



Dem demografischen Wandel die Zähne zeigen

Der demografische Wandel ist bei der Gaba GmbH in Lörrach kein bloßes Schlagwort. Vor allem bei den Außendienstmitarbeitern, die die Dental-Produkte mit den bekannten Namen wie Elmex, Aronal oder Meridol vertreiben, sind Altersdurchschnitt und Krankenrate in den vergangenen Jahren stark angestiegen. Ende 2010 startete Gaba deshalb ein WICI-Projekt für eine altersgemäße Gestaltung der Arbeit.

Gaba nennt sich „Spezialist für Mundhygiene“ und liefert Lösungen für die Zahnpflege. Bevor Produkte wie Zahnpasten und -bürsten, Mundspülungen und Gelées auf den Markt kommen, „werden sie von Wissenschaftlern und internationalen Experten in umfangreichen Studien getestet“, berichtet Rainer Soder, Human Resources Manager. „Für eine so bekannte Marke zu arbeiten, ist eine starke Motivation für unsere Mitarbeiter“, unterstreicht der Betriebsratsvorsitzende Martin Grässlin.

GESCHÄTZTE ERFAHRUNG

Die Außendienstmitarbeiter sind gewissermaßen das Aushängeschild von Gaba. Sie vertreten das Unternehmen in der zahnmedizinischen Fachwelt und verkaufen die Produkte an Apotheken und Zahnärzte. Dabei ist der persönliche Kontakt besonders wichtig – ein Grund, weshalb Außendienstmitarbeiter nur schwer vertreten wer-

den können, wenn sie krank sind. Heute passiert das öfter. Der Grund: Früher gingen sehr viele Außendienstmitarbeiter wegen der attraktiven staatlichen Altersteilzeit spätestens mit 60 Jahren in den Ruhestand. Seit sie im Jahr 2010 gestrichen wurde, steigt der Altersdurchschnitt kontinuierlich an – und mit ihm auch der Krankenstand.

Martin Grässlin lernte das WICI-Programm auf der „Arbeitstagung Bildung“ der Industriegewerkschaft Bergbau, Chemie, Energie (IG BCE) kennen. Ihn überzeugte das Konzept ‚Fit im demografischen Wandel‘: „Es traf ziemlich genau unsere Bedürfnisse.“ WICI bedeutet Weiterbildungs-Initiative für die Chemische Industrie. Die Chemie-Stiftung Sozialpartner-Akademie (CSSA) in Wiesbaden entwickelte die Initiative, gefördert wird sie vom Europäischen Sozialfonds und vom Bundesministerium für Arbeit und Soziales. Aktuell führt die CSSA WICI-Projekte in 20 Unternehmen durch.

Bei der Gaba GmbH verständigten sich Rainer Soder und Martin Grässlin mit der CSSA auf ein individuelles Projektkonzept und gründeten eine Projektgruppe, in die zwei Außendienstmitarbeiter und der Vertriebsdirektor mit eingebunden wurden. In mehreren Workshops unter der Moderation eines CSSA-Beraters erarbeitete sie innerhalb von vier Monaten insgesamt zwölf Maßnahmen für eine altersgemäße Vertriebsarbeit.

PATENMODELL

Die Belastung im Außendienst ist hoch: Die Vertriebsprofis bei Gaba legen pro Jahr rund 70.000 Kilometer im Auto zurück. 10 bis 12 Kunden stehen täglich auf dem Besuchsprogramm, d. h. pro Kunde bleiben 30 Minuten. Dafür sind sie täglich zwischen 7 und 18 Uhr unterwegs. Und Kraft brauchen sie auch: Der Außendienstkoffer mit Proben und Laptop wiegt 15 Kilogramm.

Die Anforderungen stiegen nochmals an, als die neue CRM-Software (Customer Relationship Management) Mitte des Jahres 2010 eingeführt wurde. Früher wurden die Aufträge aus den Kundenbesuchen per Fax an die Zentrale geschickt, heute via CRM. Problem: Die Datenübertragung ist zu langsam oder das System überlastet. Folge: Mehr Arbeitszeit für die Datenverarbeitung in CRM oder mitunter doppelte Eingabe.

Die WICI-Projektgruppe fand eine praktische Lösung in Gestalt von „Utilisation-Workshops“. Das sind regelmäßige Arbeitstreffen einmal pro Quartal mit den IT-Experten, um technische Probleme im Umgang mit der Software zu besprechen. Diese Workshops haben sich bereits bezahlt gemacht: Die Tipps der Informatiker vereinfachen die tägliche Arbeit mit dem CRM-System, doppelte Arbeit bleibt erspart. Und die Mitarbeiter sind hoch zufrieden mit der Maßnahme.

Eine weitere Herausforderung im Projekt war der Wissenserhalt im Vertrieb. Im Dental-Bereich wurden in diesem Jahr zehn neue Mitarbeiter eingestellt, gleichzeitig scheidet bald viele ältere Mitarbeiter aus.

Die Projektgruppe leitete daraus das Ziel „Wissenstransfer von erfahrenen zu neuen Mitarbeitern“ ab. Die Lösung dazu heißt „Patenmodell“: Jedem neuen Beschäftigten steht ein Pate zur Seite, der ihn einweist und sein Ansprechpartner für alle Fragen der täglichen Arbeit im Außendienst bleibt. Diese Maßnahme ist heute fester Bestandteil der Personalentwicklung bei Gaba.

STARKE UNTERSTÜTZUNG

Maßgeblich für den Erfolg des Projekts war die Unterstützung durch das Management, namentlich durch den Vertriebsleiter Michael Mohr. Für Gaba hat sich das Projekt mit der CSSA in vielerlei Hinsicht gelohnt: „Dank WICI erhält die Management-Ebene jetzt ein klares Bild der Probleme im Außendienst“, so Rainer Soder. „Das hilft uns, die wichtigen Themen gezielt anzugehen.“ Martin Grässlin sieht den Erfolg vor allem darin: „Wir haben für jeden betroffenen Mitarbeiter mehr Zufriedenheit in der täglichen Arbeit erreicht.“ Bestätigt durch den Projekterfolg, führt der Zahnpflegespezialist das Konzept im Außendienst jetzt selbstständig fort – und will es auf andere

Unternehmensbereiche wie die Produktionsabteilung ausdehnen. Um auch künftig fit zu bleiben im demografischen Wandel.



Chemie-Stiftung Sozialpartner-Akademie

Eine Initiative der Chemie-Sozialpartner
BAVC und IG BCE
Kreuzberger Ring 70, 65205 Wiesbaden
Tel.: 0611-970098-0, Fax: 0611-970098-16
service@cssa-wiesbaden.de, www.cssa-wiesbaden.de

DIE FAKTEN

UNTERNEHMEN

1638 gegründet als Schweizer Unternehmen „Goldene Apotheke Basel“ gehört die Gaba GmbH heute zur Colgate-Palmolive-Gruppe. Gaba beschäftigt europaweit 650 Mitarbeiter. Am Firmensitz in Lörrach sind aktuell 320 Mitarbeiter (21 Auszubildende) tätig, davon 65 im Außendienst.

AUFGABE

Die Anforderungen an die Außendienstmitarbeiter sind hoch: Gefragt sind vor allem Selbstständigkeit, Kommunikationsfähigkeit und Organisationstalent. Neuerdings sind verstärkt Englisch- und PC-Kenntnisse nötig. Der Altersdurchschnitt beträgt 45 Jahre.

LÖSUNG

Im November 2010 startete Gaba das WICI-Projekt im Pilotbereich Dental & Pharmacy, um die aktuellen und zukünftigen demografischen Themen im Außendienst zu identifizieren und in gemeinsamen Workshops mit dem Vertriebsleiter, zwei Mitarbeitern, dem Betriebsratsvorsitzenden und dem Personalleiter geeignete Maß-

nahmen zu entwickeln. Zentrale Ergebnisse: Wissenstransfer zwischen älteren und jüngeren Mitarbeitern, eine Orientierungshilfe zum Gebietsmanagement, eine bessere Abstimmung zwischen Innen- und Außendienst, Unterstützung im Umgang mit der neu eingeführten CRM-Software.

NUTZEN

- ▶ Gemeinsame Workshops fördern ein besseres Verständnis für die Aufgaben der Mitarbeiter
- ▶ Eine offene Atmosphäre zwischen Vorgesetzten und Mitarbeitern führt zu konstruktiven Lösungen in beiderseitigem Interesse
- ▶ Gelebte Sozialpartnerschaft ist eine solide Grundlage für den Projekterfolg
- ▶ Der Wissenstransfer ist durch das Patenmodell gesichert: Erfahrene Mitarbeiter weisen neue Mitarbeiter ein
- ▶ Verbessertes Umgang mit dem CRM-System: In Workshops mit den IT-Kollegen erhalten die Außendienstler wertvolle Tipps zur Behebung technischer Probleme