



## Teil 4: Mehr als nur Waren verräumen – Marktmitarbeitende als Seele des Handels

Ein Markt lebt von den Kunden, die dort einkaufen. Damit diese sich für einen bestimmten Markt entscheiden, spielen unterschiedlichste Faktoren eine Rolle. Neben Angeboten, Auswahl und Atmosphäre, sind es auch die Marktmitarbeitenden, die einen Einfluss darauf haben können, ob sich die Kundschaft wohlfühlt, oder nicht.

Es ist eine besondere Verantwortung, die somit auf das Team übertragen wird. Und daher ist es umso wichtiger, dass die Wünsche und Anliegen der Marktmitarbeitenden berücksichtigt werden. Sie sind die Seele des Marktes und sorgen dafür, dass alles reibungslos läuft. Waren einräumen, Lieferungen annehmen, Kundschaft beraten, Inventuren durchführen und nebenbei kassieren. Dazu immer ein freundliches Auftreten, ein nettes Lächeln auf den Lippen und möglichst auf alle Fragen der Kunden eine Antwort

haben: Es ist nicht wenig, was an Anforderungen auf der Liste steht.

Und gutes Personal zu finden, ist in diesen Zeiten mehr und mehr ein Problem. Die Aufgaben und Anforderungen werden immer mehr - jedoch wird die Arbeitskraft im Verhältnis dazu, immer weniger. Das Resultat daraus: In immer weniger Zeit müssen von weniger Personal mehr Aufgaben erledigt werden. Das wirkt sich dann nicht nur auf die Umsetzung der Aufgaben aus, sondern auch auf das psychische Wohlbefinden der Mitarbeitenden.

Damit die Prozesse im Markt reibungslos laufen, sollten sich die Marktmitarbeitenden nicht nur untereinander gut verstehen. Sie sollten sich auch in ihrem Arbeitsumfeld wohlfühlen. Neben der guten physischen Ausstattung am Arbeitsplatz ist es auch die Wertschätzung und der Respekt, den sich Mitarbeitende wünschen.

Aber was kann dabei helfen, diese Wünsche und Anforderungen in Einklang zu bringen? Lässt sich bei alltäglichen Aufgaben, wie beispielsweise der Regalpflege, Zeit einsparen? Ja! Entscheidet sich der Händler dafür, in seinen Regalen Warenvorschubsysteme einzusetzen, kann dadurch ein erheblicher Teil des Arbeitsaufwands reduziert werden. Bei der herkömmlichen Produktpräsentation, ohne Vorschubsysteme, müssen Produkte in regelmäßigen Abständen manuell an die Regalfront gezogen werden. Das Regalbild sollte, nicht nur aus optischen Gründen, immer ordentlich wirken. Dieser Prozess nimmt eine Menge Zeit in Anspruch. Die Firma POS TUNING hat in Messungen herausgefunden, dass allein in der Drogerie-Kategorie der Zeitaufwand bei der Regalpflege von Deodorant pro Artikel bei 4,89 Sekunden liegt. Das mag sich erst einmal wenig anhören. Wenn diese Zeit aber auf 1.000 Artikel hochgerechnet wird, erhöht sich die Zeit schon auf knapp 82 Minuten. Und dieser Wert bezieht sich nur auf eine Kategorie. Mit dem Einsatz von Warenvorschubsystemen entfällt das Vorziehen der Produkte. Diese werden automatisch an die Regalfront geschoben. Die Marktmitarbeitenden müssen sich um diese Aufgabe nicht mehr kümmern. Das erleichtert den Arbeitsalltag und die Mitarbeitenden können sich um andere Aufgaben kümmern.

Neben der technischen Ausstattung ist es für die Teams aber ebenso wichtig, dass sie in ihren Rollen im Markt wahrgenommen werden. Sie sind ein wichtiges Puzzlestück im

Gesamtbild des Handels. Wenn Kunden sich an die Mitarbeitenden wenden, weil sie Fragen haben, ist es wichtig, dass die Kollegen auf der Fläche über das Sortiment Bescheid wissen. Sie sollten die Übersicht und das Wissen über die angebotenen Waren haben. Auch hier ist es hilfreich, wenn der Markt in seiner Ausstattung so angelegt ist, dass nicht nur die Kunden die Produkte in den Regalen finden. Auch die Teams auf der Fläche sollten den Überblick behalten.

Die Weiterentwicklung smarterer Technologien im Einzelhandel ist von zwei Seiten zu betrachten. Sie erleichtern den Einkauf für Kunden und können ebenfalls für Zeitersparnis im Arbeitsalltag des Personals sorgen. Software, die das Bestandsmanagement auf cloudbasierten Anwendungen steuert oder Self-Scanning Kassen, helfen dabei, die Mitarbeitenden zu entlasten. Viele Prozesse lassen sich automatisieren und digitalisieren. So entsteht mehr Raum für den direkten Kundenkontakt und das wirkt sich auf die Kundenzufriedenheit aus. Eine völlige Autonomisierung von Märkten könnte wie eine große schwarze Wolke über den Köpfen der Marktangestellten stehen. Die Angst, durch Technologie wegrationalisiert zu werden, ist greifbar. Doch auch da stellt sich die Frage: Wollen die Kunden einen komplett autonomen Markt? Für den schnellen Einkauf am Abend oder außerhalb der regulären Öffnungszeiten ist dieses Angebot sehr praktisch. Aber Kunden schätzen ebenso das Gespräch am Regal oder der Kasse und sind dankbar für eine persönliche Beratung. Darum ist es umso wichtiger, dass den Kollegen auf der Fläche die Wertschätzung entgegengebracht wird, die sie verdienen. Denn ohne sie ist ein Markt auch eben nicht mehr lebendig.

Faire Bezahlung und Work-Life-Balance, dazu Wertschätzung und Respekt - in Verbindung mit einer angenehmen Arbeitsatmosphäre: Die Wünsche der Marktmitarbeitenden unterscheiden sich kaum von anderen Arbeitnehmern. Im Handel ist der Druck aber ungleich größer. Denn am Regal entscheidet der Kunde, ob er kauft oder nicht, und das ist die Messlatte für den Erfolg eines Marktes. Die Rolle, die die Teams auf der Fläche einnehmen, ist eine der wichtigsten. Daher sollten die Arbeitsbedingungen auf besonders hohem Niveau gestaltet sein. Wenn Händler diese Wünsche und Bedürfnisse ernst nehmen und entsprechend handeln, können sie die Zufriedenheit und Motivation ihrer Mitarbeitenden nachhaltig steigern, was letztlich auch zu einem besseren Einkaufserlebnis

für die Kunden führt.

Lesen Sie alle vier Wochen eine neue Folge in dieser Artikelserie:

Teil 1: Alles nur Zufall? Welche Strategien stecken hinter der Warenpräsentation im Supermarkt?

Teil 2: Der Kunde ist König! Oder nicht?

Teil 3: Zwischen allen Stühlen - Händler auf der Suche nach der Balance von Umsatz und Wohlfühlatmosphäre

Teil 4: Mehr als nur Waren verräumen - Marktmitarbeitende als Seele des Handels

Teil 5: Einer von vielen - Markenhersteller auf der Suche nach der perfekten Sichtbarkeit

Dieser Beitrag basiert auf den Erfahrungen und der Expertise unseres Partners POS Tuning