

## **Projekt „digiskill-retail“**

Entwicklung und Einsatz flexibler, digitaler Werkzeuge im Klassenzimmer zur Steigerung digitaler Kompetenzen und Fähigkeiten bei Auszubildenden und Beschäftigten im Handel.

## **Evaluation – Interview**

### **"Digitale Kompetenzen im Einzelhandel"**

#### **Deutschland**

Förderzeitraum: 01.09.2022 – 31.08.2024

2022-1-DE02-KA220-VET-000089396



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



## Evaluation - Interview

### "Digitale Kompetenzen im Einzelhandel"

#### INFORMATIONEN- UND DATENKOMPETENZ

*Produkte und Dienstleistungen des Ausbildungsbetriebes (AO - Ausbildungsordnung, §4 Absatz 2 Nummer 1*

Einleitung: Um Kunden bedarfsgerecht beraten zu können, benötigen Kaufinteressenten und Einzelhandelskaufleute fundierte Warenkenntnisse. Das ist eine der Schlüsselqualifikationen im Handel. Kenntnis von Gütern umfasst Kenntnisse über:

- die Produktion
- die Produkteigenschaften
- die Vorteile und Nachteile
- die Anwendung und Verwendung
- die Pflege, Lagerung und ggf. Entsorgung von Waren
- alternative Angebote und Preis der Ware

- 1. Welche Rolle spielen digitale Informationsquellen in Ihrer Institution bei der Vermittlung von Warenwissen?**
- 2. Wie entwickeln Sie Fähigkeiten zur Datenanalyse Ihrer Auszubildenden?**
- 3. Wie bringen Sie Ihren Auszubildenden bei, die Informationen zu finden, um Kunden besser über relevante Produktinformationen beraten zu können?**
- 4. Wie weisen Sie Ihre Auszubildenden an, Informationen über Recycling/Wiederverwendung/Reduzierung von Produkten zu finden?**

Die Berufsschule ist eine „Digitale Schule“ und arbeitet seit Jahren mit Tablets. Das Tablet gehört, wie das Unterrichtsbuch, zur Unterrichtsausstattung dazu. Die Schule stellt den Auszubildenden die Software OneNote mit Lizenzpaket bereit. In der Software wird die gesamte Kursorganisation vorgenommen. Die Bereitstellung der Lernmaterialien in digitaler Form (meist PDF) wird in allen drei Ausbildungsjahren praktiziert. Eine Inhaltsbibliothek ist ebenfalls verfügbar. Ferner erhalten die Azubis Arbeitsaufträge mittels der eingespielten Dateien. Die Lehrkraft sieht auch den Bearbeitungsstand der einzelnen Azubis.

Das Internet wird als Informationsquelle genutzt, wenn die Auszubildenden z.B. Warensteckbriefe erarbeiten. Sie recherchieren nach Produktinformationen im Internet und nutzen die Suchmaschine Google. Dabei gibt es keine allgemeinen Vorgaben, wie der Auszubildende in verschiedenen digitalen Umgebungen nach Informationen suchen soll und relevante Quellen identifiziert. Die Schüler recherchieren eher willkürlich und intuitiv. Abhängig vom Arbeitsauftrag sensibilisiert manche Lehrkraft die Auszubildenden, welche Quellen brauchbar sind und welche nicht. Die Lehrkraft selbst nutzt Quellen von Schulbuchverlagen oder Fachzeitschriften, da sie besser einschätzen kann, dass brauchbare Informationen zusammenkommen. Ebenfalls sieht sie die Gefahr des Ablenkens gegeben, wenn Azubis digitale Medien benutzen. Die interviewte Person merkt an, dass der Stellenwert Warenkunde zu unterrichten abgenommen hat, denn die Wissensvermittlung findet im Betrieb statt.

Im Bereich digitaler Medien wird die klassische Suchmaschine zur Sammlung von Informationen oder Analyse von Daten genutzt. Digitale Lernaufgaben gibt es nur bei der Prüfungsvorbereitung vom Schulbuchverlag. Ferner werden Lehrbücher eingesetzt und Angebote der Bildungsverlage mit digitalen Boxen im Unterricht genutzt. Die Lehrkraft

merkt an, dass digitale Boxen nicht den Anspruch erfüllen, sodass Lehrkräfte eigenes ergänzendes Material zur Verfügung stellen müssen, die sie selbst aus dem Internet ziehen.

## KOMMUNIKATION

*Warenpräsentation und Werbemaßnahmen (AO - Ausbildungsordnung, §4 Absatz 2 Nummer 2)*

Einleitung: Werbung ist Teil der Kommunikationspolitik eines Unternehmens. Kunden müssen wissen, welche Dienstleistungen das Handelsunternehmen Ihnen anbieten kann. Werbung ist die Kommunikation mit dem Kunden, um zu informieren, das eigene Image zu pflegen, Kaufanreize zu schaffen und Vertrauen aufzubauen.

- 5. Welche Kommunikationskanäle nutzen Sie in der Berufsschule, um Auszubildenden darauf vorzubereiten, Kunden über Werbekampagnen zu informieren?**
- 6. Mit welchen Methoden ermöglichen Sie den Auszubildenden die Nutzung dieser Kanäle?**
- 7. Wie schulen Sie Ihre Auszubildenden, um den richtigen Kanal für die Kommunikation mit den Kunden zu wählen?**

Der Unterrichtsschwerpunkt im Bereich Kommunikation „Kundenberatung und Kundeninformation“ liegt überwiegend auf traditionellen/analogen Kommunikationskanälen. Die Lehrkraft nennt Beispiele wie den Einsatz von Lehrbüchern, Gruppenarbeiten mit Aufgaben zur Simulation von Kundengesprächen, nach Branchen unterteilt oder Rollenspiele zur Abwicklung einer Reklamation. Simulationen der Kundengespräche werden mit dem Tablet oder in Teams aufgezeichnet und analysiert. Der Point of Sale „stationäre Verkaufsort“ mit dem Fokus Kundenservice von Angesicht zu Angesicht bildet den Schwerpunkt. Die Lehrkraft merkt an, dass der Bereich Kundenkommunikation über digitale Kanäle kein eigenständiges Fach oder Lernfeld ist. Dieser Bereich ist im Lernfeld 2 enthalten unter dem Schwerpunkt „Verkaufsgespräche kundenorientiert führen“.

Digitale Kommunikationskanäle werden in den Unterricht einbezogen, wenn geeignete Lehrmaterialien verfügbar sind. Die Lehrkraft „googelt“ selbst nach Themen wie, Reklamationsgespräche erfolgreich führen und schaut, welche Ergebnisse herauskommen. Sie nennt YouTube oder die zbb mit dem E-Learning zum Thema „Verkaufen kurz vor Ladenschluss“ als digitale Quellen. Ferner merkt sie an, dass die Suche nach geeigneten digitalen Lernmaterialien sehr zeitintensiv und nicht immer erfolgreich ist. Microlearnings zu Themen wie „Kundengespräche führen“ oder „Kundenansprache falsch/richtig“ fehlen. Diese würde sie als sehr sinnvoll erachten.

## ZUSAMMENARBEIT

*Information und Kommunikation (AO - Ausbildungsordnung, §4 Absatz 4 Nummer 3*

Einleitung: Um sich mit Kollegen oder Kunden auszutauschen, werden heute, neben persönlichen Gesprächen, zunehmend auch digitale Medien genutzt.

- 8. Welche digitalen Technologien/Medien nutzen Sie für den Informationsaustausch oder die Kommunikation in der Berufsschule?**
- 9. Welche internen Kommunikationskanäle nutzen Sie im Unterricht mit Ihren Auszubildenden?**
- 10. Welche Tools, Plattformen und andere Methoden nutzen Sie, um die Mitgestaltung und Kreativität/den Ideenaustausch Ihrer Auszubildenden zu entwickeln?**

Es gibt die Möglichkeit sich über die Software OneNote im Kursnotizbuch auszutauschen. Der Austausch unter den Lehrkräften wird dabei betont. Bei den Auszubildenden überwiegt jedoch der persönliche Austausch in der Schule / im Unterricht. Moderne Plattformen werden von jüngeren Lehrkräften zum Teil in den Unterricht integriert. Welche modernen Plattformen genutzt werden wird nicht genannt.

## INFORMATION

*Beratung von Kunden (AO – Ausbildungsordnung, §5 Absatz 3 Satz 1 Nummer 2)*

Einleitung: Im Handel erwarten Kunden heute eine individuelle, bedarfsgerechte Beratung und Lösung ihrer Probleme sowie eine klar zugeschnittene leistungsbezogene Darstellung. Um Kunden bedarfsgerecht beraten zu können, müssen Verkäufer und Einzelhändler (KiE) in der Lage sein, die neuesten Trends im Handel zu erkennen und zu analysieren.

- 11. Welche Informationsquellen nutzen Sie im Klassenzimmer, um (Handels-)Prozesse zu beobachten, zu erkennen und zu analysieren?**
- 12. Was sind die Tools und andere Möglichkeiten, um die digitalen Fähigkeiten im Kundenservice Ihres Auszubildenden zu entwickeln?**

Aktuelle Entwicklungen im Handel und Trends werden über folgende digitale Informationsquellen vermittelt: Informationen aus dem Internet (Suchmaschine Google) oder Artikel aus diversen Fachzeitschriften, die von der Lehrkraft in digitaler Form als PDF oder als Link in das Kursnotizbuch hochgeladen werden. Die Lehrkraft nutzt sowohl digitale als auch analoge Informationsquellen, filtert diese und stellt diese für den Unterricht bereit. Den Zugang zu den Informationen erhalten die Auszubildenden über das Kursnotizbuch digital. Wichtige analoge Informationsquellen sind Fachzeitschriften wie, das Handelsblatt als Printversion, die Lebensmittelzeitung als Printversion, Textilwirtschaft als Printversion und die Tageszeitung.

## ERSTELLUNG DIGITALER INHALTE

*Online-Handel (AO – Ausbildungsordnung, § 5 Absatz 4 Satz 1 Nr. 6)*

Einführung: Immer mehr Handelsunternehmen richten einen eigenen Onlineshop ein, um auf verschiedenen Kanälen für ihre Kunden präsent zu sein.

### **13. Integrieren Sie Inhalte aus der Wahlqualifikation "E-Commerce" in Ihren Unterricht zur Erstellung digitaler Inhalte?**

### **14. Welche Fähigkeiten, zur Erstellung digitaler Inhalte, sind Ihrer Meinung nach für Mitarbeiter im Arbeitsalltag besonders relevant?**

In NRW gibt es ein festes Lernfeld mit dem Schwerpunkt E-Commerce. Dadurch werden folgende Themenschwerpunkte angerissen: Wie funktionieren Suchmaschinen? Was muss man tun, dass mein Shop bei Google auf Platz 1,2,3 aufblinkt? Multichannel-Strategien, Internet zur Kundenbindung nutzen, Social Media Marketing, Online Marktplätze, Onlineshop einrichten (technische und rechtliche Aspekte). Vermittelt werden die Inhalte über Lehrbücher mit aufbereiteten Lernsequenzen oder dem Erfahrungsaustausch mit den Azubis der E-Commerce Klassen. Dabei sind die Lerninhalte nach Arbeitspaketen strukturiert und werden über z.B. Lernvideos vermittelt. Herausforderungen bei der Erstellung von Inhalten sieht die Lehrkraft in den sprachlichen Kompetenzen der Auszubildenden, speziell in der Grammatik und Aussprache. Auch das kundengerechte Auftreten sieht sie bei den Auszubildenden als Herausforderung. Technisch schätzt sie die Azubis als fit ein.

Folgende Ideen für Microlearnings werden von der Lehrkraft vorgeschlagen:  
Betriebsformen im Einzelhandel, Preisnennung im Verkaufsgespräch  
Wie wickele ich Retouren ab? Wie telefoniere ich mit dem Kunden?