



Der neue GLOBUS : mit Gloria und Paul auf Entdeckungstour

Ein Markenrelaunch wird spielerisch erlebbar – in einer mobilen Lernanwendung

Ein kompletter Markenrelaunch reicht von Vision und Claim über Logo und Corporate Design bis hin zur Zielgruppendefinition und der strategischen Kundenansprache.

Es handelt sich also um ein komplexes Projekt, das nur dann erfolgreich umgesetzt werden kann, wenn es auch intern verstanden und getragen wird: von den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Im Fall des Handelsunternehmens GLOBUS sind das rund 20.000 Menschen.

Zusätzlich zu Präsenzs Schulungen sollte eine mobile Lernanwendung ihnen die Inhalte des Markenrelaunchs nahebringen. Und das nicht in abgehobenen Marketingfloskeln, sondern in Alltagssprache – und das auf spannende und spielerische Weise.

Produktbeschreibung // Die Story

Das Unternehmen GLOBUS zählt zu den führenden deutschen Handelsunternehmen – und auch nach fast 200-jähriger Geschichte ist es eines der wenigen konzernunabhängigen Familienunternehmen im Einzelhandel. Der umfassende Markenrelaunch basiert auf den traditionellen Grundwerten des Unternehmens und stellt es für die Zukunft neu auf. Die Kernbotschaft lautet „Echt gut gemacht“.

Ein solcher Markenrelaunch funktioniert nur ganzheitlich, nicht von oben herab – es war entscheidend, die rund 20.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Unternehmens mit ins Boot zu holen. Sie sollten die Kernbotschaft verinnerlichen, die Mission verstehen, das Markendesign kennen und die Kommunikation mit den Kunden nachvollziehen können.

Intern galt es also, das komplette Team in einem Bereich zu schulen, der ihm neu und fremd war: Marketing. Die Mitarbeiter-Workshops rund um den Markenrelaunch sollten durch ein E-Learning-Angebot verfestigt werden. Unabhängig von Alter, Position im Unternehmen und Bildungsstand sollten sich die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit den neuen Markenbotschaften identifizieren.

Produktbeschreibung // Das Konzept

In drei Lernmodulen begeben sich die User auf eine Entdeckungsreise im neuen GLOBUS, auf der ihnen die relevanten Inhalte präsentiert werden. Als „Reiseleiter“ fungieren dabei zwei gezeichnete Charaktere, die als Identifikationsfiguren dienen: Gloria und Paul – Mutter und Sohn – sind typische GLOBUS Kunden und ermöglichen es den Usern, „ihren Markt“ mit ganz neuen Augen zu sehen.

Dank dieser beiden sympathischen Figuren können die komplexen, teilweise sehr theoretischen Lerninhalte auf Alltagsniveau heruntergebrochen werden, ohne dass es herablassend wirkt. Die Vermittlung der Inhalte findet quasi auf Augenhöhe statt, und das in einer klaren, konkreten und bodenständigen Sprache.

Noch persönlicher wird das E-Learning-Erlebnis, wenn Gloria und Paul die Lernenden persönlich ansprechen. So wird beim Start des ersten Lernmoduls der Username aus dem LMS übernommen. Der Name wird dann überall dort, wo in den Texten eine direkte Ansprache erfolgt, eingefügt. Durch die persönliche Ansprache wird der Nutzer Teil des Dialogs und ins Geschehen einbezogen.

Projektaufbau // Die Inhalte

Jedes Modul enthält Folien mit Dialogen von Gloria und Paul, in denen diese ihre Eindrücke schildern beziehungsweise Fragen stellen und ihre Erkenntnisse zusammenfassen. Daneben gibt es andere, in denen ohne diese beiden Figuren gearbeitet wird und die reinen Fakten vermitteln. Schließlich kommen spielerische Elemente wie Schätz- und Quizfragen oder kreative Aufgaben hinzu.

Während im ersten Modul die Aspekte Vision, Mission, Markenbotschaft und Markenpyramide im Mittelpunkt stand, konzentrierte sich das zweite Modul auf das Markendesign – von Logo und Schrift bis zu Farben, Formen und Bildwelten. In Vorbereitung befindet sich derzeit ein drittes Modul, das sich mit dem Thema Kundengruppen (Personas) befasst.

Projektbesonderheiten // Das Team

Die Lernanwendung wurde vorzugsweise für mobile Endgeräte konzipiert und setzt dabei voll auf die Lust am Spielen. Wenn E-Learning Spaß macht, steigt nicht nur die Akzeptanz, sondern ist der Lernerfolg umso größer.

Federführend bei Konzeption und Umsetzung war das Unternehmen *Innovation Campus Xtended Learning Solutions GmbH*, das bei diesem Projekt erneut mit seinen bewährten Netzwerkpartnern aus den Bereichen Storytelling, Grafikdesign und Programmierung zusammenarbeitete. Auf Seiten von GLOBUS war das Team aus dem Bereich: Allgemeine & digitale Entwicklung maßgeblich für die interne Abstimmung und das Feedback während des Entstehungsprozesses beteiligt.

Am 23.06.2022 wurde das Projekt in Berlin mit einem Comenius Award in der Kategorie **Betriebliche Aus- und Weiterbildung** ausgezeichnet.

Der Comenius-EduMedia-Award geht auf den Pädagogen Johann Amos Comenius (1592 - 1670) zurück. Comenius ist Vorreiter einer volksnahen und kindgerechten Bildung und pro-pagierte die systematische Nutzung von Bildern und der Anschaulichkeit zu didaktischen Zwecken.