibt seine eigene Online-Community für Couponing und ist Moderator von Facebook-Gruppen wie „Couponing Basics – Der Grundkurs für Coupon-Anfänger“, wo mehr als 15 000 Schnäppchen-Enthusiasten mitmachen. Einmal im Monat fährt Heinze zum Coupon-Stammtisch bis nach Düsseldorf – 250 Kilometer. Durch die gemeinsame Leidenschaft sind Freundschaften entstanden.

Die Samstags-Route durch den Globus hat er im Kopf. Heinze hat sich vorab über Coupons und Cashback-Aktionen informiert.

Der Aufdruck „Joghurt-Schnitte gratis testen!“ heißt: Der Hersteller erstattet den Preis, wenn Heinze den Kauf belegt. Je nach Aktionsregeln hat er seine Strategien. Zwischen die Joghurt-Schnitten legt Heinze einen Warentrenner auf das Kassensband, denn es gibt nur ein kostenloses Fünferpack pro Einkauf. Später muss er den Gutscheincode auf dem Etikett online eingeben und alle möglichen Angaben machen.

„Natürlich bezahle ich mit meinen Daten. Dafür bekomme ich aber Gutscheine, Rabatte und Coupons“ – und Geld zurück aufs Konto.

Im Kühlregal findet er Trüffelbutter, vier Euro für das 80-Gramm-Gläschen, noch fünf Tage haltbar. „Mit der Frischegarantie kriege ich die jetzt umsonst.“ Globus garantiert, dass alle Milchprodukte mindestens noch sechs Tage haltbar sind. „Sollten wir etwas übersehen, bekommen Sie es gratis“, verspricht die Warenhaus-Kette.

Heinze stört sich nicht am Ablaufdatum. „Ich habe 2015 jede Menge Butter kurz vor dem Mindesthaltbarkeitsdatum im Kühlregal gefunden. Die esse ich heute noch. Kann man ja einfrieren.“ Nur *Philadelphia*-Frischkäse friert er nicht mehr ein, aufgetaut war ihm der zu körnig.

Wenn Heinze etwas im Kühlregal entdeckt, das passend abläuft, geht er damit zur Info am Eingang. Er stellt die drei Gläschen Trüffelbutter auf die orangene Theke, dazu zwei laktosefreie Joghurts. Einmal mit der Frischegarantie, bitte!

„Es ist ein Stück weit gefühlter Luxus, den man sich ohne Mehrausgabe leistet“, sagt Heinze. „Die Trüffelbutter würde ich mir nie kaufen.“ An seinem Handgelenk blinkt die Smartwatch auf. Für Technik gibt der Schnäppchenjäger sein Geld auch ohne Rabatte aus. Er hat einen Bürojob, Vollzeit, mit einer Stunde Mittagspause täglich. Heißt bei Heinze: Halbe Stunde fürs Essen, die andere Hälfte im Internet nach Coupons suchen. „Wenn jetzt ein neues Smartphone rauskommt, wird das gekauft.“ Sein aktuelles leuchtet permanent auf, neue Nachrichten in einer der gut 20 Whatsapp-Gruppen rund um Schnäppchen. Schaut Heinze mal zwei Stunden nicht aufs Handy, sind es über 1 000 ungelesene Nachrichten.

Einem Pärchen vor dem Schokoladenregal drückt Heinze im Vorbeigehen einen *Milka*-Gutschein in die Hand, den er am Eingang aus einem Halter gefischt hatte. „Damit be-

Sein größter Coupon-Coup: 1 800 Seifen

Bekommt ihr einen Euro Rabatt, läuft heute ab.“ Die Zwei schauen verdutzt, nehmen den Gutschein an und bedanken sich. Und Heinze freut sich, sie vor dem finanziellen Desaster bewahrt zu haben.

Auch seine Beute teilt er. „Fast alle meine Freunde kaufen kostenlos bei mir ein“, sagt Heinze. „Die stolzieren durchs Schlafzimmer und gucken, was sie gebrauchen können.“ Selbst sein Friseur nimmt für die Hausbesuche kein Geld mehr. „Der kommt mittlerweile und sagt: Du gibst mir dafür das Waschmittel.“ Oder etwas anderes. Heinze hat ohnehin alles da.

Nicht nur im Schlafzimmer, auch im Flur seiner Wohnung hortet Heinze in zwei Einbauschränken Vorräte: Im einen, dem unordentlichen, ist auch das oberste Regal vollgestopft mit Nudeln und *Maggi*-Tüten. Im anderen Schrank stehen Shampoos, Deos und Co. penibel aufgereiht.

Natürlich nutzt Heinze auch Kundenkarten zum Punktesammeln. Er geht nur auf Beutezug, wenn es zusätzlich zum gewöhnlichen Angebot mindestens fünffach Payback-Punkte gibt oder ein Coupon zusätzlich „-10% auf den gesamten Einkauf“ verspricht. Eigentlich ist es egal wie, aber am besten umsonst.

Einmal waren Seifen von *Palmolive* für 40 Cent im Angebot. Gleichzeitig gab es durch eine Aktion pro Stück 50 Extrapunkte. Jeder Punkt war einen Cent wert. Die erste Fuhre bezahlte Heinze noch mit Geld,

danach nur noch mit Punkten. Für Heinze hieß das: 10 Cent Gewinn pro 40-Cent-Seife. Es wurden 1 800 Stück, Olive und Milch-Honig, sein größter Coupon-Coup.

„Nicht weil das ein toller Artikel war“, sagt Heinze. „Sondern weil es ein richtig geiles Gefühl war, an der Kasse zu stehen und sagen zu können: Ich zahle mit Punkten.“ Am Ende waren mehr Punkte drauf. Genug, um den nächsten Großeinkauf zu bezahlen.

Einige Kisten gingen als Bastelmaterial an Kindergärten, erzählt er. Hunderte Seifen stehen noch im Schlafzimmer. Dutzende *Palmolive*-Päckchen hat Heinze in seinem Ruhmesregal gestapelt, sodass der Erfolg sichtbar ist.

Die Trophäenwand steht gegenüber dem Bett. Bevor Heinze einschläft, betrachtet er seine Beute.

5 TIPPS VOM PROFI

1.
Coupons sammeln: Bei Prospekten die Augen offen halten, nach Online-Coupons gucken und anfangen zu sammeln.
2.
Geduldig sein: Nicht sofort beim erstbesten Angebot kaufen. Preisvergleich-Seiten wie YouPickIt sind hilfreich, da sieht man auch vergangene Angebote.
3.
Angebote wiederholen sich knapp alle sechs Wochen. Einen Coupon, der mehrere Monate gültig ist, kann man vielleicht auch zweimal einlösen.
4.
An der Kasse freundlich sein! Wer zu energisch rangeht, wird nicht erfolgreich sein.
5.
Schnäppchen und Tricks auch mal mit anderen teilen.

Für die Bahnfahrt nach Hanau erschnorrte der Autor Lidl-Aktionstickets von einem Freund – kurz vor Verfallsdatum.

Text: Christoph Bronnen