

Profis stehen den Kunden beim Einpacken bei

Bei Edekanern kommt in die Tüte, was selbst Wal-Mart nicht gepackt hat – Friendly Service baut auf Trinkgeld-Lohn und Freundlichkeit

Ingolstadt. In puncto Dienstleistungen liegt in Deutschland noch Potenzial brach, heißt es. Der Handelspartner Friendly Service will Skeptikern beweisen, dass Einpackhilfen im LEH ein für alle Beteiligten vorteilhaftes Geschäftsmodell sind.

Das Unternehmen ist vor allem in Bayern und bisher nur beim Partner Edeka aktiv. Aktuell offeriert der LEH-Primus in sieben Marktkauf-Häusern, elf E-Centern und einem Edeka-Supermarkt die Möglichkeit, Einkäufe am Kassentisch durch Friendly-Service-Personal einpacken zu lassen.

„Wir sind nicht täglich, sondern gezielt freitags von 15 bis 20 Uhr und samstags von 10 bis 20 Uhr vor Ort“, sagt Martin Lettenmeier. Dem 47-jährigen PR- und Marketingfachmann kam die Geschäftsidee 2005, nach einem Theologiestudium, einer Ausbildung zum Redakteur und Berufstätigkeit in Werbeagenturen. 2006 hat der parallel als Hausmann aktive Familienvater sich selbstständig gemacht, Friendly Service gegründet und als Geschäftsführer fortentwickelt.

Der Dienstleister hat Wurzeln im sozialen Bereich. Begonnen hat Lettenmeier damit, jugendliche Hartz-IV-Empfänger in Kooperation mit der Edeka Südbayern und der Diakonie Ingolstadt als Einpackhilfen einzusetzen. Ziel war, sie durch Vermitteln arbeitsmarktrelevanter Grundkompetenzen an eine geregelte Berufstätigkeit heranzuführen.

Beim Entree in die Profi-Welt hat Lettenmeier daraus und aus bereits im Handel gemachten Erfahrungen mit Einpackservices gelernt. Friendly Service setzt nur Schüler, bevorzugt Gymnasiasten, sowie Studenten zwischen 16 und 20 Jahren ein. Die Mitglieder der in 19 Märkten aktiven Teams arbeiten nicht als Angestellte, sondern als Selbstständige



FRIENDLY SERVICE

auf Basis eines Dienstleistungsvertrages. Bezahlt werden die Einsatzkräfte in den gelb-blauen CI-T-Shirts nur über freiwillig von Kunden gegebenen Trinkgeldern. Der Stundenverdienst liegt zwischen 7 und 14 Euro. Bei bis zu sechs Einsätzen pro Monat bleiben alle unter dem sozialversicherungsfreien Betrag von 340 Euro, so Lettenmeier.

Friendly Service wiederum wird vom Betreiber jedes einzelnen betreuten Markts für die Organisation der Dienstleistung sowie das Rekrutieren und Ausbilden des Personals auf Basis der pro Monat und Kopf geleisteten Stunden bezahlt. 2008 hat Lettenmeier eigenen Angaben zufolge 150 000 Euro umgesetzt, im Schnitt zwischen 5 000 und 20 000 Euro pro Markt. Den Ertrag gibt der Unternehmer zwar

nicht preis, wohl aber, dass sein eigenes Salär für Personalrekrutierung, Ausbildung, Marketing und Pflege von Kundenkontakten sich zurzeit auf monatlich 770 Euro beläuft.

Die Ingolstädter sehen sich gut unterwegs. „Der Service wird vor allem von älteren Menschen, Müttern mit Kindern sowie Business-Leuten gerne

angenommen und freiwillig mit Geld honoriert“, sagt der Geschäftsführer. Dass Anbieter ähnlicher Dienstleistungen, allen voran Wal-Mart, in Deutschland damit bisher keine Triumphe feiern konnten, ficht ihn nicht an. Der gelernte Theologe baut auf zwei essenzielle, interdependente Glaubenssätze.

Erstens sei Entlohnung über Trinkgeld als Arbeitsanreiz weit mächtiger als ein fester Stundensatz zwischen 6 und 7 Euro. Die Lohnhöhe selbst steuern zu können, sei zudem das stärkste Motiv, Shoppfern an der Kasse mit besonderer und dennoch nicht aufgesetzt wirkender Freundlichkeit zu begegnen.

Lettenmeier ist überzeugt, ein „ziemlich kapitalistisches“ Konzept erdosen zu haben, das jedoch „allen Beteiligten nur Vorteile“ bringe. Im Fokus stehen ständige Qualitätssteigerung und Elitenrekrutierung. Denn bei Friendly Service haben die besten Trinkgeld-Verdiener Vorrang in der Personaleinsatzplanung. Das dazu notwendige Ranking generiert eine Online-Datenbank, in die jeder Packer seine finanzielle Tagesernte sofort einzupflegen hat.

Lettenmeier ist stolz, von den Ede-

Stand-by-Betrieb:

Die an gelben T-Shirts zu erkennenden Helfer tüten Einkäufe rasch und versiert ein. Vor allem Ältere, Mütter mit Kindern und Business-Kunden honorieren dies pro Stunde und Packkraft freiwillig mit bis zu 14 Euro.



kanern bisher „keine einzige Beschwerde“ gehört zu haben. In der Tat zeigen sich mehrere von der LZ kontaktierte Marktleitungen hoch zufrieden. „Der Service am Checkout läuft rund, und unsere Kunden nehmen ihn sehr gut an“, so das Echo aus dem E-Center in Rosenheim. Unter den jungen Leuten seien die Servicejobs hoch begehrt, fügt Lettenmeier hinzu. Würden Teams neu aufgestellt oder besetzt, schaffe jedoch „höchstens einer von drei“ Bewerbern das Entree in das System. Dieses benötigt auch anderweitig ein ganz bestimmtes Umfeld. Lohnend sei es, so die Faustregel, erst in Märkten ab etwa 5 000 qm Verkaufsfläche. Zudem böten erst Kommunen ab etwa 20 000 Einwohnern das Reservoir für „genug gutes, verlässliches und flexibles Personal“, heißt es in Ingolstadt. hdw/lz 26-09

„Freundlichkeit ist das A und O. Wer da Kompromisse macht, scheitert“

Martin Lettenmeier, Friendly Service