

spath printware & service GmbH & Co. KG

Mit einfachen Maßnahmen zum Wissenspool

Steckbrief



spath printware & service GmbH & Co. KG

Standort:
Nürnberg

Gründungsjahr:
1987

Mitarbeiterzahl:
35 inkl. 6 Auszubildenden und 9 Teilzeitkräften

Branche:
Großhandel

Inhaltliche Spezialisierung/USP:
Spath versteht sich als Lösungsanbieter im B2B-Bereich für die Erstellung und Umsetzung eines vollständigen Service- und Druckkonzepts – inklusive der Versorgung mit Hardware, Printsupplies, Sicherungsmedien, Hardware und Supplies für den Barcodedruck sowie Officesupplies.

Es schreibt für Sie:
Corinna Spath, Geschäftsführerin

Kontakt Zentrale:
Willstätterstraße 95
90449 Nürnberg

☎ +49 (0) 911- 51 977-0
☎ +49 (0) 911-51 977-399
✉ info@spath-printware.de
🌐 www.spath-printware.de



Für das Unternehmen spath printware & service GmbH & Co. KG ist es enorm wichtig, sein Wissen richtig zu managen. Denn für den Verkauf von Printsupplies bedeutet das, die Lebensader zu seinen Kunden aufrechtzuerhalten.

Dafür setzt der Mittelständler aus Nürnberg auf mehrere Instrumente. Die Kollegen sollen ihr Wissen ausbauen und so organisieren, dass sie einen Wissenspool bilden, aus dem alle schöpfen können. Dieser umfasst fachliches Wissen über Produkte, Kunden und den Markt genauso wie Wissen um Prozesse und Organisation. Lesen Sie, wie spath printware & service es mit wenig Aufwand schafft, viele kleine Maßnahmen wie Puzzlestücke geschickt zu einem Wissensmanagement zu verknüpfen.

Bei uns sind zwei Dinge besonders wichtig: Erstens wollen wir regelmäßig neues Wissen, etwa über die Produkte, die wir verkaufen, oder Managementmethoden ins Unternehmen holen. Zweitens müssen wir dieses und bereits vorhandenes Know-how so gut wie möglich organisieren, damit alle Mitarbeiter es nutzen und weitergeben können. Dazu nutzen wir unterschiedliche, und meist erstaunlich einfache, Methoden.

Neues Wissen erwerben: Seminare und Fortbildungen

Als Fachhändler und Lösungs-Anbieter von Service- und Druckkonzepten, Printsupplies, Hardware, Sicherungsmedien bis zu Officesupplies sind wir darauf angewiesen, dass wir das Fachwissen über unsere Produkte aktuell halten. Schließlich ist dieses Wissen unser Kapital gegenüber den Kunden.

Die Hauptquellen für Produktinformationen sind Schulungen der Hersteller zu unserem gesamten Produktportfolio, Messen und Kontakte zu unserer Einkaufsgenossenschaft sowie einschlägige Fachliteratur. Soweit sinnvoll und möglich lassen wir immer eine Gruppe von Mitarbeitern unterschiedlicher Funktionen und Positionen an diesen Veranstaltungen teilnehmen. Ein Mitarbeiter protokolliert und gibt die Informationen im Jour fixe, Teambesprechungen oder Rundmails an die Kollegen weiter.

Daneben benötigen wir – meist für die Führungskräfte – Seminare über Managementthemen wie Mitarbeiterführung, Selbstorganisation oder Planungsmethoden. Hierfür nutzen wir einen externen Dienstleister. Darüber hinaus ermutigen wir Mitarbeiter, Fortbildungen zu absolvieren, etwa den Handelsfachwirt oder Betriebswirt. Diese werden von uns auch finanziell gefördert.

Wissen teilen: (1) Jour fixe

Um vorhandenes Wissen und Neuigkeiten unter unseren Kollegen zu verteilen, setzen wir auf das regelmäßige „Jour fixe“. Der Jour fixe dauert etwa eine halbe Stunde. Er findet regelmäßig Dienstag früh statt. Ich bin meistens mit von der Partie, damit ich auf dem Laufenden bleibe. Da wir in Teams organisiert sind, nimmt aus jeder Abteilung ein Mitglied teil. Das kann der Teamleiter sein, ein Mitarbeiter oder der Azubi. Nach jeweils vier Wochen wechseln die Teilnehmer im Team durch und ein anderer besucht den Jour fixe. Insgesamt sind wir sieben bis acht Personen im Jour fixe.

Der Jour fixe dient dem Austausch und der offenen Kommunikation über Fachthemen, Probleme oder zur Optimierung von internen Arbeitsabläufen: Das kann zum Beispiel

ein Kniff sein, mit dem man einen Kunden überzeugt hat, oder wie ein Mitarbeiter erfolgreich mit einer schwierigen Reklamation umgegangen ist. In der Regel sind es Neuigkeiten, Tipps und Erfahrungen, die aus dem jeweiligen Team in die Runde getragen werden. Natürlich können auch Probleme beim Jour fixe angesprochen werden, um sich Input oder Lösungsvorschläge von den Kollegen zu holen. Die Ergebnisse geben die Teilnehmer anschließend an ihre Teammitglieder in einer Teambesprechung weiter. Gibt es Themen mit vielen Details, erfolgt im Nachgang noch eine Rundmail eines Teamleiters an alle Teams. Somit werden auch die Teilzeitmitarbeiter – die sonst oft die News verpassen – mit dem topaktuellen Wissen versorgt.

Wissen teilen und bewahren: (2) Einarbeitung neuer Kollegen

Besonders wichtig ist natürlich, unser umfangreiches Wissen an neue Kollegen weiterzugeben, denn meist handelt es sich bei neuen Mitarbeitern um Quereinsteiger ohne Vertriebs- oder Branchenwissen. Hier setzen wir z. B. für neue Vertriebsmitarbeiter auf unterschiedliche Methoden:

Teamüberblick

Zunächst erhält der neue Mitarbeiter einen Ordner, in dem alle Teams abgebildet und unsere „hausinternen Regeln“ aufgeführt sind.

Hausinterne Regeln

Vor dem ersten Tag im Team macht unser Ausbildungsleiter eine kurze Schulung zu unseren hausinternen Regeln und Räumlichkeiten, stellt die Kollegen vor und erklärt, warum wir uns siezen.

Paten

Während des ersten Jahres steht dem neuen Mitarbeiter ein Pate, bei Problemen mit der Arbeit, Kollegen oder Vorgesetzten, zur Seite. Der Pate ist nicht Teil des eigenen Teams. Damit wird ein professioneller Abstand in der Zusammenarbeit geschaffen.

Intensive Einarbeitung

Der wichtigste Teil ist die mindestens 6-monatige Einarbeitungszeit. In den ersten 2-3 Wochen handelt es sich hierbei um reines Lernen ohne Kundenkontakt. Zunächst erklärt unser IT-Spezialist dem Neuling jeweils einen halben Tag, wie unser umfangreiches Warenwirtschaftssystem und Kundenbeziehungsmanagement (CRM) funktionieren. In der zweiten Tageshälfte löst der neue Mitarbeiter Übungsaufgaben zu genau dem Wissen, das er vormittags vermittelt bekommen hat. Hier wird "geprüft", ob der bzw. die Neue alles verstanden hat und wo es eventuell noch Defizite gibt. Dabei geht es nicht darum den „Neuen“ zu bewerten, sondern lediglich den Status quo des Mitarbeiters festzustellen und an der richtigen Stelle weiterzumachen. Das Ergebnis aus den bearbeiteten Aufgaben bespricht ein Teammitglied mit ihm. Das kann der Teamleiter sein oder auch ein Azubi, der dieses Wissen bereits hat. Der Azubi kann so seine Fähigkeiten im Erklären ausbauen, und der neue Mitarbeiter lernt gleichzeitig, dass es bei uns nicht auf Hierarchien sondern Wissen ankommt.

Wissen nutzen: Selbstorganisation und persönlicher Kontakt

Die Übungsaufgaben erfüllen mehr als nur reine Wissensüberprüfung: Wir sehen, wie organisiert jemand ist. Notiert er sich das, was erklärt wird? Findet er das Wissen wieder? Auf diese Selbstorganisation legen wir viel Wert. Daher haben wir uns dagegen entschieden, den Ordner, den jeder Neuling zu Beginn bekommt, mit kompletten



Intensive Einarbeitung: Die Auszubildende vermittelt der neuen Kollegin ihr Wissen.



Arbeitspapieren und Handouts von A bis Z zu bestücken. Die Übungsaufgaben entwickelt unser IT-Spezialist übrigens extra für unsere neuen Mitarbeiter, wobei er sich von realen Kundenfällen inspirieren lässt. Das können Reklamationsfälle oder anspruchsvolle Kundenanforderungen sein.

Nach der Erklärung der Warenwirtschaft schnuppern die neuen Verkäufer ein bis zwei Tage in Logistik, Einkauf und Technik sowie Qualitätssicherung. Der Abteilungsleiter führt den neuen Mitarbeiter durch die jeweilige Abteilung und erklärt die Abläufe an konkreten Beispielen. Unsere neuen Mitarbeiter sollen ein Bild von den internen Arbeitsabläufen bekommen, damit sie später im Vertrieb wissen welche Kundenanforderungen wir wann und wie erfüllen können.

Neben dem Wissen über die Abläufe bei spath findet die Wissensvermittlung über das komplette Produktportfolio statt. Diese Produktschulungen führt Herr Spath junior persönlich durch. Der neue Mitarbeiter muss genaue Kenntnis über alle Produktbereiche, spezifische Produkteigenschaften oder Qualitätsunterschiede zwischen Produkten haben, um zu entscheiden, welche Hardware den Kundenanforderungen gerecht wird. Sind diese Wissensbausteine vermittelt kommt der neue Mitarbeiter in sein Vertriebsteam und ab jetzt gilt es das bereits Erlernte step-by-step in die Praxis umzusetzen. Die Einarbeitung in den aktiven Vertrieb umfasst:

- Sachbearbeitung (Angebots- und Auftragsbearbeitung, Retouren-Bearbeitung, Kalkulation)
- Inbound-Telefonie
- Aktualisierung der Kundenstammdaten und Erfassen von Gesprächsnotizen
- Vorbereitung für das nächste Kundentelefonat
- Outbound-Telefonie

In dieser Zeit kommen weitere interne Trainings hinzu (z. B. Gesprächsführung und Neukunden-Akquise).



Die Mitarbeiter lernen die genauen Funktionen der Produkte.

Wissen sichern: Unsere Azubis

Genau wie bei Fachkräften und Quereinsteigern benötigen wir auch bei unseren Azubis eine strukturierte Weitergabe von Wissen. Dazu nutzen wir bei Großhandels-Azubis drei Instrumente:

Round Table

Einmal im Monat treffen sich unsere sechs Azubis aller Jahr- und Ausbildungsgänge für eine Stunde. Die Azubis wählen einen Protokollführer. Eine Mitarbeiterin organisiert und leitet die Treffen. Sie lädt die Azubis zum Round Table ein, erstellt eine Tagesordnung, gibt kurze Inputs und moderiert die Veranstaltungen. Jeder Round Table hat ein Thema, das vorher bekannt gegeben wird, und etwas mit dem Unternehmen zu tun, etwa unsere Firmenphilosophie. Darüber diskutieren die Auszubildenden in der Runde und nicht selten gibt es sogar Verbesserungsvorschläge.

Jobrotation

Alle unsere Großhandels-Azubis, die später im Vertrieb arbeiten, durchlaufen unsere Jobrotation. Nach einer kurzen Einarbeitungszeit im eigenen Team bleiben sie zwar in der Vertriebsabteilung, arbeiten aber in den folgenden mindestens sechs Monaten in anderen Vertriebsteams. Die Azubis machen in allen Teams zwar prinzipiell dieselbe Arbeit, aber jedes Team arbeitet doch etwas anders. Der Azubi lernt dabei verschiedene Herangehensweisen an bestimmte Themen.

In der Logistik und Buchhaltung sind die Azubis je zwei Wochen. Im Einkauf lassen wir die Azubis zwei bis drei Monate mitarbeiten, denn dort gibt es für sie als künftige Vertriebsmitarbeiter wertvolle Informationen. Immerhin ist der Einkauf die andere



Die Paten geben neuen Mitarbeitern und Azubis wertvolles Feedback.

Seite des Vertriebs. Sie lernen, was es mit Einkaufspreisen und Margen auf sich hat und erhalten Einblick in Verhandlungstechniken. Sie lernen im Einkauf auch die „Zuverlässigkeit“ von Lieferanten einzuschätzen und erleben, wie sie sich als Kunde fühlen. Diese Erfahrung nehmen die Azubis dann in den Vertrieb mit und werden tunlichst im Verkaufsgespräch das vermeiden, was sie selbst nicht optimal empfunden haben.

KollegenCoaching

Seit Herbst 2016 gibt es bei uns ein KollegenCoaching. Hier unterstützen Azubis ganz gezielt schwächere Azubis auf Augenhöhe. Dabei müssen die Azubis nicht denselben Ausbildungsgang oder Ausbildungsbetrieb haben. Wichtig ist stattdessen die fachliche oder zwischenmenschliche Unterstützung beim Lernen oder im Umgang mit Kollegen.

Wir schicken alle unsere Azubis acht Tage lang auf die ganztägigen Seminare der IHK Nürnberg, die neben fachlichen Inhalten wie Deutsch und Mathematik vor allem persönlichkeitsfördernde Inhalte (z. B. Kommunikation, Präsentation, und Etikette) vermitteln.

Selbst, wenn nicht alle unsere Azubis Teil des KollegenCoachings sein können, haben im Endeffekt alle Teilnehmer von den Kursen profitiert: Sie sind selbstbewusster im Umgang mit anderen geworden und haben dadurch einen deutlichen Entwicklungsschritt getan. Dieses Wissen hilft ihnen natürlich persönlich und im Umgang mit Kollegen und Kunden.

Aus vielen kleinen Teilen entsteht ein Bild

Insgesamt setzen wir auf viele Puzzlestücke, um das Wissen unserer Mitarbeiter zu erweitern, zu nutzen und zu verteilen. Davon profitieren in erster Linie die Mitarbeiter. Sie fühlen sich wertgeschätzt und "mitgenommen". Natürlich merken die Kunden, wenn sie motivierte und engagierte Ansprechpartner haben. Durch die Freude an der Arbeit, sind die Kollegen außerdem eher bereit, eigene Ideen zu entwickeln, und natürlich weniger wechselwillig - was dann wiederum unserem Unternehmen zu Gute kommt. Denn wir wollen unsere künftigen Fachkräfte nicht nur selbst entwickeln, sondern auch halten!

Unser Fazit

Wir nehmen uns sehr viel Zeit für neue Mitarbeiter - ob Quereinsteiger oder Azubis - und sind daran interessiert sie in jedweder Hinsicht zu unterstützen und zu fördern. Das ist ein gutes "Investment", denn im Endeffekt machen die Menschen unser Unternehmen aus.

Mein Tipp



"Wissensmanagement hört sich so groß an! Dabei muss es nicht immer das ausgefeilte System sein. Wichtig ist "das große Ganze", nämlich: Neues Wissen zu sammeln, zu erhalten, zu nutzen, weiterzugeben und zu bewahren. Dann greifen viele kleine Maßnahmen wie Zahnräder ineinander und führen zum Ziel begeisterte Mitarbeiter im Team zu haben."

Corinna Spath, Geschäftsführerin