

Auszubildende werben Auszubildende

Projekt „DiHa 4.0 – Digitalisierung im Handel“ präsentiert Imagefilm im Co-Working Space

Von Lea Lang

Göttingen. „Wir alle standen das erste Mal vor der Kamera“, sagt die Auszubildende Larissa Koch. Sie ist Protagonistin im neuen Imagefilm „Auf in den Handel, fertig, los!“, der im Co-Working Space von pro Office Premiere gefeiert hat.

Im Film zeigen Auszubildende Szenen ihrer Arbeit wie Kundengespräche oder das Bedienen des digitalen Warenwirtschaftssystems und stellen auf kurzweilige und amüsante Weise dar, dass Handel und Digitalstrategie dasselbe Paar Schuhe sein können. Statt eine trockene Dokumentation zu drehen, haben sich die Schüler eine Storyline überlegt: Ein Paar sitzt kurz vor dem gemeinsamen Urlaub auf dem Sofa und gerät in Streit, weil der Koffer kaputt ist. Die Frau greift zum Handy und ergoogelt, in welchem örtlichen Geschäft Koffer im Angebot sind – und schickt den Freund los, während sie selbst neue Klamotten für die freien Tage kaufen geht. Ihre Shoppingtour artet aus, und so braucht der Freund einen größeren Koffer, als der Laden vorrätig hat – nach ein paar Klicks bestellt der Einzelhändler ihn im Warenwirtschaftssystem nach und er soll am nächsten Tag geliefert werden. Seiner Freundin erklärt er das beim Zusammentreffen mit den Worten „der Koffer ist bestellt“.

Die Anspielung auf den bequemen Einkauf im Internet haben sich die Auszubildenden ausgedacht. Das Drehbuch schrieben sie selbst innerhalb der Projektstage an den **Berufsbildenden Schulen 1 (BBS) in Northeim**. Filmemacher Lars Zacharias aus Göttingen erklärte ihnen die Basis dafür. „Ich war erstaunt, wie gut sie das dann umgesetzt haben“, sagt Zacharias.

Acht Tage hatten die Schüler Zeit, um den Film zu planen, Rollen zu besetzen und mit Zacharias zu drehen. Sowohl Frank Brennecke, Abteilungsleiter an den BBS Northeim, als auch die Projektleiterinnen Maja Eidmann-Blumh und Heike Jansen von der Volkshochschule Göttingen Osterode (VHS) sind begeistert vom Ergebnis. „Die Filmidee entstand aus dem Erkennen und Erleben, dass der Einzelhandel



Auszubildende an der BBS 1 in Northeim haben einen Imagefilm für den Digitalen Handel 4.0 gedreht.

FOTO: R

zu wenig Auszubildende findet. Es steckt viel mehr Arbeit in bewegten Bildern, als wir gedacht haben“, sagt Heike Jansen.

Filmprojekt mit der BBS

Jansen und Eidmann-Blumh sind Projektleiterinnen von „DiHa 4.0 – Digitalisierung im Handel“. Sie haben im Rahmen von „Jobstarter plus“ Mittel in Höhe von 750.000 Euro beim Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) und dem Europäischen Sozialfonds (ESF) beantragt und genehmigt bekommen. In Zusammenarbeit mit der Gesellschaft für Wirtschaftsförderung Göttingen (GWG) und dem Soziologischen Forschungsinstitut Göttingen (Sofi) arbeitet die VHS drei Jahre lang an der Stärkung des Einzelhandels. **Das Filmprojekt mit der BBS 1 Northeim ist nur ein Teil-**

projekt von DiHa 4.0. „Demnächst kooperieren wir mit der BBS in Duderstadt, dort soll es um Social-Me-



Wir müssen unsere Stärken stärken.

Joachim Grube,
Industrie- und Handelskammer (IHK),
Geschäftsstelle Göttingen

dia-Marketing gehen“, sagt Jansen.

Zum Projektstart hatte das Sofi eine Studie zur Digitalisierung des Handels in 30 kleinen und mittleren

Handelsbetrieben in der Region betrieben. Im Bericht finden sich Aussagen, dass der stationäre Handel verschlafen sei, da viele kleine Händler keine Webseiten hätten, geschweige denn Online-Shops. Andere gehen von einem schleichenden Prozess aus, der Handel sei auf einem guten Weg, aber zu langsam.

Konkurrenz Amazon und Co.

Amazon und Co. sind eine starke Konkurrenz für die Händler vor Ort. „Der Onlinehandel wächst zulasten des stationären Einzelhandels. Wir müssen unsere Stärken stärken“, sagte Joachim Grube von der Göttinger Geschäftsstelle der Industrie- und Handelskammer (IHK) bei der Premiere. „Beratung vor Ort ist beispielsweise ein klarer Vorteil gegenüber Amazon.“ Auch im Aus-

bildungsbereich schwäche der Handel. Dagegen müsse man aktiv angehen, so Grube.

Larissa Koch hat ihren Weg in den Einzelhandel nicht sofort angetreten: „Ich wollte schon als Kind in den Einzelhandel, dann wurde mir das von außen schlechtgeredet“, erzählt sie. „Ich habe dann mehrere Sachen probiert und am Ende ein Praktikum im Handel gemacht – und dann sofort den Vertrag unterschrieben“, sagt die Auszubildende im Penny-Markt Nörten-Hardenberg. „Der Film könnte auch andere überzeugen.“

Info Der neunminütige Film wird ab Montag, 18. Februar, kostenlos unter www.handel-wird-digital.de zum Download angeboten. Handelsunternehmen sollen ihn für ihre Werbung um Auszubildende nutzen.