



DC4WORK
Digital Competence 4.0



LERNEN IM DIGITALEN ZEITALTER - FÜR UND IM BERUF

White Paper

Andreia Monteiro
Mentortec



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

Inhalt

| | |
|--|----|
| Einführung..... | 3 |
| 1. Die Hintergründe der Studie | 4 |
| 1.1. KMU als besonderer Rahmen für das Lernen | 4 |
| Unternehmen lassen sich auch als Lernorte begreifen, in denen neue und erfahrene Mitarbeiter zusammen lernen und ihre Kompetenzen erwerben und/oder aktualisieren. Es ist von entscheidender Bedeutung, Unternehmen und deren Führungskräften ihre Rolle für die unerlässlichen Aus- und Weiterbildung ihrer Mitarbeiter bewusst zu machen, in punkto: 4 | |
| 1.2. Die digitalen Kompetenzen der Mitarbeiter sind gefragt für..... | 5 |
| eine gelingende Digitalisierung von Unternehmen | 5 |
| Die Digitalisierung der Unternehmen führt zur Veränderung der Arbeitswelt und zur Entstehung neuer Berufsbilder, mit positiven Effekten:..... | 5 |
| 2. Die wichtigste Ergebnisse der Studie | 6 |
| 2.1. Kurze Charakterisierung der Branchen | 6 |
| a. Tourismus..... | 6 |
| b. Handel..... | 6 |
| 2.2. Digitale Kompetenzen im Tourismus- und Handelsbereich: Bedarfe und Trends | 7 |
| 3. Unternehmensvorteile..... | 9 |
| 3.1. Voraussetzungen der Unternehmen..... | 9 |
| 3.2. Trainingsleitlinien für den " Digital competences promoter " in KMU | 10 |
| 3.3. Kompetenzen, die in das Training integriert werden sollen | 10 |
| 3.4. Online Toolbox 4.0 | 12 |
| Literatur- und Quellenangabe..... | 13 |

Einführung

2018 wurde in Deutschland, Österreich, Finnland und Portugal eine umfassende Studie durchgeführt. Sie befasste sich mit dem Bewusstsein für und Umgang mit digitalen Kompetenzen der Mitarbeiter in klein- und mittelständischen Unternehmen (KMU) in Tourismus und Handel. Ihr Hauptziel war, den Grad der Sensibilisierung und die bestehenden Praktiken der KMU in Bezug auf die Bewertung, Förderung und Entwicklung digitaler Kompetenzen der Mitarbeiter am Arbeitsplatz zu verstehen.

Die Studie umfasste primäre und sekundäre Daten¹ und konzentrierte sich auf folgende Punkte:

1. Schlüsselkompetenzen, die von den KMU aus den Bereichen Tourismus und Handel benötigt werden,
2. Diskrepanzen zwischen den Qualifikationen/Kompetenzen der Mitarbeiter und den Bedürfnissen der KMU sowie
3. Vorzeigeeinitiativen von guten Lösungen in KMU, die als Orientierung für andere dienen können.

Als Ergebnis dieser Studie entstanden zwei Dokumente:

1. **Arbeitsbezogenes Lernen im digitalen Zeitalter: Eine Studie über den Bildungsbedarf und die Trends im Tourismus- und Handel²**, ein Abschlussbericht über in der Studie verwendete Methoden und Instrumente sowie die wichtigsten Ergebnisse
2. **Lernen im digitalen Zeitalter - ein berufsbezogener Ansatz**, dieses White Paper enthält aus der Studie hervorgehende Ergebnisse in komprimierter Form.

Dieses White Paper ist in 3 Hauptkapitel unterteilt:

- **Hintergründe der Studie** – Bei der Planung und Durchführung der Studie wurden zwei Hauptprämissen berücksichtigt.
- **Wichtige Erkenntnisse der Studie** – Das Kapitel enthält eine kurze Analyse der Studienergebnisse aus Deutschland, Österreich, Finnland und Portugal.
- **Unternehmensvorteile** – In diesem Kapitel wird ein Vorschlag zur Unterstützung der KMU im Tourismus und Handel vorgestellt, wie sie eine digitalen Strategie in ihren Unternehmen vorbereiten und integrieren können.

Ergänzend finden Sie am Ende dieser Publikation weitere Informationsquellen und Unterstützung zum Thema der Bewertung und Entwicklung digitaler Kompetenzen der Mitarbeiter in KMU.

Schlüsselwörter: Digitale Kompetenzen der Mitarbeiter; Digitalisierung im Tourismus; Digitalisierung im Handel.

¹ Die Studie wurde in vier Aufgabenschwerpunkten organisiert - T1.1 Desk Research, T1.2 Sammlung von Umfragen/Umsetzung von Fokusgruppen/Interviews, T1.3 Identifizierung von Leitinitiativen und T1.4 Empfehlungen.

² Der originale Artikel über die Ergebnisse der Studie ist [hier](#) zu finden.

1. Die Hintergründe der Studie

Bei der Planung und Durchführung der Studie wurden zwei Hauptprämissen berücksichtigt:

1. **KMU bieten einen besonderen Rahmen für das Lernen**
2. **Die digitalen Kompetenzen der Mitarbeiter sind gefragt für eine gelingende Digitalisierung von Unternehmen**

Die Studie und die Analyse der wichtigsten Ergebnisse wurden auf Grundlage dieser beiden Prämissen durchgeführt. Die beiden Prämissen für kleine und mittelständische Unternehmen relevant, die ihre Arbeitsplätze an die Anforderungen der Digitalisierung anpassen wollen.

1.1. KMU als besonderer Rahmen für das Lernen

Unternehmen lassen sich auch als Lernorte begreifen, in denen neue und erfahrene Mitarbeiter zusammen lernen und ihre Kompetenzen erwerben und/oder aktualisieren. Es ist von entscheidender Bedeutung, Unternehmen und deren Führungskräften ihre Rolle für die unerlässlichen Aus- und Weiterbildung ihrer Mitarbeiter bewusst zu machen, in punkto:

- Management von Wissen und Erfahrungen der Mitarbeiter,
- Identifizierung von jungen qualifizierten Mitarbeitern, die in das Unternehmen integriert werden können,
- Förderung der Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens im Einklang mit den wirtschaftlichen und sozialen Herausforderungen.

Diese soziale Verantwortung der KMU ist in der heutigen Zeit noch relevanter, da die Digitalisierung und der Wandel der Arbeit alle Wirtschaftssektoren, einschließlich Tourismus und Handel, erfasst. Daher müssen Manager Unternehmen als privilegierter Kontext des Lernens verstehen und darauf vorbereitet sein. Dies kann geschehen in Form von:

- Einschätzung der digitalen Kompetenzen der Mitarbeiter,
- Konzeption maßgeschneiderter digitaler Weiterbildungsaktivitäten,
- Erschaffen von lernfreundlichen Arbeitsbedingungen für das Lernen am Arbeitsplatz ("digitale Arbeitsplätze"),
- Eine "Digitale Kultur" aufbauen, denn eine effektive Digitalisierung beginnt im Denken der Mitarbeiter.

Wie kann dies erreicht werden?

Es ist wichtig, Maßnahmen zu starten, die einen Mentalitätswandel der Führungskräfte hin zu mehr sozialem Engagement herbeiführen. Neben der Gewinnerzielung (wirtschaftliche Verantwortung) haben Unternehmen eine wichtige Rolle und Verantwortung auf sozialer Ebene, nämlich gegenüber ihren Mitarbeitern. Diese soziale Verantwortung spiegelt sich in Vorteilen für die Mitarbeiter, z.B.:

- Vereinbarkeit von Privat-, Familien- und Berufsleben,
- Kapazitätsaufbau und Berufsberatung, wobei die kontinuierliche Verbesserung und der berufliche Fortschritt gefördert werden,
- Anerkennung und Aufwertung von Leistungen und Erfolgen.

1.2. Die digitalen Kompetenzen der Mitarbeiter sind gefragt für eine gelingende Digitalisierung von Unternehmen

Die Digitalisierung der Unternehmen führt zur Veränderung der Arbeitswelt und zur Entstehung neuer Berufsbilder, mit positiven Effekten:

- Mit der Einführung neuer Geräte und digitaler Medien am Arbeitsplatz fördern Unternehmen auch die umfassenden digitalen Kompetenzen ihrer Mitarbeiter.
- Es gibt ein effektives Informationsmanagement, die aktive soziale Eingliederung und die Steigerung der Beschäftigungsfähigkeit der Arbeitnehmer werden gefördert.

Daher ist es wichtig,:

- Führungskräfte zu sensibilisieren und Unternehmen auf die Digitalisierung vorzubereiten.
- Die Mitarbeiter mit den notwendigen Kenntnissen und Fähigkeiten auszustatten, um den digitalen Wandel der Unternehmen zu tragen.

Wie kann dies erreicht werden?

Meistens durch die Planung und Umsetzung einer Reihe von Initiativen, einschließlich:

- Kampagnen zur Sensibilisierung und Einbeziehung der Mitarbeiter im Zusammenhang mit ihrer Rolle im Digitalisierungsprozess des Unternehmens,
- Informelles Lernen am Arbeitsplatz unter Einsatz von IKT, um die digitalen Kompetenzen der Mitarbeiter zu fördern,
- Strategien für die Bewertung der digitalen Kompetenzen der Arbeitnehmer unter Bezug auf den Europäischen Referenzrahmen für digitale Kompetenzen der EU-Bürger ([DigComp](#)),
- Die kontinuierliche Überwachung und Aktualisierung der digitalen Kompetenzen der Mitarbeiter am Arbeitsplatz.

2. Die wichtigste Ergebnisse der Studie

Die Studie ermöglichte ein besseres Verständnis der Branchen Tourismus & Handel, insbesondere ihrer Bedarfe und Trends bei der Bewertung und Förderung der digitalen Kompetenzen der Mitarbeiter. In diesem Kapitel wird eine kurze Beschreibung der Branchen und ihrer wichtigsten Bedarfe und Tendenzen gegeben.

2.1. Kurze Charakterisierung der Branchen

Aus den Ergebnissen der Studie wurde eine kurze Analyse der Branchen in Deutschland, Österreich, Portugal und Finnland erstellt. Dabei können folgende Ähnlichkeiten zwischen den Branchen der vier Länder identifiziert werden³.

a. Tourismus

In den vier Ländern lässt sich der Tourismussektor wie folgt beschreiben:

- In großem Umfang durch kleine und mittlere Unternehmen (KMU) vertreten,
- Einen der wachstumsstarken Branchen, die für die Ankurbelung der Volkswirtschaften von strategischer Bedeutung ist,
- Eine internationaler Branche, die jedes Jahr wächst.

Es gibt einige Unterschiede innerhalb der Branche, was die Digitalisierung und die Förderung der digitalen Kompetenzen der Arbeitnehmer betrifft. Dennoch ist klar, dass der Bedarf an Strategien und Programmen für beide Bereiche „Digitalisierung von Industrie und Dienstleistungen“ sowie „Entwicklung digitaler Kompetenzen der Arbeitnehmer“ in allen Ländern wächst.

b. Handel

Dieser Sektor ist in den vier Ländern ebenso bedeutend und wird dort weitgehend von KMU vertreten. Wie der Tourismussektor ist auch der Handel eine wichtige Branche, geprägt durch Wachstum und Veränderung. Die Prämisse, unter der Wachstum stattfindet, ist jedoch eine andere:

Die Digitalisierung dieser Branche orientiert sich in den vier Ländern am Bedarf der Kunden nach digitalen Anwendungen und damit leichtem, schnellem Zugriff auf Waren und Informationen. Dennoch sind viele Unternehmen nicht bereit, Prozesse zu digitalisieren und in die Förderung der digitalen Kompetenzen der Arbeitnehmer zu investieren. Dies bedeutet, Investitionen sind entscheidend: zum einen in die Sensibilisierung der Unternehmen für die Auswirkungen der Digitalisierung auf den Sektor. Zum anderen in Kapazitätsaufbauprogramme für das kontinuierliche Wachstum, die Wettbewerbsfähigkeit und die Innovation des Sektors.

³ Der originale Artikel über die Ergebnisse der Studie ist [hier](#) zu finden.

2.2. Digitale Kompetenzen im Tourismus- und Handelsbereich: Bedarfe und Trends

Aus den Ergebnissen der Studie wird folgendes deutlich:

- Die Nachfrage nach Digitalisierung im Tourismus- und Handelsbereich bewegt sich unterschiedlich schnell (im Tourismus ist sie schneller) und auch die Ursachen sind unterschiedlich (Tourismus: als Antwort auf die Wettbewerbsfähigkeit des Sektors, Handel: als Nachfrage der Kunden).
- Digitale Technologien sind in den Unternehmen des Tourismus und des Handels weit verbreitet: Mehr als die Hälfte der Unternehmen verfügt über Desktop-PC (88,5%), Smartphones (85,8%), Notebooks mit Web-Zugang (69%) und Tablet (54,0%).
- Der größte Teil der Unternehmen zeigt die notwendigen Medien, die für die Ausübung ihrer Tätigkeit erforderlich sind, einschließlich: Bürosoftware (98,2%), Sicherheitsmedien und Bürosoftware (93,8%), soziale Medien, Netzwerke und Suchmaschinen (86,7%), Kommunikations- und Kollaborationsmedien (72,6%), Intranet/virtuelles privates Netzwerk (69,0%), Cloud Services (68,1%) Prozesssoftware (66,4%).
- Viele Funktionen dieser Bereiche erfordern den Einsatz von digitalen Schlüsselkompetenzen, beispielsweise: Kommunikation und Zusammenarbeit, Sicherheit und Erstellung von Inhalten.
- Obwohl die Unternehmen erkennen, dass sie von einer Strategie zur Bewertung und Entwicklung der digitalen Kompetenzen der Mitarbeiter profitieren können, zeigt die Realität, dass die meisten Unternehmen, insbesondere die KMU, keine Strategie dafür haben, vor allem aus Mangel an Visionen, Know-how, Zeit und Ressourcen.

Trotz der Forderung nach Digitalisierung und der Tatsache, dass viele Organisationen in den beiden ausgewählten Sektoren über die geeigneten Arbeitsmittel und Medien verfügen, um die Mitarbeiter bei ihrer täglichen Arbeit zu unterstützen (was im Tourismussektor deutlicher zu erkennen ist), ergibt sich folgendes Bild:

- Die Mehrzahl der Unternehmen, insbesondere der KMU, verfügt nicht über eine strukturierte und formelle Strategie, die den Erwerb und die Entwicklung der digitalen Kompetenzen der Arbeitnehmer fördert. Dies gilt auch für die Fälle, in denen Unternehmen diese Strategie als wichtig ansehen.
- Es scheint, dass sich die Unternehmen des digitalen Potenzials und der Kompetenzen ihrer Mitarbeiter nicht bewusst sind, vor allem, weil sie nicht wissen, wie man digitale Kompetenzen der Mitarbeiter erhebt und bewertet.
- Aus Sicht der Organisationen verfügen ihre Mitarbeiter über die notwendigen Kompetenzen, um die im Unternehmen verfügbaren Geräte und Medien zu nutzen. Gleichzeitig wird jedoch erwähnt, dass die Mitarbeiter diese Geräte und Medien effizienter zu nutzen könnten.

Warum investieren Unternehmen nicht in die Entwicklung ihrer digitalen Strategie und bieten Schulungen an, um den Erwerb und die Entwicklung der digitalen Kompetenzen ihrer Mitarbeiter zu fördern?

Den Ergebnissen zufolge geschieht dies vor allem, weil Folgendes fehlt:

- Das Fachwissen der Unternehmen zur Bewertung der digitalen Fähigkeiten der Arbeitnehmer für die Planung von Schulungen zur Stärkung dieser Fähigkeiten.
- Expertise der Unternehmen zur Strukturierung und Durchführung spezifischer Schulungen zu digitalen Kompetenzen.
- Vision, Zeit und Investition der Unternehmen, um dies zu tun.

Wie können also KMU diese Lücken schließen?

Um der Nachfrage der Industrie 5.0 und der Digitalisierung der Sektoren erfolgreich zu begegnen, ist es wichtig, dass die Unternehmen über die folgenden Punkte nachdenken:

- Festlegung, Überwachung und Umsetzung einer digitalen Strategie, die die Bewertung und Förderung der digitalen Kompetenzen der Arbeitnehmer fördert
- Identifizierung eines Mitarbeiters, der für die Definition, Überwachung und Umsetzung der digitalen Unternehmensstrategie verantwortlich ist - der "Digital competences promoter" in KMU.

Um die KMU der beiden Sektoren darauf vorzubereiten und zu orientieren, werden drei Haupthilfsmittel konzipiert, die die Akzeptanz der Digitalisierung durch die KMU fördern (siehe Abbildung 1.):



ABBILDUNG 1 - IDENTIFIZIERUNG DER DREI UNTERSTÜTZUNGSANGEBOTE, DIE DEN KMU DES TOURISMUS- UND HANDELSSEKTORS ZUR VERFÜGUNG STEHEN SOLLTEN.

Im nächsten Kapitel werden einige relevante Informationen über die Trainingsleitlinien und die Online-Toolbox bereitgestellt.

3. Unternehmensvorteile

Die Digitalisierung verändert die Art und Weise, wie Unternehmen organisiert sind und wie Menschen arbeiten. Diese Veränderungen nehmen seit den letzten sieben Jahren schnell zu und stellen eine Herausforderung für die Manager von kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) sowie deren Arbeitnehmer aus verschiedenen europäischen Ländern und Branchen dar. Die Unternehmen sind sich mit wachsendem Bewusstsein darüber im Klaren, dass Investitionen in die Stärkung der digitalen Kompetenzen der Arbeitnehmer erforderlich ist. Trotz des Aufkommens von Industrie 5.0 stellt es für die KMU immer noch eine Herausforderung dar, in den Erwerb und die Entwicklung der digitalen Kompetenzen der Arbeitnehmer 2.0 zu investieren. Es ist klar, dass der Kapazitätsaufbau der Arbeitnehmer in KMU nicht der Geschwindigkeit der Digitalisierung und von Industrie 5.0 entspricht und dass die KMU in die Förderung der grundlegenden digitalen Fähigkeiten ihrer Arbeitnehmer investieren müssen.

In diesem Kapitel werden die Voraussetzungen der KMU für die Definition und Integration eines digitalen Ansatzes in das Personalmanagement vorgestellt. Dabei werden die wichtigsten Ergebnisse der in Abbildung 1 identifizierten Unterstützungsangebote des Projektes vorgestellt.

3.1. Voraussetzungen der Unternehmen

Es ist an der Zeit zu handeln. In der Zusammenarbeit zwischen der Berufsbildung und den Unternehmen ist es notwendig, die KMU mit einem "Management 1.0" mit mehr "Digitalen Führungsqualitäten" auszustatten und eine aktive Entwicklung der digitalen Kompetenzen der Mitarbeiter an ihren Arbeitsplätzen zu fördern.

Erstens ist es wichtig, die Unternehmen auf verschiedenen Ebenen vorzubereiten, z.B.:

- Design und Integration von Schnittstellen im Unternehmen (z.B. Mensch-Maschine, Mensch-Mensch und Mensch-Objekt),
- Einrichtung des Arbeitsplatzes und Nutzung von Technologie unter Berücksichtigung der demographischen Unterschiede (z.B. Alterung der Arbeitnehmer, Integration jüngerer Generationen, Mehrgenerationen-Teams),
- Strategien zur Förderung der Akzeptanz neuer Technologien und des rechtlichen Umgangs mit personenbezogenen Daten durch die Arbeitnehmer,
- Strategien zur Förderung der Entwicklung digitaler Kompetenzen und der Qualifikation von Arbeitnehmern, wobei der Schwerpunkt auf den gering qualifizierten Arbeitnehmern liegt.

Zusätzlich ist es wichtig, dass Mitarbeiter ihr Unternehmen als privilegierten Kontext des Lernens wahrnehmen. Das bedeutet, Unternehmen als lernende Organisationen zu sehen, die bereit und vorbereitet sind:

- digitale Kompetenzen ihrer Mitarbeiter einzuschätzen,
- maßgeschneiderte digitale Weiterbildungsaktivitäten anzubieten,
- lernfreundliche Arbeitsbedingungen für das Lernen am Arbeitsplatz ("digitale Arbeitsplätze") schaffen, vernetztes Lernen, Lernen am Arbeitsplatz,

erfahrungsbasiertes Lernen und mehr Zeit zum Lernen bieten, eine "Digitale Kultur" aufbauen. Denn effektive Digitalisierung beginnt im Bewusstsein der Mitarbeiter.

3.2. Trainingsleitlinien für den " Digital competences promoter " in KMU

Die **Trainingsleitlinien für den " Digital competences promoter " in KMU** sind ein Dokument, welches einen Trainingsplan für das arbeitsplatzbezogene Lernen 4.0 beinhaltet und Empfehlungen für die Umsetzung in Unternehmen vorstellt.

Diese Trainingsleitlinien richten sich an die verantwortlichen Führungskräfte/Mitarbeiter und liefern die notwendigen Informationen, um Unternehmen bei der Entwicklung der digitalen Strategie für die Bewertung und Entwicklung der digitalen Kompetenzen der Mitarbeiter zu unterstützen. Die Anwendung dieser Trainingsleitlinien erfordert eine gewisse Vorbereitung durch die Unternehmen (siehe "Voraussetzungen der Unternehmen") und eine Reflexion über die folgenden Schlüsselfragen:

1. Was verstehe ich unter digitaler Kompetenz im Unternehmenskontext?
2. Existiert eine Strategie zur Entwicklung und Bewertung der digitalen Fähigkeiten Ihrer Mitarbeiter?
3. Besteht Weiterbildungsbedarf für Ihre Mitarbeiter in Bezug auf ihre digitalen Fähigkeiten und Kompetenzen?
4. Haben Sie die Bereitschaft, in das digitale Kompetenztraining Ihrer Mitarbeiter zu investieren?
5. Welche Inhalte/Themen sind Ihrer Meinung nach für das Training am wichtigsten?
6. Wie können digitale Kompetenzen am effizientesten trainiert werden?

Nach dem Nachdenken und Beantworten dieser Fragen sind Unternehmen und Organisationen besser vorbereitet, an der Definition, Umsetzung und Überwachung der digitalen Strategie Ihres Unternehmens zur Bewertung und Entwicklung der digitalen Kompetenzen der Mitarbeiter zu arbeiten.

3.3. Kompetenzen, die in das Training integriert werden sollen

Ausgangspunkt für die Gestaltung der **Trainingsleitlinien ist der „Europäische Referenzrahmen für Digitale Kompetenzen der EU-Bürger“ (The European Digital Competence Framework for Citizens =DigComp 2.1⁴)**.

DigComp ist in fünf Schlüsselbereiche und 21 Kompetenzen gegliedert:

Informations- und Medienkompetenz

- Browsen, Suchen, Filtern von Daten, Informationen und digitalen Inhalten
- Daten, Informationen und digitale Inhalte bewerten
- Organisieren von Daten, Informationen und digitalen Inhalten

⁴ Quelle: <https://ec.europa.eu/jrc/en/publication/eur-scientific-and-technical-research-reports/digcomp-21-digital-competence-framework-citizens-eight-proficiency-levels-and-examples-use>, Stand 15.06.2019

Digitale Kommunikation und Kollaboration

- Interaktion mit Hilfe von digitalen Technologien
- Teilen mit Hilfe von digitalen Technologien
- Teilhabe an der Gesellschaft mit Hilfe von digitalen Technologien
- Zusammenarbeiten mit Hilfe von digitalen Technologien
- Netiquette
- Seine digitale Identität verwalten

Erstellung von digitalen Inhalten

- Digitale Inhalte entwickeln
- Fremde digitale Inhalte nutzen und bearbeiten
- Copyright und freie Lizenzen
- Programmieren

Sicherheit/Verantwortungsvoller Umgang mit digitalen Medien

- Geräte schützen
- Persönliche Daten und Privatsphäre schützen
- Gesundheit und Wohlergehen schützen
- Umweltschutz

Digitales Problemlösen

- Technische Probleme lösen
- Bedürfnisse identifizieren und technische Lösungen dafür finden
- Digitale Technologien kreativ nutzen
- Digitale Kompetenzunterschiede erkennen

Die DC4Work Trainingsleitlinien für den "Digital competences promoter" orientieren sich an diesem Rahmen und zusätzlich an weiteren Bereiche und Kompetenzen im Zusammenhang mit der Digitalisierung der Unternehmen, dem arbeitsplatzbezogenen Lernen 4.0, den digitalen Kompetenzen im Tourismussektor und den digitalen Kompetenzen im Handelsbereich.

3.4. Online Toolbox 4.0

Neben den Trainingsleitlinien wird auch eine Online-Toolbox 4.0 konzipiert für Unternehmen aus den Bereichen Tourismus und Handel. Diese Toolbox 4.0 hat die Ziele:

- Unterstützung des "Digital competences promoters" in KMU bei der Umsetzung und Überwachung der digitalen Strategie,
- Unterstützung der Manager und/oder Promoter der KMU bei der Vorbereitung und Durchführung von Sensibilisierungsmaßnahmen und Initiativen zum Kapazitätsaufbau im Unternehmen.

Die Toolbox wird online verfügbar sein und umfasst eine Reihe von ergänzenden Hilfsmitteln und Materialien, die als wesentlich für die Unterstützung von Unternehmen angesehen werden:

- Vorbereitung des Unternehmens und seiner Mitarbeiter bei der Digitalisierung,
- Definition, Umsetzung und Überwachung der Strategie zur Einschätzung und Entwicklung der digitalen Kompetenzen der Arbeitnehmer,
- Sensibilisierung und Engagement der Mitarbeiter in diesem Prozess.

In Ergänzung zu den Trainingsleitlinien und der Toolbox können Promoter, Manager und/oder Personalverantwortliche für digitale Kompetenzen auch Zugang zu 30 bewährten Verfahren haben, die in Deutschland, Österreich, Finnland und Portugal identifiziert wurden. Diese Praktiken sind [hier](#) zugänglich und bieten große Möglichkeiten für Inspiration und Engagement.

Literatur- und Quellenangabe

Araújo, L. (2017). Turismo - Liderar o futuro para desenvolver Portugal. *Revista Portugal global*, Band: 103, S. 6-18. ([hier](#) verfügbar).

Instituto Nacional de Estatística, I. P. (2017). Estatísticas do Comércio Internacional 2016. INE: Lisboa. ([hier](#) verfügbar).

Instituto Nacional de Estatística, I. P. (2017). Estatísticas do Comércio 2016. INE: Lisboa. ([hier](#) verfügbar).

<https://www.comerciodigital.pt/> [Stand 26.07.2018].

<http://www.alleecom.org> [Stand 15.05.2018].

<https://www.bmwi.de/Redaktion/DE/Dossier/dialogplattform-einzelhandel.html> [Stand 04.07.2018].

<https://ec.europa.eu/jrc/en/publication/eur-scientific-and-technical-research-reports/digcomp-21-digital-competence-framework-citizens-eight-proficiency-levels-and-examples-use> [Stand 15.06.2019].



Wenn nicht anders angegeben, ist dieses Dokument zur freien Verwendung unter "Creative Commons" Lizenz: Namensnennung - Weitergabe unter gleichen Bedingungen 4.0 International (CC BY-SA 4.0). Um eine Kopie dieser Lizenz zu sehen, besuchen Sie <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/deed.de>. Logos sind von der kostenlosen Lizenzierung ausgeschlossen



Dieses Projekt wurde mit Unterstützung der Europäischen Kommission finanziert. Sie spiegelt nur die Ansichten des Autors wider, und die Kommission kann nicht für die Verwendung der darin enthaltenen Informationen verantwortlich gemacht werden.