

Baumarktwissen – die Wissensplattform

Es macht Sinn, dass Lieferanten und Baumarktketten in der Do-it-yourself-Branche enger zusammenarbeiten, so dass Produkt-, Anwendungs- und Projektwissen (Fachwissen) möglichst effizient entlang der Wissenswertschöpfungskette in Richtung der Baumarktmitarbeiter fließt. Anders können die aktuellen und zukünftigen Herausforderungen, welche durch die große Anzahl an Produkten und die Schnelligkeit der Produktinnovationen entstehen, bei der Wissensaktualisierung der Baumarktmitarbeiter nicht gemeistert werden. Das EU-Projekt RELOAD hat hier mit Hilfe neuer Lernkonzepte eine Wissensplattform als Lösungsansatz entwickelt und in der Praxis gemeinsam mit Herstellern und Baumarktketten getestet.

Im Oktober 2007 wurde das EU-Projekt RELOAD (www.project-reload.com/www.reload.produktwissen.eu) von einem Konsortium, bestehend aus Baumarktketten, Herstellern, Universitäten, Verbänden und Dienstleistern, initiiert, um den Wissensfluss von herstellereigenem Produkt-, Anwendungs- und Projektwissen (Fachwissen) in Richtung der Baumärkte und Baumarktmitarbeiter zu optimieren und effizienter zu gestalten. Im Vordergrund des Projektes stand dabei die Heranführung der Beschäftigten der Do-It-Yourself-Branche an ein mediengestütztes, selbstgesteuertes Lernen. Selbstgesteuert bedeutet, dass die Mitarbeiter selbst entscheiden können, wann sie welche Informationen aus dem zur Verfügung gestellten Lern- und Informationsangebot nutzen möchten.

Das informelle Lernen (= Lernen im Arbeitsfluss) ist dabei besonders geeignet für die Rahmenbedingungen in den Baumärkten und wird durch die Microtraining-Methode unterstützt. Microtraining beinhaltet kurze und standardisierte Lerneinheiten, die mit einem Umfang von ca. 10 bis 15 Minuten optimal in den Arbeitsalltag integrierbar sind. Diese Methode ermöglicht es den Mitarbeitern, schnell und gezielt Wissen abzurufen und mit anderen zu teilen. Die Microtraining-Methode kann darüber hinaus auch für formelle Lernprozesse eingesetzt werden.

Als Lösungsansatz wurde im Rahmen des EU-Projektes eine auf lerntheoretischen Konzepten basierende Wissens-

plattform entwickelt, in den Baumärkten getestet und ihre Nutzung evaluiert.

Bedarfsanalyse

Schon während der am Anfang des RELOAD-Projektes durchgeführten Bedarfsanalyse zeigte sich, dass die täglichen Anforderungen an den einzelnen Baumarktmitarbeiter sehr hoch sind. Nicht nur, dass er die baumarktspezifischen Kernprozesse (Warenwirtschaft, Kasse, grundlegende Strukturen und Abläufe usw.) so-

wie den grundsätzlichen Verkaufs- und Beratungsansatz des eigenen Unternehmens perfekt beherrschen muss. Er muss darüber hinaus auch in der Lage sein, den Kunden kompetent über die (in einem durchschnittlichen Baumarkt) angebotenen 60.000 bis 80.000 Produkte und deren Anwendung zu beraten sowie ihn bei der Umsetzung seiner „Projekte“ zu unterstützen. Die dünne Personaldecke, hohe Mitarbeiterfluktuation, permanente Produktinnovationen sowie die spezifischen Rah-

Überblick über die Wissenszugänge der RELOAD-Plattform.

menbedingungen des Arbeitens „auf der Großfläche“ (z.B. starke Kundenorientierung, geringe explizite Lern- und Fortbildungszeiten) sind weitere wichtige Rahmenfaktoren.

Dabei trifft der Baumarktmitarbeiter immer häufiger auf „moderne Kunden“, die sich vor dem Besuch eines Baumarktes über das Internet und andere Medien detailliert informiert haben. Unter diesen Rahmenbedingungen muss sich der einzelne Baumarktmitarbeiter als wichtigste Schnittstelle zum Kunden behaupten, damit die Baumarktkette Wettbewerbsvorteile durch Fachwissen erreichen kann. Gleichzeitig ist dies wichtig zur Sicherung des eigenen Arbeitsplatzes. Insbesondere für Mitarbeiter, die über wenig Erfahrungen und Zugang zu modernen Informationsquellen wie das Internet verfügen, stellt dies eine große Herausforderung dar.

Die Lieferanten sind eine wichtige Quelle für Fachwissen und haben ein großes Interesse daran, dass dieses Wissen zum einzelnen Baumarktmitarbeiter gelangt. Aus diesem Grund werden von Seiten der Industrie vielfältige Anstrengungen unternommen (Webseiten, Schulungen, Broschüren, Lernplattformen, besondere Veranstaltungen, Gewinnspiele usw.), die jedoch zu Teilen verpuffen und nicht in der Zielgruppe ankommen. Oft wird versucht, das eigene Unternehmen und die eigenen Produkte möglichst differenziert darzustellen und sich damit von den Mitbewerbern abzuheben. Dies führt jedoch dazu, dass die Baumarktmitarbeiter durch die unüberschaubare Menge an Wissen in unterschiedlichsten Formaten, vielfältigen Speicherorten und Zugangsmöglichkeiten sowie die oft zu werbliche Aufbereitung überfordert sind oder diese Angebote sogar ablehnen. Ergebnis ist, dass zwar eine Differenzierung zum Mitbewerber stattfindet, aber die Zielgruppe



Thomas Leege, GERLEE Unternehmensberatung, Köln ist der maßgebliche Initiator des RELOAD-Projektes.

nicht ausreichend und nachhaltig erreicht wird.

Beide Seiten (Lieferanten und Baumarktketten) haben ein gemeinsames Interesse daran, dass die notwendige Fachkompetenz auf Seiten der Baumarktmitarbeiter aufgebaut und nachhaltig aktuell gehalten wird. Nur durch eine intensive Zusammenarbeit kann der „moderne Kunde“ in Zukunft an den Baumarkt gebunden werden.

Erkenntnisse des Projektes

Das Projekt befindet sich aktuell noch in der finalen Testphase in den teilnehmenden Baumarktketten. Es können jedoch bereits zum jetzigen Zeitpunkt die folgenden Erkenntnisse und Ergebnisse formuliert werden:

Auf Seiten der Baumarktketten besteht ein großer Bedarf, dass herstellerepezifisches Produkt- und Anwendungswissen von Seiten der Lieferanten in einem einheitlichen Standard und über einen zentralen Zugangspunkt zur Verfügung gestellt wird. Dies vereinfacht die aktuell sehr aufwendige Beschaffung und Aufbereitung von Fachwissen und ist die Grundlage, um dieses für den Verkauf notwendige Wissen effizient zum eigenen Mitarbeiter zu transportieren.

Die Zielgruppe der Baumarktmitarbeiter wurde bereits sehr frühzeitig mit in das Projekt eingebunden und kam sehr gut mit der RELOAD-Plattform zurecht. Für die Nutzung der Plattform war nur

ein geringer Einarbeitungsaufwand notwendig. Die in der Pilotphase verfügbaren knapp 60 Lerneinheiten und 1.000 Lexikonbegriffe wurden positiv bewertet; ebenso die angebotenen Wissenszugänge (Lexikon, Kurse, Anwendungshaus, Suchfunktion). Hauptkritikpunkt von Seiten der Mitarbeiter war, dass der in der Pilotphase verfügbaren Contents noch nicht ausreichend für einen Produktivbetrieb ist, da viele Themenbereiche noch nicht abgedeckt werden.

Als ein wichtiger Hemmfaktor stellte sich die PC-Ausstattung in den Baumärkten heraus. Diese ist zum aktuellen Zeitpunkt immer noch nicht ausreichend vorhanden. Die an der Testphase teilnehmenden Baumarktmitarbeiter haben zu großen Teilen von zu Hause und außerhalb ihrer normalen Arbeitszeit mit der Plattform gearbeitet.

In dem Zusammenspiel zwischen Lieferanten und Baumarktketten ergab sich das (erwartete) „Henne-Ei-Problem“. Viele weitere Lieferanten und Baumarktketten haben Interesse an dem Konzept und der Plattform gezeigt. Eine Teilnahme auf Lieferantenseite wurde jedoch oft von der verbindlichen Teilnahme einer größeren Anzahl an Baumarktketten abhängig gemacht. Ebenso wurde von Seiten der Baumarktketten als Voraussetzung für die Teilnahme die Einbindung einer größeren Anzahl an Lieferanten gefordert.

Eine weitere Forderung von Seiten der Lieferanten ist, dass die Nutzung der

Heute gemeinsam handeln
Morgen gemeinsam gewinnen

bau
markt manager

Plattform auf Seiten der Baumärkte eine noch größere Verbindlichkeit erhält, d.h., dass es auf Seiten der Baumärkte verbindliche Prozesse, Vorgaben und Kontrollmechanismen gibt, damit das von den Lieferanten zur Verfügung gestellte Wissen auch tatsächlich genutzt wird. In diesem Fall wären die Lieferanten bereit, die Plattform kontinuierlich mit Fachwissen zu füllen sowie die dafür notwendigen Ressourcen zur Verfügung zu stellen. Die von der TU Delft beigesteuerte Microtraining-Methode ermöglicht unterschiedliche Lernszenarien. Neben dem in der Pilotphase angebotenen selbstgesteuerten Lernen können die Microtraining-Einheiten auch face-to-face oder als Blended-Learning-Einheiten eingesetzt werden. Die beiden letztgenannten Möglichkeiten sind sinnvolle weitere Ausbaustufen. Voraussetzung ist jedoch, dass die Plattform intensiv in die Prozesse und Abläufe des Baumarktes integriert werden. So könnte z.B. der in einem Baumarkt für eine Warengruppe verantwortliche Mitarbeiter die Verpflichtung erhalten, regelmäßig alle neuen Lerneinheiten für seine Warengruppe zu sichten und zu entscheiden, wie und in welchem Umfang er dieses Wissen zu den Fachverkäufern in seinem Verantwortungsbereich weitergibt.

Fazit

Das RELOAD-Projekt konnte einen wichtigen Anstoß für die engere wissens-technische Zusammenarbeit von Lieferanten und Baumarktketten in der DIY-Branche geben. Das gewählte didaktische Konzept (Unterstützung des informellen Lernens und die Microtraining-Methode) für die Baumarktmitarbeiter hat sich bewährt. Trotzdem kann RELOAD nur ein erster Schritt sein, der nach Ende des Projektes kontinuierlich weiter ausgebaut werden muss, damit das Konzept flächendeckend in der Branche zum Einsatz kommt. Besondere Herausforderungen sind dabei die Lösung des „Henne-Ei-Problems“ und die Integration der Wissensplattform in die Prozesse der Lieferanten und Baumarktketten.

Die Plattform wird nach Abschluss des EU-Projektes (Ende 2009) weiter fortgeführt und betrieben. Die Entwicklung eines weitergehenden Betriebskonzeptes war eine wichtige und sinnvolle Anforderung von Seiten der EU.

Es ist geplant, die RELOAD-Plattform als Zusatzmodul in die bereits bestehende Plattform Baumarktwissen (www.baumarktwissen.eu) zu integrieren. Diese im Jahr 2006 an den Start gegangene Plattform stellt aktuell für bereits 6 Baumarktketten (Globus/Hela, Hagebau, Hellweg, Hornbach, Praktiker, Toom) herstellernertrales Grundlagenwissen in 24 Themenbereichen zur Verfügung und erreicht damit bereits direkt und indirekt knapp 15.000 Baumarktmitarbeiter. Zielgruppen sind vor allem Auszubildende und Fachberater (insbesondere Quer- und Neueinsteiger), denen das Grundlagenwissen als personalisiertes und formelles Lernen zur Verfügung gestellt wird. Die Integration von RELOAD in die Plattform Baumarktwissen ermöglicht es, dass ein Baumarktmitarbeiter mit einer Anmeldung gleichzeitig Zugriff auf herstellernertrales Grundlagenwissen und herstellerepezifisches Produkt- und Anwendungswissen erhält. ■

Mit rund 550 Mitgliedsunternehmen in Deutschland, Österreich und Luxemburg betreiben wir erfolgreiche 7 expansive Franchisesysteme für Fachmärkte und Fachhandels-Outlets.

Für unseren Geschäftsbereich **bauSpezi Bau- und Heimwerkermärkte GmbH** suchen wir zum nächstmöglichen Zeitpunkt einen

Vertriebsleiter (Baumarkt) m/w -national-

Das erwarten wir von Ihnen:

Sie verfügen über qualifizierte, berufliche Erfahrungen der DIY-Branche oder aus ähnlichem Umfeld.

Neben fundierten betriebswirtschaftlichen Kenntnissen sollten Sie mitbringen:

- Führungserfahrung
- ziel- und erfolgsorientierte Arbeitsweise
- Überzeugungs- und Abschlussstärke
- Verantwortung im Kosten- und Qualitätsmanagement

Das können Sie von uns erwarten:

Wir bieten Ihnen eine anspruchsvolle vielseitige Tätigkeit in einem modernen, expandierenden Unternehmen:

- eine angenehme Arbeitsatmosphäre
- ein leistungsbezogenes Einkommen
- viel Freiraum für Initiative und Verantwortung

Im Rahmen des NBB-Karriereprogramms bestehen ausgezeichnete Aufstiegsmöglichkeiten in der NBB-Unternehmensgruppe.

Wir freuen wir uns auf Ihre aussagekräftige Bewerbung.



NBB

**NBB DIENSTLEISTUNGSSYSTEME
AKTIENGESELLSCHAFT**

Frau Schmedes
Im Seefeld 9
31552 Rodenberg