



Kein Job für Warmduscher: Fahrradkurier im Einsatz

Kampf der Kuriere

Eigentlich eine schöne Geschichte: In einer Branche mit äußerst prekären Arbeitsbedingungen arbeitet ein Unternehmen plötzlich fair und transparent. Im Fall des Fahrradkurierdienstes inline ist der Versuch leider grandios gescheitert

Text: Astrid Herbold

In der Friedenstraße 91 ist derzeit nichts friedlich. Seit Monaten tobt in der Zentrale des inline Kurierdienst ein erbitterter Kampf. Es geht um Autos und Gehälter, um Mietkosten und Mitbestimmungsmodalitäten, um Investitionen und Stimmrechte – kurz: um Macht und Geld. Ob und wie der Berliner Marktführer die interne Selbstzerfleischung überleben wird, ist unklar.

Dabei hatte alles so vielversprechend angefangen. Gegründet 1999 nach dem Vorbild von inline Hamburg sollte auch der Berliner Ableger eine Firma „von Kurieren für Kuriere“ sein. Der Slogan war mehr als eine Floskel. Denn die Arbeitsbedingungen in der Branche sind berüchtigt. Die meisten der rund 550 Berliner Stadtkuriere sind zehn Stunden täglich unterwegs. Auf ihre Auftragslage

haben sie wenig Einfluss. Die Fahrten werden über Funkzentralen vermittelt. Je nach Geschäftsmodell kassiert die Zentrale eine monatliche Pauschale oder rund ein Drittel vom Umsatz. Weil die Preise für Einzelfahrten existenzbedrohend niedrig sind, kann der Kurier nur dann ausreichend Gewinn machen, wenn er möglichst viele, möglichst lukrative Fahrten ergattert. Dafür wird

„auch mal der Disponent geschmiert“, wie es ein ehemaliger Kurierfahrer lakonisch formuliert.

Bei inline sollte das anders und besser laufen: Faire Auftragsverteilung am „offenen Funk“, dazu eine vernünftige Finanz- und Personalpolitik. Damit das gewährleistet ist, sind die Kuriere Miteigner der Firma. „Schöne Idee, aber na ja ...“, meint Mortimer, der in der

Foto: Maria Laub

Kreuzberger Oberbaumstraße das Keirin Cycle Café betreibt. Wie viele erfahrene Kuriere ist auch er ernüchert. Dabei schien das inline-Konzept in Berlin jahrelang bestens aufzugehen: Mit über 1.000 Aufträgen täglich stieg das Unternehmen schnell zum Marktführer auf. Doch mit dem Erfolg kam auch der Streit. Die Geschäftsleitung expandierte, richtete sich großzügige Büroräume ein und zahlte den Angestellten in der Zentrale – und sich selbst – gute Gehälter. Gewinnausschüttungen an die Kuriere gab es keine. Dafür wurde in einen eigenen Fuhrpark investiert, die inline Logistik Berlin sollte mit Lastwagen auch sperrige Transporte bewältigen. In Hamburg funktioniert dieses Modell gut, in Berlin brachte die Tochtergesellschaft nicht den erhofften Erfolg, von Verschuldung im hohen sechsstelligen Bereich munkelt man in der Branche. Bereits im Januar eskalierte die Situation: Zwei von drei Gesellschaftern wurde damals das Stimmrecht entzogen, die Firmenbeteiligung der Kuriere war damit hinfällig. Seitdem bemühen beide Seiten Anwälte.

An die Öffentlichkeit drang davon bislang wenig. Ein Gespräch mit zitty lehnte Geschäftsführer René Groß „dankend“ ab. Trotzdem lässt sich das Zerwürfnis nicht verschleiern. Denn zum Ende des Jahres entzieht nun umgekehrt inline Hamburg den Berlinern das Namensrecht. Man müsse auch „auf die Außenwirkung der Marke bedacht sein“, kommentiert Matthias Rindelaub, Geschäftsführer der Hamburger inline Verwertungs GbR den Schritt. Ab Januar 2010 müssen die Berliner unter neuem Namen und neuem Logo fahren, inline heißt dann Twister. Der Zwang zum Namenswechsel kommt zur Unzeit. Denn parallel dazu läuft dem Unternehmen seit Wochen die Belegschaft weg. Ein Viertel der rund 180 Kuriere haben angeblich schon gekündigt, Ende Oktober werden weitere aufhören. Es ist eine ideologische Debatte, die die Branche seit über einem Jahrzehnt führt, in allen deutschen Großstädten, in immer neuen Konstellationen. Inline Hamburg stand dabei oft Pate, als Versuch, gemeinsam bessere Bedingungen zu schaffen. Auch wenn das in der

Praxis nicht immer funktioniert hat, verteidigt Matthias Rindelaub den Grundgedanken: „In Berlin hat die Chemie der Akteure am Ende nicht mehr gepasst. Das lässt aber nicht den Schluss zu, dass das inline-Modell per se nicht funktioniert.“

So ähnlich denken auch viele der scheidenden inline-Kuriere. Sie wollen nicht zur Konkurrenz, sondern zurück zu den Anfängen, als Genossenschaft diesmal. Unter dem Namen Cosmo werden sie ab 1. November mit rund 70 Fahrern an den Start gehen. Ihre Unternehmensziele sind klar: „Mitbestimmung und Einfluss auf die Geschäftspolitik“ sowie „transparente Auftragsvermittlung“. Ansonsten will Cosmo bescheiden bleiben. Überschüsse sollen den Kurieren „in Form von Pauschalensenkungen“ zugute kommen. „Und wenn gut gewirtschaftet wird, dann schütten wir am Jahresende den Gewinn an alle aus“, ergänzt Andreas Schmidt, Vorsitzender des Aufsichtsrats der Cosmo Kurier e.G. Bis dahin ist es allerdings noch ein weiter Weg. 400 bis 600 Aufträge täglich muss Cos-

mo der Konkurrenz abjagen, um rentabel zu sein. Das ist mehr als die Hälfte des Auftragsvolumens, dass GO! oder Messenger zurzeit in Berlin fahren. Und der lokale Markt schrumpft, nicht erst seit der Wirtschaftskrise.

Andreas Schmidt ist trotzdem zuversichtlich, nicht nur weil Cosmo einige der gut vernetzten inline-Disponenten mit abgeworben hat. „Wir wollen die Kunden auf zwei Ebenen überzeugen: mit unserer Erfahrung und unserem Geschäftsmodell.“ Konkret heißt das, dass Cosmo in den nächsten Wochen bei der ehemaligen inline-Stammkundschaft Überzeugungsarbeit leisten wird. Und auf weitere Überläufer hofft. Langfristig geht es der Genossenschaft aber um Größeres: weg von Dumpingpreisen und Selbstausbeutung. Mortimer hat in seinem Café eine noch radikalere Vision. Ihm schwebt ein „exklusiver Kurierdienst“ vor, „mit anständigen Preisen“ und Zuschlägen für „Regen, Winter und Last“. Klingt gut. Aber funktionieren kann es nur, wenn die preisbewusste Berliner Kundschaft auch mitmacht.

Der Winter kommt, mit bis zu 60% Preisnachlaß!



WINTERCHECK
NUR **25 €**
STATT 45 €

SCHÖNHAUSER ALLEE 134 · 10437 BERLIN · TEL. +49(0)30/40056531 · GIANT@BIKE-STORE-BERLIN.DE · WWW.BIKE-STORE-BERLIN.DE

GIANT
BIKE STORE BERLIN