E-Commerce revolutioniert den Handel, doch die diesbezügliche Lehrlingsausbildung hinkt hinten nach. Dabei würden 70 Prozent der Betriebe solche Talente einstellen – und höher entlohnen.

LEHRE KILOMETER

Von Christian Prenger

LUKAS HERZOG
Der engagierte Mitarbeiter zog für Hervis den Online-Handel hoch.

FRANZ NEUMAYR/SB

„Mir war schon relativ früh klar, dass Online-Shopping in Zukunft eine immer größere Rolle spielen wird. Daher hat es mich wahnsinnig interessiert, wie man das Internet in die Filialberatung einbauen und so die beiden Welten kombinieren kann", erzählt Lukas Herzog.

Herzog hat eine Chance für diesen Praxistest bekommen. Aber weder als Unternehmensberater noch als Gründer diverser Web-Start-ups. Sondern in der Funktion eines Lehrlings des heimischen Sportfachhändlers Hervis.

Bald war in diesem Betrieb virtueller Verkauf kein hippes Planspiel mehr. Sondern gelernte Realität im Rahmen der dreijährigen Ausbildungszeit, die Herzog 2016 beendete. Er benötigte kein Digital-Native-Heimstudium zum Erwerb elektronischer Jobfähigkeiten. Durch den hausinternen Kompetenztransfer lernte der 18-jährige Salzburger vielmehr rasch schwimmen im kalten Wasser des E-Commerce, in das nicht nur Hervis, sondern auch die meisten anderen Händler springen müssen.

Mittlerweile scheint aus dem Pendeln zwischen On- und Offline nur mehr eine Fingerübung geworden zu sein. In der Filiale St. Johann in Tirol erprobt der Youngster täglich die verbraucherfreundliche Flexibilität. „Sollte die richtige Farbe oder die gewünschte Größe eines Artikels vor Ort nicht lagernd sein, kann ich sofort über das Tablet im Webshop nachschauen und das Produkt entweder in unsere Filiale liefern lassen oder direkt zum Kunden nach Hause senden lassen", erläutert Herzog.

Seine künftigen Hervis-Kollegen gehen bereits durch eine ganz andere Schule. Seit April 2015 hat jenes Tochterunternehmen der Spar-Österreich-Gruppe das E-Thema institutionalisiert. Damals startete in der Spar-Akademie-Klasse der Fachberufsschule Spittal/Drau zusammen mit der Kärntner Landesregierung, der Wirtschaftskammer Kärnten und dem Landesschulrat ein Spezialprojekt: die erste Hervis-Klasse für die Einzelhandelskaufmannslehre mit der Zusatzqualifikation namens „Digitaler Verkäufer".

TCHIBO

HARALD MAYER
Der Tchibo-Chef stockt 2017 den E-Commerce Bereich auf.

Der Schritt in die Moderne war mehr als eine zeitgeistige Imagepolitur. Immerhin wurden 15 zusätzliche Lehrlinge seinerzeit aufgenommen, um Knowhow für eine neue Ära zu tanken. Ergänzend zu den Lehrinhalten der regulären Ausbildung kommen etwa Produktkunde durch digitale Endgeräte, Services in der Verzahnung von Online und Offline, Logistikaspekte, gesetzliche Grundlagen für Webgeschäfte oder Kundenberatung mit digitalen Medien.

Mädchen und Burschen mit solch neu erworbenen Kompetenzen dürften über die Branchengrenzen hinaus neugierige bis neidige Blicke hervorrufen. Trotz des Booms rund um Online-Shopping, das weiter an Popularität zulegt, gelten sie als rare Spezies: Lehrlinge mit digitalen Kompetenzen. Gemeint ist weder die Fähigkeit, in der Mittagspause Bilder partyhungriger Kollegen bei Facebook zu posten noch via Smartphone ein Afterwork-Selfie mit dem Chef zusammenzubringen. Es geht um solche Jugendliche, die im Job auf Augenhöhe agieren können mit Kunden, die sich schon beim Betreten klassischer Geschäfte so fühlen wie im Einkaufsmuseum.

Seit selbst notorische Zweifler eingestehen müssen, dass die Zone zwischen Warenregal und Kasse durch das Web eine Revolution erlebt, fahndet der Handel nach solchen Hoffnungsträgern mit Hochdruck. Für die Personalisten endet die Suche meist frustrierend – beziehungsweise mit der Hoffnung auf politische Initiativen oder firmeninterne Vorstöße, die Ausbildung selbst zu forcieren. Denn in vielen Chefetagen läuten alle Alarmglocken, seit „Multichannel" – worunter das Bespielen aller analogen und digitalen Vertriebskanäle vom Laden bis zum Handy zu verstehen ist – nicht mehr nur von Consultern als unabdingbare Strategie für den künftigen Wettbewerb betrachtet wird.

Doch die Basis entwickelt sich nun zur Krisenzone. „Solche Lehrlinge sind nicht zu finden, weil das erforderliche Ausbildungsangebot noch gar nicht vorhanden ist", weiß Rainer Will. Der Geschäftsführer des heimischen Handelsverbandes verweist auf den Druck der Wirklichkeit: „Die Digitalisierung bringt neue Geschäftsmodelle hervor, die veränderte Kompetenzen verlangen. Der Handel sucht händeringend solch qualifiziertes Personal, sieht sich aber in der Realität mit einem Fachkräftemangel konfrontiert. Nur wenn Politik, Wirtschaft, Verbände und Sozialpartner an einem Strang ziehen, können wir entsprechende Strukturen schaffen."

Einschlägige, von der Wirtschaft immer heftiger geforderte Bildungsbemühungen dürften nicht nur in Chefetagen Applaus ernten, sondern auch so man-