

Wissenstransfer

Herausforderung für Lieferanten

Gerade in der DIY-Branche gilt: Der wissende Endkunde kauft mehr. Nur wenn er in der Lage ist, die angebotenen Produkte auch richtig zu verwenden und einzusetzen, wird er diese im Baumarkt kaufen.

Fachwissen ist ein mächtiges Instrument im eigenen Marketingmix, welches aktuell noch unterschätzt wird. Für den Lieferanten gibt es drei wichtige Hauptzielgruppen, die über ausreichendes Fachwissen verfügen müssen. Dabei handelt es sich um die Mitarbeiter im eigenen Unternehmen, die Baumarktmitarbeiter und die Endkunden. Diese müssen zielgruppenspezifisch angesprochen werden, damit das Wissen auch tatsächlich dort ankommt. Gleichzeitig muss der Lieferant sicherstellen, dass die Wissensproduktion und -pflege im eigenen Unternehmen auch effizient organisiert ist, damit redundante Arbeiten möglichst vermieden und die Zielgruppen aus einem zentralen Wissenspool unterstützt werden. Zu diesem Zweck muss eine für das eigene Unternehmen passende Wissensstrategie formuliert und auf dieser Grundlage die unterstützenden Prozesse, Technologien und Maßnahmen ausgewählt und eingeführt werden.

Zielgruppe Baumarktmitarbeiter

Lieferanten unternehmen traditionell vielfältige Anstrengungen (Webseiten, Schulungen, Broschüren usw.), damit der einzelne Mitarbeiter auf der Großfläche als wichtigste Schnittstelle zum Endkunden auch über das für den Verkauf notwendige Fachwissen verfügt. Dabei gelingt es aber nur selten, dass ein nachhaltiger Wissenstransfer erreicht wird. Gründe dafür liegen u.a. in den bestehenden Rahmenbedingungen des Handels, die durch eine dünne Personaldecke, hohe Mitarbeiterfluktuation, Zentralisierung von

Aufgaben, geringe explizite Lern- und Fortbildungszeiten usw. charakterisiert sind. Auf Lieferantenseite wird das Wissen sehr oft zu marketinglastig und produktzentriert aufbereitet, so dass die Zielgruppe im Baumarkt überfordert ist und damit nicht ausreichend erreicht wird. Der Wunsch nach Differenzierung gegenüber den Mitbewerbern erweist sich somit als Illusion.

EU-Projekt RELOAD

Mit diesem Themenbereich hat sich in den vergangenen zwei Jahren das EU-Projekt RELOAD (www.reload-produktwissen.eu) beschäftigt. Ein Konsortium, bestehend aus Baumarktketten, Lieferanten, Universitäten, Verbänden und Dienstleistern, hat

ded Learning) in den Baumärkten unterstützt und den Wissensfluss von Lieferanten in Richtung der Baumarktmitarbeiter optimiert und für beide Seiten effizienter gestaltet.

Fazit

Es gibt auf Seiten der Lieferanten und der Baumarktketten ein großes Optimierungspotential für den Wissenstransfer von Fachwissen. Durch die intensivere Zusammenarbeit beider Seiten wird der einzelne Baumarktmitarbeiter als wichtigste Schnittstelle zum Endkunden noch besser in die Lage versetzt, seiner Aufgabe nachzukommen. Lieferanten können das in diesem Sinne aufbereitete Fachwissen auch für weitere Zielgruppen (Endkunden, eigene Mitarbeiter usw.) nutzen.



Baumarktmitarbeiter wissen mehr. In RELOAD werden bedarfsorientierte Lernkonzepte entwickelt, die sich zielgruppengerecht an den Bedürfnissen der Mitarbeiter ausrichten.

den Wissensfluss von herstellereigenem Fachwissen in Richtung der Baumärkte und Baumarktmitarbeiter untersucht und in der Praxis getestet. Ergebnis ist eine Wissensplattform, welche mit Hilfe des sogenannten Microtraining-Konzeptes formelle und informelle Lernprozesse (selbstgesteuertes Lernen, Face-to-Face, Blen-

Thomas Leege, Geschäftsführer der GERLEE Unternehmensberatung, und Klauspeter Schulz, Leiter Personalentwicklung bei Globus Fachmärkte, stellen zum Baumarktkongress das EU-Projekt RELOAD ausführlich vor. Genauer Termin: 02. Dezember 2009, 11:00 Uhr. ▣