

NEUE LÄDEN BRAUCHT DAS LAND

Die Alterung unserer Gesellschaft wird auch tiefgehende Veränderungen bei Ladenlayout, Warenpräsentation und Kommunikation erfordern.

Das Anspruchsniveau der älteren Kunden ist vor allem dort besonders hoch, wo es um die funktionalen Aspekte des Einkaufs geht.

Die Verweildauer in einem Laden wird sich bei Konsumgütern des täglichen Bedarfs künftig vermutlich drastisch verringern und bei Unterhaltungselektronik, Möbel, Einrichtungsgegenständen, Hifi und Hightech vermutlich deutlich verlängern.

Im ersten Fall wird es um Schnelligkeit, Übersichtlichkeit, Preise und Qualität gehen und im zweiten Fall um Kommunikation, Produktpräsentation, Tests und vielleicht sogar Fachsimpeleien, an denen sich Verkäufer und Kunde gleichermaßen kompetent beteiligen. Schwierig wird es in den Vertriebstypen, die beide Bereiche abdecken, wie beispielsweise Warenhäuser oder Baumärkte. Mitarbeiter müssen exakt darauf vorbereitet werden, dass ein und derselbe Kunde in der einen Abteilung sehr viel Aufmerksamkeit verlangt und eine individuelle Beratung erwartet, während er in der anderen Abteilung nicht aufgehalten werden will und nur die Ware selbst im Kopf hat.

Was wollen ältere Kunden grundsätzlich wenn sie einkaufen? Sie wollen ihre altersbedingten Einschränkungen vergessen und kompetente und freundliche Gesprächspartner erleben. Sie gehen in Geschäfte, die benutzerfreundliche Produkte verkaufen und ihnen das Gefühl vermitteln, dass sie gerne gesehen sind. Alles aufgesetzte Gerede vom „König Kunde“ wird genau so kontraproduktiv sein, wie die ewigen leeren Versprechungen, die dann aber faktisch nicht erlebbar sind.

Ältere Kunden werden aber sehr dankbar reagieren, wenn die Marketingstrategie eines Unternehmens ihnen das Gefühl gibt, bekannt zu sein und auch ernst genommen zu werden.

Auch wenn die Lebenserwartung der Kunden immer weiter zunimmt und die Menschen immer länger körperlich fit bleiben, lässt sich der biologische Alterungsprozess nur sehr beschränkt aufhalten. Die Sinnesleistungen nehmen im Laufe des Lebens bei allen Menschen zwangsläufig ab.

■ Sehleistung

Im Laufe des Lebens kann die Sehleistung bis zu 80% abnehmen. Besondere Schwierigkeiten haben ältere Menschen bei schlechter oder zu greller Beleuchtung und im Nahbereich. Auch trägt längst nicht jeder Kunde eine Brille beim Einkauf. Anbieter, die dies nicht berücksichtigen, verzichten freiwillig auf Kundenzufriedenheit und damit auch auf Umsätze.

■ Informationsdarbietung

Heute werden im Handel Kunden eher als Jugendliche angesprochen. Bildwahl, Texte und Sprachstil richten sich zweifelsohne an ein junges Publikum. Ältere Menschen spielen insbesondere im Visual-Marketing immer noch eine untergeordnete Rolle.

Das Marketing muss gerade für ältere Kunden altersgemäße Repräsentationssysteme entwickeln. Ältere Kunden suchen Informationen oft in einer anderen Reihenfolge als junge Kunden. Sie wollen manches sofort wissen, anderes dient ihnen lediglich als Zusatzinformation oder Bestätigung. Auch muss die Schriftgröße so sein, dass die Kunden zur Not auch ohne Brille Orientierung finden. Das gilt für die Preisauszeichnung, für erklärende Texte auf Displays und Hinweisschildern gleichermaßen.

■ Farbwahrnehmung

Das Farbempfinden lässt im Alter spürbar nach. Vor allem blaue und grüne Farbtöne haben auf ältere Menschen eine veränderte Wirkung. Das verwendete Farbspektrum muss altersgemäßer ausgerichtet werden.



Unsere TOPs

- 1/2] Neue Läden braucht das Land
- 2] Work-Life-Balance zur Sicherung der Leistungsfähigkeit
- 3/4] Wissen managen - Probleme lösen
- 4] TOP ACADEMY

Impressum

HERAUSGEBER

Rolf Karges
TOP GmbH BDU
Pestelstraße 2
66119 Saarbrücken
www.top-saarbruecken.de
info@top-saarbruecken.de

INHALT Rolf Karges
LAYOUT Sabine Herber
REDAKTION Rolf Karges,
Sabine Herber
ISSN 1439-510X

» Fortsetzung von Seite 1

Hören

Der Hörsinn ist für soziale Kontakte unentbehrlich. Sprache und Akustik spielen gerade für den Geschäftserfolg eine herausragende Rolle. Dies wird beispielsweise deutlich bei Preisauskünften, bei Beratungsgesprächen oder ganz zum Schluss an der Kasse, wenn die Summe genannt wird, die der ältere Kunde zu zahlen hat. Hat der Kunde hierbei Probleme, hat das einen direkten Einfluss auf die Bereitschaft wiederzukommen.

Alle Nebengeräusche, von Lautsprecheransagen über Betriebsgeräusche von Geräten bis hin zur Hintergrundmusik, entscheiden über das Wohlbefinden des Kunden. Besonders vorsichtig sollte der Handel in Zukunft mit der Wahl der Hintergrundmusik sein.

Wer aus Kostengründen Gema-freie Musik auf Endlosbändern anbietet wird einen großen Teil der Kunden in die Flucht schlagen, anstatt ihn zu einer längeren Verweildauer zu verführen.

Kommunikation

Vereinzelung und Vereinsamung werden herausragende Merkmale unserer Gesellschaft werden.

Schon heute sind in vielen Großstädten Singlehaushalte nicht die Ausnahme, sondern eine ernstzunehmende Größenordnung. Viele ältere Menschen werden vor allem den Handel und die Gastronomie künftig brauchen, um tagsüber überhaupt noch am sozialen Leben der Gesellschaft teilzuhaben.

Gespräche werden im Handel dann nicht nur geführt, um Informationen über ein Produkt oder eine Preisauskunft zu erhalten, sondern aus einer sozialen Unterernährung heraus werden Gesprächspartner gesucht und angesprochen. Die Mitarbeiter im Handel müssen aber darauf vorbereitet werden. Es muss ihnen verdeutlicht werden, dass diese Gespräche keine besondere Art von Sozialarbeit sind, sondern künftig zu den Leistungsmerkmalen eines Kaufmanns und einer Kauffrau gehören.

Die Ware wird künftig um den Aspekt Kommunikation erweitert und somit als Dienstleistung einen erheblichen Zusatznutzen erfahren. Das wird die Kaufbereitschaft und Kundenbindung, gerade der älteren Menschen nachhaltig beeinflussen.



Weitsichtige Händler und Dienstleister werden diese Entwicklungen berücksichtigen. Für alle Branchen gilt gleichermaßen: Die älteren Verbraucher aktiv in alle strategischen Überlegungen einzubeziehen, wird immer mehr zu einer Voraussetzung, die den Unternehmenserfolg in den nächsten Jahren beeinflussen wird.

» Rolf Karges

Work-Life-Balance zur Sicherung der Leistungsfähigkeit

Immer mehr wird von immer weniger Menschen in den Betrieben geleistet. Das hinterlässt Spuren. Die Aufgabenfülle ist gerade bei Führungskräften in den vergangenen Jahren deutlich gestiegen. Die Arbeitszeit hat sich zwangsläufig verlängert und die Erholungsphasen sind dadurch kürzer. Auch ist der psychische Druck gestiegen, berichten Manager immer wieder.

Viele Führungskräfte sind permanent „auf dem Sprung“ und hetzen von Ort zu Ort, von Projekt zu Projekt. Dennoch müssen sie stets fit sein, frisch wirken und ganz bei der Sache sein. Die Erwartungen und Ansprüche von Vorgesetzten, Mitarbeitern und Kunden sind hoch, egal wie übermüdet und überarbeitet die Führungskraft vielleicht ist.

Führungskräfte sind heute dauerhaft ganz besonderen Belastungen ausgesetzt und benötigen Wege, sich die Freude am Beruf, die Leistungsfähigkeit sowie die Gesundheit zu erhalten.

Von Unternehmensseite wird dies immer noch als Privatsache angesehen und Führungskräfte schenken dem Thema nach wie vor zu wenig Beachtung.

Erst Krankheiten oder das so genannte „Burn-out-Syndrom“ rütteln Unternehmen und Führungskräfte wach. Bei vielen Unternehmen, die in den letzten Jahren permanent alles von ihren Führungskräften gefordert haben, zeigt sich dieses Phänomen oft gleichzeitig bei vielen Personen und lähmt ganze Hierarchieebenen. Manchmal wird erst gehandelt, wenn die Führungskraft durch schwere Krankheit oder durch Erschöpfung langfristig ausfällt.

Work-Life-Balance ist ein Zukunftsthema, für Unternehmen und Führungskräfte gleichermaßen. Es ist nicht nur ein soziales Thema, sondern insbesondere auch ein betriebswirtschaftliches. Wurde noch vor Jahren damit kokettiert, dass das Gehalt eigentlich ein „Schmerzengeld“ sei, zeigen sich heute in unverblümter Weise, die Folgen von jahrelangem Raubbau an der Gesundheit und dem psychischen Wohlbefinden.

Work-Life-Balance bedeutet eine neue, intelligente Verzahnung von Arbeits- und Privatleben, von Anspannung und Entspannung, von Arbeit und Leben, um einer veränderten und sich dynamisch verändernden Arbeitswelt kraftvoll begegnen zu können. Entsprechende Maßnahmen sollten also darauf abzielen, erfolgreiche Berufsbiografien unter Rücksichtnahme auf private, soziale, kulturelle und gesundheitliche Erfordernisse zu ermöglichen. Ein ganz zentraler Aspekt ist natürlich die Balance zwischen Familie und Beruf.

Denn eins ist klar: Wir haben es in der Wirtschaft nicht bald geschafft, sondern es fängt vermutlich jetzt erst richtig an, will sich Deutschland auch künftig international behaupten.

» Rolf Karges

WISSEN MANAGEN - PROBLEME LÖSEN

Wissensmanagement ist in aller Munde

Nach der Wissensmanagement-Marktstudie „Wissen und Information“ der Fraunhofer Gesellschaft halten 92 % der deutschen Unternehmen Wissensmanagement für wichtig bis sehr wichtig. Doch was verbirgt sich hinter dem scheinbar so geläufigen Wissensbegriff? Was gilt es zu managen und mit welchem Ziel? Welche spezifischen Aufgaben stellen sich den „Wissensarbeitern“ von heute im Vergleich zu den Produktionsarbeitern tayloristischer Prägung? Welcher Kompetenzen bedarf es, um dem Ziel des Wissensmanagement näher zu kommen?

Was ist Wissen?

Den Zugang zu diesen Fragestellungen eröffnet eine Begriffsbestimmung des Wortes Wissen selbst.

Ein namhafter Experte und Mitbegründer der Wissensmanagementdiskussion im deutschsprachigen Raum, Prof. Dr. Gilbert Probst von der angesehenen Universität St. Gallen, beschreibt in seinem Buch „Wissen managen“ den Wissensbegriff wie folgt: „Wissen bezeichnet die Gesamtheit der Kenntnisse und Fähigkeiten, die Individuen zur Lösung von Problemen einsetzen. Wissen stützt sich auf Daten und Informationen, ist im Gegensatz zu diesen jedoch immer an Personen gebunden.“

Gleichwohl findet sich im philosophischen und wissenschaftlichen Diskurs keine präzise und übergreifend anerkannte Definition. Je nach Zusammenhang und Intention wird von Wissen mit unterschiedlicher Akzentuierung gesprochen. Das Spektrum des Verständnisses von Wissen reicht von unternehmensspezifischen Informationen und Daten, die in vernetzten „Wissensdatenbanken“ verwaltet werden, bis hin zu Wissen als Lernziele der betrieblichen Aus- und Weiterbildung.

Mit Wissen Probleme lösen

Schon Albert Einstein stellte fest, dass wir Probleme nicht mit den Denkmustern lösen können, die zu ihnen geführt haben.

Der Aspekt der individuellen Problemlösefähigkeit öffnet eine praktische Perspektive auf die Zielstellung des betrieblichen Wissensmanagement, die mit Blick auf die sich stetig verändernden Aufgaben immer wichtiger wird. Mitarbeiter müssen heute im betrieblichen Arbeitsalltag mannigfaltige Probleme lösen, die abseits von betrieblichen Standards und Routineaufgaben nach einer individuellen Lösung verlangen.

Diese Probleme können groß oder klein, komplex oder einfach, bekannt, erwartet oder völlig überraschend und neu sein. Wissensmanagement muss im Sinne der individuellen Problemlösekompetenz ein pragmatisches Inventar an Problemlösetechniken beinhalten bzw. zur Verfügung stellen. Dies setzt den flexiblen Umgang mit organisatorischen Regeln und Routinen voraus. Innovationen werden erst dadurch möglich, dass wir neues Wissen erschließen und mit vorhandenem Wissen kreativ, d. h. anders als bisher verfahren.

Das bedeutet im Einzelfall auch, gegen geltende Verfahrensweisungen zu verstoßen.



Routinen überwinden

Die Beratungspraxis zeigt jedoch immer wieder, wie sehr wir in unseren Routinen verhaftet sind.

Mit unserem Tun reproduzieren wir organisatorische Standards, indem wir wie selbstverständlich auf unsere scheinbar bewährten Denkmuster zurückgreifen.

Diese Strategie verhilft uns bei alltäglichen Aufgaben zu schnellen Lösungen. Eben deshalb sind Organisationen allerorten bemüht, durch einheitliche Vorschriften effiziente Abläufe zu gewährleisten. In nicht alltäglichen Problemsituationen stehen diese Routinen und Standards jedoch einer Lösung im Wege. Ein wichtiger Schritt zur effizienten Problemlösung besteht folglich darin, diese impliziten Routinen durch Kreativität zu überwinden.

Kreativität ist lernbar

Jedem Menschen wohnt ein kreatives Potenzial inne, das förderbar und nutzbar ist.

Die Kreativitätsforschung konnte ungeachtet vieler nach wie vor offener Fragen den Mythos widerlegen, wonach Kreativität nur einigen wenigen Genies angeboren sei und damit für den Großteil der Menschen unerreichbar bleibe.

Voraussetzung für eine kreative Problemlösung ist dabei, dass vier Phasen des Problemlöseprozesses systematisch umgesetzt werden:

1] Analyse- und Kritikphase:

In dieser Phase geht es darum, das Problem mit Blick auf die möglichen Umfeldeinflüsse zu analysieren und kritisch zu hinterfragen. Am Ende dieser Phase steht die systematische oder auch unbewusste Hypothesenbildung über mögliche Ursache-Wirkungs-Beziehungen.

2] Planungsphase:

In dieser Phase werden die identifizierten Lösungsvarianten systematisch ausgearbeitet und hinsichtlich ihrer Kosten-Nutzen-Relation überprüft und gegenüber gestellt.

3] Entscheidungsphase:

In der Entscheidungsphase werden Kriterien zur abschließenden Bewertung der Lösungsvarianten entwickelt. Auf dieser Grundlage wird die Wahl für eine der ausgearbeiteten Lösungen getroffen.

4] Umsetzungs- und Bewertungsphase:

Die favorisierte Lösung wird umgesetzt und anhand der definierten Bewertungskriterien überprüft.

» Fortsetzung von Seite 3

Problemlösetechniken anwenden

Für die systematische Bearbeitung der genannten vier Phasen im Kreativitäts- und Problemlöseprozess empfiehlt es sich, gezielt auf Problemlösetechniken zurückzugreifen.

Durch konsequente Anwendung dieser Verfahren können die impliziten Handlungsmuster sichtbar gemacht und überwunden werden. Diese Techniken sind i. d. R. leicht zu erlernen und sind eben deshalb auch praxisnah einsetzbar. Interessanterweise stehen sie in den Unternehmen oftmals in Form materieller Hilfsmittel (Werkzeuge), in Form vorgefertigter Handlungsschemata und in Form von allgemein anwendbaren, abstrakten Problemlösestrategien zur Verfügung. Allerdings gleicht der Werkzeugkoffer im Unternehmen eher dem in einer Tüftlergarage.

Alles ist vorhanden, es fragt sich bloß wo. Nicht selten existieren Problemlöseverfahren und bewährte Muster als Insellösungen, die im Unternehmen jedoch stetig neu erfunden werden. Statt stetig neue Regeln, Vorschriften und Verfahrensanweisungen zu produzieren empfiehlt es sich, gezielt Techniken und Werkzeuge zur kreativen Problemlösung zur Verfügung zu stellen.

Problemlösen trainieren

Hier setzt ein systematisches Training bewährter Problemlösestrategien an. Ziel ist es Kreativitätstechniken zu erlernen, um Reflexionsprozesse gezielt in Gang setzen zu können. Darüber hinaus beinhaltet ein Training die Anwendung geeigneter Analyseverfahren, die je nach Problembeschaffenheit dabei helfen, die Ursache-Wirkungs-Beziehungen der unterschiedlichen Einflussfaktoren aufzudecken. In der Folge gilt es, Lösungsvarianten zu generieren und diese in ihren Auswirkungen durchzuspielen. Schließlich muss im Rahmen der zur Verfügung stehenden Handlungsoptionen eine Entscheidung getroffen werden. Dieser Problemlöseprozess kann durch ein entsprechendes Training abgebildet und eingeübt werden. Die unterschiedlichen Techniken und ihre Anwendung werden im Zusammenhang des jeweiligen Prozessschrittes eingeführt und eingeübt.



Auf diese Weise lernen die Teilnehmerinnen und Teilnehmer, die eigenen Routinen zu erkennen und gezielt zu überwinden.

Fazit

Wissen bezeichnet die individuelle Fähigkeit, Probleme erfolgreich lösen zu können. Hierbei sind die Wissensarbeiter in den heutigen Organisationen in immer stärkerem Maße darauf angewiesen, Problemlösungen abseits der organisatorischen und individuellen Routinen zu finden. Problemlösetechniken stellen konkrete Werkzeuge zur Verfügung, um die eigenen Muster und Strategien gezielt zu hinterfragen und alternative Handlungsoptionen zu entwickeln. Der professionelle Einsatz dieser Techniken wird mehr und mehr zur Schlüsselqualifikation. Nicht stetig neue Verfahrensanweisungen zum Umgang mit den unterschiedlichsten Situationen sind das Ziel, sondern die Befähigung jedes Einzelnen, mit immer wieder neuen Problemstellungen flexibel und lösungsorientiert umzugehen.

» Oliver Zimmermann

E-LEARNING

Home Suchen Profil Willkommen Gabi Gast Logout

TOP ACADEMY

OPEN SOURCE

Die TOP Academy hat im Herbst diesen Jahres einen Relaunch hinter sich gebracht und kleidet sich ab sofort im gleichen Design wie die TOP-Homepage - und da sich ein professioneller Relaunch nicht nur aus einer neuen Hülle für den gleichen Inhalt auszeichnet, wurde grundlegendes verändert. Natürlich stand dabei vor allem die Benutzerfreundlichkeit und Barrierefreiheit im Vordergrund.

In Zeiten von Web 2.0 und Open-Source-Technologie war es uns ein Anliegen, eine individuell erweiterbare Plattform ins Leben zu rufen. Dabei haben wir in der evaco GmbH (www.evaco.de) aus Duisburg einen professionellen Partner gefunden. Das „Grundgerüst“ hierfür wurde für das Online Studienprogramm Educational Media, einem weiterbildenden Masterprogramm der Universität Duisburg-Essen, entwickelt.

Wie es sich für ein professionelles Open-Source-Modell gehört, können individuelle Ansprüche und Wünsche geäußert und eingebunden werden - damit war also die neue TOP Academy geboren. Hinsichtlich unserer langjährigen Erfahrung im Blended-Learning-Bereich wussten wir schnell, welche didaktischen und lernorganisatorischen Anforderungen für unsere Lerner bestehen und haben genau diese in die Entwicklung eingebracht.

Die TOP Academy eignet sich besonders für zeitgesteuerte Lernaktivitäten im Rahmen von Distance-Education, die unter Betreuung in kleineren Lerngruppen (innerhalb eines Kurses) stattfindet. Sie bietet die Möglichkeit, Lernmaterial in unterschiedlicher medialer Aufbereitung bereitzustellen. Der Content ist strukturiert nach Kursen, Lerneinheiten und Dokumenten.

Folgende Merkmale zeichnen unser neues Learning-Management-System aus:

- getaktete (zeitplangesteuerte) und ungetaktete Lernangebote
- Einrichtung und Unterstützung von Arbeitsgruppen als Untergruppen eines Kurses
- Zuordnung von Tutoren zu Arbeitsgruppen
- Versand und Bearbeitung von Lernaufgaben
- Einstellen von Dokumenten in die Digitale Bibliothek
- Anfertigen/Anhängen von (privaten und öffentlichen) Notizen an alle Lernobjekte
- Einbindung beliebiger Dateiformate
- Wiederverwertbarkeit von Dokumenten in Kursen
- Kommunikation über Forum, Chat, Team-Speak, Webmail und Instant-Messenger
- Einbinden vorhandener Tools wie z. B. Foren, Weblog, Wiki

Unter www.top-academy.de können Sie sich gerne ein Bild machen. Loggen Sie sich einfach mit `gast/gast` bei uns ein!

» Sabine Herber