

## **Lesefestival: Ex-Manager Andreas Straub beschreibt in seinem Buch die Firmenpolitik des Discount-Riesen / „Schikane als Methode“**

### **Aldi von innen: Wer aufbegehrt, fliegt**

Bensheim. Mit 22 Jahren heuert Andreas Straub bei Aldi an. Der junge Mann legt eine rasante wie steile Karriere hin. Nach drei Jahren schmeißt er hin und schreibt ein Buch über das Betriebssystem des großen Discounters. Ein Konzept aus Kontrolle, Angst und Einschüchterung. Die Essenz: Neben der rigiden Preispolitik fährt der billige Branchenprimus eine nicht minder brutale Personalpolitik.

Der Betriebswirt begann 2007 als Trainee bei Aldi Süd und wurde mit 23 Jahren der jüngste Bereichsleiter des Unternehmens. Er selbst war Teil eines "menschenverachtenden Systems", wie er in Bensheim erklärt. Am Montag präsentierte Straub im Rahmen des Lesefestivals sein Buch "Aldi - einfach billig" im voll besetzten Bacchus-Keller.

Da plauderte einer aus dem Nähkästchen einer Geldmaschine, der die internen Strukturen aus nächster Nähe kennt. Nein, Hausverbot habe er nicht, sagt er nach der Veranstaltung. Der "Verräter" ist heute selbstständig und betreibt ein Modelabel. Der Einzelhandel dürfte für Straub ein für alle Mal gestorben sein.

Angenehm ist: Er berichtet ohne Schaum vorm Mund. Das Unternehmen habe ihn fasziniert. Die straffe und schlanke Organisation. Der Asket unter den Lebensmittelläden. Doch die Inhaber gehören zu den reichsten Menschen Deutschlands. Straub lockt das Gehalt, immerhin 60 000 Euro und ein Dienstwagen mit Tankkarte. Nach dem Studium wollte der Neueinsteiger schnell Verantwortung übernehmen und eigene Entscheidungen treffen.

### **Eigenes Denken nicht erwünscht**

Nach kurzer Zeit leitet er bis zu acht Filialen. Er setzt Anordnungen um und leistet sich einen Hauch zu viel Eigendynamik. "Eigenes Denken ist bei Aldi nicht gern gesehen." Es gehe darum, Befehle umzusetzen. Straub arrangiert sich mit dem Prinzip - trotz des immensen Leistungsdrucks, der den Frischling wie alle Kollegen erreicht. Als Trainee muss er ein Vierteljahr an die Discounter-Front in die Regal-Tiefebene. Arbeitszeiten: Sechs bis 21 Uhr.

Schon in den ersten Tagen bekommt er mit, wie langjährige Mitarbeiter mürbe gemacht und weichgekocht werden, bevor sie ihren Aufhebungsvertrag in Empfang nehmen. "Schikanen sind Alltag und Methode", kommentiert er in Bensheim. Wer nicht ins System passt, werde herausgemobbt. Jüngere Mitarbeiter werden auf Linie gebracht.

Als ehemaliger Aldi-Süd-Manager hatte Andreas Straub die mediale Berichterstattung über die schlechten Arbeitsbedingungen ins Rollen gebracht. Mitarbeiter würden ausgehorcht, videoüberwacht und systematisch demontiert. Es gibt exzessive und zum Teil auch manipulierte Testkäufe, bei denen das Kassenpersonal keine Chance habe. Fast jeder Verkäufer sammelt Abmahnungen. Er selbst hat das Spiel mitgemacht und im Aldi-Modus durchaus funktioniert. Für Abmahnungen hatte Straub einen Abreißblock.

"Das Prinzip Aldi beruht allein auf Kosteneffizienz." Der Anspruch: Billig um jeden Preis. Die Belegschaft zahlt drauf. Der Mensch ist ein variabler Kostenfaktor. Wer am besten die Personalkosten drückt, steige am schnellsten die Karriereleiter auf. Der extreme Wettbewerb zwischen den rund 30 Regionalgesellschaften wird nach unten weitergegeben. "Es funktioniert", so Straub über Druck als leistungssteigerndes Mittel.

Der Kreativität der Bereichsleiter sind keine Grenzen gesetzt. Es gebe Mitarbeiter, die abgemahnt wurden, weil sie unrasiert waren. Betriebsräte hätten keine Chance. Zur Not gründet Aldi selbst welche, die mit ausgesuchten Mitläufern besetzt werden, so der Ex-Manager weiter.

Selbst die Freundlichkeit der Mitarbeiter ist knallhart standardisiert. "Wer nicht mitspielt, ist ganz schnell raus." Von Kündigung spricht intern keiner. "Herausnehmen", heißt das im Aldi-Jargon. Kontakte, freundschaftliche sowieso, zwischen Kollegen aus unterschiedlichen Hierarchieebenen werden von der Konzernleitung verboten.

Mit seinem Insider-Report kratzt Andreas Straub am noch immer recht sauberen Image von Aldi. Er glaubt nicht, dass er an den festen Strukturen etwas ändern kann. Vielmehr will er den Verbraucher aufklären über die Welt hinter den Kulissen der Niedrigpreise. Damit enttarnt er nicht nur die Aldi-Tricks, sondern die Strategien aller Discounter. "Netto ist derzeit am extremsten." Auch bei Lidl hat er sich beworben. Schon mit journalistisch gefärbten Hintergedanken, wie er bekennt. Das Billigheimer-Prinzip ist längst Standard. Aldi wirkt nachhaltig. *tr*

© *Bergsträßer Anzeiger, Mittwoch, 10.10.2012*