

„Wer seine Wurzeln nicht kennt, kennt keinen Halt.“
Stefan Zweig

Sie müssen sich unbedingt digitalisieren! Ist dies eine richtige Aussage?

Digitalisierung ist kein Selbstzweck, es kommt immer auf die konkrete Aufgabe an, die erfüllt werden soll.

Die Digitalisierung bringt auch kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) des Handels viele Vorteile. Die betriebswirtschaftlichen Zahlen lassen sich gewissermaßen auf Knopfdruck auswerfen: Umsätze, Liquiditätsstatus, Deckungsbeiträge, Flächen- und Mitarbeiterproduktivität sind hervorragende Hilfsmittel für die Unternehmensführung. Ebenso die schnellen Recherchemöglichkeiten bei der Suche nach Lieferanten und Artikelbewertungen. Mitarbeiter können mit Tablets ausgestattet werden, um die Kunden besser beraten zu können.

Digitalisierung ist wichtig, aber Aussagen wie „Wer sich nicht digitalisiert, ist bald weg vom Fenster!“ und wer keinen Erfolg oder nicht ausreichenden Erfolg hat, hat nicht genug digitalisiert“ geben im Einzelfall noch keine Auskunft über den konkreten Nutzen der Digitalisierung für ein Unternehmen.

Verantwortliche wissen aber in der Regel, worum es geht: Das gesamte Beziehungsgeflecht zwischen Ihnen und Ihren Kunden, Lieferanten, Dienstleistern und Mitarbeitern ändert sich und sie müssen ihr Unternehmen darauf einstellen.

Die Kernfrage lautet deshalb: Welchen Herausforderungen auf den Märkten muss sich mein Unternehmen stellen? und erst dann: Wie können digitale Hilfsmittel/Medien mir bei deren Bewältigung helfen oder bleibe ich – erstmal –zum Teil- analog?



Die Digitalisierung ist vor allem bei ständig wiederkehrenden Betriebsprozessen hilfreich

Machen wir es beispielhaft an dem Thema Beschaffung von Mitarbeiter/innen deutlich: Nahezu überall herrscht Mangel an geeigneten Fachkräften. Das Angebot an Arbeitskräften wird wahrscheinlich noch weiter fallen. Und wenn das Angebot quantitativ weniger wird, wird es im Regelfall auch qualitativ schlechter.

Die Digitalisierung bietet bei Bewerbungsprozessen viele Hilfsmittel, um mehr potentiell gut geeignete Mitarbeiter/innen anzusprechen; von der Bewerbermail bis zu hoch komplexen Bewerbungstests mit automatisierter Auswertung.

Nebenbei: Schwierig wird es, wenn ein Unternehmen, das traditionell agiert, aber beim Personalmarketing eine vorgebliche digitale Modernität in den Vordergrund stellt, aber dieses Versprechen in der Arbeitspraxis nicht einhält. Enttäuschungen sind hier vorprogrammiert.

Interessant kann die Digitalisierung auch bei der Schulung von Mitarbeiter/innen werden: Auszubildende und Quereinsteiger müssen schnell eingearbeitet werden. Hier gilt die Faustregel: Je höher die Fluktuation, desto größer der Einarbeitungsaufwand. Und da Ausbilder/innen meist eine Vielzahl anderer Aufgaben im Unternehmen haben, geht es vor allem um die Entlastung von wiederkehrenden Einarbeitungstätigkeiten.

Zu Beginn steht hier – wie bei jeder Schulung- eine allgemeine Bedarfsanalyse: Was muss immer wieder geschult werden? Geht es z.B. um Informationen zum Sortiment, der Warenpflege, Kassentraining oder dem Umgang mit schwierigen Gesprächssituationen? Welche Kompetenzen sollen meine Mitarbeiter/innen vorweisen?

Erst in einem zweiten Schritt wird untersucht, welche Methoden dafür am besten geeignet sind. An dieser Stelle kommt das Thema Digitalisierung ins Spiel: Welche Einarbeitungsaufgaben können digital unterstützt werden? Gibt es etwa frei verfügbare hilfreiche Videos, gibt es Leittexte, die digitalisiert werden; sollen Lernstandkontrollen mit Tests durchgeführt werden?

Dieselben Fragen müssen auch beantwortet werden, wenn digital gesteuerte Arbeitsprozesse wie der Umgang mit Warenwirtschaftssystemen oder anderem geschult werden sollen.

Wenn Sie Interesse an einer Beratung zur Einführung und der Umsetzung digitaler Bildungsprozesse haben, können Sie sich an die Servicestellen des Handels wenden: https://flexnet.qualitus.net/goto.php?target=cat_209

Stefan Brandt-Pollmann BZH- Bildungszentrum Handel und Dienstleistungen gGmbH,



29. März 2019

Bildrechte: Handelsakademie Hessen-Thüringen

Das Projekt „FlexNet Handel“ wird im Rahmen des Programms „Digitale Medien in der beruflichen Bildung“ vom Bundesministerium für Bildung und Forschung und dem Europäischen Sozialfonds gefördert.

