

# PRESSEMITTEILUNG

**Kontakt:**

IFH Köln  
Juliane Mischer  
Referentin Unternehmenskommunikation

T +49 (0) 221 94 36 07-23

E [j.mischer@ifhkoeln.de](mailto:j.mischer@ifhkoeln.de)

[www.ifhkoeln.de](http://www.ifhkoeln.de)

## **Digitalisierung im „Schneckentempo“: Deutsche Handelsunternehmen bauen digitales Know-how überwiegend intern aus**

*Die IFH-Schwerpunktstudie 2016 nimmt den Erfolgsfaktor Personal in der digitalisierten Handelswelt in den Blick. Aktuell setzen deutsche Handelsunternehmen insbesondere auf den internen Ausbau des digitalen Know-hows. Lernbereitschaft ist die wichtigste Mitarbeiterkompetenz aus Sicht der befragten Führungskräfte.*

**Köln, 20. Oktober 2016** – Deutsche Handelsunternehmen arbeiten aktiv am Ausbau ihres digitalen Know-hows. Das zeigen die Ergebnisse der diesjährigen Schwerpunktstudie der IFH-Förderer „Shift happens – Wie die Digitale Transformation die Anforderungen an das Personal verändert“. Für die Studie wurden 144 Führungskräfte aus führenden Handelsunternehmen befragt. Mehrheitlich stehen dort interne Maßnahmen im Fokus: Aktuell identifizieren vier von zehn Befragten digitale Talente unter bestehenden Mitarbeitern, um so sicherzustellen, dass das benötigte digitale Know-how in ihrer Abteilung vorhanden ist. Rund 29 Prozent der Handelsführungskräfte setzen auf den Austausch mit anderen Abteilungen – zum Beispiel IT oder E-Commerce – innerhalb des eigenen Unternehmens.

*„Personal weiterzubilden ist zwar nachhaltig, aber auch vergleichsweise langsam. Im gegenwärtigen Umfeld, wo Schnelligkeit zählt, sollten Unternehmen besser auf einen Mittelweg setzen: Sowohl internen Austausch und Weiterbildung forcieren, aber auch digitales Know-how von extern hinzuziehen, durch neue Mitarbeiter oder die Zusammenarbeit mit Dienstleistern“, rät Prof. Dr. Werner Reinartz, Direktor der IFH-Förderer.*

Aktuell rekrutiert jeder dritte Befragte digitale Spezialisten, um den Know-how-Ausbau in seiner Abteilung voranzutreiben, und jede vierte Führungskraft kooperiert mit externen IT-Dienstleistern oder auch Start-ups. Aber Vorsicht: Vor allem Unternehmen mit einem niedrigen digitalen Reifegrad, d. h. die Unternehmen die noch die längste Strecke zurücklegen müssen, setzen eher auf den langsamen Weg der internen Maßnahmen. Somit geht die Schere zwischen den Vorreitern und den Nachzüglern immer weiter auf.

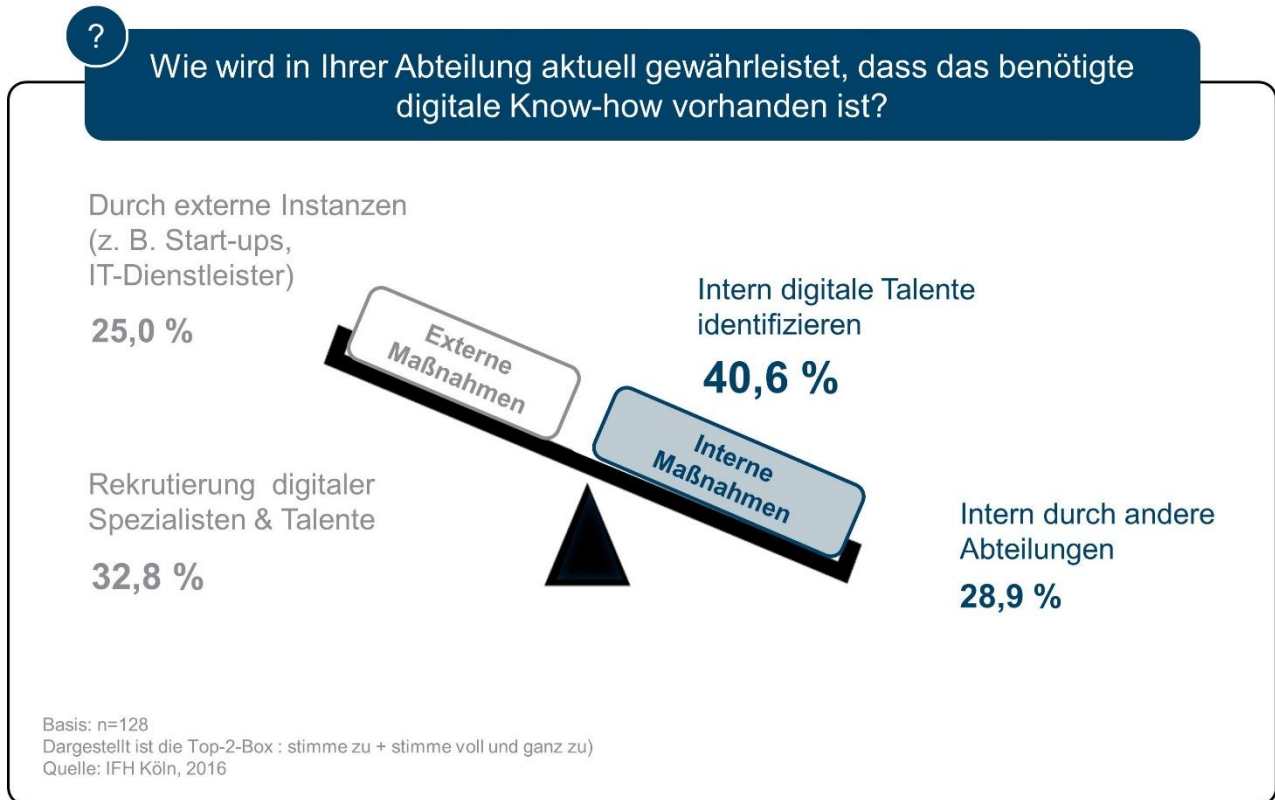
### **Digitales Know-how ist nicht alles – Mitarbeiter sollen Veränderungen furchtlos begegnen**

Ganz im Sinne der internen Weiterbildung ist reines digitales Know-how aus Sicht der Befragten nicht die entscheidende Kompetenz für Handelspersonal im digitalen Zeitalter: Neun von zehn Führungskräften ist es wichtig, dass Mitarbeiter lernbereit sind. Darüber hinaus sollten Mitarbeiter „über den Tellerrand blicken“ können, den Willen zu Veränderungen zeigen, Gegebenes hinterfragen und stets den Kunden in den Mittelpunkt ihres Handelns stellen.

„Furchtlos mit Veränderungen umzugehen, wird als wichtigste Mitarbeiterkompetenz identifiziert. Gerade in puncto Lernbereitschaft, Veränderungswille und dem Hinterfragen von Althergebrachtem wünschen sich die Führungskräfte im Handel jedoch mehr Engagement. Diese Soft Skills stehen noch nicht so lange im Fokus wie beispielsweise Teamfähigkeit und wurden daher bisher noch nicht so stark gefördert“, so Dr. Eva Stüber, Leiterin Research und Consulting am IFH Köln.

Wörter der Meldung: 393

Zeichen (inkl. Leerzeichen): 3.120



### Über die Studie

Die Schwerpunktstudie der IFH-Förderer nimmt jährlich ein für den Handel strategisch wichtiges Thema unter die Lupe. Dabei werden einzelne Aspekte der Wertschöpfung im Handel im Detail betrachtet und relevante Implikationen für die gesamte Handelslandschaft sowie für die Politik abgeleitet. Unter dem Titel „Shift happens – Wie die Digitale Transformation die Anforderungen an das Personal verändert“ steht in diesem Jahr der Erfolgsfaktor Personal im Fokus. Dafür wurden im Juli 2016 144 Führungskräfte aus führenden deutschen Handelsunternehmen befragt. Die Studie wird von Prof. Dr. Werner Reinartz, Universität zu Köln geleitet und maßgeblich durch das Präsidium der IFH-Förderer unterstützt. Hierzu zählen aktuell: Handelsverband Deutschland, Universität zu Köln, Noweda eG, Tengelmann E-Commerce, Ernsting's family, BUTLERS, Douglas, eBay, Fressnapf, Poco-Domäne und REWE Group.

Die IFH-Schwerpunktstudie 2016 kann über den Online-Shop des IFH Köln bestellt werden:  
[www.ifhshop.de/IFH-Schwerpunktstudie-2016](http://www.ifhshop.de/IFH-Schwerpunktstudie-2016)

### Über die IFH-Förderer

Bereits seit dem Jahr 1929 agieren die IFH-Förderer als gemeinnütziger Verein an der Schnittstelle von Wissenschaft und Praxis. Sie stehen für den wechselseitigen, inhaltlichen Austausch zwischen akademischer Arbeit und operativer Handelswelt. Dieser Austausch wird durch intensives Netzwerken und regelmäßigen Wissenstransfer lebendig. Mitglieder der IFH-Förderer sind Handels- und Herstellerunternehmen, Verbände, Kammern, Dienstleister und öffentliche Institutionen. Das Präsidium der IFH-Förderer setzt sich aus renommierten Köpfen des Handels in Deutschland zusammen.

Weitere Informationen unter [www.ifh-foerderer.de](http://www.ifh-foerderer.de)

## **Über das IFH Köln – Die Experten für Handel im digitalen Zeitalter**

Als Brancheninsider liefert das IFH Köln Information, Research und Consulting zu handelsrelevanten Fragestellungen im digitalen Zeitalter. Seit 1929 ist das IFH Köln erster Ansprechpartner für unabhängige, fundierte Daten, Analysen und Strategien, die Unternehmen erfolgreich und zukunftsfähig machen. Mit der Digital-Brand ECC Köln ist das IFH Köln seit 1999 im E-Commerce aktiv und bearbeitet Zukunftsthemen im Handel: z. B. Cross-Channel-Management, Mobile Commerce oder Payment. In maßgeschneiderten Projekten werden Kunden bei strategischen Fragen rund um E-Commerce- und Cross-Channel-Strategien, bei der Entwicklung neuer Märkte und Zielgruppen oder bei Fragen der Kanalexzellenz unterstützt.

Weitere Informationen unter [www.ifhkoeln.de](http://www.ifhkoeln.de)