

Presseinformation

Digitalisierung im Handel: Azubi-Nachwuchs fitter als vermutet

Köln, 6. November 2018: Der Handel steht unter Digitalisierungsdruck. Besonders kleine und mittelständische Händler brauchen digitalen Nachwuchs, um im digitalen Wandel bestehen zu können. Diesen Sommer ist der neue Ausbildungsberuf zum Kaufmann/ -frau im E-Commerce gestartet. Eine gute Gelegenheit den Nachwuchskandidaten in Sachen digitale Kompetenz auf den Zahn zu fühlen, denn Ausbildungsverantwortliche im Handel scheinen dieses digitale Potenzial zu unterschätzen. Das ist das Ergebnis einer branchenspezifischen Auswertung der aktuellen Studie Azubi-Recruiting Trends 2018. Dafür hat das Team der Azubi-App TalentHero als Partner der von u-form Testsysteme herausgegebenen Studie die Antworten von Ausbildungssuchenden und Azubis sowie Ausbildungsverantwortlichen aus dem Handel analysiert.

Online Banking und Programmieren: Handelsnachwuchs ist im Internet zuhause

Die Generation der Digital Natives ist mit dem Internet aufgewachsen und kann dementsprechend problemlos mit Kommunikationstools und Suchmaschinen umgehen. Das bestätigen auch die Studienergebnisse: Über 92 Prozent nutzen bei Bedarf Suchmaschinen für Recherchen. 95 Prozent der Jugendlichen sind mit den gängigen Kommunikationstools vertraut und nutzen Chats, Mails und Soziale Netzwerke mindestens gelegentlich. 68 Prozent der Befragten nutzen bereits häufig oder sehr häufig Angebote wie Online-Banking und Online-Shopping. Damit liegen die Befragten knapp über dem branchenübergreifenden Durchschnitt von 66 Prozent. Weitere 14 Prozent nutzen die Angebote gelegentlich. Überraschend ist, dass 15 Prozent des Handelsnachwuchses mindestens eine Programmiersprache beherrschen. Gerade mal sieben Prozent der Ausbildungsverantwortlichen der Branche traut den eigenen Auszubildenden das zu.

Sicherheit, Privatsphäre und Glaubwürdigkeit im Internet: Ausbilder unterschätzen ihre Azubis

Das ist nicht der einzige Aspekt, bei dem die Selbstwahrnehmung von Azubi-Bewerbern und die Wahrnehmung der Ausbildungsverantwortlichen auseinanderliegen. Rund 80 Prozent der teilnehmenden Azubis geben an, zuverlässig die Vertrauenswürdigkeit von Online-Quellen einschätzen zu können. Von den Ausbildern traut nur ein Drittel das den Jugendlichen zu. Knapp 60 Prozent der Befragten kontrolliert nach eigenen Angaben regelmäßig die Sicherheitseinstellungen in sozialen Netzwerken und weiß genau, wer die eigenen Posts und Nachrichten lesen kann. Ein weiteres Viertel kümmert sich immerhin ab und zu um solche Dinge. Auch mit diesen Werten liegt der Azubi-Nachwuchs im Handel über dem Branchendurchschnitt. Nur 22 Prozent der Ausbildungsverantwortlichen glauben hingegen, dass Azubis im Handel regelmäßig ihre Sicherheitseinstellungen in sozialen Medien kontrollieren.

Ausbilder und Azubis sehen Nachholbedarf in der Branche

Die große Mehrheit der befragten Ausbildungsverantwortlichen zieht in einem Freitextfeld eine gemischte oder negative Bilanz hinsichtlich des Umgangs mit digitalen Technologien in ihrem Ausbildungsbetrieb. Hier fallen Begriffe wie „zurückhaltend“, „ausbaufähig“, „abwartend“ oder sogar „hinterher“, „analog“ und „Steinzeit“. Zwei Drittel der Azubis sehen die Lage hingegen weniger kritisch und beschreiben den Digitalisierungsgrad ihres Ausbildungsbetriebs mit „fortschrittlich“, „modern“ oder „bemüht“. Unter den kritischen Azubis finden sich dagegen ebenfalls deutliche Worte wie „rückständig“, „hinterweltlich“ oder „prähistorisch“.

Digitalisierung im Handel: Was jetzt zu tun ist

Wenig überraschend ist, dass die junge Generation, die jetzt in die berufliche Ausbildung startet oder bereits gestartet ist, sich im alltäglichen Umgang mit dem Internet auskennt. Whatsappen, Tickets buchen oder mal eben etwas googeln sind gar kein Problem. Keine Frage: Der Azubi-Nachwuchs im Handel bringt ein vom Alltag geprägtes digitales Mindset mit. Doch kann er vermutlich auch noch mehr: Entgegen den Erwartungen sind sie verantwortungsbewusste Surfer und wissen genau, dass nicht jede Webseite eine seriöse Informationsquelle ist. Einige der Studienteilnehmer beherrschen sogar mindestens eine Programmiersprache. „Das sind gute Nachrichten für den Handel, denn hier schlummern bisher unbekannte Potenziale. Jetzt gilt es, diese durch gezielte Ansprache von Digitaltalenten mit Interesse am Handel zu finden, zu erkennen und in der Ausbildung gezielt zu fördern“, sagt Katja Haack, Head of TalentHero bei meinestadt.de.

Über die Studie Azubi-Recruiting Trends 2018

Von Januar bis März 2018 nahmen an der jährlich deutschlandweit von u-form Testsysteme durchgeführten doppelerspektivischen Befragung 4.303 Azubi-Bewerber sowie Auszubildende und 1.234 Ausbildungsverantwortliche teil. Prof. Dr. Christoph Beck (Hochschule Koblenz) hat die Studie wissenschaftlich begleitet. Die Azubi-App Talent Hero von meinestadt.de ist Partner der Studie und hat für die Handelsbranche die Studienergebnisse von 111 Ausbildungsverantwortlichen und 241 Azubis ausgewertet.

Über meinestadt.de

meinestadt.de ist der führende Stellenmarkt für Fachkräfte mit Berufsausbildung. Durch den regionalen und lokalen Fokus verbindet meinestadt.de Unternehmen und Jobsuchende in allen 11.000 Städten und Gemeinden Deutschlands. Stellensuchende können sowohl online als auch mobil und über die mehrfach ausgezeichneten Job-Apps jederzeit auf die Angebote zugreifen. [TalentHero](#), die Azubi-App von meinestadt.de, hilft Jugendlichen bei der Berufswahl und bringt Unternehmen und Auszubildende für eine gemeinsame erfolgreiche Zukunft zusammen. www.meinestadt.de/www.TalentHero.de

Pressekontakt :

Jasmin Schreiber
meinestadt.de GmbH
Widenmayerstraße 31, 80538 München
E-Mail: jasmin.schreiber@meinestadt.de
Telefon +49 89 24 88 626 53