



Nationaler E-Retail Bericht

Griechenland



KAINOTOMIA
κέντρο διά βίου μάθησης



STHEV
Association of Thessalian
Enterprises and Industries



Kofinanziert von der
Europäischen Union

Von der Europäischen Union finanziert. Die geäußerten Ansichten und Meinungen entsprechen jedoch ausschließlich denen des Autors bzw. der Autoren und spiegeln nicht zwingend die der Europäischen Union oder der Europäischen Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA können dafür verantwortlich gemacht werden.

Einführung

Das Projekt e-SELLER zielt darauf ab, die digitale Transformation des Einzelhandels zu fördern. Der Schwerpunkt liegt dabei auf den ländlichen Gebieten der EU, in denen die Arbeitskräfte im Einzelhandel nicht über die erforderlichen digitalen Fähigkeiten und Kompetenzen verfügen, um die entstehenden Anforderungen des elektronischen Einzelhandels zu erfüllen. Die Ziele des Projekts sind:

- Berufsbildungsanbieter:innen/Trainer:innen mit einem effektiven und attraktiven Aus- und Weiterbildungsprogramm auszustatten, das den individuellen Bedürfnissen und Erwartungen der Arbeitskräfte im ländlichen Einzelhandel entspricht, und zwar durch die Nutzung digitaler und integrativer Bildungsinhalte
- die Mitarbeiter:innen der Kammern/Verbände darauf vorzubereiten und zu sensibilisieren, ihre Strategien und Ansätze anzupassen, um Wettbewerbsfähigkeit und Beschäftigung auf lokaler und regionaler Ebene besser zu unterstützen
- die Anforderungen des ländlichen Arbeitsmarktes mit dem Berufsbildungssektor zu verknüpfen, und zwar durch Synergien und Zusammenarbeit mit Partnern aus anderen Ländern
- die Wissenskapazität der teilnehmenden Partnerorganisationen zu erhöhen
- die Projektergebnisse und -aktivitäten auf lokaler/regionaler, nationaler und EU-Ebene zu verbreiten

Der Zweck dieses Berichts ist es, die vorhandenen digitalen Fähigkeiten und die Lücken zu identifizieren und zu bestätigen, die von den Arbeitskräften benötigt werden, um die digitalen Technologien zu nutzen. Dies wird auch den Grundstein für die Entwicklung effektiver, qualitativer und attraktiver Bildungs- und Ausbildungsergebnisse legen.

Für diesen nationalen Bericht wurden 10 Interviews mit Berufsbildungsanbieter:innen/Ausbilder:innen und Mitarbeiter:innen von Kammern/Verbänden sowie eine Umfrage mit 84 Vertreter:innen des Einzelhandels durchgeführt.

Die Interviews fanden zwischen dem 21.12.2022 und dem 03.02.2023 statt. Die Interviews wurden online geführt, meist eins zu eins mit den Ausbilder:innen und Mitarbeiter:innen, unter Verwendung der ZOOM-Plattform, da es aufgrund der



Kofinanziert von der
Europäischen Union

Von der Europäischen Union finanziert. Die geäußerten Ansichten und Meinungen entsprechen jedoch ausschließlich denen des Autors bzw. der Autoren und spiegeln nicht zwingend die der Europäischen Union oder der Europäischen Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA können dafür verantwortlich gemacht werden.

unterschiedlichen Arbeitszeiten schwierig war, einen gemeinsamen Termin für alle Teilnehmenden zu vereinbaren.

Den Interviews zufolge waren die meisten Teilnehmenden Männer, sechs (6) von zehn (10), während vier (4) Frauen waren. In der Altersspanne von 25 bis 45 Jahren waren acht (8) Teilnehmende, während eine:r (1) in der Altersspanne von 46 bis 60 Jahren und eine:r (1) in der Altersspanne über 60 Jahren enthalten war. Sieben (7) der zehn (10) Teilnehmenden waren Ausbilder:innen in der beruflichen Bildung, eine:r (1) war Mitarbeiter:in der Kammer/Verband und eine:r (1) war ein:e andere:r.

Der Umfrage zufolge waren die meisten Teilnehmenden Frauen (54,76%), während (45,24%) Männer waren. In der Altersspanne von 25 bis 45 Jahren waren (51,19%) Teilnehmer:innen, während (35,71%) in der Altersspanne von 46 bis 60 Jahren und (11,9%) im Alter unter 25 Jahren und (1) über 60 Jahre alt waren.

(63,1%) der Teilnehmenden leben in Städten mit mehr als 100.000 Einwohner:innen und (22,62%) leben in Städten mit 50-100 Tausend Einwohner:innen.

Die Hälfte der Teilnehmenden waren kleine und mittelständische Unternehmer:innen und fast die andere Hälfte waren Angestellte.

(38,1%) der Teilnehmenden gaben ihre Position als Filialleiter:in und (17,86%) als Kundenvertreter:in an, während sowohl Kassierer:innen als auch Werbe- und Marketingleiter:innen (7,14%) und Social Media Manager:innen (3,57%) waren.



Kapitel 1: E-Retail Technologien und Praktiken

Expert:inneninterviews:

1. Die meisten Teilnehmenden waren sich der Schulungsinhalte bewusst, die sich mit dem E-Retail befassen. Zu den Antworten gehörten:

- "Schulungsprogramme für die Einrichtung und Förderung von Online-Shops"
- "E-Commerce von Eltron"
- "Social Media Marketing"
- "E-Commerce"

2. Zu den digitalen Tools, die als wichtig erachtet werden, um im zukünftigen Einzelhandel zu überleben, gehören:

- Live-Handel
- Digitales Marketing
- Virtual Reality (VR) und 3D-Produktmodelle

3. Zu den Prozessen, die sie sich für den E-Retail wünschen:

- einen besseren Kundendienst und aktualisierte Websites ohne Mängel.
- mehr Angebote, um das Interesse der Kund:innen zu "fangen".
- dass die Produkte sicher ankommen
- es kleinen, lokalen Unternehmen zu ermöglichen, durch E-Commerce eine wettbewerbsfähige Position auf dem Markt einzunehmen.
- Anreize für den Aufbau weiterer E-Shops schaffen
- Angereicherte Inhalte und Suchtechniken auf allen Websites



4. Die meisten Teilnehmenden haben auf die Frage, wie sie sich e-Retail vorstellen, geantwortet:

- digitale Online-Shops, die das physische Geschäft simulieren. Die Kund:innen können eine Virtual-Reality-Umgebung betreten und sich mit den Händler:innen unterhalten, als wären sie im Laden vor Ort.
- Virtual-Reality-Läden, um die Produkte auszuprobieren oder anzusehen
- keine langen Wartezeiten beim Versand und keine Zollgebühren
- Künstliche Intelligenz wird eingesetzt
- KI mit AR kombinieren
- ein integriertes Benutzererlebnis, das den Informationen so nahe kommt, als ob wir das Produkt persönlich sehen würden
- Metaverse E-Shops
- Maßgeschneiderte E-Shops

5. Auf die Frage, wie der Einzelhandel ihrer Meinung nach in 5 Jahren aussehen wird, gaben die meisten Teilnehmenden an, dass die Verkäufe über Online-Kanäle und E-Retail zunehmen werden, wobei mehr Unternehmen ihre Produkte über das Internet und die sozialen Medien bewerben, die Möglichkeiten des E-Commerce verbessert werden und weniger Unternehmen nur den persönlichen Verkauf anbieten.

6. Zu den Empfehlungen der Teilnehmenden an den Einzelhandel gehörten:

- die Realität des elektronischen Handels zu akzeptieren und (falls noch nicht geschehen) mit der Erstellung, dem elektronischen Marketing und der Beschäftigung mit der digitalen Art des Verkaufs ihrer Produkte zu beginnen
- mit neuen Technologien auf dem Laufenden bleiben
- Produkte über Online-Kanäle und E-Shops vermarkten, um ihre Kundenbasis zu erweitern



- nicht nur in den Import von Produkten investieren, sondern auch in deren digitale Förderung
- ihre digitale Umstellung intensivieren

Beschäftigte:

Kennen Sie die Bedeutung von "e-retail"?



Yes: 77 / 84 (91.67%)

No: 7 / 84 (8.33%)

Nutzen Sie digitale Tools in Ihrem Einzelhandelsgeschäft?



Yes: 59 / 84 (70.24%)

No: 25 / 84 (29.76%)

Wenn ja, welche digitalen Tools verwenden Sie bereits in Ihrem Berufsleben?

- POS
- Facebook
- Tik Tok
- Instagram
- e-shop
- LinkedIn
- Google-Anzeigen
- Ausblick



- CRM
- E-Ticket
- Digitales Marketing
- AdSense
- Google Analytics
- WordPress
- AdWords
- Pda

Geben Sie an, wie gut Sie sich mit den folgenden digitalen Technologien im Einzelhandel auskennen:

	Überhaupt nicht	Leicht bewusst	Einigermaßen bewusst	Mäßig bewusst	Äußerst bewusst
Digitales Marketing	5/84 (6%)	16/84 (19%)	26/84 (31%)	27/84 (32.1%)	10/84 (11.9%)
Live-Handel	14/84 (16.7%)	21/84 (25%)	28/84 (33.3%)	12/84 (14.3%)	9/84 (10.7%)
Erweiterte Realität (AR)	33/84 (39.3%)	21/84 (25%)	19/84 (22.6%)	7/84 (8.3%)	4/84 (4.8%)
Virtuelle Realität (VR)	23/84 (27.4%)	22/84 (26.2%)	27/84 (32.1%)	8/84 (9.5%)	4/84 (4.8%)
Künstliche Intelligenz (KI)	26/84 (31%)	26/84 (31%)	23/84 (27.4%)	4/84 (4.8%)	5/84 (6%)
3D Produktmodelle	28/84 (33.3%)	25/84 (29.8%)	16/84 (19%)	10/84 (11.9%)	5/84 (6%)

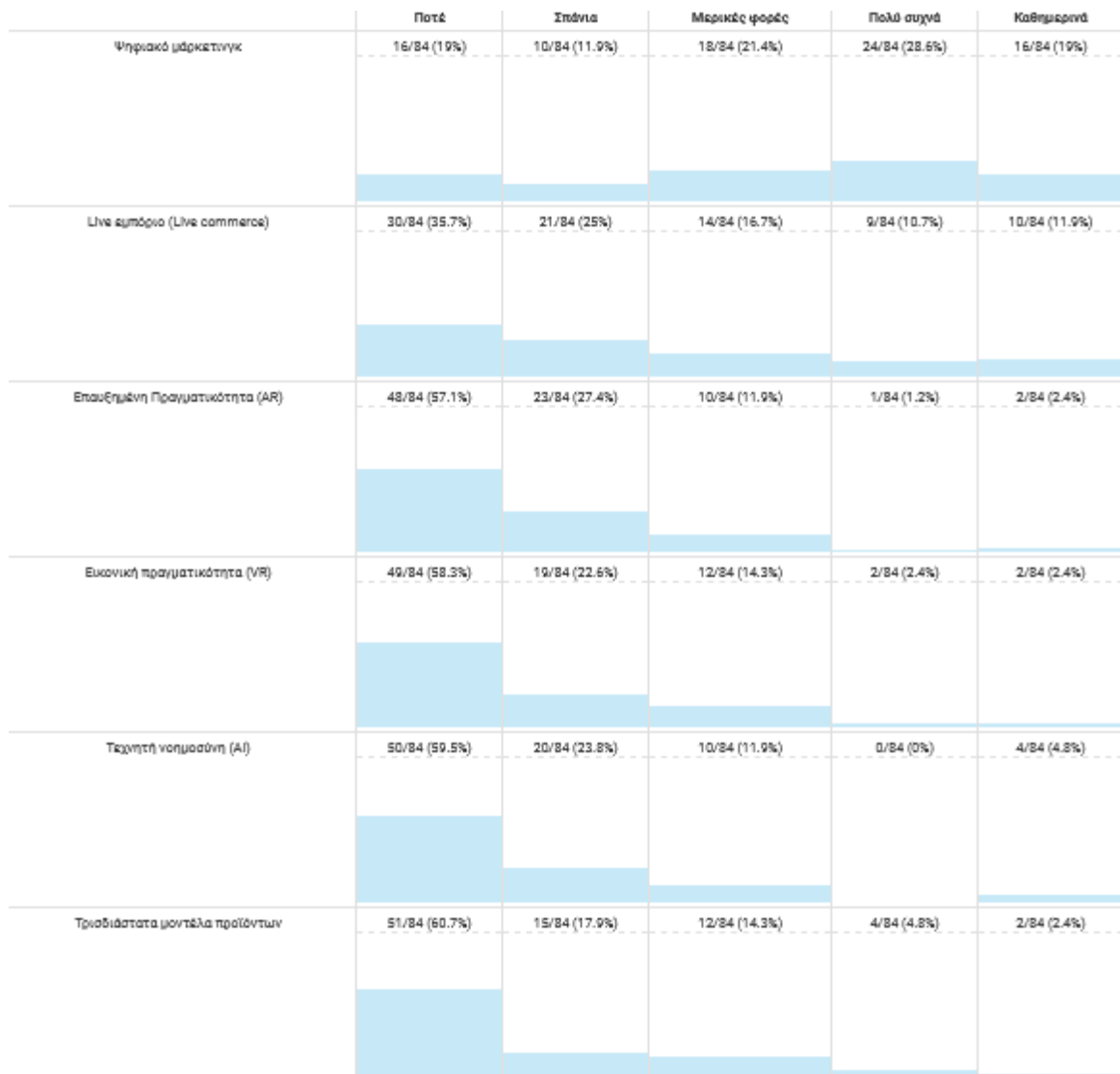


	Καθόλου ενήμερος/η	Λίγο ενήμερος/η	Μέτρια ενήμερος/η	Πολύ ενήμερος/η	Εξαιρετικά ενήμερος/η
Ψηφιακό μάρκετινγκ	5/84 (6%)	16/84 (19%)	26/84 (31%)	27/84 (32.1%)	10/84 (11.9%)
Live εμπόριο (Live commerce)	14/84 (16.7%)	21/84 (25%)	28/84 (33.3%)	12/84 (14.3%)	9/84 (10.7%)
Επαυξημένη Πραγματικότητα (AR)	33/84 (39.3%)	21/84 (25%)	19/84 (22.6%)	7/84 (8.3%)	4/84 (4.8%)
Εικονική πραγματικότητα (VR)	23/84 (27.4%)	22/84 (26.2%)	27/84 (32.1%)	8/84 (9.5%)	4/84 (4.8%)
Τεχνητή νοημοσύνη (AI)	26/84 (31%)	26/84 (31%)	23/84 (27.4%)	4/84 (4.8%)	5/84 (6%)
Τρισδιάστατα μοντέλα προϊόντων	28/84 (33.3%)	25/84 (29.8%)	16/84 (19%)	10/84 (11.9%)	5/84 (6%)



Wie oft nutzen Sie die folgenden digitalen Technologien in Ihrem Berufsleben?

	Niemals	Selten	Manchmal	Sehr oft	Alltägliches
Digitales Marketing	16/84 (19%)	10/84 (11.9%)	18/84 (21.4%)	24/84 (28.6%)	16/84 (19%)
Live-Handel	30/84 (35.7%)	21/84 (25%)	14/84 (16.7%)	9/84 (10.7%)	10/84 (11.9%)
Erweiterte Realität (AR)	48/84 (57.1%)	23/84 (27.4%)	10/84 (11.9%)	1/84 (1.2%)	2/84 (2.4%)
Virtuelle Realität (VR)	49/84 (58.3%)	19/84 (22.6%)	12/84 (14.3%)	2/84 (2.4%)	2/84 (2.4%)
Künstliche Intelligenz (KI)	50/84 (59.5%)	20/84 (23.8%)	10/84 (11.9%)	0/84 (0%)	4/84 (4.8%)
3D Produktmodelle	51/84 (60.7%)	15/84 (17.9%)	12/84 (14.3%)	4/84 (4.8%)	2/84 (2.4%)



Kofinanziert von der Europäischen Union

Von der Europäischen Union finanziert. Die geäußerten Ansichten und Meinungen entsprechen jedoch ausschließlich denen des Autors bzw. der Autoren und spiegeln nicht zwingend die der Europäischen Union oder der Europäischen Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA können dafür verantwortlich gemacht werden.

Falls zutreffend, geben Sie ein Beispiel für den Einsatz der oben genannten Technologien im Einzelhandel:

- Google-Anzeigen
- Digitales Schaufenster
- 3D neue Produkte
- Google Merchant Center
- Facebook
- Instagram
- Snapchat
- Online Einkaufen
- E-shop
- Einkaufen
- Präsentation von neuen Produkten
- E-Verkauf

Bitte geben Sie an, wie wichtig die folgenden Technologien sind, um im Einzelhandel sichtbar zu sein

	Nicht wichtig	Geringfügig wichtig	Mäßig wichtig	Wichtig	Sehr wichtig
Digitales Marketing	1/84 (1.2%)	1/84 (1.2%)	7/84 (8.3%)	33/84 (39.3%)	42/84 (50%)
Live-Handel	0/84 (0%)	5/84 (6%)	14/84 (16.7%)	41/84 (48.8%)	24/84 (28.6%)
Erweiterte Realität (AR)	/84 (3.6%)	10/84 (11.9%)	29/84 (34.5%)	30/84 (35.7%)	12/84 (14.3%)
Virtuelle Realität (VR)	5/84 (6%)	11/84 (13.1%)	26/84 (31%)	29/84 (34.5%)	13/84 (15.5%)
Künstliche Intelligenz (KI)	6/84 (7.1%)	7/84 (8.3%)	24/84 (28.6%)	26/84 (31%)	21/84 (25%)
3D Produktmodelle	3/84 (3.6%)	10/84 (11.9%)	23/84 (27.4%)	30/84 (35.7%)	18/84 (21.4%)



	Ασήμαντη	Λίγο σημαντική	Μέτρια σημαντική	Σημαντική	Πολύ σημαντική
Ψηφιακό μάρκετινγκ	1/84 (1.2%)	1/84 (1.2%)	7/84 (8.3%)	33/84 (39.3%)	42/84 (50%)
Live εμπόριο (Live commerce)	0/84 (0%)	5/84 (6%)	14/84 (16.7%)	41/84 (48.8%)	24/84 (28.6%)
Επαυξημένη Πραγματικότητα (AR)	3/84 (3.6%)	10/84 (11.9%)	29/84 (34.5%)	30/84 (35.7%)	12/84 (14.3%)
Εικονική πραγματικότητα (VR)	5/84 (6%)	11/84 (13.1%)	26/84 (31%)	29/84 (34.5%)	13/84 (15.5%)
Τεχνητή νοημοσύνη (AI)	6/84 (7.1%)	7/84 (8.3%)	24/84 (28.6%)	26/84 (31%)	21/84 (25%)
Τρισδιάστατα μοντέλα προϊόντων	3/84 (3.6%)	10/84 (11.9%)	23/84 (27.4%)	30/84 (35.7%)	18/84 (21.4%)



Welche Schritte müssen Ihrer Meinung nach unternommen werden, um die digitale Transformation des Einzelhandels zu fördern oder zu beschleunigen?

Zu den Antworten gehörten:

- Geräte und Software subventionieren, die es den Geschäften ermöglichen, digitale Werbung im Laden oder in sozialen Netzwerken hochzuladen.
- Digital Marketing Ausbildung
- Schulungen für das neue Live Commerce und andere Technologien
- Staatliche Subvention
- Bildung und Ausbildung
- Seminare für Vertriebsmitarbeiter:innen
- Kurse über neue Technologien in Schulen – für Studierende
- Ständige Information/Weiterbildung
- Hilfsmittel vom Staat
- Subventionierte Seminare
- Schulungen und kostenlose Seminare für Fachleute des Sektors
- Chancengleichheit bei der Finanzierung der digitalen Transformation für alle Unternehmen
- Spezialisierung in allen Bereichen



Kapitel 2: Soft Skills für den E-Retail

Expert:inneninterviews:

1. Die wichtigsten Soft Skills für den Einzelhandel sind:

- Akzeptanz des Wandels und Schnelligkeit der Kunden beim Online-Shopping
- emotionale Intelligenz
- Kommunikationsfähigkeiten für einen besseren Kundenservice
- Konfliktmanagement - Fähigkeit, Kundenunzufriedenheit/Beschwerden zu lösen
- Flexibilität
- organisatorische Fähigkeiten

2. Auf die Frage, welche Soft Skills für die digitale Transformation immer wichtiger werden, gab es diese Antworten:

- Anpassung an die neuen Technologien
- Zeitmanagement
- Flexibilität
- Kommunikationsfähigkeit

3. Fast alle Teilnehmenden gaben an, dass die Digitalisierung die Soft Skills in hohem Maße verändern.

4. Fast alle Teilnehmenden gaben an, dass ein Unternehmen die Soft Skills seiner Mitarbeitenden verbessern kann, und zwar mit:

- kontinuierliche Weiterbildung
- Seminare
- Ausbildungsprogramme
- Veränderung der Kultur des Arbeitsumfelds



5. Auf die Frage "Welche Soft Skills werden in der Berufsausbildung vermittelt und wie" antworteten die Ausbilder:innen:

- Kommunikationsfähigkeit
- Zeitmanagement-Fähigkeiten
- Beschwerde-/Konfliktmanagement
- Teamarbeit
- Teilnahme an Gruppen
- Leitung von Gruppen

6. In der Frage "Welche Soft Skills sollten in der Berufsausbildung gelehrt werden, fehlen aber bisher" enthalten:

- Empathie
- Aktives Zuhören
- Kommunikationsfähigkeit

7. Auf die Frage "Inwieweit ist es wichtig, die Soft Skills der Mitarbeitenden kontinuierlich zu verbessern?" gaben 8% der Teilnehmer:innen an, dass dies sehr wichtig ist und 2%, dass es wichtig ist.

8. Die meisten Teilnehmenden gaben an, dass sie sich im Idealfall an Veränderungen anpassen:

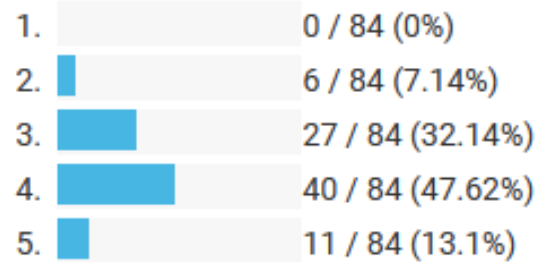
- Ermutigung und Belohnung
- Anpassung an den Wandel
- kontinuierliche Weiterbildung
- Entwicklung von digitalen Fähigkeiten
- kontinuierliche Aktualisierung



Beschäftigte:

1. Wie beurteilen Sie Ihre Anpassungsfähigkeit an wechselnde Arbeitssituationen?

Sehr niedrig	0 / 84 (0%)
Niedrig	6 / 84 (7.14%)
Mäßig	27 / 84 (32.14%)
Gut	40 / 84 (47.62%)
Sehr gut	11 / 84 (13.1%)



2. Bitte geben Sie an, wie wichtig die folgenden Soft Skills für den Einzelhandel sind:

	Nicht wichtig	Geringfügig wichtig	Mäßig wichtig	Wichtig	Sehr wichtig
Zeitmanagement	0/84 (0%)	2/84 (2.4%)	6/84 (7.1%)	27/84 (32.1%)	49/84 (58.3%)
Stressbewältigung	1/84 (1.2%)	2/84 (2.4%)	5/84 (6%)	34/84 (40.5%)	42/84 (50%)
Emotional (Selbstregulierung)	1/84 (1.2%)	4/84 (4.8%)	5/84 (6%)	36/84 (42.9%)	38/84 (45.2%)
Kommunikation	0/84 (0%)	0/84 (0%)	5/84 (6%)	18/84 (21.4%)	61/84 (72.6%)
Problemlösung	0/84 (0%)	1/84 (1.2%)	3/84 (3.6%)	23/84 (27.4%)	57/84 (67.9%)
Führungsqualitäten	0/84 (0%)	1/84 (1.2%)	12/84 (14.3%)	30/84 (35.7%)	41/84 (48.8%)
Flexibilität	0/84 (0%)	0/84 (0%)	4/84 (4.8%)	28/84 (33.3%)	52/84 (61.9%)
Multitasking	0/84 (0%)	1/84 (1.2%)	5/84 (6%)	28/84 (33.3%)	50/84 (59.5%)



	Ασήμαντη	Λίγο σημαντική	Μέτρια σημαντική	Σημαντική	Πολύ σημαντική
Διαχείριση χρόνου	0/84 (0%)	2/84 (2.4%)	6/84 (7.1%)	27/84 (32.1%)	49/84 (58.3%)
Διαχείριση φόρτου	1/84 (1.2%)	2/84 (2.4%)	5/84 (6%)	34/84 (40.5%)	42/84 (50%)
Συναισθηματική (αυτο)ρύθμιση	1/84 (1.2%)	4/84 (4.8%)	5/84 (6%)	36/84 (42.9%)	38/84 (45.2%)
Επικοινωνία	0/84 (0%)	0/84 (0%)	5/84 (6%)	18/84 (21.4%)	61/84 (72.6%)
Επίλυση προβλημάτων	0/84 (0%)	1/84 (1.2%)	3/84 (3.6%)	23/84 (27.4%)	57/84 (67.9%)
Ηγσία	0/84 (0%)	1/84 (1.2%)	12/84 (14.3%)	30/84 (35.7%)	41/84 (48.8%)
Ευελιξία	0/84 (0%)	0/84 (0%)	4/84 (4.8%)	28/84 (33.3%)	52/84 (61.9%)
Επιτέλεση πολλαπλών καθηκόντων	0/84 (0%)	1/84 (1.2%)	5/84 (6%)	28/84 (33.3%)	50/84 (59.5%)



3. Inwieweit eignen Sie sich die folgenden Soft Skills an?

	Ganz und gar nicht	Sehr wenig	Irgendwie	Ausreichend	Zu einem großen Teil
Zeitmanagement	1/84 (1.2%)	1/84 (1.2%)	18/84 (21.4%)	48/84 (57.1%)	16/84 (19%)
Stressbewältigung	3/84 (3.6%)	11/84 (13.1%)	30/84 (35.7%)	31/84 (36.9%)	9/84 (10.7%)
Emotional (Selbstregulierung)	4/84 (4.8%)	5/84 (6%)	30/84 (35.7%)	34/84 (40.5%)	11/84 (13.1%)
Kommunikation	1/84 (1.2%)	0/84 (0%)	5/84 (6%)	47/84 (56%)	31/84 (36.9%)
Problemlösung	1/84 (1.2%)	2/84 (2.4%)	13/84 (15.5%)	40/84 (47.6%)	28/84 (33.3%)
Führungsqualitäten	2/84 (2.4%)	5/84 (6%)	19/84 (22.6%)	42/84 (50%)	16/84 (19%)
Flexibilität	1/84 (1.2%)	2/84 (2.4%)	11/84 (13.1%)	38/84 (45.2%)	32/84 (38.1%)
Multitasking	1/84 (1.2%)	1/84 (1.2%)	12/84 (14.3%)	33/84 (39.3%)	37/84 (44%)



	Καθόλου	Ελάχιστο	Μέτριο	Ικανοποιητικό	Μεγάλο
Διαχείριση χρόνου	1/84 (1.2%)	1/84 (1.2%)	18/84 (21.4%)	48/84 (57.1%)	16/84 (19%)
Διαχείριση άγχους	3/84 (3.6%)	11/84 (13.1%)	30/84 (35.7%)	31/84 (36.9%)	9/84 (10.7%)
Συνασθηματική (αυτο)ρύθμιση	4/84 (4.8%)	5/84 (6%)	30/84 (35.7%)	34/84 (40.5%)	11/84 (13.1%)
Επικοινωνία	1/84 (1.2%)	0/84 (0%)	5/84 (6%)	47/84 (56%)	31/84 (36.9%)
Επίλυση προβλημάτων	1/84 (1.2%)	2/84 (2.4%)	13/84 (15.5%)	40/84 (47.6%)	28/84 (33.3%)
Υγεία	2/84 (2.4%)	5/84 (6%)	19/84 (22.6%)	42/84 (50%)	16/84 (19%)
Ευελξία	1/84 (1.2%)	2/84 (2.4%)	11/84 (13.1%)	38/84 (45.2%)	32/84 (38.1%)
Επιτέλεση πολλαπλών καθηκόντων	1/84 (1.2%)	1/84 (1.2%)	12/84 (14.3%)	33/84 (39.3%)	37/84 (44%)



4. Geben Sie gegebenenfalls ein Beispiel dafür, wie Sie diese Fähigkeiten in Ihrem Berufsleben einsetzen.

Zu den Antworten der Teilnehmenden gehörten:

- Problemlösung - Verständnis für die Probleme der Kund:innen
- Vorbereitung von Geschenksets, um beim Verkauf keine Zeit zu verschwenden
- Projektmanagement-Programme verwenden
- ständige Kommunikation mit den Mitarbeitenden
- der Versuch, als Vorbild für die Mitarbeiter:innen zu fungieren
- den größten Teil der Arbeit früher als nötig zu erledigen
- schnelle Reaktion bei Informationen
- Flexibilität bei Aktivitätsänderungen und Anpassungsfähigkeit
- mehr direkte Kommunikation
- gute Entscheidungsfindung
- gutes Konfliktmanagement
- guter Kundenservice
- Multitasking / mehrere Kund:innen gleichzeitig bedienen/ Engagement in allen oben genannten Soft Skills/
- Positivität
- gutes Zeitmanagement
- gleichzeitige

5. Welche Soft Skills werden Ihrer Meinung nach für die digitale Transformation immer wichtiger?

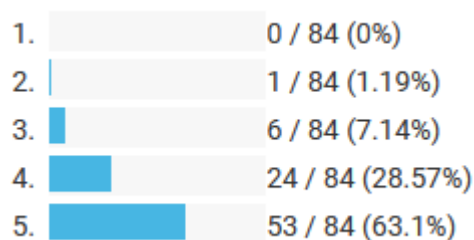
- Zeitmanagement
- Kommunikation
- Problemlösung
- Flexibilität



- Multitasking
- Unternehmertum
- Stressbewältigung
- Führung

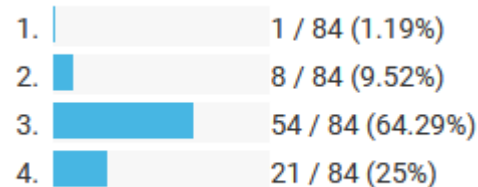
6. Wie wichtig ist Ihrer Meinung nach die Trennung zwischen Ihrem Berufs- und Privatleben?

Nicht wichtig	0 / 84 (0%)
Geringfügig wichtig	1 / 84 (1.19%)
Ziemlich wichtig	6 / 84 (7.14%)
Wichtig	24 / 84 (28.57%)
Sehr wichtig	53 / 84 (63.1%)

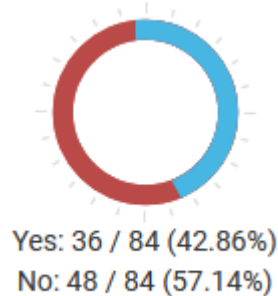


7. Inwieweit können Sie Ihr Berufs- und Privatleben trennen?

Keine	1 / 84 (1.19%)
Niedrig	8 / 84 (9.52%)
Mäßig	54 / 84 (64.29%)
Hoch	21 / 84 (25%)



8. Glauben Sie, dass sich die Digitalisierung negativ auf Ihre Work-Life-Balance auswirkt?



9. Wenn ja, begründen Sie bitte Ihre Antwort anhand eines Beispiels

Einige der Teilnehmenden, die auf die obige Frage mit "Ja" geantwortet haben, gaben an:

- in der Digitalisierung sind die Arbeitszeiten nicht von der persönlichen Zeit getrennt, denn es wird rund um die Uhr gearbeitet.
- Isolierung
- Sie übertragen Arbeit zu Hause / kontinuierliche Arbeit
- keine Arbeitszeiten - ständiger Zugang über das Internet
- ständig online sein, um auf Kundenanfragen zu reagieren
- Die Menschen sind heutzutage nicht mehr in der Lage, diese beiden Leben zu trennen und widmen dem Berufsleben mehr Zeit.
- zu oft unerledigte Angelegenheiten auf Kosten des persönlichen Lebens und der persönlichen Zeit lassen
- Sie haben Arbeit auf Ihrem Mobiltelefon und nehmen sie mit nach Hause
- können Sie alles von überall aus erledigen. Das macht die Arbeit leichter, aber es nimmt Zeit weg von der Privatsphäre
- nach Feierabend zu Hause arbeiten



Kapitel 3: Herausforderungen im E-Retail

Expert:inneninterviews:

1. Auf die Frage "Welche Schritte werden unternommen, um die digitale Transformation des Einzelhandels zu fördern oder zu beschleunigen" antworteten die Teilnehmenden jedoch:

- Ausbildung in digitalen Technologien mit staatlichen Zuschüssen
- Umgestaltung der öffentlichen Bildung
- logistische Infrastruktur
- Seminare
- Programme zur Unterstützung von Unternehmen bei der digitalen Transformation
- Finanzierung der Einrichtung eines E-Shops
- Schulungen zum Bedarf an Websites und Werbestrategien
- Entwicklung von digitalen Tools

2. Fast alle Befragten gaben an, dass es einfach ist, Kund:innen mit digitalen Werkzeugen zu erreichen, im Vergleich zu Kund:innen, die auf traditionelle Weise erreicht werden.

3. Über die Möglichkeiten des digitalen Marketings antworteten die Teilnehmenden:

- soziale Medien
- gezielte Online-Werbung und Verwendung von z.B. Cookies
- Angeln
- Möglichkeiten, Kund:innen von Mobiltelefonnutzern zu erreichen
- systematische Werbung für Produkte über E-Mails / soziale Medien
- Personalisierung des Angebots



4. **Alle Teilnehmenden waren sich einig, dass sich ihr Arbeitsalltag durch die Digitalisierung verändern wird.**

5. **Und in Fortsetzung der vorherigen Frage gaben sie auch an, dass die Digitalisierung ihren Arbeitsalltag bereits in hohem Maße verändert hat.**

6. **Alle Trainer:innen gaben an, dass sie auf digitale Herausforderungen gestoßen sind:**
 - viele Auszubildende weigern sich, digitale Praktiken anzuwenden
 - neue digitale Tools verändern sich sehr oft
 - erhöhter Bedarf an Online-Unterricht
 - Mangel an Zeit, um mit den Entwicklungen Schritt zu halten

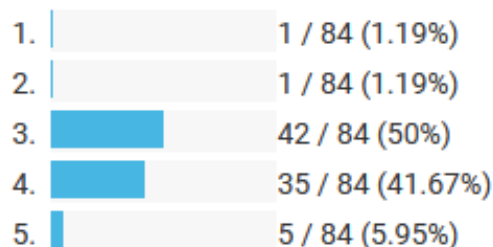
7. **Alle Teilnehmenden gaben an, dass digitale Tools sie bei ihrer täglichen Arbeit unterstützen können (und stimmten auch zu, dass sie bereits unterstützt werden und Teil ihrer Arbeit sind), indem sie:**
 - ihre Effizienz steigern
 - ihre Organisation verbessern
 - ihnen mit Online-Kursen helfen
 - Herstellung von Objekten mit elektronischen Mitteln (z.B. 3D-Druck) statt manuell
 - die Möglichkeiten, die sie bieten



Beschäftigte:

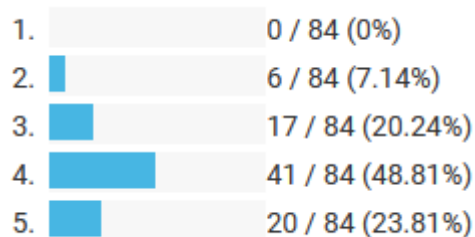
1. Wie gut bewerten Sie Ihren Umgang mit Arbeitsprozessen

Schlecht	1 / 84 (1.19%)
Nicht gut	1 / 84 (1.19%)
Mäßig	42 / 84 (50%)
Gut	35 / 84 (41.67%)
Ausgezeichnet	5 / 84 (5.95%)



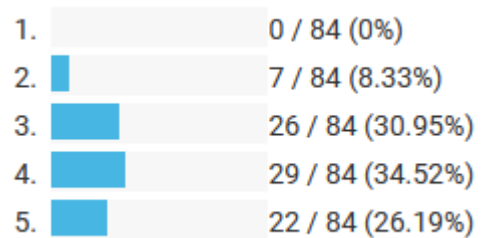
2. Stehen Sie in Ihrem Berufsleben oft vor Herausforderungen?

Niemals	0 / 84 (0%)
Selten	6 / 84 (7.14%)
Gelegentlich	17 / 84 (20.24%)
Häufig	41 / 84 (48.81%)
Sehr häufig	20 / 84 (23.81%)



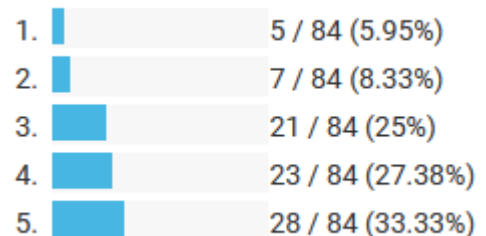
3. Inwieweit stellen digitale Tools für Sie eine Herausforderung im beruflichen Umfeld dar?

Ganz und gar nicht	0 / 84 (0%)
Sehr wenig	7 / 84 (8.33%)
Irgendwie	26 / 84 (30.95%)
Häufig	29 / 84 (34.52%)
Zu einem großen Teil	22 / 84 (26.19%)



4. Inwieweit hat die Digitalisierung Ihren Arbeitsalltag verändert?

Ganz und gar nicht	5 / 84 (5.95%)
Sehr wenig	7 / 84 (8.33%)
Irgendwie	21 / 84 (25%)
Häufig	23 / 84 (27.38%)
Zu einem großen Teil	28 / 84 (33.33%)

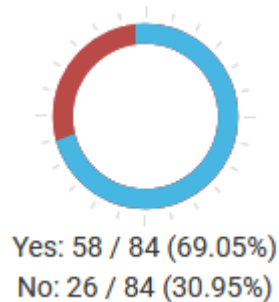


5. Falls zutreffend, nennen Sie ein Beispiel für eine digitale Herausforderung, die Sie in Ihrem Arbeitsalltag erleben.

Einige der Teilnehmenden, die auf die obige Frage mit "in hohem Maße" geantwortet haben, gaben an:

- alles wird elektronisch erledigt
- die täglichen Aktualisierungsvorgänge von der zentrale aus
- Wettbewerb
- ständige Aktualisierung und Kontrolle
- keine Arbeitszeiten mehr
- eine große Anzahl von Anwendungen, die herauskommen
- ständige Weiterentwicklung der Technologien, so dass Sie oft nicht mehr wissen, was Sie selbst verwenden

- digitales Marketing ist anspruchsvoller und erfordert ein Studium
 - Sofortdienst
 - Produkte online hochladen
6. Glauben Sie, dass sich Ihr Arbeitsalltag durch die Digitalisierung weiter verändern wird?



7. Wenn ja, wie?

Da die meisten Teilnehmenden die obige Frage mit "Ja" beantworteten, gaben sie auch an:

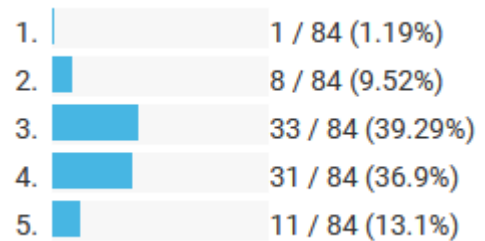
- Ich muss mich bemühen, mich an neue Prozesse, andere Gewohnheiten und Methoden anzupassen
- Aktualisierung des technischen Aufbaus und Erhöhung der Arbeitszeiten
- neue Geräte werden innerhalb des Systems für digitale Erlebnisse hinzugefügt
- neue Technologien halten Einzug in den elektronischen Handel, die ich kennen muss
- 100% computergestützte Arbeit
- durch die Automatisierung vieler Prozesse und die Einsparung von Zeit und Geld für verschiedene Prozesse wie z.B. Werbung.
- mehr Plattformen und Lager verwalten als die tatsächliche Kundschaft
- Ich muss mehr Zeit aufbringen
- Neue und große Herausforderungen



- Schnellerer Kundenservice und Zeitmanagement
- Telearbeit, Kommunikation
- Weniger direkter Kontakt mit der Kundschaft

8. Wie einfach ist es, Kund:innen über digitale Tools zu erreichen, im Vergleich zu einer traditionellen Kundenansprache?

Viel schwieriger	1 / 84 (1.19%)
Schwieriger	8 / 84 (9.52%)
Dasselbe	33 / 84 (39.29%)
Einfacher	31 / 84 (36.9%)
Viel einfacher	11 / 84 (13.1%)



Kapitel 4: E-Retail-Praktika und berufsbegleitende Lernangebote

Expert:inneninterviews:

1. Die Teilnehmenden gaben an, dass neue Auszubildende bereits über digitale Fähigkeiten verfügen, allerdings auf einem mittleren bis guten Niveau und hauptsächlich im Bereich Kommunikation (E-Mail usw.) und soziale Medien.

2. Auf die Frage, welche digitalen Kompetenzen sie als wichtig/unverzichtbar für ein Unternehmen erachten, um im zukünftigen Einzelhandel zu überleben, gaben die Teilnehmenden ihre Antworten an:

26.

- ausgezeichnete Computerkenntnisse
- Internetnutzung
- elektronische Post
- Datenbankverwaltung
- digitales Marketing
- asynchrones Lernen

27.

3. Auf die Frage nach den digitalen Herausforderungen in der Berufsausbildung und wie diese gemeistert werden, antworteten die meisten der Befragten:

- Verweigerung sich mit der Digitalisierung vertraut zu machen
- Erreichen einer hohen Qualität der allgemeinen und beruflichen Bildung
- Bewältigung des Übergangs der Bildung in das digitale Zeitalter
- die Übertragbarkeit von Wissen durch elektronische Systeme
- Bereitstellung von E-Learning-Programmen

4. Die meisten Teilnehmenden wussten nicht, in welchen Bereichen des Einzelhandels/der Wirtschaft digitale Weiterbildungskurse angeboten werden, während einige wenige Antworten waren:

- Social Media Marketing
- e-Commerce und e-Marketing



- Agrarnahrungsmittelsektor
- Pharmabereich
- E-Commerce-Sektor
- Ausbildung im Bereich der KMU

5. Auf die Frage "Wo sehen Sie Defizite in der beruflichen Bildung im Zusammenhang mit der Digitalisierung im Einzelhandel und wo gibt es Verbesserungspotenzial" antworteten die Interviewenden:

- die Qualität des Materials ist nicht gut
- die geringe Nutzung des Potenzials von E-Commerce und E-Procurement
- das niedrige Niveau der Investitionen in die digitale Transformation

Während Verbesserungen bei der Entwicklung digitaler Innovationen im Einzelhandel vorgeschlagen werden.

6. Alle Teilnehmenden waren sich einig, dass die Digitalisierung den Arbeitsalltag im Einzelhandel in hohem Maße verändert hat.

7. Fast alle Teilnehmenden gaben an, dass "Social Marketing" und der "Betrieb von E-Shops" der Bereich ist, der sich in den letzten 5 Jahren im Einzelhandel am meisten entwickelt hat.

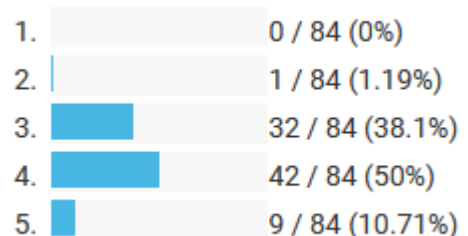
28.

Beschäftigte:

1. Wie schätzen Sie Ihre digitalen Fähigkeiten ein?

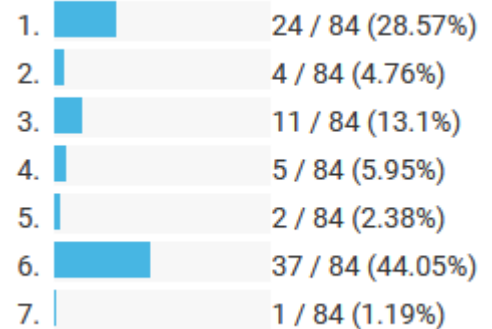
29.

Schlecht	0 / 84 (0%)
Nicht gut	1 / 84 (1.19%)
Mäßig	32 / 84 (38.1%)
Gut	42 / 84 (50%)
Ausgezeichnet	9 / 84 (10.71%)



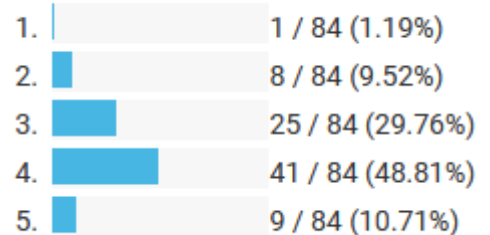
2. Wie haben Sie Ihre bisher erworbenen digitalen Fähigkeiten erworben?

Selbststudium (Internet-Tutorials, Handbücher...)	24 / 84 (28.57%)
E-Kurse/ MOOCS für die Ausbildung	4 / 84 (4.76%)
Formale Bildung	11 / 84 (13.1%)
Videos und Video-Tutorials	5 / 84 (5.95%)
Fallstudien und szenariobasiertes Lernen	2 / 84 (2.38%)
Arbeitsbezogenes Lernen	37 / 84 (44.05%)
Andere	1 / 84 (1.19%)



3. Wie vertraut sind Sie mit digitalen Inhalten für Ihr Training?

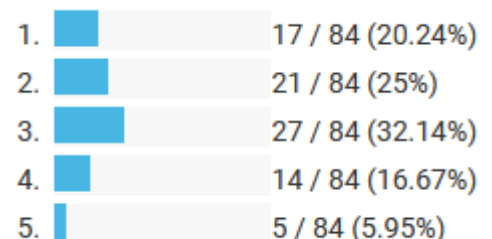
Überhaupt nicht vertraut	1 / 84 (1.19%)
Ein wenig vertraut	8 / 84 (9.52%)
Irgendwie vertraut	25 / 84 (29.76%)
Mäßig vertraut	41 / 84 (48.81%)
Äußerst vertraut	9 / 84 (10.71%)



4. Wie oft besuchen Sie die angebotenen digitalen Schulungen?

30.

Niemals	17 / 84 (20.24%)
Selten	21 / 84 (25%)
Gelegentlich	27 / 84 (32.14%)
Häufig	14 / 84 (16.67%)
Sehr häufig	5 / 84 (5.95%)



5. Falls zutreffend, in welchen Bereichen?

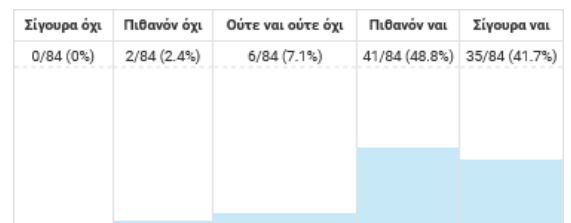
Einige der Teilnehmenden, die auf die obige Frage mit "trifft zu" geantwortet haben, haben die folgenden Felder ausgefüllt:

- Internetnutzung /IT
- soziale Medien
- digitales Marketing
- e-Commerce
- Verkauf
- Kundenkommunikation
- Personalmanagement

6. Möchten Sie Ihre digitalen Fähigkeiten für den E-Retail der Zukunft trainieren?

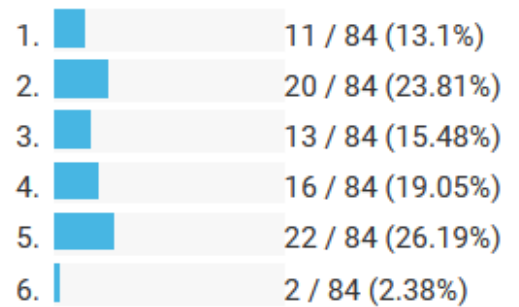
31.

Definitiv nicht	0/84 (0%)
Wahrscheinlich nicht	2/84 (2.4%)
Möglicherweise	6/84 (7.1%)
Sehr Wahrscheinlich	41/84 (48.8%)
Eindeutig Ja	35/84 (41.7%)

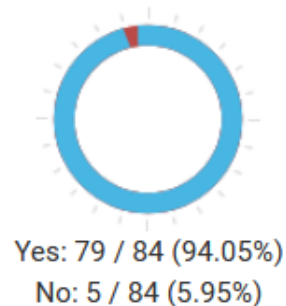


7. Welcher der folgenden Wege ist Ihrer Meinung nach am besten geeignet, um Ihre E-Retail-Kenntnisse zu verbessern?

Selbststudium (Internet-Tutorials, Handbücher...)	11 / 84 (13.1%)
E-Kurse/ MOOCS für die Ausbildung	20 / 84 (23.81%)
Formale Bildung	13 / 84 (15.48%)
Videos und Video-Tutorials	16 / 84 (19.05%)
Fallstudien und szenariobasiertes Lernen	22 / 84 (26.19%)
Andere	2 / 84 (2.38%)



8. Halten Sie die berufliche Bildung für ein wichtiges Instrument, um mit der Digitalisierung des Einzelhandels Schritt zu halten?



Schlussfolgerungen

Kapitel 1: E-Retail-Technologien und -Praktiken

Expert:innen

Zum Abschluss von "Kapitel 1: E-Retail-Technologien und -Praktiken" gaben die meisten Teilnehmer:innen an, dass die Umsätze über Online-Kanäle und E-Retail zunehmen werden, da mehr Unternehmen ihre Produkte über das Internet und die sozialen Medien bewerben, die E-Commerce-Funktionen verbessert wurden und weniger Unternehmen nur den persönlichen Verkauf anbieten.

Bei den digitalen Werkzeugen, die als wichtig erachtet werden, um im zukünftigen Einzelhandel zu überleben, waren die wichtigsten Ergebnisse Live-Commerce, digitales Marketing sowie virtuelle Realität (VR) und 3D-Produktmodelle,

Zu den Prozessen, die sie sich für den elektronischen Handel wünschen, gehören ein besserer Kundendienst und aktualisierte Websites, mehr Angebote, um das Interesse der Kund:innen zu wecken, eine sichere Lieferung der Produkte, die Möglichkeit für kleine, lokale Unternehmen, durch den elektronischen Handel eine wettbewerbsfähige Position auf dem Markt einzunehmen, Anreize für den Aufbau von mehr E-Shops sowie angereicherte Inhalte und Suchtechniken auf allen Websites.

Was die Zukunft des E-Retail-Sektors betrifft, so waren die wichtigsten Ergebnisse digitale Online-Shops, die das physische Geschäft simulieren. Kund:innen sollen eine Virtual-Reality-Umgebung betreten und mit dem Händler chatten können, als ob sie im Laden wären, Virtual-Reality-Läden, um die Produkte auszuprobieren oder zu betrachten, keine langen Wartezeiten beim Versand und keine Zollgebühren, die Kombination von KI mit AR, Metaverse-E-Shops und maßgeschneiderte E-Shops.

Beschäftigte

Laut den Vertretern der Einzelhandelsmitarbeiter kennen 91,67% den "E-Retail" und 70,21% nutzen bereits digitale Tools, wie POS, Facebook, Tik Tok, Instagram, E-Shop, LinkedIn, Google Ads, CRM, AdSense, WordPress und AdWords.

Was den Wissensstand betrifft, so wussten nur 11,9 % sehr viel über digitales Marketing und 1,7 % über "Live Commerce", während 39,3 % überhaupt nichts über "Augmented Reality (AR)" und 31 % über "künstliche Intelligenz" wussten.

28,6% nutzen "digitales Marketing" sehr häufig, aber 35,7% nutzen "Live Commerce" nie. Sie haben auch noch nie (AR), (VR) (AI) und 3D-Produktmodelle verwendet (57,1% bis 60,7%).



Ihrer Meinung nach halten 50% der Befragten "Digitales Marketing" für sehr wichtig und 28,6% für wichtig, um im Einzelhandel sichtbar zu sein, während "künstliche Intelligenz" mit 7,1% das weniger wichtige digitale Werkzeug ist.

Schließlich sind die Schritte, die ihrer Meinung nach unternommen werden sollten, um die digitale Transformation des Einzelhandels zu stimulieren oder zu beschleunigen, folgende: Schulungen für digitales Marketing, staatliche Subventionen für Geräte und Software, Aus- und Weiterbildung, kostenlose Seminare und Kurse für neue Technologien an Schulen für Studierende.

Kapitel 2: Soft Skills für den E-Retail

Expert:innen

Abschließend zu "Kapitel 2: Soft Skills im E-Retail" gaben die meisten Teilnehmer:innen an, dass die wichtigsten Soft Skills für den Einzelhandel die Akzeptanz des Wandels und die schnelle Umstellung der Kund:innen auf das Online-Shopping, emotionale Intelligenz, Kommunikationsfähigkeit für einen besseren Kundenservice, Konfliktmanagement - die Fähigkeit, Unzufriedenheit/Beschwerden von Kund:innen zu lösen, Flexibilität und organisatorische Fähigkeiten sind. Während die Anpassung an die neuen Technologien, Zeitmanagement, Flexibilität und Kommunikationsfähigkeit zu den Soft Skills gehören, die für die digitale Transformation immer wichtiger werden.

Fast alle Teilnehmenden gaben an, dass die Digitalisierung die Soft Skills in hohem Maße verändert.

Fast alle Teilnehmenden gaben an, dass ein Unternehmen die Soft Skills seiner Mitarbeiter:innen durch kontinuierliche Schulungen, Seminare und Trainingsprogramme verbessern kann, während Einfühlungsvermögen, aktives Zuhören und Kommunikationsfähigkeit in der Berufsausbildung fehlen.

Auf die Frage "Inwieweit ist es wichtig, die Soft Skills der Mitarbeiter:innen kontinuierlich zu verbessern?" antworteten alle Befragten, dass dies sehr wichtig sei. Sie gaben an, dass Ermutigung und Belohnung, Anpassung an den Wandel, kontinuierliche Schulungen und die Entwicklung digitaler Fähigkeiten die Schlüsselaspekte für die Anpassung an den Wandel sind.

Beschäftigte

Laut den Arbeitnehmervertreter:inn des Einzelhandels bewerten 47,62% ihre Anpassungsfähigkeit an sich ändernde Arbeitssituationen mit "gut". Kommunikation (72,6%)



und Problemlösung (67,9) sind die wichtigsten Soft Skills im Einzelhandelssektor, gefolgt von Flexibilität und Multitasking mit (61,9) bzw. 59,5).

Die Soft Skills, die die griechischen Teilnehmer:innen mit 57,1 % bzw. 56 % in ausreichendem Maße erwerben, sind Zeitmanagement und Kommunikation. Sie praktizieren diese Fähigkeiten, indem sie Geschenksets vorbereiten, um Zeitverschwendung beim Verkauf zu vermeiden, Projektmanagementprogramme verwenden, ständig mit den Mitarbeiter:innen kommunizieren, die meiste Arbeit früher als nötig erledigen, ein gutes Konfliktmanagement und eine positive Einstellung haben.

Zeitmanagement, Kommunikation, Problemlösung und Flexibilität sind die Soft Skills, die für die digitale Transformation wichtig sind.

Laut 63,1% der Teilnehmenden ist es sehr wichtig, das Berufs- und Privatleben zu trennen, während 75 von 84 es schaffen, ihr Berufs- und Privatleben zu trennen.

Fast die Hälfte der Teilnehmer:innen glaubt, dass sich die Digitalisierung negativ auf ihre Work-Life-Balance auswirkt.

Kapitel 3: Herausforderungen im E-Retail

Expert:innen

Zum Abschluss von "Kapitel 3: Herausforderungen des E-Retail" und nach Angaben der Expert:innen gaben die meisten Teilnehmer:innen an, dass die Schritte, die unternommen werden, um die digitale Transformation des Einzelhandels zu fördern oder zu beschleunigen, folgende sind: "Ausbildung in digitalen Technologien mit staatlichen Subventionen", "Umgestaltung des öffentlichen Bildungswesens", "Logistikinfrastruktur", "Finanzierung für die Einrichtung von E-Shops" und "Ausbildung über Website-Bedürfnisse und Werbestrategien".

Fast alle Befragten gaben an, dass es einfach ist, Kund:innen mit digitalen Werkzeugen zu erreichen, im Vergleich zu Kund:innen, die auf traditionelle Weise erreicht werden. Sie stimmten auch zu, dass sich ihr Arbeitsalltag durch die Digitalisierung verändern wird, während die Digitalisierung ihren Arbeitsalltag bereits in hohem Maße verändert hat.

Alle Teilnehmenden gaben an, dass digitale Werkzeuge sie bei ihrer täglichen Arbeit unterstützen können (sie stimmten auch zu, dass sie bereits unterstützt werden und Teil ihrer Arbeit sind), indem sie ihre Effizienz steigern, ihre Organisation verbessern, ihnen bei Online-Kursen helfen und Objekte mit elektronischen Mitteln (z.B. 3D-Druck) statt manuell herstellen.



Beschäftigte

48,8 % und 23,8 % der Teilnehmer:innen gaben an, dass sie häufig bzw. sehr häufig mit Herausforderungen in ihrem Berufsleben konfrontiert sind. 34,52 % gaben an, dass digitale Tools sie häufig vor Herausforderungen im beruflichen Umfeld stellen und 33,33 % haben ihren Arbeitsalltag durch die Digitalisierung stark verändert.

Die meisten von ihnen (69,05%) glauben auch, dass sich der Arbeitsalltag durch die Digitalisierung weiter verändern wird, indem sie sich bemühen, sich an neue Daten anzupassen, die Arbeitszeiten erhöhen, mehr Plattformen und Lager verwalten als tatsächliche Kund:innen und weniger direkten Kontakt mit den Kund:innen haben.

Kapitel 4: E-Retail-Praktika und berufsbegleitende Lernangebote

Expert:innen

Zum Abschluss von "Kapitel 4: E-Retail-Praktikum und berufsbegleitende Lernmöglichkeiten" gaben die meisten Teilnehmer:innen an, dass neue Auszubildende bereits über digitale Fähigkeiten verfügen, allerdings auf einem mittleren bis guten Niveau und vor allem in Bezug auf Kommunikation (E-Mail usw.) und soziale Medien. Zu den wichtigsten digitalen Kompetenzen, die sie für ein Unternehmen als überlebenswichtig für den zukünftigen Einzelhandel erachten, zählten die Teilnehmer:innen Antworten wie: ausgezeichnete Computerkenntnisse, Internetnutzung, elektronische Post, Datenbankmanagement, digitales Marketing und asynchrones Lernen.

Die digitalen Herausforderungen in der Berufsausbildung sind nach Ansicht der Interviewer die "Verweigerung der Vertrautheit mit der Digitalisierung", das "Erreichen einer qualitativ hochwertigen Bildung/Ausbildung", der Übergang der Bildung in das digitale Zeitalter", die Übertragbarkeit von Wissen durch elektronische Systeme und die Bereitstellung von E-Learning-Programmen.

Die meisten Teilnehmer:innen wussten nicht, in welchen Bereichen des Einzelhandels/der Wirtschaft digitale Weiterbildungskurse angeboten werden, während einige wenige Antworten Social Media Marketing, E-Commerce und E-Marketing, den Agrar- und Lebensmittelsektor, den Pharmasektor, den E-Commerce-Sektor und Schulungen im KMU-Sektor umfassten.

Alle Teilnehmer:innen waren sich einig, dass die Digitalisierung den Arbeitsalltag im Einzelhandel in hohem Maße verändert hat.

Fast alle Teilnehmenden gaben an, dass "Social Marketing" und der "Betrieb von E-Shops" der Bereich ist, der sich in den letzten 5 Jahren im Einzelhandel am meisten entwickelt hat.



Beschäftigte

Laut den Arbeitnehmervertreter:innen des Einzelhandels schätzen sich 50% selbst als "gut" in digitalen Fähigkeiten ein, während nur (10,71%) mit "ausgezeichnet" bewertet werden.

Die erworbenen digitalen Fähigkeiten wurden hauptsächlich (44,05%) durch Fallstudien und szenariobasiertes Lernen erworben, während (28,57%) angaben, dass sie durch Selbststudium erworben wurden.

Die meisten Teilnehmer:innen (48,81%) sind mit den digitalen Inhalten ihrer Ausbildung recht gut vertraut und nur 32,14% besuchen gelegentlich angebotene digitale Schulungen in Bereichen wie Internetnutzung/IT, soziale Medien, digitales Marketing, E-Commerce, Kundenkommunikation und Personalmanagement.

48,8 % und 41,7 % gaben an, dass sie ihre digitalen Fähigkeiten für den E-Retail in Zukunft gerne bzw. sehr gerne verbessern möchten. Auf die Frage, welche Mittel sich am besten eignen, um sie zu verbessern, antworteten 26,19 % mit Fallstudien und szenariobasiertem Lernen und 23,81 % mit E-Kursen/ MOOCS.

Fast alle Teilnehmer:innen (94,05%) gaben an, dass die Berufsausbildung ein wichtiges Instrument ist, um mit der Digitalisierung des Einzelhandels Schritt zu halten.

