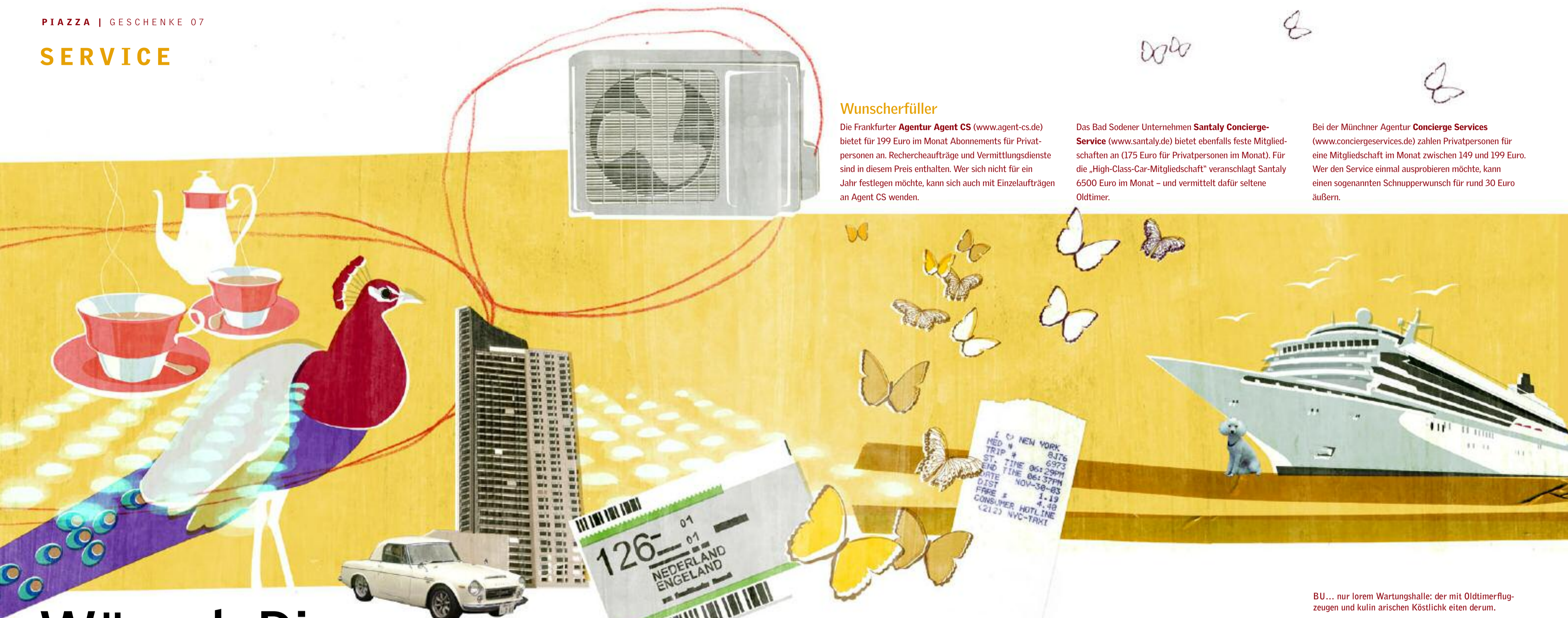


SERVICE



Wünsch Dir was

Keine Zeit für die Urlaubsplanung, keine Idee für das Weihnachtsgeschenk? Jens Schlangenotto schafft Abhilfe: Mit einem Schulfreund hat er in Frankfurt einen Convenience-Service gegründet und erfüllt anderer Leute Wünsche.

Jens Schlangenotto macht Menschen glücklich. Er hat zum Beispiel dafür gesorgt, dass eine Braut auf ihrem Hochzeitsfest tausend Schmetterlinge aufsteigen sah, dass eine Tierliebhaberin in den Sommerferien ihren Pfau versorgt wusste oder dass ein Tee-Trinker an seinem Geburtstag ein Heißgetränk aus einer mehr als 50 Jahre alten, japanischen Teesorte schlürfen konnte. Zusammen mit seinem Schulfreund Maik Weiss hat Jens Schlangenotto vor drei Jahren in Frankfurt am Main die Agentur „Agent CS“ gegründet. Die beiden Buchstaben stehen für Convenience-Service, für Komfort und Dienstleistung also. In den Worten des Werbeprospektes heißt das: „Nehmen Sie sich Zeit für die Dinge, die Ihnen wichtig sind. Den Rest erledigen wir. Schnell und zuverlässig.“

Der junge Unternehmer versorgt die einen mit Eintrittskarten zu scheinbar ausverkauften Sportereignissen und setzt die anderen auf Gästelisten vornehmer Feste – Jens Schlangenotto kümmert sich ganz wie ein klassischer Hotelconcierge um seine Kunden, wie damals Michael J. Fox in dem Hollywoodfilm „Ein Concierge zum Verlieben“. Trotzdem gibt es einen Unterschied zur Hauptfigur in der romantischen Komödie: „Wir sind nicht an ein Gebäude, an eine Stadt gebunden.“ Das heißt: Die

Kunden stammen aus ganz Deutschland, einige aus Italien, ein Mann auch aus Kalifornien. Sie spazieren nicht zur Empfangstheke, sondern melden sich aus der Ferne. So kommt es schon einmal vor, dass ihm ein Kunde freitags während einer Besprechung eine E-Mail schreibt, er möge sich doch um ein nettes Hotel fürs Wochenende kümmern. Manchmal kommen auch kurzfristige Anfragen aus dem Ausland. Ein Kunde etwa hat gerade in Manhattan allerhand eingekauft. Jacketts, Handtaschen, Schuhe – mehrere Tragetaschen voll. Nun ist er auf dem Weg zum Flughafen und möchte wissen: Wie sehen wohl die aktuellen Zollbestimmungen in Deutschland aus? Jens Schlangenotto bittet um zwei, drei Minuten Geduld und macht sich ans Werk.

Sein Werk, das bedeutet meist Internetsuche und auch Telefonrecherche. „Wenn man etwas nicht auf Anhieb herausfindet, muss man eben hartnäckig sein“, sagt er. Ist diesmal aber gar nicht vonnöten. Wenige Klicks später kennt er die Zollbestimmungen. Waren im Wert von 175 Euro können Amerikareisende getrost mitnehmen. Bis zu 350 Euro gilt ein Abgabensatz von 13,5 Prozent. Und danach wird es ziemlich teuer.

Der Mann in New York will rasch die Kassenzettel herauskramen und die Preise für Jacketts, Handtaschen, Schuhe zusammenzählen. Schlangenotto legt derweil auf

Wunscherfüller

Die Frankfurter **Agentur Agent CS** (www.agent-cs.de) bietet für 199 Euro im Monat Abonnements für Privatpersonen an. Rechercheaufträge und Vermittlungsdienste sind in diesem Preis enthalten. Wer sich nicht für ein Jahr festlegen möchte, kann sich auch mit Einzelaufträgen an Agent CS wenden.

Das Bad Sodener Unternehmen **Santaly Concierge-Service** (www.santaly.de) bietet ebenfalls feste Mitgliedschaften an (175 Euro für Privatpersonen im Monat). Für die „High-Class-Car-Mitgliedschaft“ veranschlagt Santaly 6500 Euro im Monat – und vermittelt dafür seltene Oldtimer.

Bei der Münchner Agentur **Concierge Services** (www.conciergeservices.de) zahlen Privatpersonen für eine Mitgliedschaft im Monat zwischen 149 und 199 Euro. Wer den Service einmal ausprobieren möchte, kann einen sogenannten Schnupperwunsch für rund 30 Euro äußern.

»Nehmen Sie sich Zeit für die Dinge, die Ihnen wichtig sind. Den Rest erledigen wir.«

Jens Schlangenotto, Geschäftsführer der Agent CS

Und hat nun Zeit, die inzwischen eingetroffenen E-Mails – sechs in einer halben Stunde – und die Liste mit aktuellen Aufträgen – sie besteht aus 40 Punkten – zu begutachten. Zum Beispiel müssen ein Strohhut besorgt und eine Klimaanlage repariert werden.

Zwischentitel

Typisch aber ist die Anfrage nach einem Ferienhäuschen am Comer See. Denn die meisten Kunden bitten Schlangenotto, den Urlaub für sie zu planen. Wenn es sich um einen neuen Auftraggeber handelt, bringt der frühere Hotelfachmann zunächst die Vorlieben des Klienten in Erfahrung: Erkundet er lieber Städte oder Strände? Wohnt er eher luxuriös oder rustikal? 200, manchmal 300 Mails werden ausgetauscht, bis der Kunde schließlich in ein Flugzeug steigt, das ihn an sein Reiseziel bringt.

„Wissbegierig sein“ ist laut Jens Schlangenotto die erste Voraussetzung für seinen Beruf. Dass in der letzten Septemberwoche unzählige Models über Mailänder Laufstege stolzieren, dass in der ersten Oktoberwoche 100 Jahre alte Schoner vor Saint Tropez kreuzen – solche Informationen sammelt er Tag für Tag, um den Klienten

Vorschläge für ihre Ferien machen zu können. An zweiter Stelle folgt das Faible für akribische Recherchearbeit.

Und drittens verlangen die Kunden von Jens Schlangenotto Verschwiegenheit. Deshalb nennt der Mann mit den grauen Schläfen auch keine Namen. Nur so viel sei verraten: Etwa 80 Personen sind sogenannte Mitglieder, das heißt, sie haben die Dienstleistungen fest abonniert. Rund 300 Kunden melden sich unregelmäßig, fragen wegen einzelner Aufträge an.

Bei all den vielen Wünschen, die er anderen erfüllt, legt Jens Schlangenotto Wert darauf, sich selbst Dinge zu gönnen, die ihm am Herzen liegen. So plant er etwa, mit seinen Kollegen ein neues Büro dicht an den Frankfurter Bankentürmen zu beziehen, um ganz in der Nähe potentieller Kunden zu sein. Wichtig ist ihm aber noch etwas anderes: Der leidenschaftliche Fußballfan möchte Bayern München wieder häufiger live im Stadion sehen, und zwar mindestens sechsmal pro Saison. ◉

Text: Inka Wichmann, Fotos: Claus Setzer

BU... nur lorem Wartungshalle: der mit Oldtimerflugzeugen und kulin arischen Köstlich eiten derum.

