

fizzz, Ausgabe 11

(1)

**Datum:** 26.10.2016

**Auflage:** 6.932

**Page Visits:** -



**Datum:** 26.10.2016  
**Auflage:** 6.932  
**Page Visits:** -

# Pack ma's!

Mitarbeiter, die sich vor ungeliebten Aufgaben drücken? Ein Umsatz, der schon mal besser war? Und drüber reden will auch keiner? Das alles passiert selbst in den besten Betrieben. Muss es aber nicht. Andreas Steinbeißer hat mit seiner sell & pick GmbH eine neue digitale Plattform geschaffen, die zu überraschenden Resultaten führt.

Text: Barbara E. Euler

„Ein Unternehmen kann nur erfolgreich sein, wenn der Mitarbeiter die Wertschätzung bekommt, die er verdient hat“, ist Andreas Steinbeißer überzeugt. Der diplomierte Marketingberater hatte seine Karriere in der Foodservice-Branche 2002 im Management von Sausalitos gestartet; 2010 gründete er in München das Beratungsunternehmen solution10. Jetzt präsentiert er „sell & pick“, ein innovatives Service- und Verkaufstool für Android und iOS. Steinbeißer, heute Geschäftsführer der sell & pick GmbH, erklärt das Ziel: „Über motivationspsychologische und spielerische Elemente Routinen aufbrechen, täglich neue Spaßfaktoren schaffen und Herausforderungen bieten, die weder über- noch unterfordern.“ Theoretisch klingt das schon mal ziemlich gut. Aber wie sieht die Praxis aus?

Ein Besuch in der Hans-im-Glück-Filiale im historischen Gebäude der Münchner Isarpost: Im Vorraum zum Küchenpass hängt ein Tablet. Wer hier kurz warten muss, kann schnell nachsehen, zu welchen Aktionen die Mitarbeiter heute eingeladen sind und welche Ergebnisse schon erreicht wurden. Die „Missionen“ können nach Absatz, Umsatz oder Volumen definiert werden. Vorgeben kann sie der Betriebsleiter oder bei Filialisten auch das Management des Unternehmens.

Die Eingaben sind unkompliziert. „Es ist kein operativer Mehraufwand“, betont Steinbeißer.

**„Es wird viel gelobt!“**  
Andreas Steinbeißer,  
Gründer und Geschäftsführer von sell & pick,  
im Gespräch

**Ihr System verzichtet auf Prämien. Wie soll das funktionieren?**

Im Prinzip kann man bei sell & pick auch Prämien einstellen. Beispielsweise könnte ein neues Produkt von Coca-Cola auf die Plattform gestellt werden und Coca-Cola lobt für gute Verkäufer Eventtickets aus. Aber Prämien sollten nur für kurze „Motivations-Sprints“ genutzt werden. Sonst denken die Mitarbeiter an die Prämien statt an ihre Aufgaben. Das System motiviert von sich aus.

**Fühlen die Mitarbeiter sich nicht überwacht?**

Da muss keiner Angst haben. Der Chef kann gar nicht sehen, welche Mitarbeiter stark und welche schwach waren - nicht

Und das gilt auch für die ersten Schritte. „Das Systemeintrichten haben wir nebenbei gemacht“, so Betriebsleiter Mehmet Kaplan, der dabei auch die Vorschläge der Mitarbeiter berücksichtigte. „Es war wirklich einfach!“ Kaplan arbeitet gerne mit sell & pick: „Das System motiviert die Leute sehr“, so seine Beobachtung.

Aktuell gilt es, eine bestimmte Menge Doppelburger in einem vorgegebenen Zeitraum zu verkaufen. Ein Balken zeigt den Stand in Echtzeit. Das spornt an. Zu den Missionen lässt sich auch weitergehendes Material stellen, beispielsweise Bilder, Verkaufstipps und Produktinformationen. Orientierung bietet auch der so genannte Verkaufsradar, der die Verkäufe einzelner Produktgruppen grafisch darstellt. Außerdem kann jeder seine persönliche Verkaufslleistung checken sowie individuelle Ziele eingeben und prüfen - dies alles sieht aber nur der betreffende Mitarbeiter selber. Auch Challenges zwischen Mitarbeitern oder Filialen sind möglich. Bezogen werden die Verkaufszahlen aus dem Kassensystem - ganz ohne in dieses einzugreifen: Die Verbindung läuft lediglich über die Druckerschnittstelle. Kompatibel ist sell & pick mit jeder Kasse.

Schichtleiter Adrian Marx loggt sich ein. Sein Profil weist ihn als „Mister Barista“ aus, weil er überdurchschnittlich viele Cappuccinos verkauft hat. Mit ein paar Klicks demonstriert Marx die Nutzung. Es macht sichtlich Spaß.

mehr, als man ohnehin in der Kasse sieht. Aber die Mitarbeiter kommunizieren ihre persönliche Leistung auf selber. Sie sagen dem Betriebsleiter: „Ich bin auf dem guten Weg!“. Oder fragen nach Tipps, wenn es noch nicht so ist. Es geht ja auch nicht nur um eine Umsatz- oder Abverkaufssteigerung. Es geht um Motivation, Fortschritt und Entwicklung.

**Was jeder sehen kann, sind die Kollegen, die als „Helden“ ausgezeichnet wurden. Was hat es damit auf sich?**

Bei unbeliebten Tätigkeiten, den so genannten „Heldenaufgaben“ wie Terrasse aufbauen, Besteck polieren, die Toiletten kontrollieren, soll sell & pick die Gruppendynamik forcieren. Wer die Aufgabe erledigt hat, trägt das ein. Natürlich werden die Mitarbeiter für diese Aufgaben eingeteilt. Durch sell & pick mit seinen Spieldynamiken entsteht aber ein Handlungsspielraum. Ein Mitarbeiter, der nicht so eifrig dabei ist, lässt sich mitziehen. Und die Kollegen können sich für das Erledigen der Aufgaben bedanken. Auch



„Keiner muss mitmachen, aber die meisten sind dabei“, erklärt er. Derzeit läuft das System in einigen Hans-im-Glück-Filialen und weiteren Gastro-Konzepten von Quick- bis Fullservice. Aber auch Hotels und der Einzelhandel zählen zum möglichen Kundenkreis. Aktuell ist Andreas Steinbeißer mit mehreren Interessenten aus unterschiedlichen Branchen im Gespräch. In den nächsten sechs Monaten soll die Plattform in 300 Filialen in Betrieb sein. Auch die Technik wird weiter ausgebaut. Die Smartphone-Fähigkeit ist geplant. Später soll sell & pick auch auf der Smartwatch laufen.

der Chef kann sich bei allen bedanken. Wir haben dafür die „Cheers“ eingeführt. Es wird viel gelobt!

**Wenn so viele Informationen über das Tablet ausgetauscht werden, bleibt das persönliche Gespräch auf der Strecke, oder?**

Nein, überhaupt nicht! Die Mitarbeiter können sich während der Schicht organisieren. Die Kommunikation nimmt zu. Außerdem trägt so ein System dazu bei, die Branche bei jungen Leuten attraktiver zu machen. Die Digitalisierung ist ein wichtiger Faktor, um die Millenials zu begeistern.

**Und was kostet das alles?**

Als SaaS-Lösung wird sell & pick für 1,99 € pro Tag und aktivem Mitarbeiter angeboten. Dazu kommt eine Monatsgebühr ab 59 €. Bei 20 Mitarbeitern und 360 Öffnungstagen sind das 16 Cent pro Tag und Mitarbeiter. Optional bieten wir auch speziell konfigurierte Tablets mit Designer-Halterungen in verschiedenen Farben, Materialien und Preisklassen.