



Nationaler E-Retail Bericht

Polen



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 Einzelhandelssektors 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 Projekt-ziele sind:

- Berufsbildungsanbieter:innen/Ausbilder: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
- Vorbereitung und Sensibilisierung des Personals der Kammern/Verbände für die Anpassung ihrer Politiken und Ansätze mit dem Ziel, Wettbewerbsfähigkeit und Beschäftigung auf lokaler und regionaler Ebene besser zu unterstützen
- Verknüpfung der Anforderungen des ländlichen Arbeitsmarktes mit dem Berufsbildungssektor 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

Ziel dieses Berichts ist es, die vorhandenen digitalen Fähigkeiten und die Lücken zu ermitteln und zu bestätigen, die bei den Arbeitskräften zur Nutzung der digitalen Technologien erforderlich sind. Damit wird auch der Grundstein für die Entwicklung effektiver, qualitativer und attraktiver Bildungs- und Ausbildungsergebnisse gelegt.

Für diesen nationalen Bericht wurden 10 Interviews mit Berufsbildungsanbieter:innen/Ausbilder:innen und Mitarbeitenden von Kammern/Verbänden sowie eine Umfrage unter 81 Arbeitnehmervertreter:innen im Einzelhandel durchgeführt. Sie fand zwischen dem 21.12.2022 und dem 22.02.2023 statt. Die Interviews wurden online über die Plattformen Teams und ZOOM durchgeführt.

Den Interviews zufolge waren die meisten Teilnehmenden Frauen, sechs (6) von zehn (10), während vier (4) Männer waren. In der Altersspanne von 25 bis 45 Jahren waren sieben (7) Teilnehmende, während drei (3) in der Altersspanne von 46 bis 60 Jahren zu finden waren. Vier (4) von zehn (10) waren



Berufsausbilder:innen, eine:r (1) war Kammer-/Verbandsmitarbeiter:in und fünf (5) andere.

Der Umfrage zufolge waren die meisten Teilnehmenden Frauen (58,02 %), während (41,98 %) Männer waren. In der Altersspanne von 25 bis 45 Jahren waren (45,68%) Teilnehmer:innen, während (22,22%) in der Altersspanne von 46 bis 60 Jahren und (30,86%) im Alter unter 25 Jahren und (1,23%) über 61 Jahren enthalten waren.

(35,8%) der Teilnehmenden leben in Städten mit mehr als 100.000 Einwohner:innen und (25,93%) leben in Städten mit 50-100 Tausend Einwohner:innen. (22,22%) leben in Dörfern und (16,05%) leben in Städten mit bis zu 50 000 Einwohner:innen.

(16,05%) der Teilnehmenden waren Klein- und Mittelunternehmer:innen und die (72,84%) waren Angestellte. (11,11 %) der Befragten stuften ihren derzeitigen beruflichen Status als "Sonstige" ein.

(8,64%) der Teilnehmenden gaben ihre Position als Filialleiter:in und (9,88%) als Kundenvertreter:in an, während Kassierer:innen (25,93%), Werbemanager:innen (6,17%) und Social Media Manager:innen (6,17%) waren. (40,74 %) der Befragten stuften ihre Haupttätigkeit als "Sonstige" ein (z. B. Studierende, Assistenz, Spezialist:innen, Büroangestellte, Eigentümer:innen, Koordinator:innen für Sozialforschung, Social Media Manager:innen, Direktor:innen, Import-Export-Manager:innen, Verkaufsleitende, Handelsvertretende, Abteilungskordinator:innen, PR- und Marketingmanager:innen, Kommunikationsmanager:innen).



Kapitel 1: E-Retail-Technologien und -Praktiken

Expert:inneninterviews:

- 1. Die meisten Teilnehmenden wussten nicht, dass es Ausbildungsinhalte zum Thema E-Retail gibt. Diejenigen, die über bestehende Schulungsinhalte Bescheid wussten, nannten jedoch die Polnische Agentur für Unternehmensentwicklung als Hauptquelle. Weitere Antworten waren:**
 - a. InDeed, Erasmus+ E-Learning-Programm
 - b. Wissenschafts- und Wirtschaftszentrum Zak,

- 2. Zu den digitalen Werkzeugen, die als wichtig erachtet werden, um in der Zukunft im Einzelhandel zu überleben, gehören:**
 - a. Live-Handel
 - b. Digitales Marketing
 - c. Künstliche *Intelligenz*

- 3. Zu den Prozessen, die sie sich für den elektronischen Einzelhandel wünschen, gehören:**
 - a. bessere Automatisierung des Marketings, ohne die Notwendigkeit, Personal zu schulen
 - b. einfachere Kundensegmentierung für präzisere Auftragspersonalisierung
 - c. wie künstliche Intelligenz (KI) die Einkaufsprozesse verbessern wird, ob sie auch Lieferungen und Zahlungen erleichtern wird und ob sie eine sichere Lösung sein wird.
 - d. mehr Interaktion zwischen der Kundschaft und Verkäufer:innen - Austausch von Meinungen und Erfahrungen
 - e. E-Shops oder E-Spaces, in denen die Kundschaft mit dem Unternehmen in Verbindung stehen oder die zumindest leichter zu finden sind, insbesondere bei landwirtschaftlichen Erzeugnissen, um die Lieferkette zu verkürzen

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



- a. e-Retail sollte sowohl für die Kundschaft als auch für die Verkäufer:innen eine Erleichterung darstellen, es sollte den Prozess beschleunigen und mehr Möglichkeiten bieten, Produkte z.B. mit dem verfügbaren Marktangebot zu vergleichen
 - b. der Online-Einzelhandel
 - c. schneller, nur wenige Minuten dauernder Verkaufs-/Kaufprozess auf der Grundlage visueller Elemente.
 - d. mehrstufiger Prozess, sehr visuell, einige Schritte zum Abschluss der Transaktion und natürlich bargeldlose Zahlungen.
 - e. Der elektronische Geschäftsverkehr könnte stärker an die lokalen Bedürfnisse angepasst werden und Waren aus den Herkunftsländern anbieten.
- 5. Auf die Frage, wie der Einzelhandel ihrer Meinung nach in fünf 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 elektronischen Handels verbessert werden und weniger Unternehmen nur den persönlichen Verkauf anbieten. Einige Befragte erwähnten die Automatisierung der immer mehr verbreiteten Selbstbedienungskassen.**
- 6. Die Hauptempfehlung der Teilnehmenden an den Einzelhandel war, den Wettbewerb zu verfolgen, insbesondere den im Ausland. Eine Person empfahl die Verwendung von mehr Zahlungsmitteln als nur Bargeld oder Karten. Das Hauptthema war, zu sehen, welche Lösungen verfügbar sind und vor allem in ähnlichen Unternehmen verwendet werden und ob es sich lohnt, diese zu übernehmen oder nicht.**

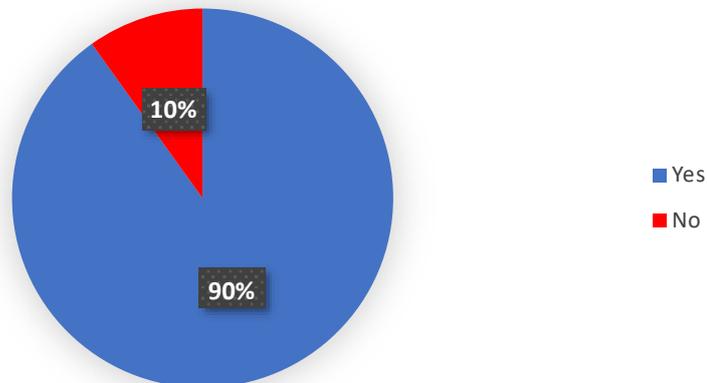
Beschäftigte:

1. Kennen Sie die Bedeutung von "e-retail"?

(90,12 %) der Teilnehmenden kennt die Bedeutung von "E-Retail":



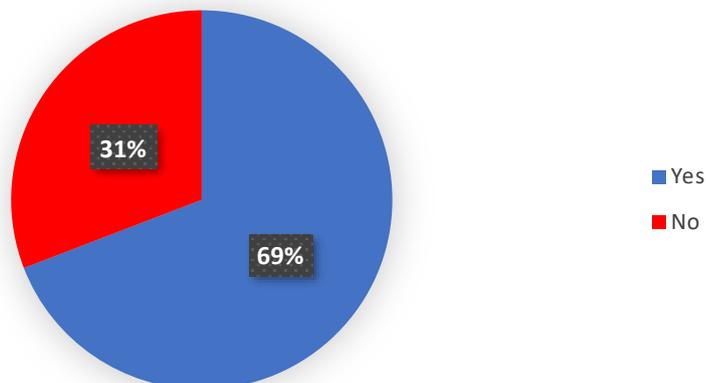
Do you know the meaning of e-retail?



2. Setzen Sie in Ihrem Einzelhandelsgeschäft digitale Tools ein?

Die meisten Teilnehmenden (69,14 %) nutzen digitale Werkzeuge bei ihrer täglichen Arbeit:

Are you using digital tools in your retail business?



3. Wenn ja, welche digitalen Werkzeuge nutzen Sie bereits in Ihrem Berufsleben?

- E-Kataloge, Online-Verkauf, E-Zahlungen
- AdWords, SEO, soziale Medien

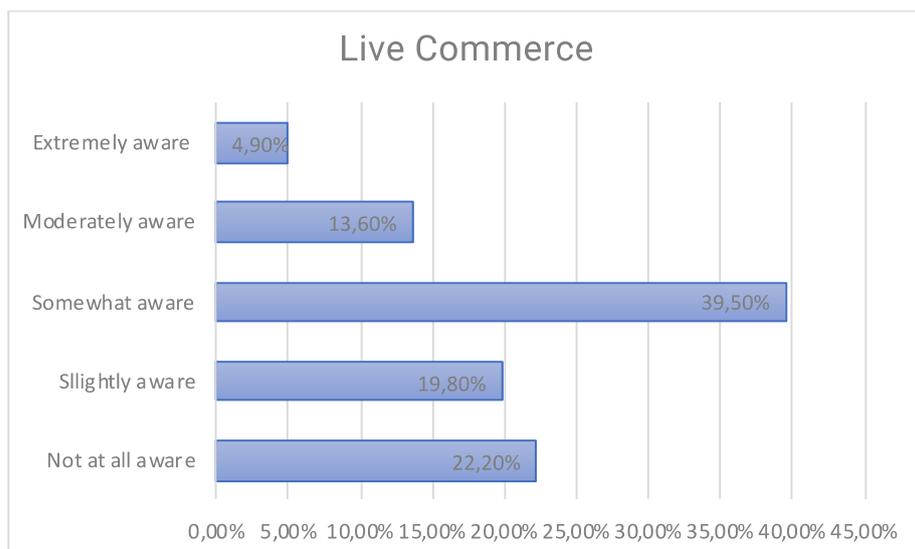
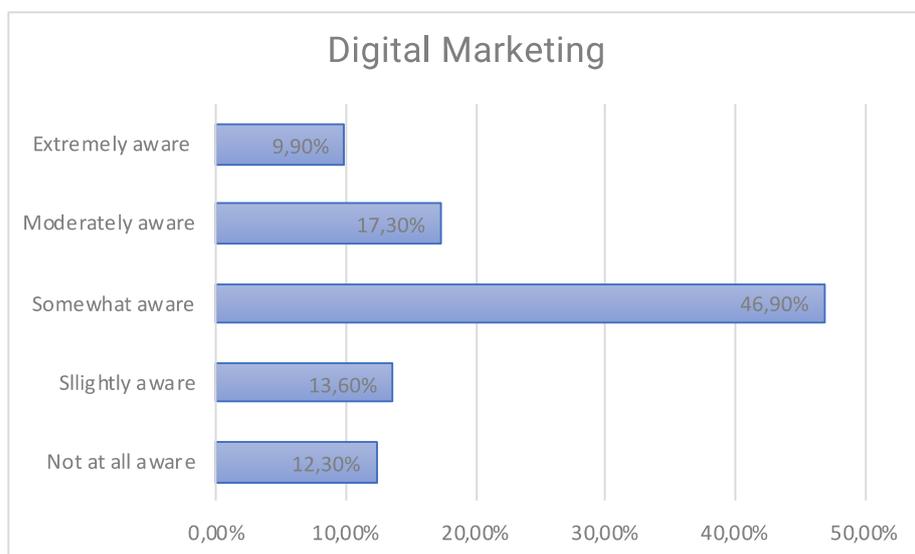


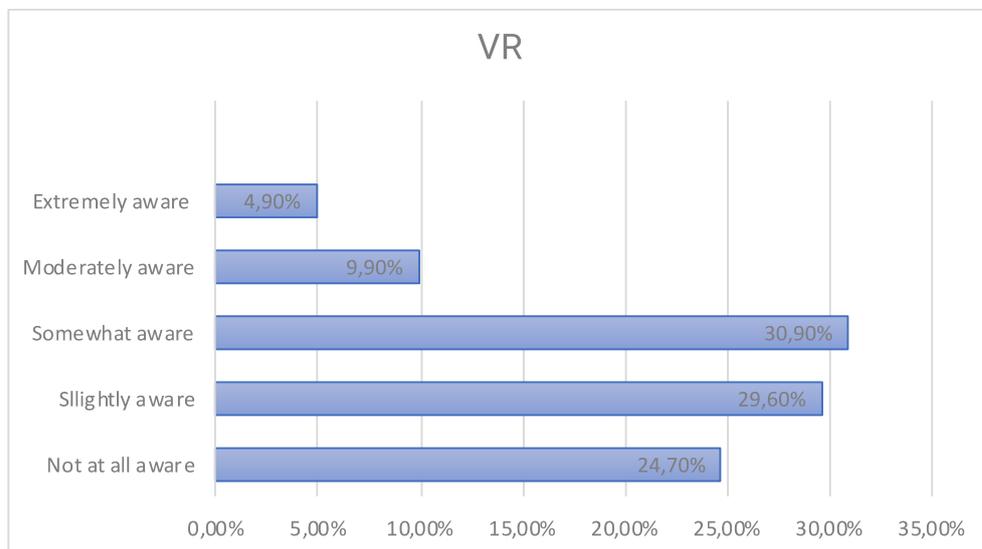
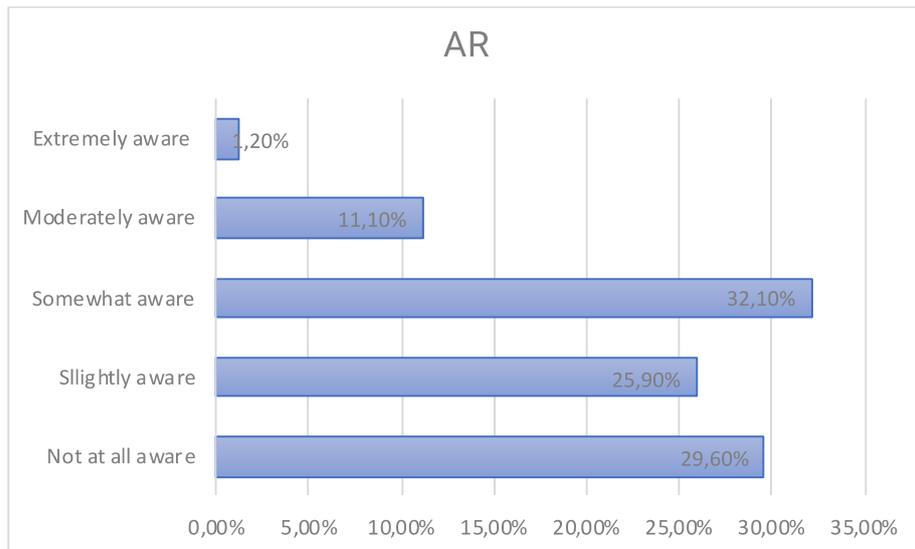
Kofinanziert von der Europäischen Union

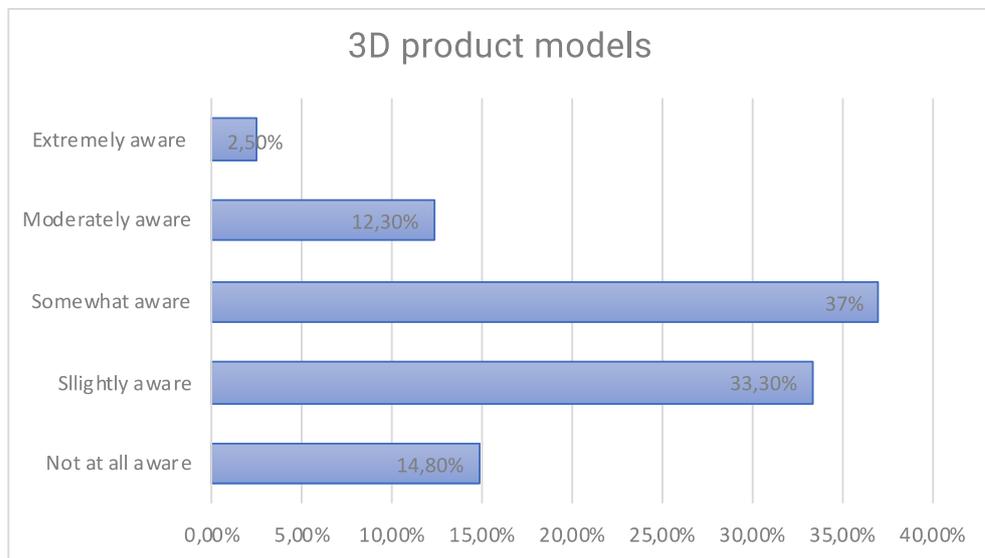
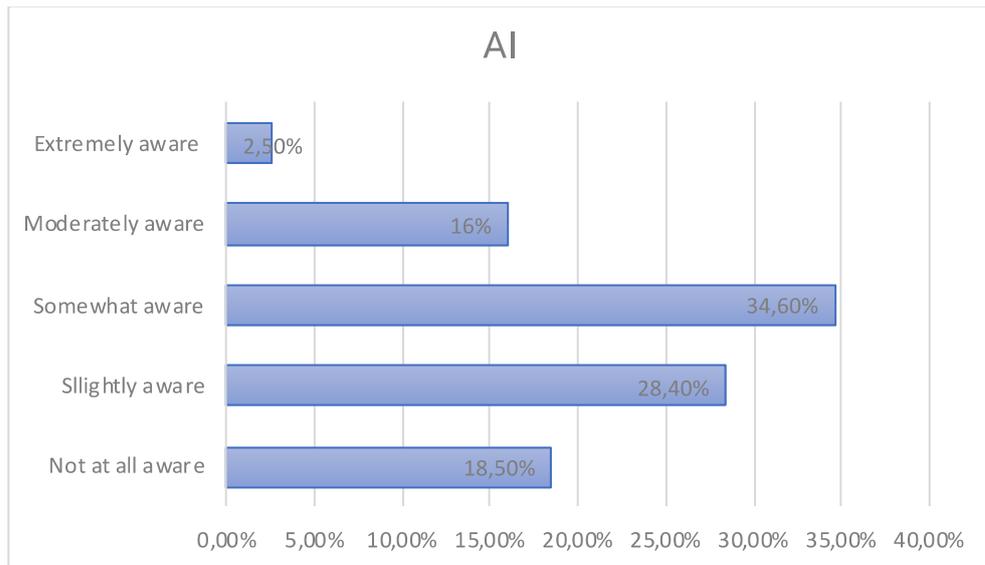
Von der Europäischen Union finanziert. Die geäußerten Ansichten und Meinungen entsprechen jedoch ausschließlich denen des Autors bzw. der Autoren und spiegeln nicht zwingend die der Europäischen Union oder der Europäischen Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union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

- Tools für Kommunikation und Budgetierung Software, E-Mail, Whatsapp, Optima, Office 365
- Website, soziale Medien, OBS Studio, Symfonia, Google Analytics, Doodle, Instagram
- Digitale Marketinginstrumente, bargeldlose Zahlungen
- FB-Marktplatz
- E-Mail, Teams, Computergrafikprogramme, Outlook, soziale Medien, Website, Zoom, mobile Anwendungen

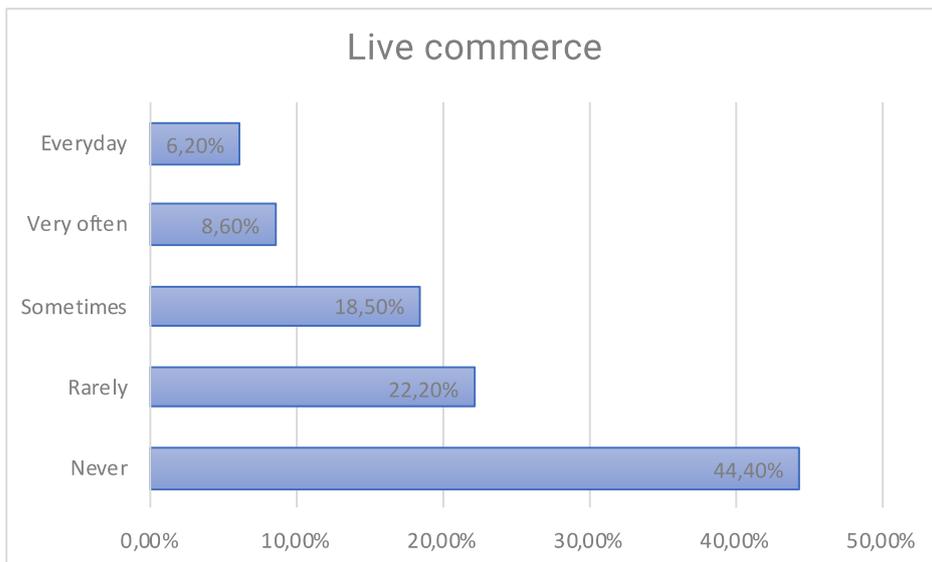
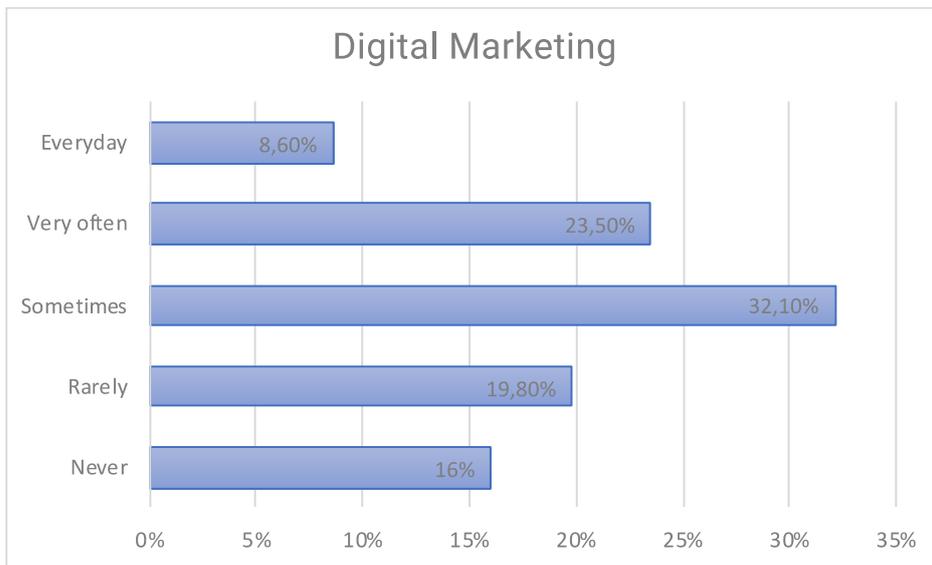
4. Geben Sie an, wie gut Sie mit den folgenden digitalen Technologien im Einzelhandel vertraut sind:

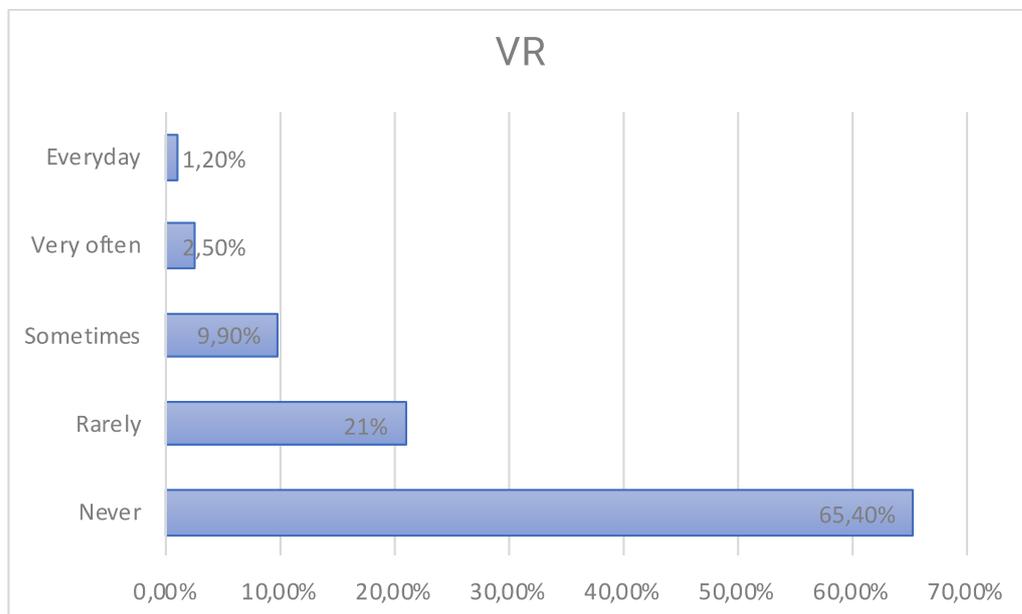
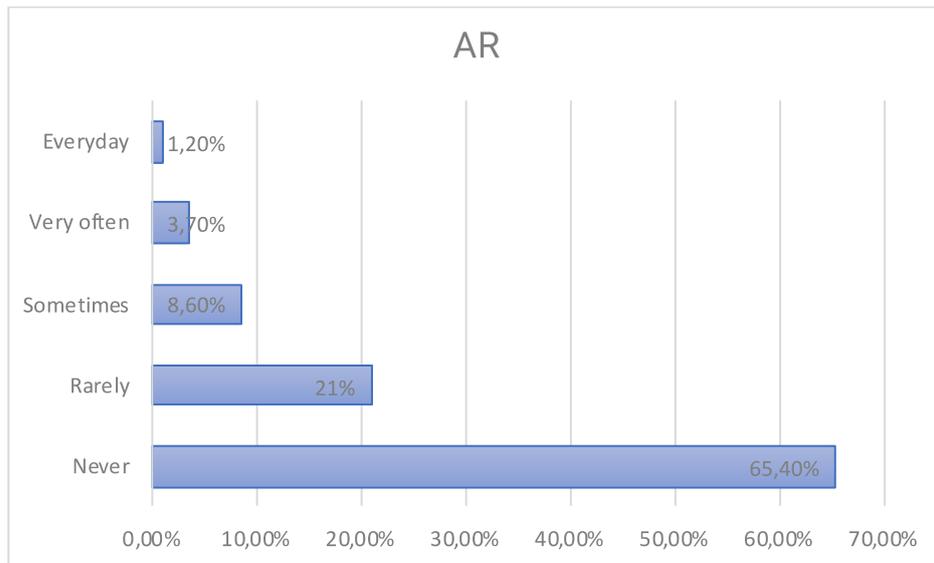


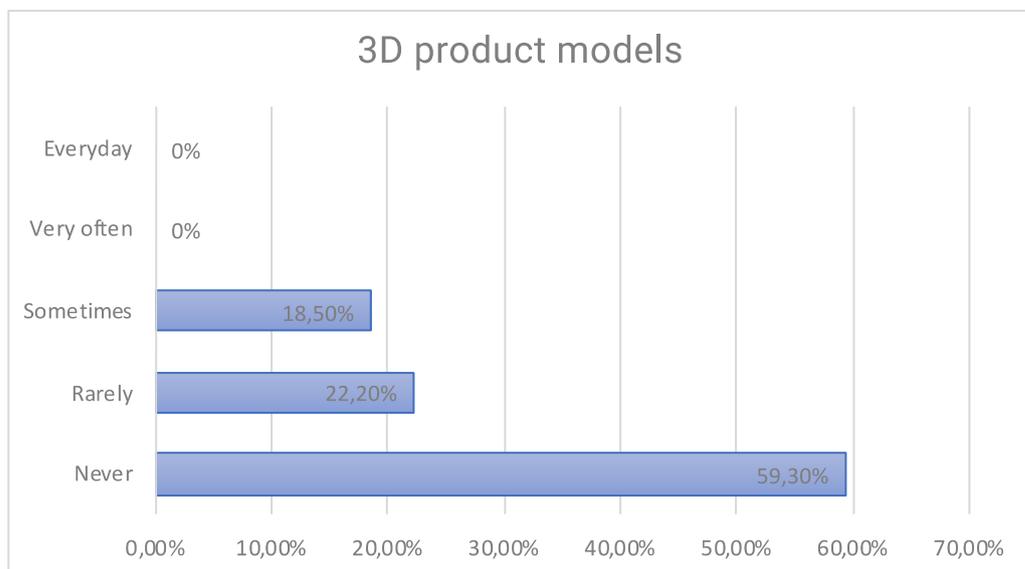
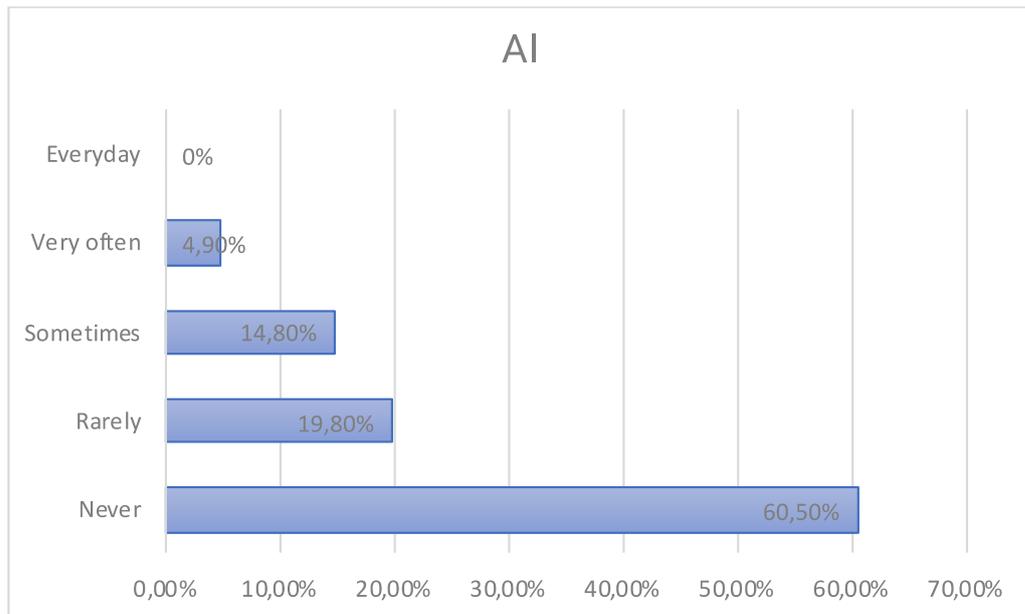




5. Wie häufig nutzen Sie die folgenden digitalen Technologien in Ihrem Berufsleben?



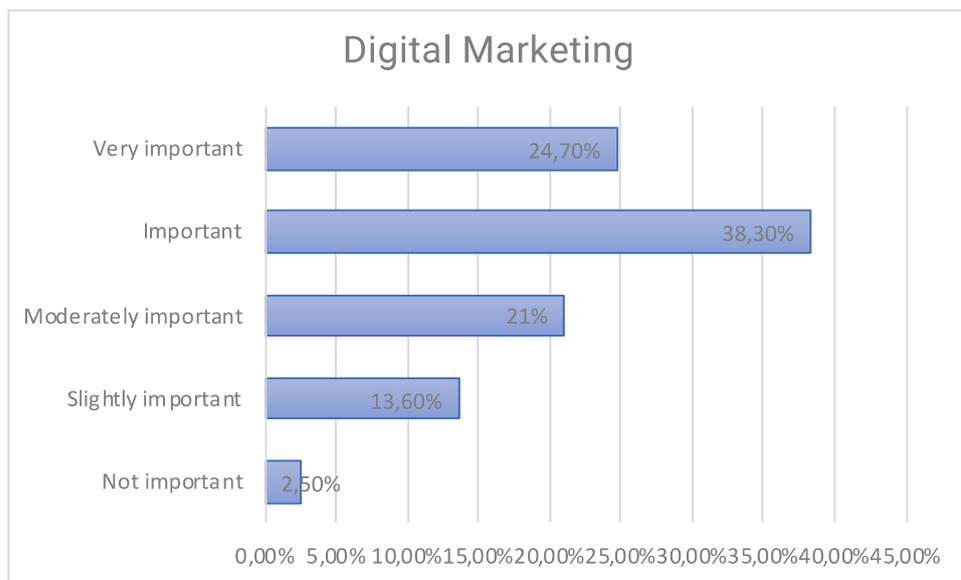


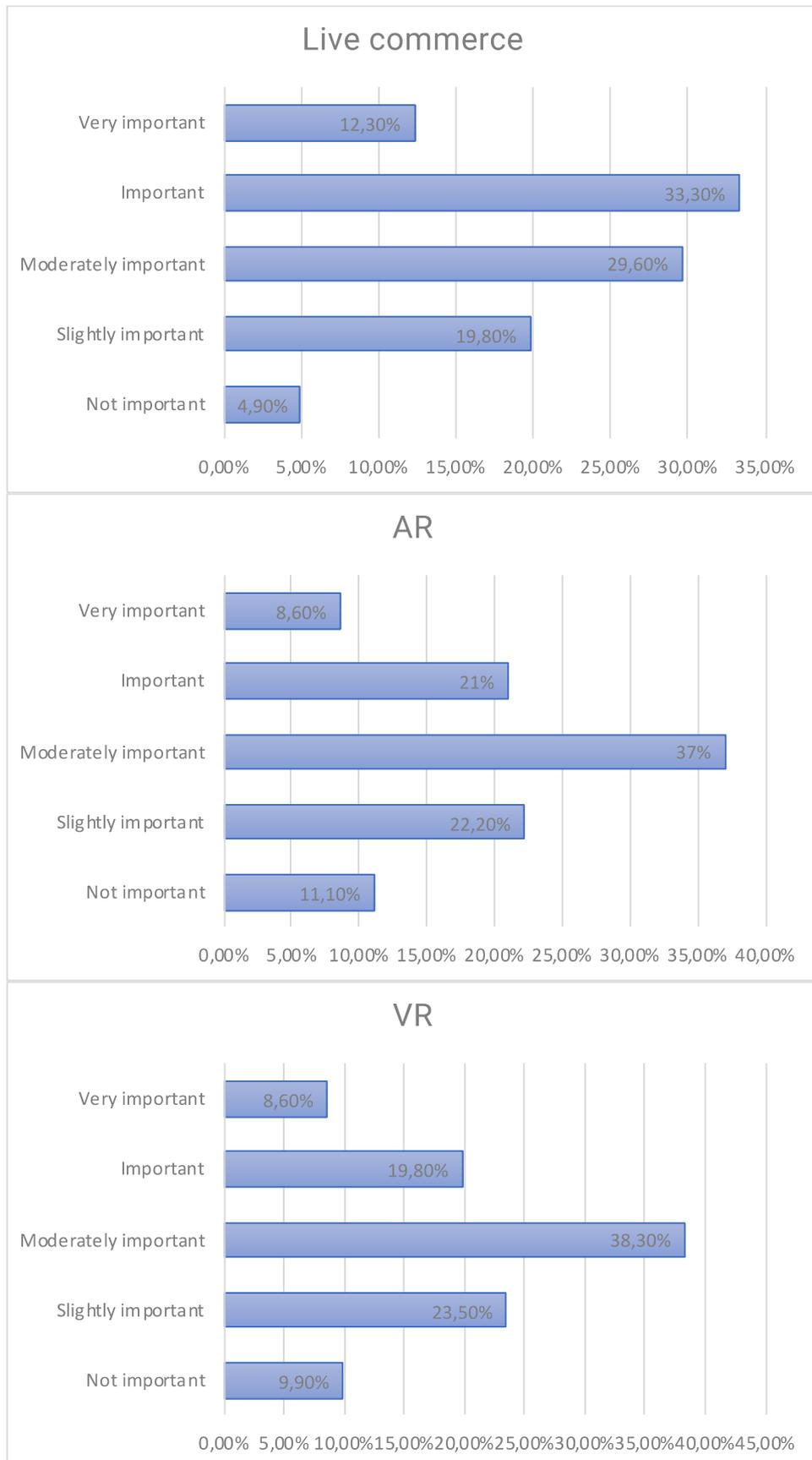


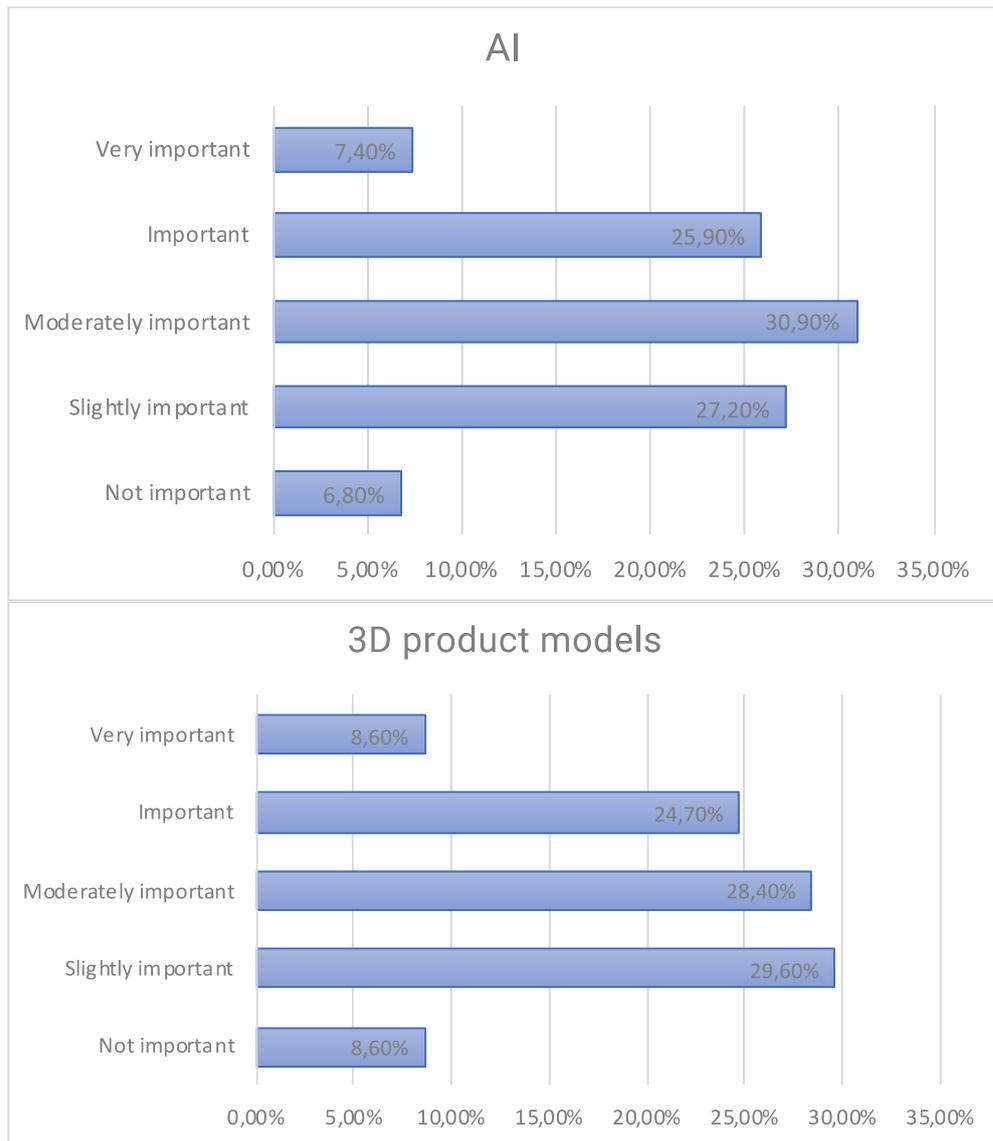
6. Falls zutreffend, geben Sie ein Beispiel für die Verwendung der oben genannten Technologien im Einzelhandel:

- Verkauf von Dienstleistungen
- Verkäufe auf der Grundlage von Live-Streaming
- Produktvisualisierung, virtuelle Umkleidekabinen, AdWords
- Präsentation der Produkte in 3D/360 Grad
- Online-Einkauf, e-shop
- Website-Optimierung, E-Commerce, Video-Marketing
- 3D-Druck, berührungsempfindliche/digitale Bildschirme, VR
- Verkauf über soziale Medien

7. Bitte geben Sie an, wie wichtig die folgenden Technologien für die Sichtbarkeit im Einzelhandel sind







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

Zu den Antworten gehörten:

- Verbreitung von Wissen über die Umsetzungsmethode, die damit verbundenen Kosten und möglichen Gewinne
- Kostenlose Schulungen für Mitarbeitende, aber auch für Kund:innen
- Öffentliche Unterstützung
- Schulungen und öffentliche Kampagnen
- Förderung des Verbraucherinteresses durch Werbung für diese Lösungen, was die Nachfrage steigern wird
- Kostenlose Tools erstellen
- Eine breitere Förderung ist erforderlich, aber auch die Kofinanzierung von Schulungen und Lösungen
- Bildung, Ausbildung, Sensibilisierung
- Aufklären, Zugang erleichtern - Kosten senken
- Unterstützung bei der Umsetzung, neue Tools
- Know-how teilen
- Unterrichten, zeigen, dass es sich lohnt, zeigen, wie man es umsetzt
- Testversionen freigeben
- Inkubatoren - kostenlose Tests am Arbeitsplatz
- Verlagerung des Direktverkaufs ins Internet



Kapitel 2: Soft Skills für den E-Retail

Expert:inneninterviews:

- 1. Die wichtigsten Soft Skills für den Einzelhandel sind:**
 - a. Kommunikation
 - b. zwischenmenschliche Fähigkeiten
 - c. die Freundlichkeit der Botschaft, die zu Herzen gehende Botschaft, die fesselt;
 - d. persuasive Fähigkeiten

- 2. Auf die Frage, welche Soft Skills für die digitale Transformation immer wichtiger werden, kamen unter anderem Antworten:**
 - a. Flexibilität
 - b. Anpassungsfähigkeit
 - c. Stressresistenz
 - d. analytisches und kritisches Denken

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

- 4. Fast alle Teilnehmenden gaben an, dass ein Unternehmen die Soft Skills seiner Mitarbeitenden verbessern kann, und zwar mit:**
 - a. Ausbildung
 - b. Job-Shadowing
 - c. Mentoring
 - d. Vor-Ort-Schulung

- 5. Auf die Frage "Welche Soft Skills werden in der Berufsausbildung vermittelt und wie" antworteten die Ausbilder:innen:**
 - a. Teamarbeit
 - b. Kommunikation mit Hilfe digitaler Werkzeuge

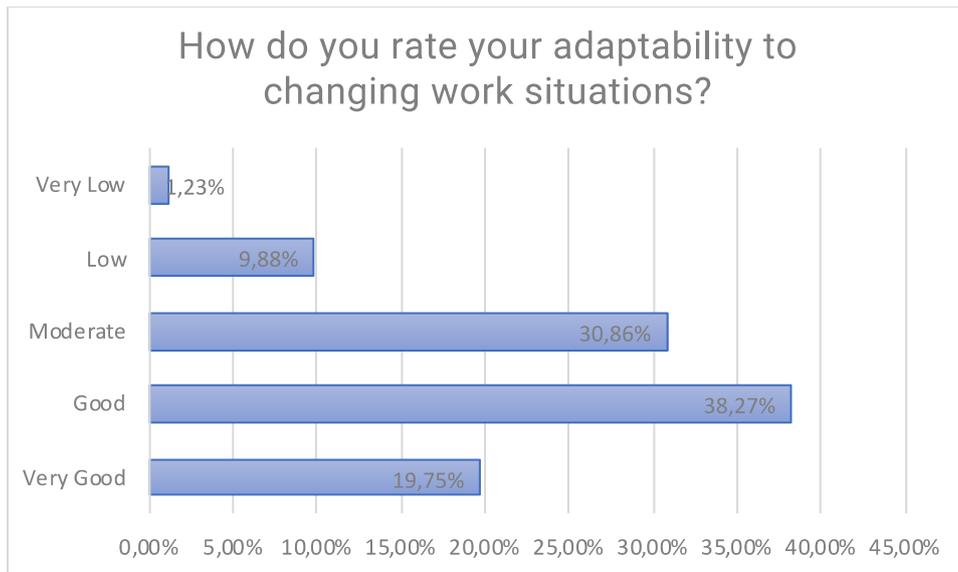


- c. Verhandlungen
 - d. Kommunikation mit der Kundschaft
 - e. Zeitmanagement
- 6. In der Frage "welche Soft Skills sollten in der Berufsausbildung vermittelt werden, fehlen aber bisher" enthalten:**
- a. Zeitmanagement
 - b. Arbeitsmanagement
 - c. Karriereplanung
 - d. Analyse des Wettbewerbs
 - e. Marktforschung
- 7. Auf die Frage "Inwieweit ist es wichtig, die Soft Skills der Mitarbeitenden kontinuierlich zu verbessern?" gaben 9 der Teilnehmenden an, dass dies sehr wichtig ist und 1, dass es mittelmäßig wichtig ist.**
- 8. Die meisten Teilnehmenden gaben an, dass sie sich im Idealfall an Veränderungen anpassen:**
- a. Seien Sie wissbegierig und bilden Sie sich selbst weiter.
 - b. Durch Übung, gute Beobachtung und Zuhören bei anderen, die durch ihr Beispiel zeigen, wie man sich an Veränderungen anpassen kann.
 - c. Anwendung der neuen Fähigkeiten im täglichen Leben
 - d. Selbstmotivation

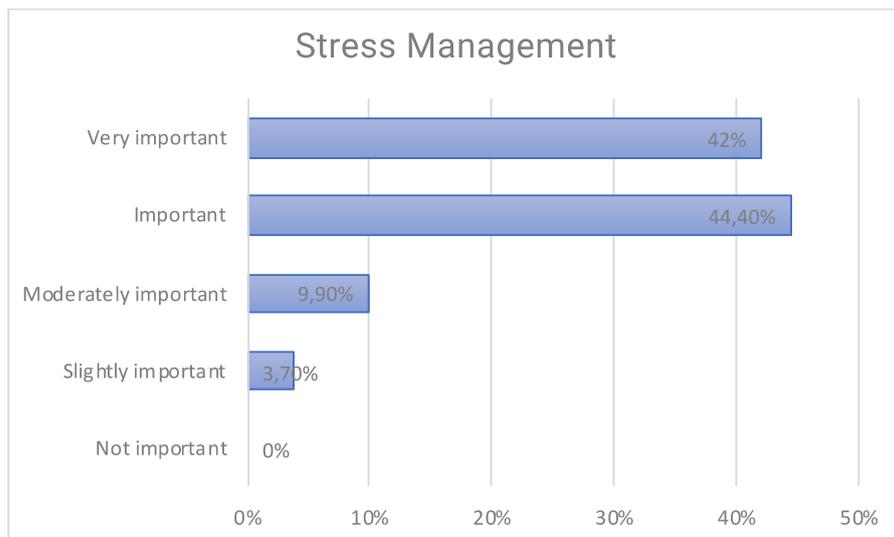
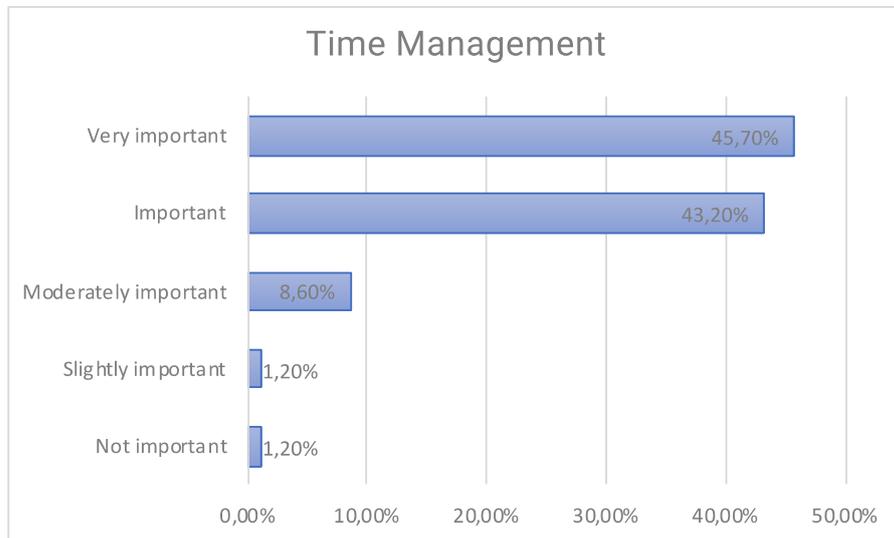
Beschäftigte:

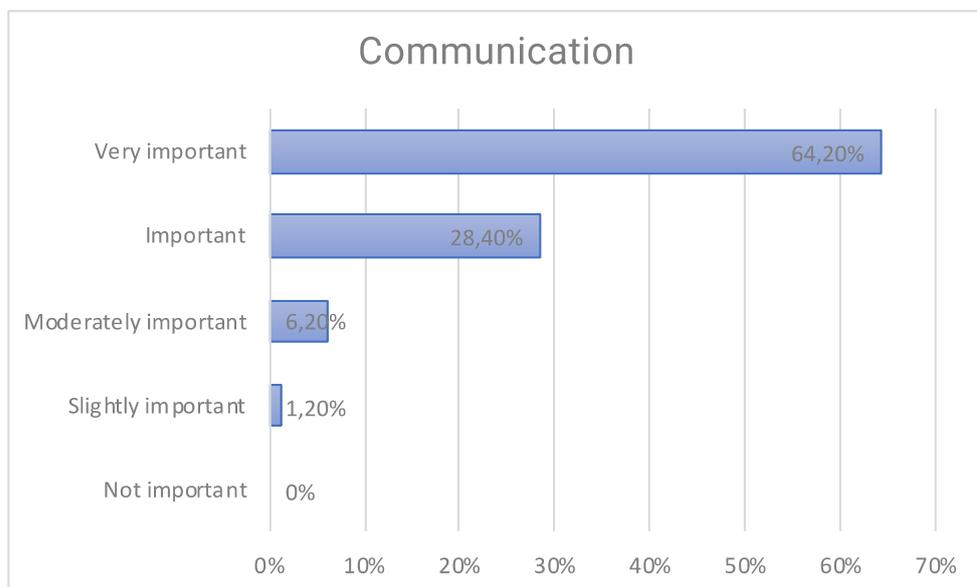
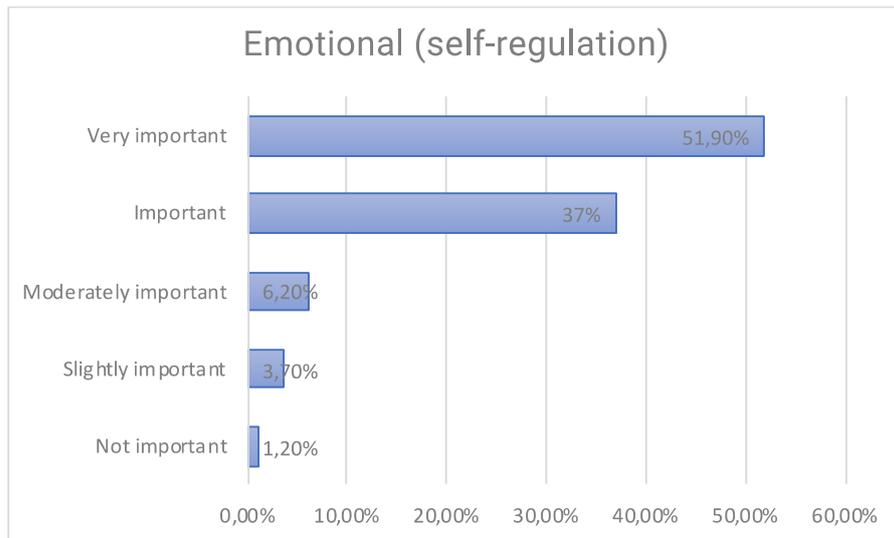
- 1. Wie beurteilen Sie Ihre Anpassungsfähigkeit an wechselnde Arbeitssituationen?**

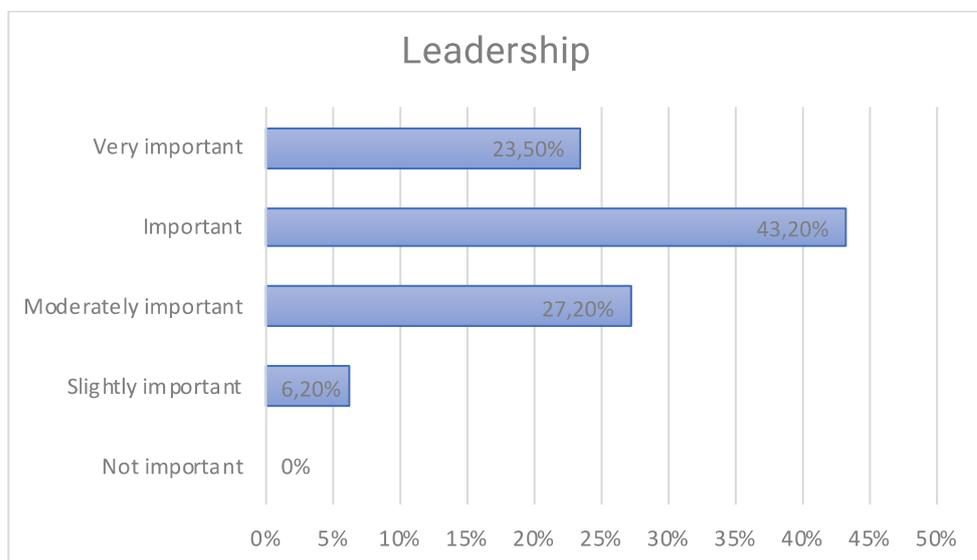
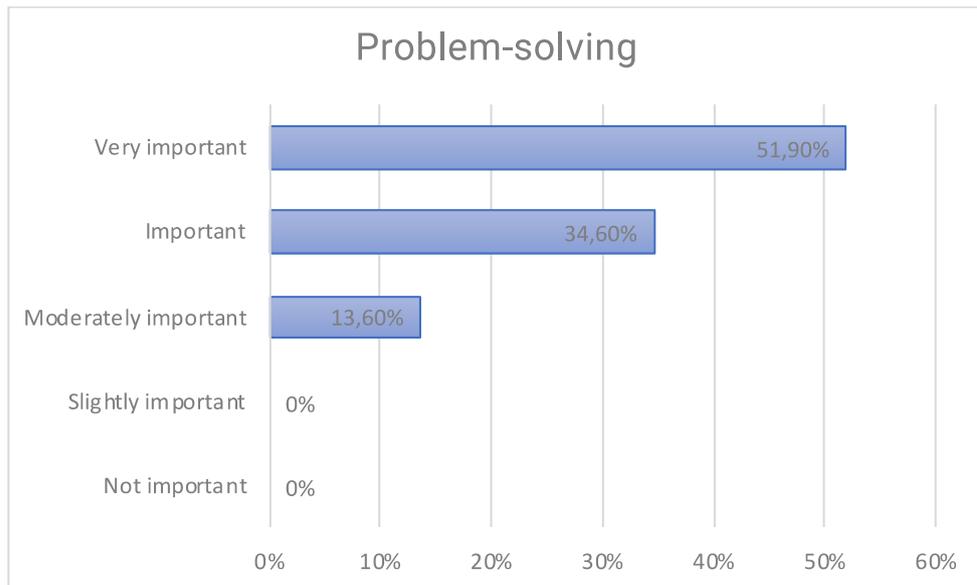


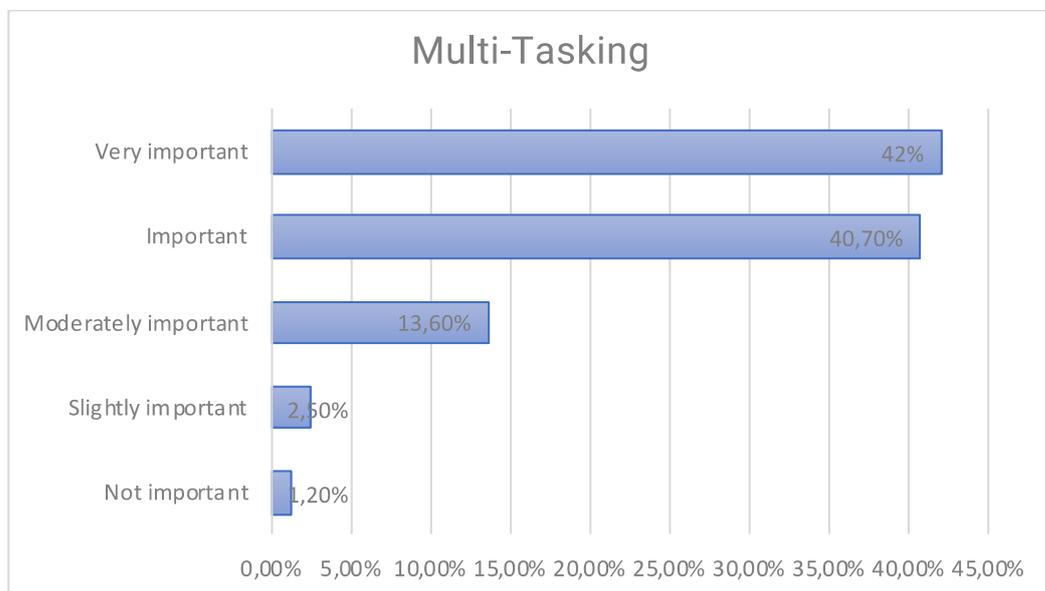
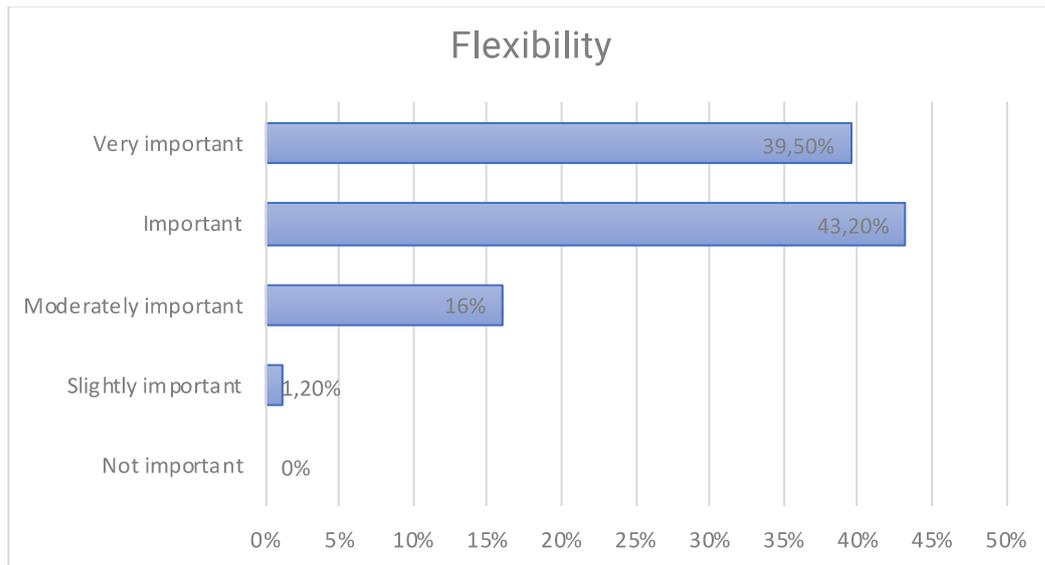


2. Bitte geben Sie an, wie wichtig die folgenden Soft Skills im Einzelhandelssektor sind:

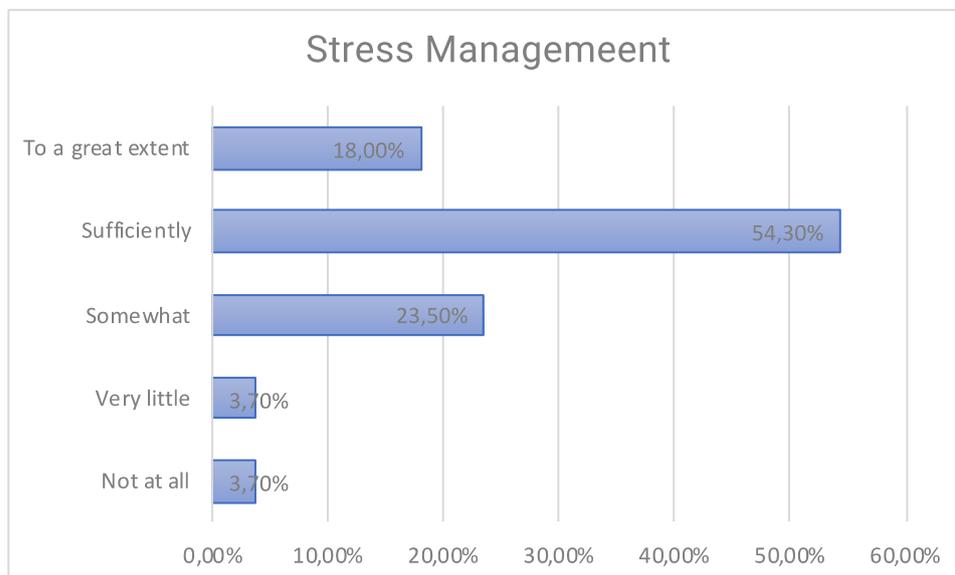
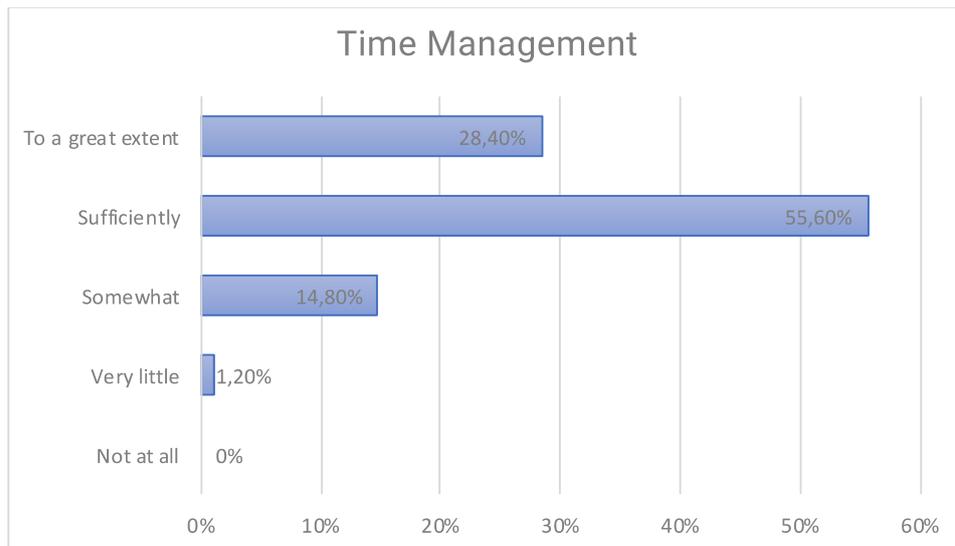


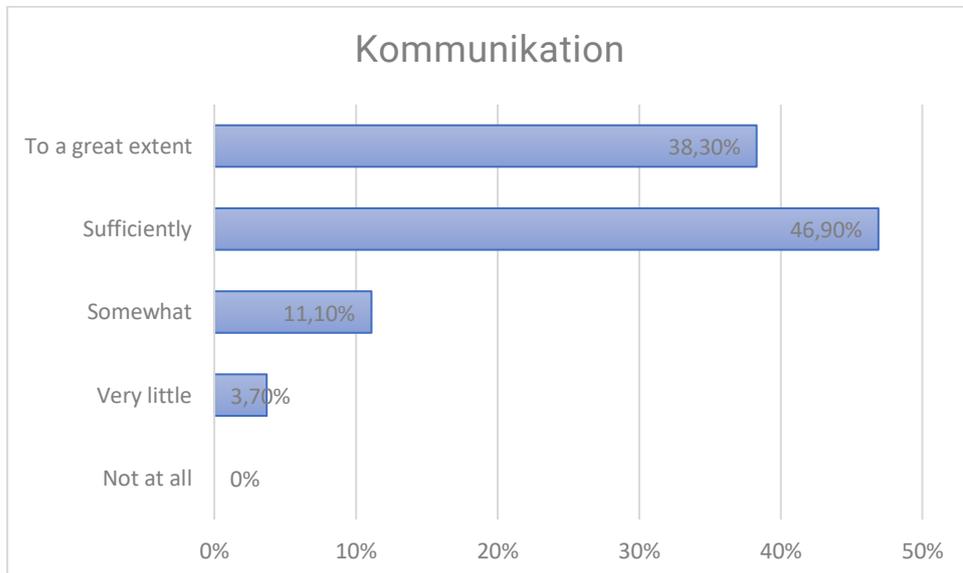
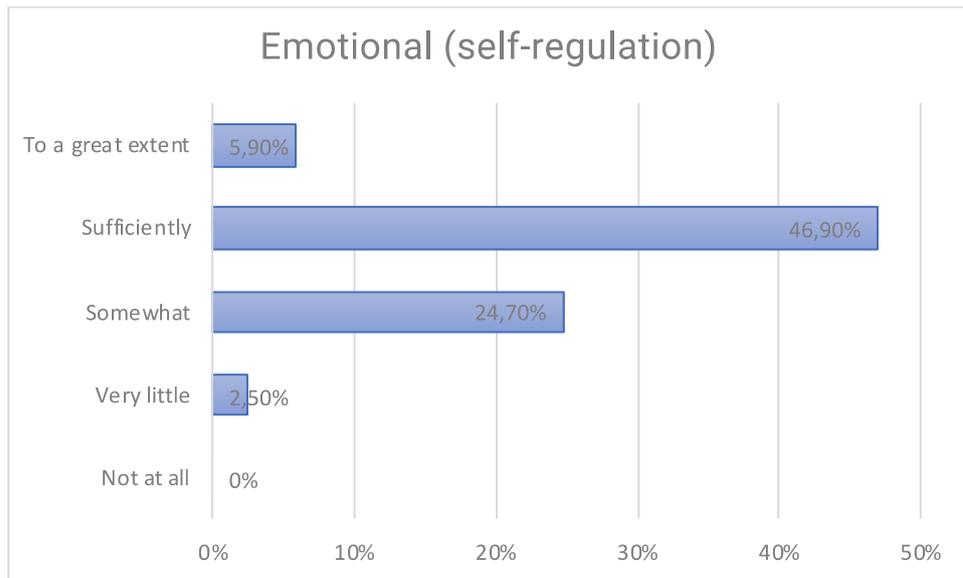


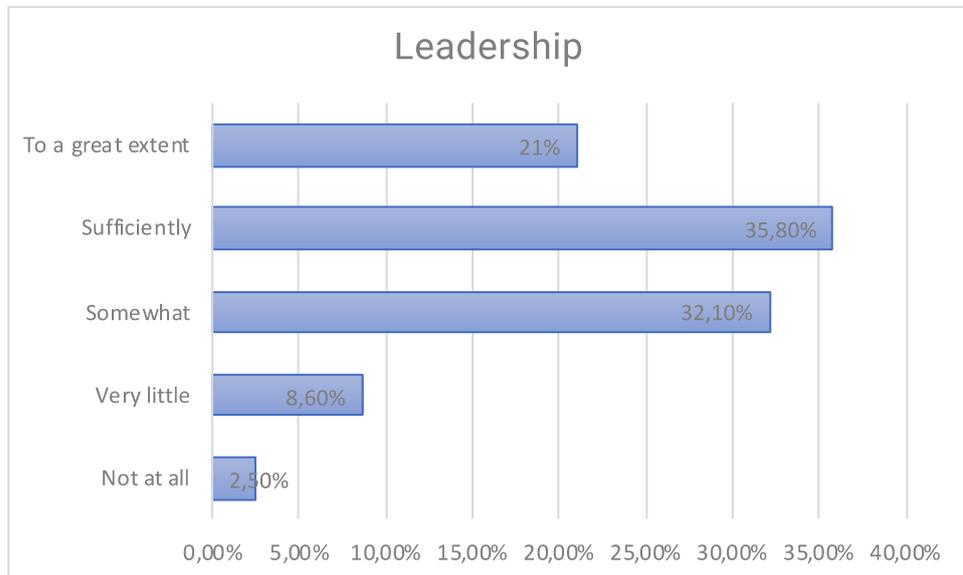
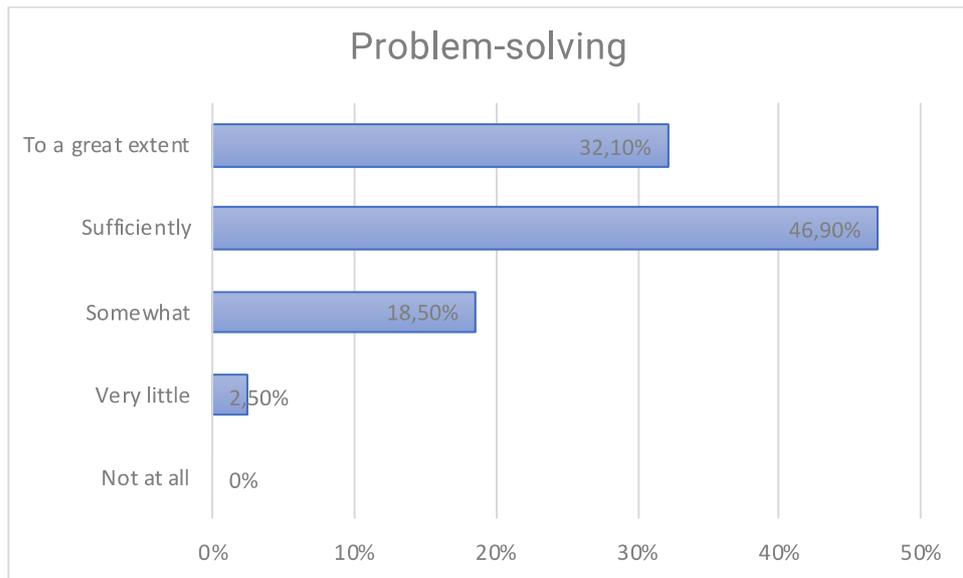


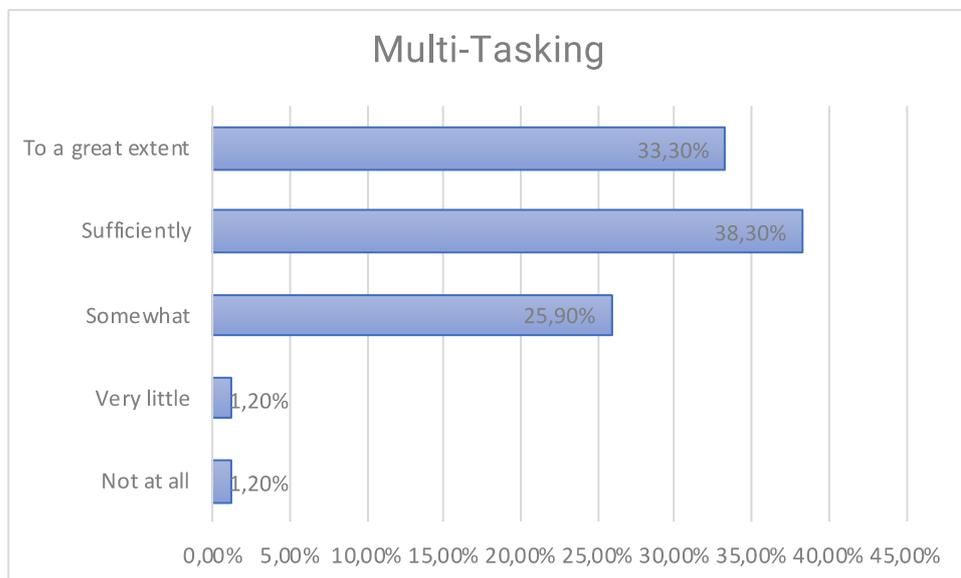
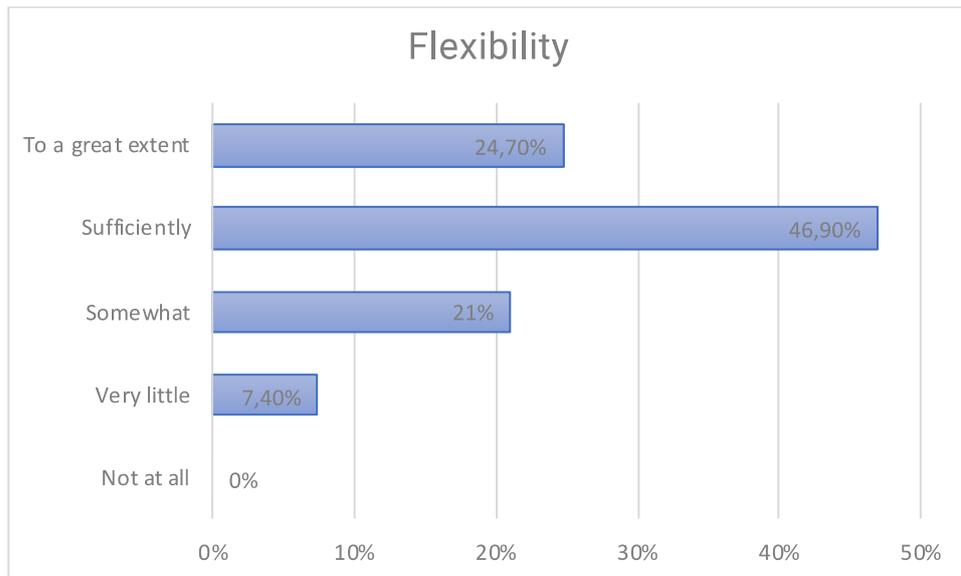


3. Inwieweit erwerben Sie die folgenden Soft Skills?









4. Falls zutreffend, geben Sie ein Beispiel dafür, wie Sie diese Fähigkeiten in Ihrem Berufsleben anwenden.

Zu den Antworten der Teilnehmenden gehörten:

- Im Alltag, bei der Durchführung und Verwaltung von Projekten, Konferenzen, Geschäftstreffen
- Organisation von Veranstaltungen
- Festlegung verschiedener Fristen, Kommunikation mit Kund:innen
- Ein gut ausgeprägtes Zeitmanagement wirkt sich auf die Effizienz und Qualität meiner Arbeit aus.



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.

- Unterstützung anderer Abteilungen, Schulung des Personals, Beteiligung an neuen Initiativen, die die Gewinnspanne erhöhen
- Dank meiner Kommunikationsfähigkeit und hohen Sprachkompetenz habe ich gute Beziehungen zu meinen Kund:innen.
- Team-, Kunden- und Vertriebsmanagement
- Bei der Terminplanung und der Zusammenarbeit mit dem Team und den Kund:innen
- Planung und Durchführung
- Während der Interviews mit den Befragten
- Verhandlungen mit der Kundschaft
- Aufbau einer Beziehung zu Kund:innen
- Dank ihnen bin ich effektiv, ich erziele gute Ergebnisse. Ich erfülle meine beruflichen Aufgaben besser
- Kommunikationsfähigkeiten erleichtern den Kontakt mit den Kund:innen des Geschäfts
- Beim Aufbau von Geschäftsbeziehungen und der Ausführung von Verträgen
- Organisation von Veranstaltungen, Verkauf von Dienstleistungen für Unternehmen
- Lösen von Problemen
- Effiziente Gesprächsführung mit Kund:innen, insbesondere in nicht schematischen Situationen; schnelle Anpassung an die Situation
- Kontakt mit der Kundschaft, Präsentation der Dienstleistungen/Produkte, Arbeitsplanung, Abrechnung der Kasse
- Im Verkauf
- Ich kann an vielen Projekten gleichzeitig arbeiten, ohne deren Qualität zu beeinträchtigen.

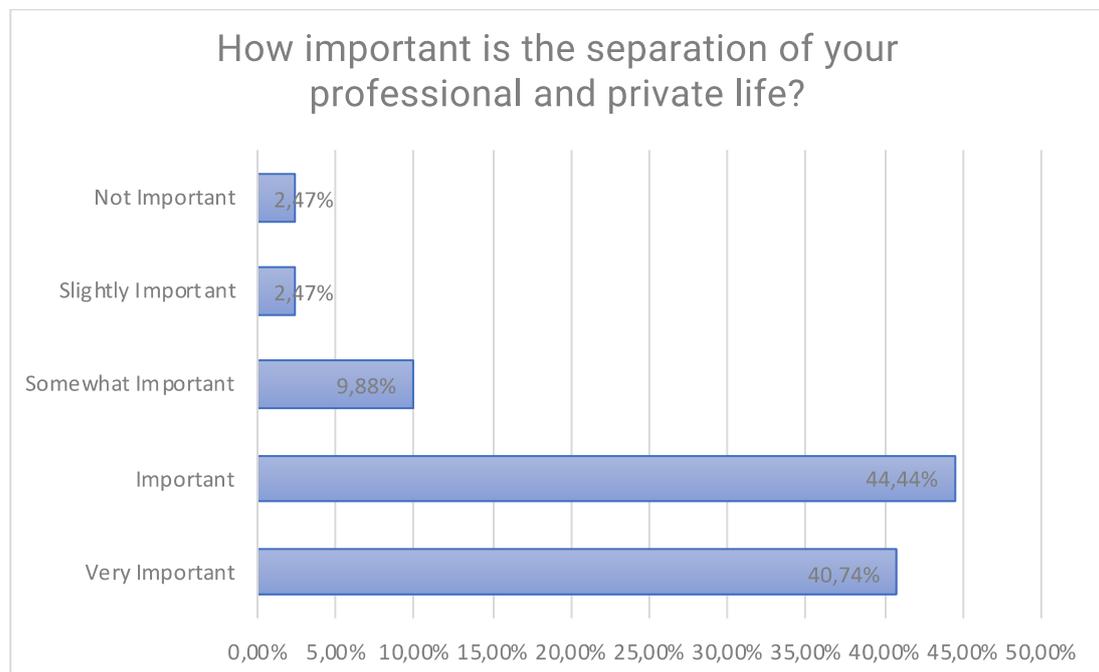
5. Welche Soft Skills werden Ihrer Meinung nach für die digitale Transformation immer wichtiger?

- Fähigkeit, schnell zu lernen und mit Stress umzugehen
- Zeitmanagement
- Multitasking
- Kommunikationsfähigkeit
- Offenheit, leichte Anpassungsfähigkeit an Veränderungen, Flexibilität
- Kontinuierliche Weiterbildung sowie Analyse- und Forschungskapazitäten, um die Bewegungen der Wettbewerber:innen zu verfolgen

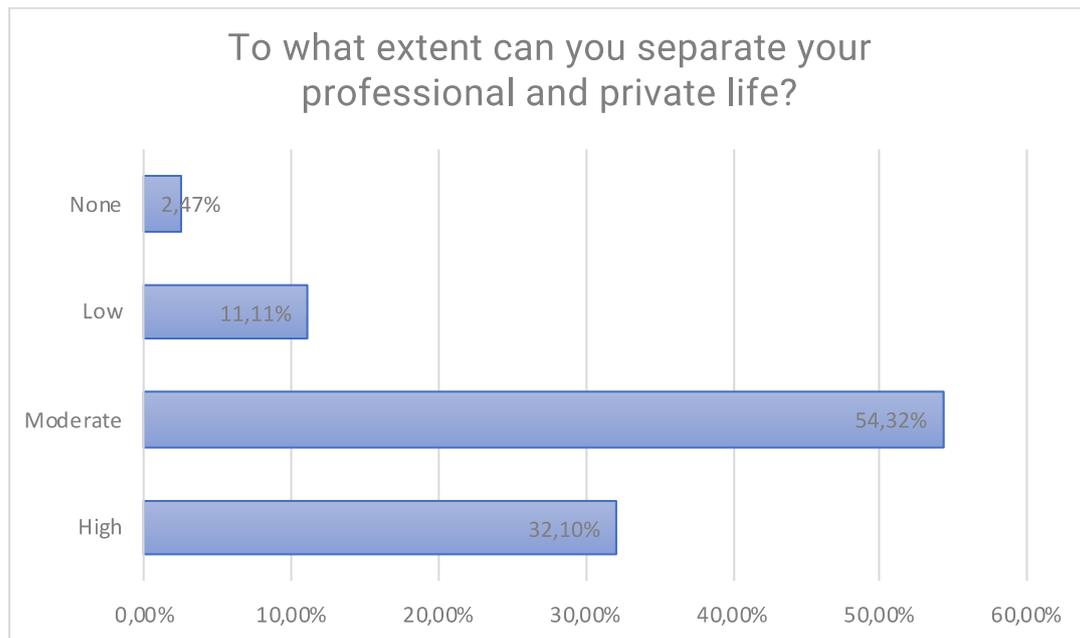


- Reaktionsfähigkeit. Anpassungsfähigkeit. Verbale und nonverbale Kommunikation
- Stressbewältigung und Flexibilität
- Emotionen kontrollieren
- Entdeckung neuer Inhalte und Möglichkeiten und deren Umsetzung
- Flexibilität
- Kommunikationsfähigkeit
- Multitasking
- Lösung von Problemen
- Offenheit und Lernbereitschaft
- Anpassungsfähigkeit an Veränderungen, Lernbereitschaft, Offenheit, Entschlossenheit
- Vielseitigkeit und Mut
- Schnelle Anpassung an Veränderungen, Offenheit für neue Lösungen, Neugierde, kontinuierliche Entwicklung, Kreativität
- Schnelles Lernen und Verlernen alter Muster

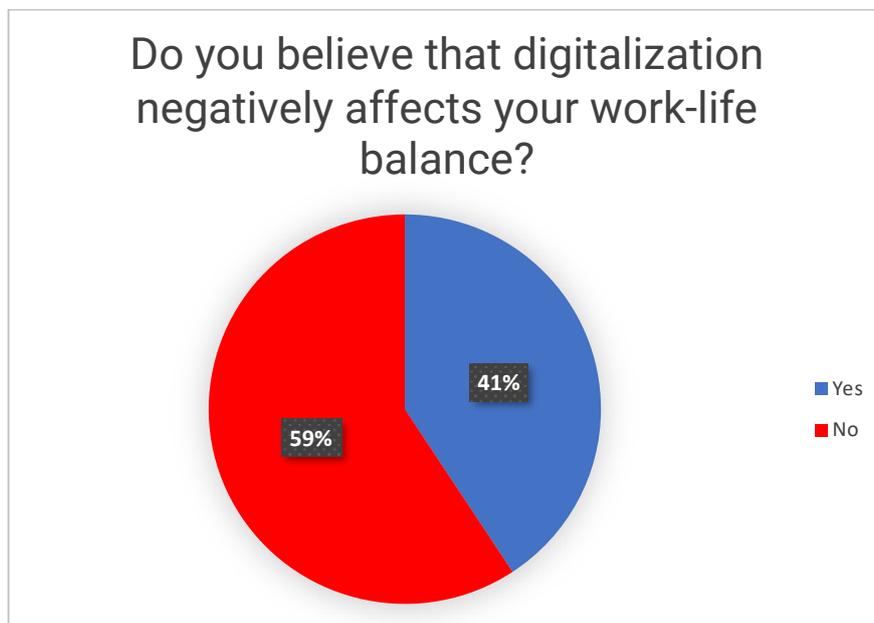
6. Wie wichtig ist Ihrer Meinung nach die Trennung zwischen Ihrem Berufs- und Privatleben?



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



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:

- Die Digitalisierung macht es unmöglich, eine klare Grenze zwischen Berufs- und Privatleben zu ziehen. Ich kann mich über ein privates Telefon mit meinen beruflichen E-Mails oder sozialen Medien verbinden und jederzeit Benachrichtigungen erhalten, auch in meiner Freizeit. Gewissenhaftigkeit und Zuverlässigkeit erlauben es mir nicht, sie zu ignorieren.
- Mehr Zeit vor dem Handy-Bildschirm verbracht
- Dies wirkt sich auf das ungleiche Gleichgewicht zwischen Privat- und Geschäftsleben aus.
- Weil wir zu viel Zeit vor dem Bildschirm verbringen.
- Die Grenzen verschwimmen, immer mehr Menschen arbeiten von zu Hause aus, am Abend
- Zu jeder Stunde und sogar am Sonntag können wir eine E-Mail, einen geschäftlichen Anruf erhalten/ annehmen
- Wir verwischen die Grenzen zwischen Arbeit und Ruhe, insbesondere bei Fernarbeit
- Wir haben auch von zu Hause aus Zugang zum Arbeitsleben
- Sie ist ständig verfügbar
- Es ist unmöglich, eine Grenze zu ziehen, diese Sphären verschwimmen dank der Technologie und der digitalen Werkzeuge - sie sind "jenseits von Zeit und Raum".
- Die Menschen können nicht reden. Sie sind süchtig nach dem Telefon
- Die sozialen Medien machen es unmöglich, diese Sphären zu trennen - wir leben mit einem Smartphone in der Hand



Kapitel 3: Herausforderungen für den E-Retail

Expert:inneninterviews:

- 1. Bei der Frage "Welche Schritte werden unternommen, um die digitale Transformation des Einzelhandels zu fördern oder zu beschleunigen" gaben die Teilnehmenden jedoch an:**
 - a. Pandemie war Hauptbeschleuniger
 - b. E-Personalisierung
 - c. Zahlungsautomatisierung
 - d. Schaffung neuer Technologien
 - e. Investitionen
 - f. Subventionen für Unternehmen

- 2. Fast alle Befragten gaben an, dass die Kundenansprache mit digitalen Tools genauso einfach ist wie mit traditionellen Mitteln.**

- 3. Auf die Frage nach den Möglichkeiten des digitalen Marketings antworteten die Teilnehmer:innen:**
 - a. der Kunde kann das Angebot einsehen, ohne das Haus zu verlassen
 - b. bessere Ausrichtung auf die Kundschaft
 - c. Personalisierung der Aufträge
 - d. einfachere Möglichkeiten der Werbung für Ihre Produkte
 - e. mehr und leichter Zugang zu Informationen

- 4. Alle Teilnehmer:innen waren sich einig, dass sich ihr Arbeitsalltag durch die Digitalisierung verändern wird.**

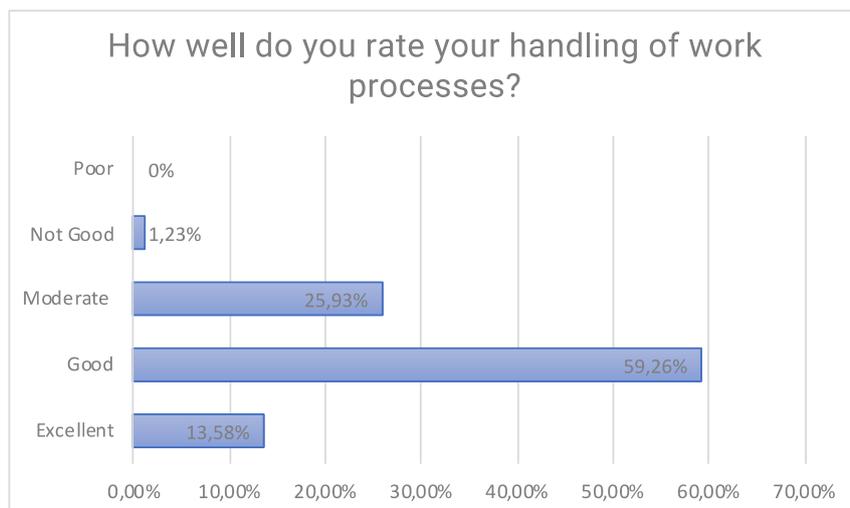
- 5. Und in Anknüpfung an die vorherige Frage gaben sie auch an, dass die Digitalisierung ihren Arbeitsalltag bereits stark verändert hat.**



- 6. Alle Ausbilder:innen gaben an, dass sie auf digitale Herausforderungen gestoßen sind, darunter**
- a. Internetzugang oder Hochgeschwindigkeits-Internetzugang war die größte Herausforderung
 - b. große Wissensunterschiede, Schwierigkeiten, sich auf alle Teilnehmenden einzustellen
 - c. Probleme in einem Medium zu lösen, ist es nicht immer so einfach, die richtige Lösung zu zeigen, wie es im persönlichen Unterricht der Fall wäre.
 - d. bei der Vielzahl der digitalen Werkzeuge kennt nicht jeder alle Werkzeuge
- 7. Alle Teilnehmenden gaben an, dass digitale Werkzeuge sie bei ihrer täglichen Arbeit unterstützen könnten (und stimmten auch zu, dass sie bereits unterstützt werden und Teil ihrer Arbeit sind):**
- a. mit Plattformen für den elektronischen Handel
 - b. Kommunikation
 - c. Möglichkeit der Online-Schulung

Beschäftigte:

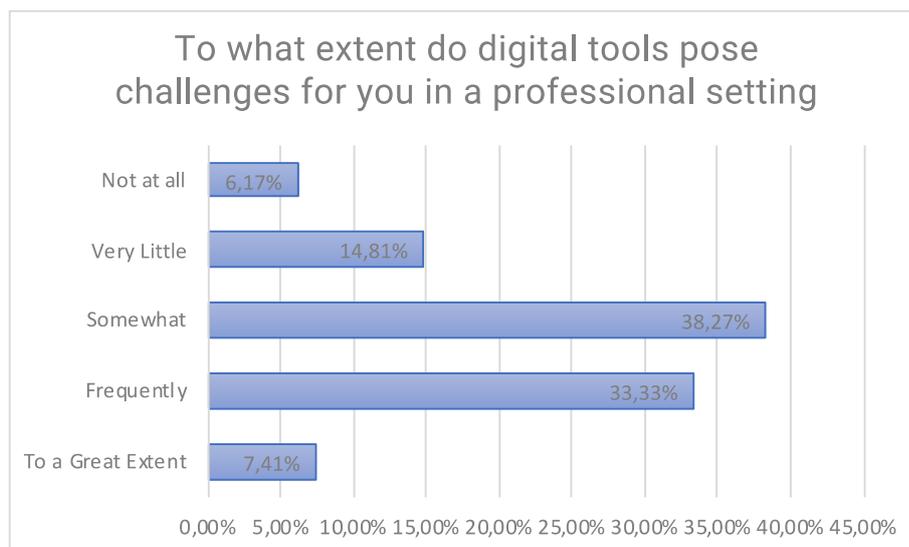
1. Wie gut beurteilen Sie die Abwicklung von Arbeitsprozessen



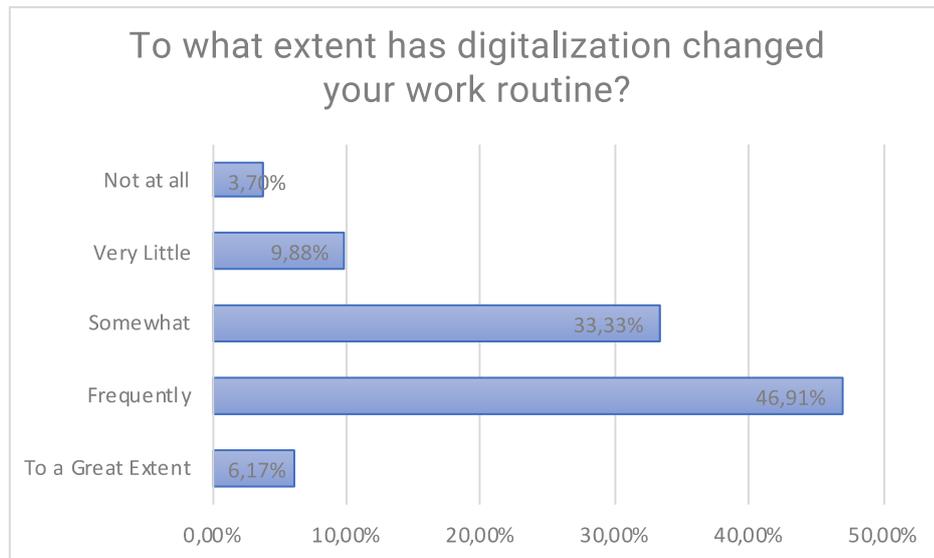
2. Stehen Sie in Ihrem Berufsleben oft vor Herausforderungen?



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



4. Inwieweit hat die Digitalisierung Ihren Arbeitsalltag verändert?



5. Falls zutreffend, geben Sie ein Beispiel für eine digitale Herausforderung, der Sie in Ihrem Arbeitsalltag begegnen.

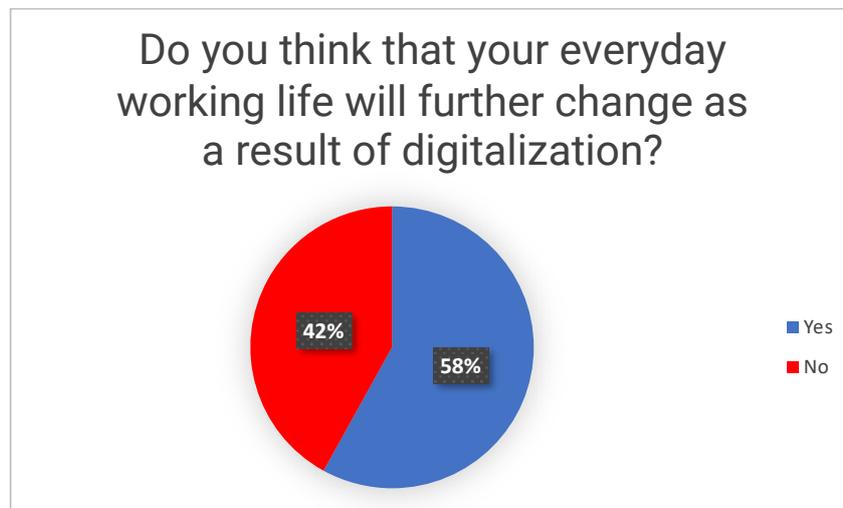
Einige der Teilnehmer:innen, die auf die obige Frage mit "in hohem Maße" geantwortet haben, gaben an:

- Effiziente Kommunikation mit Kolleg:innen
- Neue Apps, die Ihnen die Arbeit in den sozialen Medien erleichtern
- Man muss dranbleiben, das kostet viel Zeit
- Online-Verkauf
- Präsentation der Produkte im e-Katalog, einschließlich Fotos
- Aneignung neuer digitaler Fähigkeiten, einschließlich sozialer Medien
- Übertragung des traditionellen Verkaufs auf das Netz
- Kommunikation der verschiedenen Akteur:innen in der Lieferkette
- Analyse des Kundenverhaltens
- Neue Programme, technologischer Fortschritt
- Schnelle Entscheidungen bei der Ausführung des Auftrags und Übermittlung von Fotos und E-Mails
- SEO-Strategien, Google Ads, Live-Commerce - lernen und umsetzen
- QR-Code-Scannen
- neue Räume der Projektkommunikation, ständige Änderungen der Einstellungen in den sozialen Medien
- Neue Programme für Finanzabrechnungen
- Neue Software



- Speichern Sie Ihre Dokumente digital statt auf Papier
- Einsatz von KI in der grafischen Arbeit
- Neue Software, Anwendungen, Tools, mehr Wettbewerb
- Wechsel der Software, Wechsel des Kommunikators
- Mit dem sich wandelnden Bereich des digitalen Marketings Schritt halten
- E-Mail-Verwaltung

6. **Glauben Sie, dass sich Ihr Arbeitsalltag durch die Digitalisierung weiter verändern wird?**



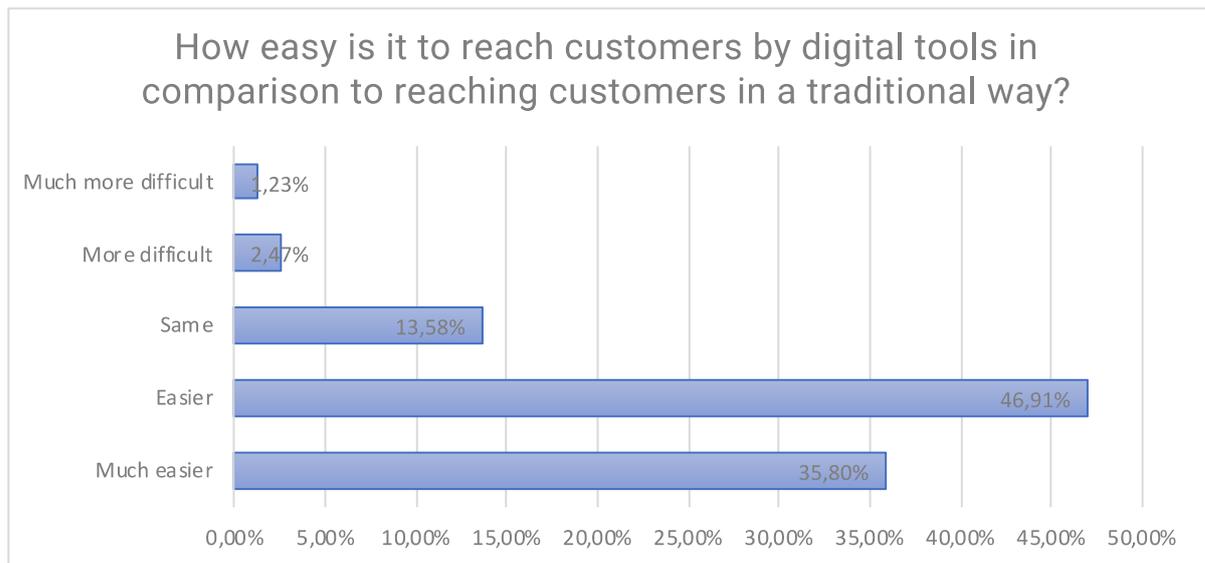
7. Wenn ja, wie?

Da die meisten Teilnehmer:innen die obige Frage mit "Ja" beantworteten, gaben sie auch an, dass sie die Frage mit "Ja" beantwortet haben:

- Die Art der Kommunikation wird sich ändern
- Es erleichtert Ihnen die Arbeit, wenn Sie mit den technologischen Innovationen vertraut sind
- Es wird immer schwieriger, wettbewerbsfähig zu sein
- Neue Technologien eröffnen neue Möglichkeiten für den Markt, aber niemand kann vorhersagen, welche Folgen dies für Arbeitnehmende haben wird. Die Erwartungen in Bezug auf die Qualifikationen werden wahrscheinlich ständig steigen, aber ich befürchte, dass sich dies nicht auf das Einkommen auswirken wird und somit das Gefühl der Sicherheit gestört wird (Erhalt des Arbeitsplatzes, stabile finanzielle Situation)
- Mehr Zeit am Telefon verbringen oder mehr Arbeit aus der Ferne erledigen
- Mehr Online-Bestellungen als in traditionellen Geschäften
- Weniger stationäre Geschäfte
- Mehr Fernarbeit
- Es wird mehr technologische Lösungen geben
- Es wird die Arbeit erleichtern, der Umsatz wird steigen, aber ich werde auch mehr am Computer/Telefon sitzen.
- Es verkürzt die Zeit des Zugangs zu Informationen dank der Online-Schulung
- Viele Möglichkeiten, die die Digitalisierung bietet, nutze ich immer noch nicht und "bleibe" zurück
- Die Digitalisierung betrifft alle Lebensbereiche, nicht nur den beruflichen
- Die Form der Kommunikation, die Prioritäten und die Art der Aufgabenerfüllung werden sich ändern
- Sie müssen neue Dinge lernen, neue Fähigkeiten erwerben
- Die Form der Inanspruchnahme von Dienstleistungen, der Auswahl von Produkten, der Planung und Durchführung von Aufgaben (einschließlich privater Pläne) wird sich ändern
- Vielleicht wird es gar nicht mehr nötig sein, Mitarbeitende im Laden einzustellen, weil alles ins Internet verlagert wird.
- Alles wird online gehen, fast jeder Beruf



8. Wie einfach ist es, Kund:innen mit digitalen Werkzeugen zu erreichen, im Vergleich zu Kund:innen, die auf traditionelle Weise erreicht werden?



Kapitel 4: E-Retail-Praktika und berufsbezogene Lernmöglichkeiten

Expert:inneninterviews:

1. **Die Teilnehmenden gaben an, dass die neuen Auszubildenden bereits über digitale Fähigkeiten verfügen, allerdings auf einem mittleren bis guten Niveau und hauptsächlich im Bereich der Kommunikation (E-Mail usw.) und der sozialen Medien.**
2. **Auf die Frage, welche digitalen Kompetenzen sie für wichtig/unverzichtbar halten, damit ein Unternehmen in der Zukunft im Einzelhandel überleben kann, gaben die Teilnehmenden ihre Antworten:**
 - a. Nutzung der sozialen Medien
 - b. grundlegende Computerkenntnisse
 - c. wissen, wie man online recherchiert
 - d. sie können besser mit digitalen Werkzeugen umgehen
 - e. Online-Kommunikation
3. **Auf die Frage nach den digitalen Herausforderungen in der Berufsbildung und wie diese bewältigt werden, antworteten die meisten Interviewenden:**
 - a. Zugang zum Internet;
 - b. Zugang und Verfügbarkeit von Ausrüstung
 - c. Schwierigkeiten bei der Vorhersage, welche neuen digitalen Lösungen sich auf dem Markt durchsetzen werden
 - d. Zugänglichkeit digitaler Hilfsmittel für die Ausbildung
 - e. Sicherheit in Netzen
4. **Den meisten Teilnehmenden war nicht bekannt, in welchen Bereichen des Einzelhandels/der Wirtschaft digitale Weiterbildungen angeboten werden, einige wenige Antworten waren:**
 - a. Social Media Marketing



- b. e-Commerce
- c. Logistik
- d. digitales Marketing

5. Auf die Frage "Wo sehen Sie Defizite in der beruflichen Bildung in Bezug auf die Digitalisierung im Handel und wo gibt es Verbesserungspotenzial?" antworteten die Interviewenden:

- a. Verwaltung von Online-Plattformen
- b. praktische Umsetzung
- c. mehr Investitionen in die Infrastruktur der Ausbildungszentren

Es werden zwar Verbesserungen bei der Entwicklung der digitalen Innovation im Einzelhandel vorgeschlagen.

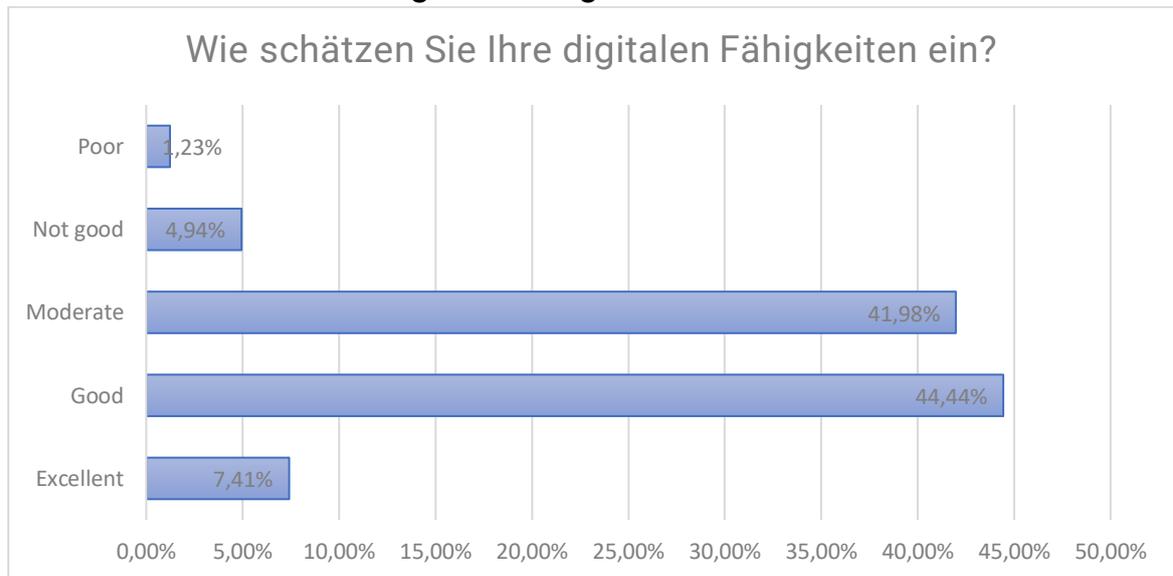
6. Alle Teilnehmenden waren sich einig, dass die Digitalisierung den Arbeitsalltag im Handel in hohem Maße verändert hat.

7. Fast alle Teilnehmenden gaben an, dass "Social Marketing", "Betrieb von E-Shops" und "kontaktloser/automatisierter Zahlungsverkehr" die sich am stärksten entwickelnden Bereiche im Einzelhandel in den letzten 5 Jahren sind.

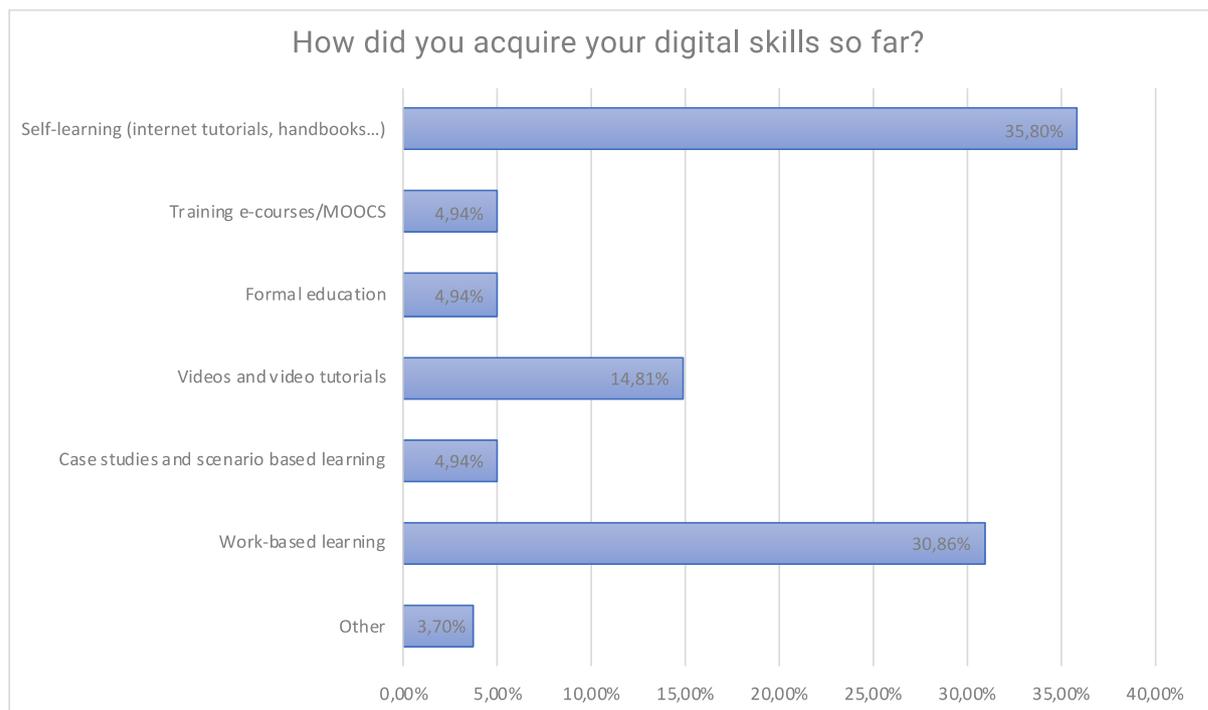


Beschäftigte:

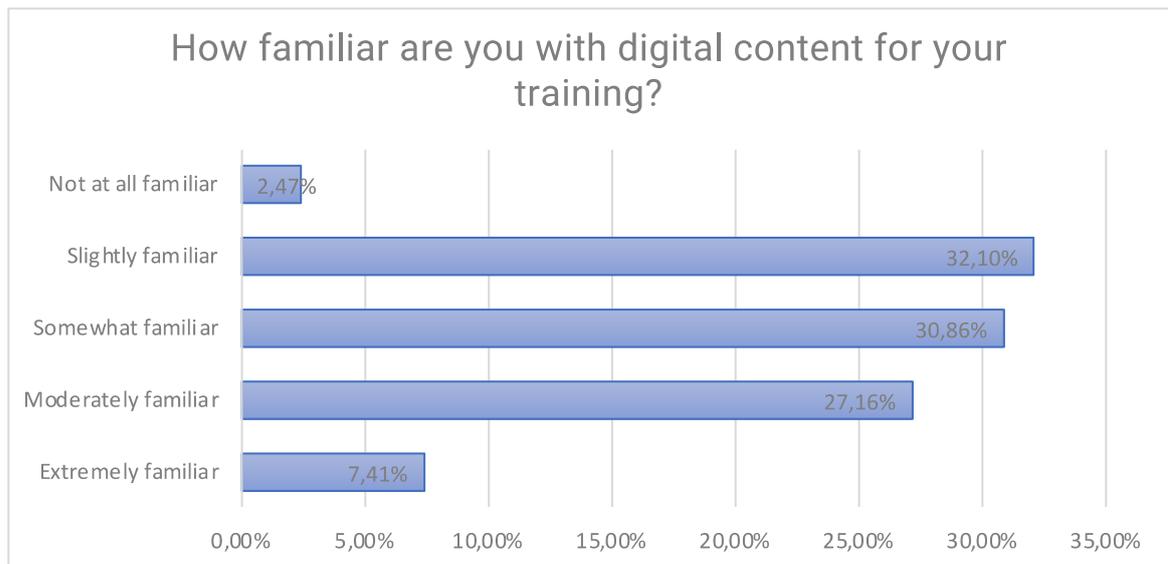
1. Wie schätzen Sie Ihre digitalen Fähigkeiten ein?



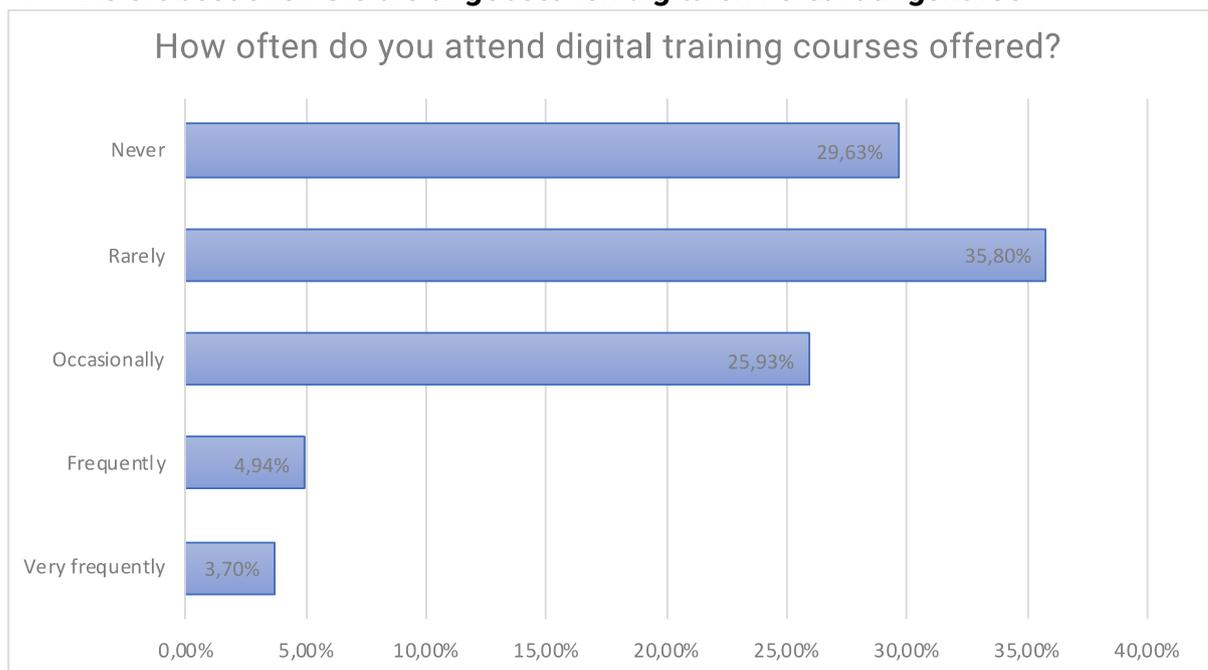
2. Wie haben Sie Ihre digitalen Fähigkeiten bisher erworben?



3. Wie vertraut sind Sie mit digitalen Inhalten für Ihre Ausbildung?



4. Wie oft besuchen Sie die angebotenen digitalen Fortbildungskurse?



5. Falls zutreffend, in welchen Bereichen?

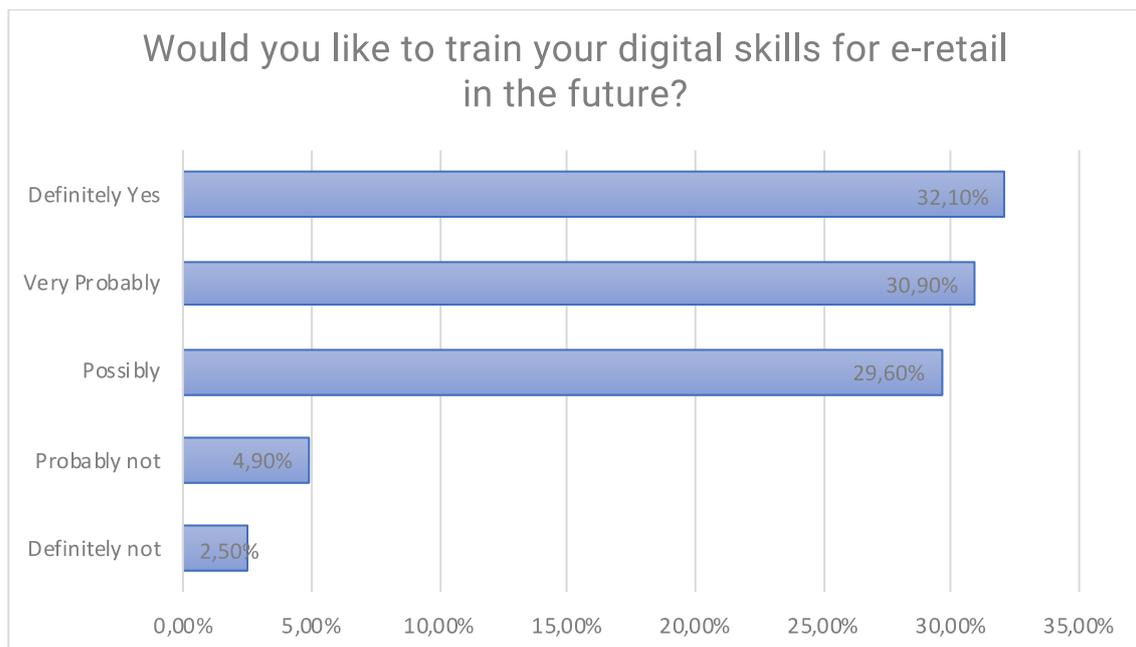
Einige der Teilnehmenden, die auf die obige Frage mit "trifft zu" geantwortet haben, haben die folgenden Felder ausgefüllt:

- E-Commerce, interne Kommunikation im Unternehmen
- Mograms im Marketing benötigt
- Büro

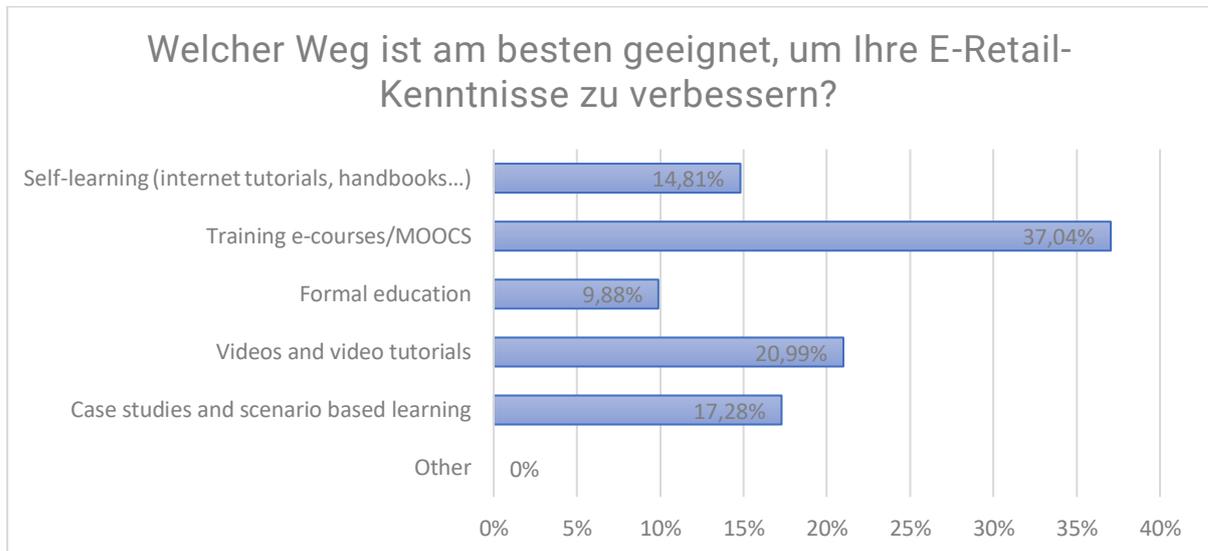


- Verwaltung
- Automatisierung in der Landwirtschaft
- digitales Marketing
- Werbung im Internet, Einrichtung von Websites und Online-Shops
- Digitalisierungskompetenzen für KMU
- E-Marketing
- digitales Marketing
- Google-Anzeigen
- Computergrafik, Internet-Marketing
- AI
- Facebook-Anzeigen, Texte online bearbeiten
- Codierung

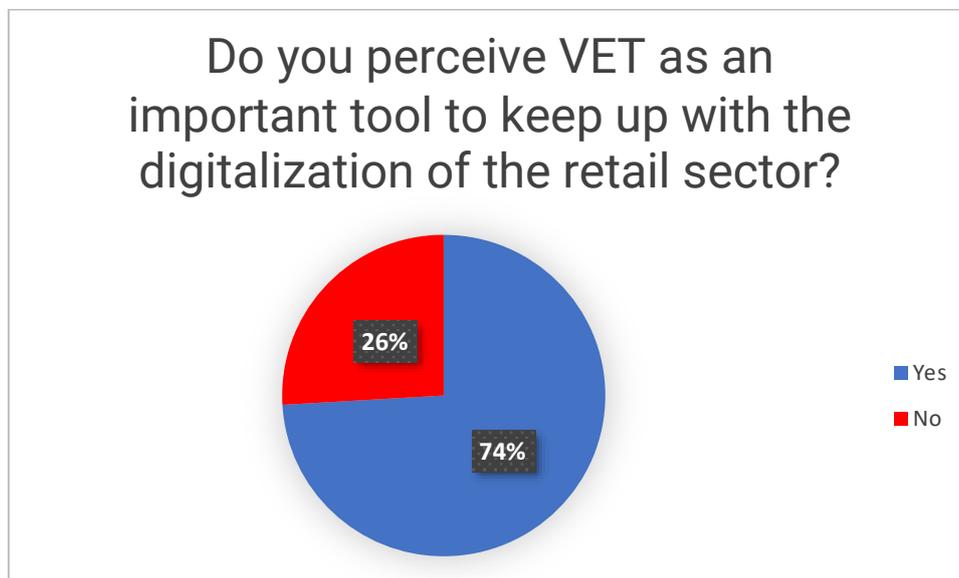
6. Möchten Sie Ihre digitalen Fähigkeiten für den E-Retail der Zukunft trainieren?



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



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 Teilnehmenden an, dass die Umsätze über Online-Kanäle und E-Retail zunehmen werden, da mehr Unternehmen ihre Produkte über das Internet und soziale Medien bewerben, die Möglichkeiten des elektronischen Handels 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, künstliche Intelligenz (KI) und 3D-Produktmodelle,

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

Was die Zukunft des E-Retail-Sektors betrifft, so waren die wichtigsten Ergebnisse, dass Online-Shops die stationären Geschäfte ersetzen oder nur noch als Abholstellen dienen werden. Der E-Retail wird auch insgesamt stärker automatisiert sein. Die Teilnehmer:innen stellten fest, dass sich die Lieferkette vom Großhändler über den Zwischenhändler bis zum verkaufenden Unternehmen verkürzen könnte, so dass der Einzelhandel vom Großhändler ausgeht und die Produkte für die Verbraucher:innen billiger werden.

Beschäftigte

Laut den Vertreter:innen der Einzelhandelsmitarbeiter:innen kennen 90,12 % den "E-Retail" und 69,14 % nutzen bereits digitale Tools wie AdWords, SEO, Google Analytics, digitale Marketingtools, soziale Medien und mobile Anwendungen.

Was den Wissensstand betrifft, so waren nur 9,9 % sehr gut über digitales Marketing und 4,9 % über "Live Commerce" informiert, während 29,6 %



überhaupt nicht über "Augmented Reality (AR)" und 18,5 % über "künstliche Intelligenz (AI)" Bescheid wussten.

23,5 % nutzen "digitales Marketing" sehr häufig, aber 44,4 % nutzen nie "Live-Commerce". Sie haben auch noch nie AR - 65,4 %, VR - 65,4 %, KI - 60,5 % und 3D-Produktmodelle - 59,3 % verwendet.

Ihrer Meinung nach halten 24,7 % das "digitale Marketing" für *sehr wichtig* und 38,3 % für *wichtig*, um im Einzelhandel sichtbar zu sein, während "Augmented Reality" mit 11,1 % das weniger wichtige digitale Instrument ist.

Die Schritte, die ihrer Meinung nach unternommen werden sollten, um die digitale Transformation des Einzelhandels zu stimulieren oder zu beschleunigen, sind: (1) Verbreitung von Wissen über die Umsetzungsmethode, die damit verbundenen Kosten und möglichen Gewinne, (2) kostenlose Schulungen für Mitarbeitende, aber auch Aufklärung der Kund:innen, (3) öffentliche Unterstützung, (4) Schulungen und öffentliche Kampagnen, (5) kostenlose Tools, gemeinsame Nutzung von Testversionen, (6) Austausch von Know-how, (7) Inkubatoren - kostenlose Tests am Arbeitsplatz.

Kapitel 2: Soft Skills für den E-Retail

Expert:innen

Abschließend zu "Kapitel 2: Soft Skills im E-Retail" gaben die Ausbilder:innen und Mitarbeiter:innen an, dass die wichtigsten Soft Skills für den Einzelhandel die Akzeptanz des Wandels und der Umstellung der Kund:innen auf Online-Shopping, emotionale Intelligenz, Kommunikationsfähigkeit für einen besseren Kundenservice, Konfliktmanagement - die Fähigkeit, Unzufriedenheit/Beschwerden von Kund:innen zu lösen -, Flexibilität und organisatorische Fähigkeiten sind. Bei der Anpassung an neue Technologien gehören Zeitmanagement, Flexibilität und Kommunikationsfähigkeit zu den Soft Skills, 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 Mitarbeitenden durch kontinuierliche Schulungen, Seminare und Trainingsprogramme verbessern kann, während Einfühlungsvermögen, aktives Zuhören und Kommunikationsfähigkeiten in der Berufsausbildung fehlen. Fast alle Teilnehmenden stimmten zu, dass die Ausbildung von einem Unternehmen



organisiert werden sollte, aber manchmal, wenn die Ausbildung vollständig von einem Unternehmen finanziert wird, könnte es an aktiver Beteiligung mangeln; eine Lösung dafür wäre, dass Arbeitnehmer:innen diese Ausbildung teilweise finanzieren, selbst wenn es nur ein kleiner Teil ist.

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

Beschäftigte

Laut den Arbeitnehmervorteiler:innen des Einzelhandels bewerteten 38,27 % ihre Anpassungsfähigkeit an sich ändernde Arbeitssituationen mit "gut" und 19,75 % mit "sehr gut" und nannten **Kommunikation (64,2 %), Problemlösung (51,9 %) und Stressbewältigung (51,9 %) als die wichtigsten Soft Skills im Einzelhandelssektor**, gefolgt von Multitasking (42 %) und Flexibilität (39,5 %).

Die Befragten erwarben ausreichend Soft Skills wie: Zeitmanagement - 55,6 % und Stressmanagement - 54,3 %. Sie üben diese Fähigkeiten bei der Durchführung und dem Management von Projekten, der Organisation von Veranstaltungen, der Kommunikation und Verhandlungen mit Kund:innen, der Mitarbeiterschulung und der Beteiligung an neuen Initiativen. Ein gut entwickeltes Zeit- und Stressmanagement wirkt sich auf die Effizienz und Qualität der Arbeit aus, so dass gute Ergebnisse erzielt und die beruflichen Aufgaben besser erfüllt werden.

Die Fähigkeit, schnell zu lernen und mit Stress umzugehen, Zeitmanagement, Multitasking, Kommunikationsfähigkeit, Offenheit, Flexibilität, schnelle Anpassung an Veränderungen, Offenheit für neue Lösungen, Neugier, kontinuierliche Entwicklung, Kreativität sind die Soft Skills, die für die digitale Transformation wichtig sind.

Laut 40,74 % der Teilnehmenden **ist es sehr wichtig, das Berufs- und Privatleben zu trennen**, während 70 von 81 es schaffen, ihr Berufs- und Privatleben zu trennen (32,1 % - in hohem Ausmaß, 54,32 % - in mittlerem Ausmaß).



Fast die Hälfte der Teilnehmenden (40,74 %) ist der Meinung, dass sich die Digitalisierung negativ auf ihre Work-Life-Balance auswirkt.

Kapitel 3: Herausforderungen für den E-Retail

Expert:innen

Zum Abschluss von "Kapitel 3: Herausforderungen für den E-Retail" gaben die Ausbilder:innen und Mitarbeiter:innen an, dass der Hauptgrund für die Digitalisierung die COVID-19-Pandemie war. Dem Trend folgend sind jedoch derzeit die wichtigsten Schritte, die die digitale Transformation des Einzelhandels anregen oder beschleunigen, "Ausbildung in digitalen Technologien mit staatlichen Subventionen", "Finanzierung für die Einrichtung von E-Shops", "externe Investitionen in die digitale Transformation" und "globale Digitalisierung".

Fast alle Befragten gaben an, dass die Kundschaft mit digitalen Instrumenten genauso erreicht wird wie auf herkömmliche Weise. Sie wiesen darauf hin, dass die Kundenansprache derzeit zwar auf die gleiche Weise erfolgt, sie aber bereits einen Trend hin zu digitalen Werkzeugen sehen. Sie stimmten auch darin überein, dass sich ihr Arbeitsalltag durch die Digitalisierung verändern wird, während die Digitalisierung ihren Arbeitsalltag bereits in hohem Maße verändert hat.

Alle Teilnehmer:innen 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 und ihnen bei Online-Kursen (wenn sie diese besuchen oder durchführen) und der Online-Kommunikation mit Kund:innen helfen.

Beschäftigte

50,62% und 16,05% der Teilnehmenden gaben an, dass sie oft bzw. sehr oft mit Herausforderungen in ihrem Berufsleben konfrontiert sind, wobei 33,33% angaben, dass digitale Werkzeuge sie häufig vor Herausforderungen im beruflichen Umfeld stellen. 46,91% gaben an, dass die Digitalisierung ihren Arbeitsalltag in hohem Maße verändert hat.

Die meisten von ihnen (58,02 %) glauben auch, dass sich der Arbeitsalltag durch die Digitalisierung weiter verändern wird. Die möglichen Ursachen sind:



Veränderungen in der Art der Kommunikation, weniger stationäre Geschäfte, mehr Fernarbeit, mehr technologische Lösungen, die Prioritäten und die Art der Aufgabenerfüllung werden sich ändern. Neue Technologien eröffnen neue Möglichkeiten für den Markt, aber niemand kann vorhersagen, welche Folgen dies für die Arbeitnehmer:innen haben wird. Die Erwartungen an die Qualifikationen werden wahrscheinlich ständig steigen, aber das wird sich nicht auf das Einkommen auswirken und somit das Sicherheitsgefühl stören (Erhalt des Arbeitsplatzes, stabile finanzielle Situation).

Kapitel 4: E-Retail-Praktika und berufsbezogene Lernmöglichkeiten

Expert:innen

Abschließend zu "Kapitel 4: E-Retail-Praktika und Möglichkeiten des berufsbegleitenden Lernens" gaben die Expert:innen an, dass die meisten der Teilnehmenden feststellten, dass neue Auszubildende bereits über digitale Fähigkeiten verfügen, allerdings auf einem mittleren bis guten Niveau und hauptsächlich in Bezug auf Kommunikation (E-Mail usw.) und soziale Medien, während die wichtigsten digitalen Kompetenzen, die sie für ein Unternehmen als überlebenswichtig für den zukünftigen Einzelhandelssektor erachten, Antworten wie ausgezeichnete Computerkenntnisse, Internetnutzung, elektronische Post, Datenbankmanagement, digitales Marketing und asynchrones Lernen, Datenerfassung und -analyse umfassten.

Laut den Befragten sind die digitalen Herausforderungen in der Berufsbildung der "fehlende Zugang zum Internet und zur Ausrüstung" und die "mangelnde Verfügbarkeit digitaler Werkzeuge für den Unterricht/die Ausbildung". Die Teilnehmenden wiesen darauf hin, dass Ausbilder:in und Teilnehmer:in unterschiedliche Niveaus und Kenntnisse über digitale Werkzeuge haben - selbst die grundlegenden -, was zu Problemen führen kann, insbesondere bei Online-Kursen. Die Ausbilder:innen wiesen auch darauf hin, dass es schwer vorhersehbar ist, wann neue technologische Lösungen verfügbar sein werden und welche Marktpräferenzen und -trends es geben wird, was eine Anpassung der Ausbildungsinhalte schwierig macht.

Die meisten Teilnehmenden wussten nicht, in welchen Bereichen des Einzelhandels/der Wirtschaft digitale Weiterbildungen angeboten werden, während einige wenige Antworten Social Media Marketing, E-Commerce und E-Marketing einschlossen.

Alle Teilnehmer:innen waren sich einig, dass die Digitalisierung den Arbeitsalltag im Handel 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 stärksten entwickelt hat.

Beschäftigte

Laut den Arbeitnehmervertretern des Einzelhandels schätzen sich 44,44 % selbst als "gut" in Bezug auf digitale Fähigkeiten ein, während nur 7,41 % als "ausgezeichnet" gelten.

Die erworbenen digitalen Fähigkeiten wurden überwiegend (35,8 %) durch Selbststudium und (30,86 %) durch berufsbegleitendes Lernen erworben.

30,86 % der Teilnehmenden sind mit den digitalen Inhalten ihrer Ausbildung recht gut vertraut und 25,93 % besuchen gelegentlich angebotene digitale Schulungen in Bereichen wie E-Commerce, interne Kommunikation im Unternehmen, digitales Marketing, Digitalisierungskompetenzen für KMU, E-Marketing, Google Ads, Computergrafik, KI, Facebook Ads, Codierung.

30,9 % und 32,1 % der Befragten gaben an, dass sie ihre digitalen Fähigkeiten für den elektronischen Einzelhandel in Zukunft gerne bzw. sehr gerne verbessern möchten. Auf die Frage, welche Mittel sich am besten dafür eignen, antworteten 37,04 % mit e-Kursen/ MOOCS und 20,99 % mit Videotutorials.

74,07 % der Teilnehmenden gaben an, dass die Berufsbildung ein wichtiges Instrument ist, um mit der Digitalisierung des Einzelhandels Schritt zu halten.

