



Ab August
2018!

Neuer Beruf:

Kaufmann/frau im E-Commerce

Informationen zum Novellierungsverfahren und
zum neuen Ausbildungsberuf



Neuer Beruf – viele Möglichkeiten



- Überlegungen zu eigenständigem Berufsbild existieren, seit es Versandhandel gibt
- Zertifikatslehrgang „E-Commerce-Manager/in (IHK)“ seit 2012
- Initiatoren des neuen Berufes:

The logo for BAUR, featuring the word "BAUR" in a bold, yellow, sans-serif font, followed by a small grey square icon with a white cross.The logo for bevh (Der E-Commerce Verband), featuring the lowercase letters "bevh" in blue and green, followed by a blue cube icon and the text "DER E-COMMERCE VERBAND" in blue.The logo for HDE Handelsverband Deutschland, featuring a blue circle with a white lowercase "h" and the text "HDE Handelsverband Deutschland" in blue.

- Sachverständige im Erarbeitungsprozess (u. a.):

The logo for BGA, featuring a blue sphere with a white line and the text "BGA Partner im Wettbewerb." in black.The logo for SATURN, featuring a stylized orange and black Saturn planet icon and the word "SATURN" in white on a black background.The logo for World of TUI, featuring a red stylized "U" shape and the text "World of TUI" in red.The logo for OTTO, featuring the word "OTTO" in a bold, red, outlined, sans-serif font.The logo for H&M, featuring the letters "H&M" in white on a red square background.The logo for ORION, featuring the word "ORION" in a bold, pink, outlined font, with "Erotik aus Flensburg" in black below it, all enclosed in a pink rounded rectangle.The logo for IKEA, featuring the word "IKEA" in blue on a yellow oval background, which is set against a blue square background.

Verfahrensbeteiligte im Erarbeitungsprozess

Erarbeitungsgrundlagen:

- Vorgaben des BBiG
- Hauptausschuss-empfehlungen des BiBB
- Vereinbarungen der Sozialpartner (Eckdatenentwurf)
- Weisung des BMWi

Bundesressorts

- Bundeswirtschaftsministerium (BMWl)
- Bundesbildungsministerium (BMBF)

Ausbildungsverordnung + schulischer Rahmenlehrplan

Wirtschaft

- KWB
- IHK-Organisation
- Verbände (bevh, HDE)
- Unternehmensvertreter

Gewerkschaften

- DGB
- Ver.di
- Arbeitnehmervertreter

16 Länder, KMK

Bundesinstitut
für
Berufsbildung

Abschnitt A: Kernqualifikationen

Online-Vertriebskanal auswählen und einsetzen

Waren- oder Dienstleistungssortiment mitgestalten/bewirtschaften

Beschaffung unterstützen

Vertragsanbahnung im Online-Vertrieb gestalten

Verträge aus dem Online-Vertrieb abwickeln

Kundenkommunikation gestalten

Online-Marketing entwickeln und umsetzen

Kaufmännische Steuerung und Kontrolle

Abschnitt B: Integrative Qualifikationen

Berufsbildung, arbeits- und sozialrechtliche Vorschriften

Aufbau und Organisation des Ausbildungsbetriebs

Sicherheit und Gesundheitsschutz bei der Arbeit

Umweltschutz

Bedeutung und Struktur des E-Commerce

Kommunikation und Kooperation

Methoden des Projektmanagements einsetzen

Vertriebskanäle des E-Commerce beurteilen, auswählen und einsetzen

z. B.: Online-Vertriebskanäle auswählen, Prozessabläufe analysieren, Nutzerverhalten auswerten, Wettbewerbsrecht, Urheberrecht und Datenschutz beachten, Kooperation mit Dienstleistern

Waren- oder Dienstleistungssortimente für den E-Commerce konzipieren, online bewirtschaften und weiterentwickeln

z. B.: Produktdaten beschaffen, Produkte kategorisieren und einstellen, Angebotsregeln festlegen, Bezahlssysteme auswählen, Testmethoden anwenden und auswerten

Projektorientierte Arbeitsweisen im E-Commerce anwenden

z. B.: Projekte planen, umsetzen und auswerten, IuK-Strukturen nutzen, Projektabläufe und -ergebnisse dokumentieren, englischsprachige Infos auswerten, in agilen Strukturen arbeiten

Kundenkommunikation gestalten

z. B.: situationsgerecht und zielorientiert kommunizieren, Kommunikationskanäle beurteilen und auswählen, Kundenanliegen aufnehmen und bearbeiten, Datenschutz beachten

Kennzahlenbasierte Instrumente der kaufmännischen Steuerung im E-Commerce einsetzen

z. B.: KLR-Ergebnisse analysieren, Sortimentskennzahlen ermitteln und bewerten, Statistiken auswerten, Kundenwertanalysen durchführen, Kennzahlenanalyse bei Reklamationen durchführen.

Maßnahmen des Onlinemarketings vorbereiten und durchführen

z. B.: zielgruppen- und produktgruppengerechte Maßnahmen entwickeln, Online-Instrumente nutzen und Werbung ausspielen, Customer Journey planen und optimieren, Wettbewerber beobachten

Online-Waren- und Dienstleistungsverträge anbahnen

z. B.: Kundendaten und Zahlungsdaten benutzerfreundlich erheben, Zahlungsausfälle vermeiden, Bezahlfverfahren bereitstellen, Kunden die Auftragsdaten übersichtlich darstellen.

Online-Waren- und Dienstleistungsverträge abwickeln

z. B.: Kunden über das Zustandekommen des Vertrags informieren, bei Störungen Maßnahmen für die Vertragserfüllung ergreifen, Rückabwicklungsprozesse organisieren

Lernfeld		1.	2.	3.
1	Das Unternehmen präsentieren und die eigene Rolle mitgestalten	80		
2	Sortimente im Online-Vertrieb gestalten und die Beschaffung unterstützen	80		
3	Verträge im Online-Vertrieb anbahnen und bearbeiten	120		
4	Wertströme erfassen, auswerten und beurteilen	40		
5	Rückabwicklungsprozesse und Leistungsstörungen bearbeiten		40	
6	Servicekommunikation kundenorientiert gestalten		60	
7	Online-Marketing-Maßnahmen umsetzen und bewerten		120	
8	Wertschöpfungsprozesse erfolgsorientiert steuern		60	
9	Online-Vertriebskanäle auswählen			100
10	Den Online-Vertrieb kennzahlengestützt optimieren			80
11	Gesamtwirtschaftliche Einflüsse bei unternehmerischen Entscheidungen berücksichtigen			40
12	Berufsbezogene Projekte durchführen und bewerten			60
Summe (insgesamt 880 Stunden)		320	280	280

Zur gestreckten Abschlussprüfung:

- Die gestreckte Abschlussprüfung ist seit 2005 als reguläre Prüfungsvariante gem. BBiG möglich – sie findet u. a. Anwendung bei den Kaufleuten im Einzelhandel und den Kaufleuten für Büromanagement.
- Abschlussprüfung „in zwei zeitlich auseinanderfallenden Teilen“:
Das endgültige Prüfungsergebnis wird erst nach Beendigung von Teil 2 festgestellt. Über die in Teil 1 erbrachten Leistungen erhält der Prüfling eine schriftliche Bescheinigung (§ 5 BBiG).
- Keine „klassische“ Zwischenprüfung, Teil 1 zählt bereits für die Endnote!
- Die Auszubildenden müssen frühzeitig in Betrieb und Schule „fit gemacht“ werden.

	Prüfungsbereich	Dauer	Prüfungsinstrument	Gewichtung
Teil 1 der gestreckten Abschlussprüfung	Sortimentsbewirtschaftung und Vertragsanbahnung	90 Min.	Schriftliche Prüfung	25 %
Teil 2 der gestreckten Abschlussprüfung	Geschäftsprozesse im E-Commerce	120 Min.	Schriftliche Prüfung	30 %
	Kundenkommunikation im E-Commerce	60 Min.	Schriftliche Prüfung	15 %
	Wirtschafts- und Sozial- kunde	60 Min.	Schriftliche Prüfung	10 %
	Fachgespräch zu projekt- bezogenen Prozessen	20 Min.	Fallbezogenes Fach- gespräch	20 %

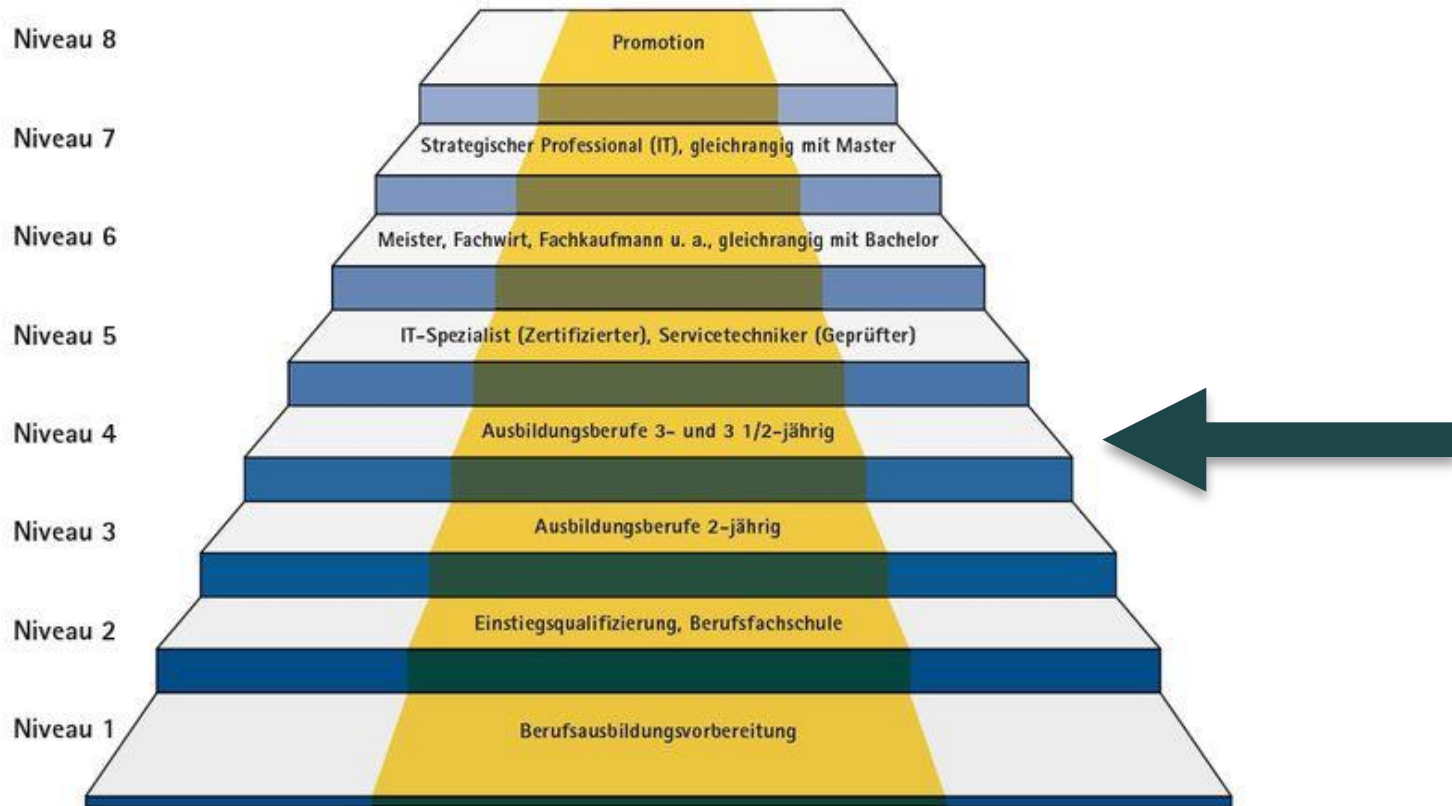
Der Prüfling führt im Betrieb eine praxisbezogene Aufgabe durch, für die eines der folgenden Gebiete zu Grunde zu legen ist:

- **Auswählen und Einsetzen eines Online-Vertriebskanals**
- **Optimieren von Nutzungsprozessen im E-Commerce**
- **Entwickeln und Umsetzen von Online-Marketing**
- **Nutzen der kaufmännischen Steuerung und Kontrolle**

Die Planung, Durchführung und Auswertung der praxisbezogenen Aufgabe ist mit einem dreiseitigen Report nebst visualisierender Anlage zu dokumentieren und dem Prüfungsausschuss einzureichen.

Basierend darauf wird das Fachgespräch durchgeführt – nur dieses wird bewertet.

Deutscher Qualifikationsrahmen (DQR)



Blick auf die neue Verordnung – Was wird benötigt?



- **Geduld mit Blick auf die Fragen:**
 - Wie viele Verträge wird es geben?
 - Wo wird es Schulstandorte geben?
 - Wie wird der neue Beruf betrieblich/schulisch umgesetzt?
- **Planung und Kommunikation:**
 - Liegt eine Ausbildungsberechtigung vor?
 - Wie/wo können die Lernziele umgesetzt werden?
 - Abstimmung mit der IHK zu Fragen rund um die Ausbildung
- **Interesse an Gestaltung des neuen Berufsbildes:**
 - Qualitativ hochwertige Ausbildung (auch über die Mindestinhalte hinaus) anbieten und Fachkräfte von morgen sichern
 - Künftige Entwicklung und Wahrnehmung des Berufes liegt in Hand der Betriebe!

Kontaktdaten:

Cornelia Molzen
Prüfungs Koordinatorin
IHK Flensburg
molzen@flensburg.ihk.de
Tel.: 0461 806-422

Heino Ewald
Ausbildungsberater
IHK Flensburg
ewald@flensburg.ihk.de
Tel.: 0461 806-320

Neues Ausbildungsangebot:

„Kaufmann/Kauffrau im E-Commerce“



Die Flensburger Wirtschaftsschule RBZ AöR

Gliederung



1. Warum das neue Berufsbild?
2. Was sind die Inhalte der Ausbildung?
3. Wie ist die Umsetzung geplant?
4. Wer ist angesprochen?
5. Wie geht es weiter?

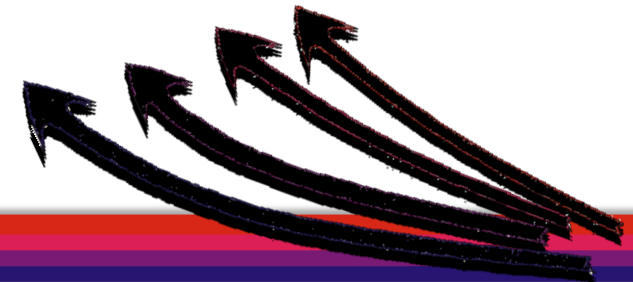


1. Warum das neue Berufsbild?



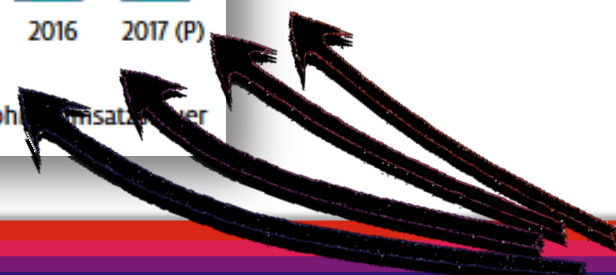
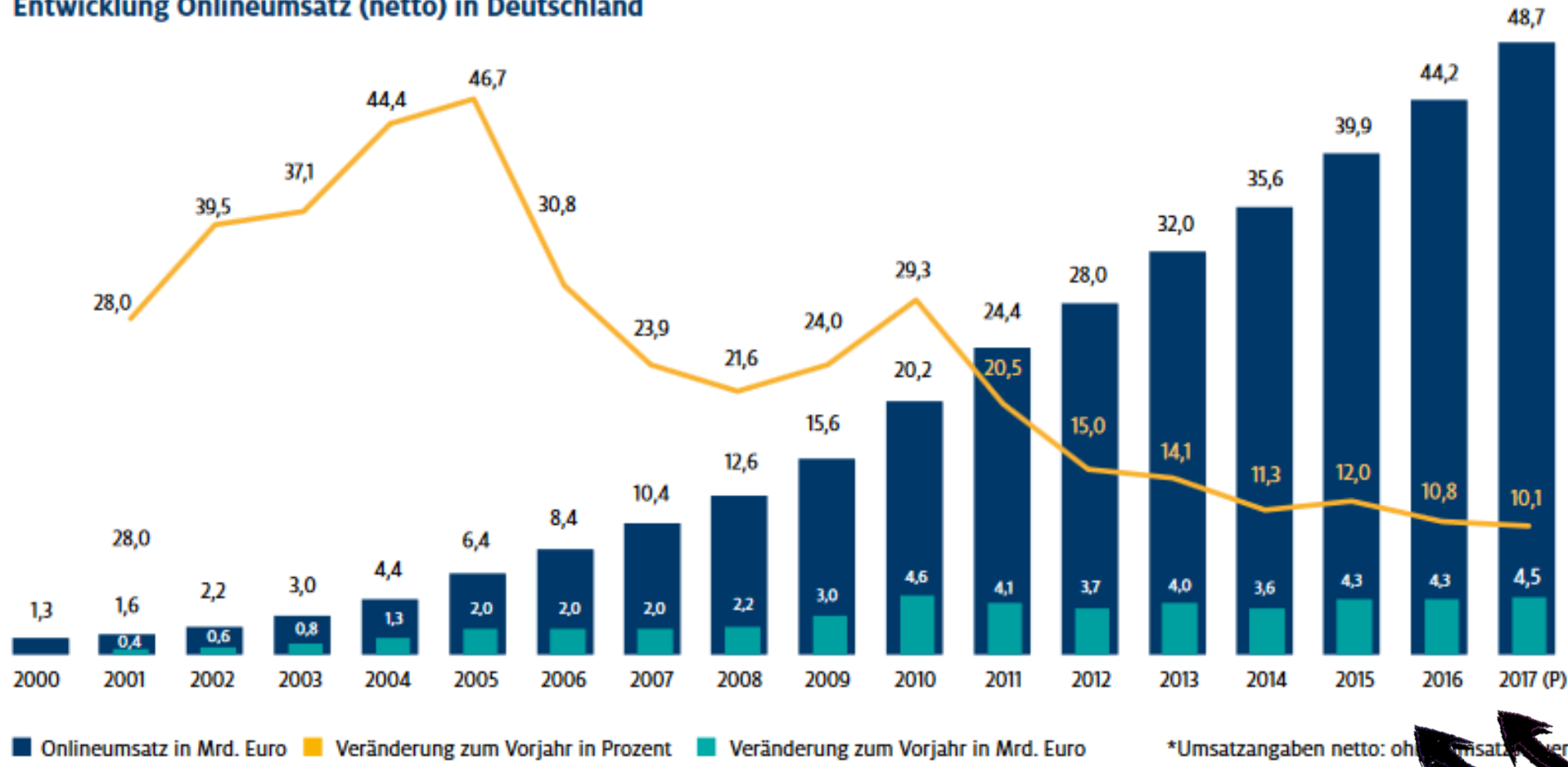
” **Der Online-Handel bleibt Wachstumstreiber im deutschen Einzelhandel.**

Stephan Tromp (stv. Hauptgeschäftsführer HDE)



1. Warum das neue Berufsbild?

Entwicklung Onlineumsatz (netto) in Deutschland



1. Warum das neue Berufsbild?



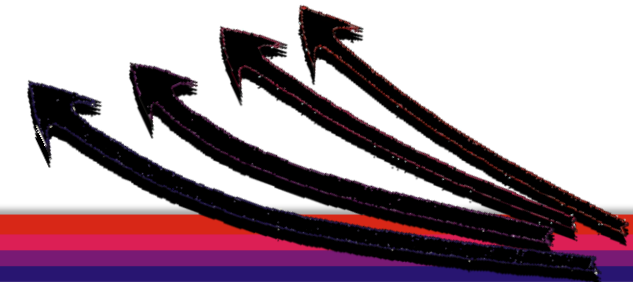
51,0 % 135 Mrd. EUR

des Umsatzes in stationären Geschäften (Nonfood)
geht eine Informationssuche im Internet voraus



19,5 % 8,3 Mrd. EUR

des Umsatzes in Online-Shops (Nonfood)
geht eine stationäre Informationssuche voraus



1. Warum das neue Berufsbild?



Neue Handlungsfelder

- Bestehende Berufe (z. B. Groß- und Außenhandelskaufleute) bilden diese nur ausschnittsweise ab
- Reine Online-Händler dürfen Kaufleute im Einzelhandel nicht ausbilden

 **Bedarf an Fachkräften für E-Commerce**



2. Was sind die Inhalte der Ausbildung?



1. Lehrjahr: Lernfeld 1 – 4 (320 Stunden):

- Wirtschaftliche Grundlagen (vergleichbar zu Groß- und Außenhandel)
- + Besonderheiten des Online-Vertriebs

2. Lehrjahr: Lernfeld 5 – 8 (280 Stunden):

- Gestaltung und Optimierung der Kundeninteraktion von der Pre- bis zur After-Sales-Phase im Online-Vertrieb

3. Lehrjahr: Lernfeld 9 – 12 (280 Stunden):

- Gestaltung und Optimierung des Online-Vertriebs
- Berücksichtigung gesamtwirtschaftlicher Zusammenhänge (vergleichbar zu Groß- und Außenhandel)



2. Was sind die Inhalte der Ausbildung?



Lernfeld 1: Das Unternehmen präsentieren und die eigene Rolle mitgestalten (B1-5 AO)

- Unternehmensstrukturen
- Ausbildungs-/Arbeitsrecht

Lernfeld 2: Sortimente im Online-Vertrieb gestalten und die Beschaffung unterstützen (A2-3 AO)

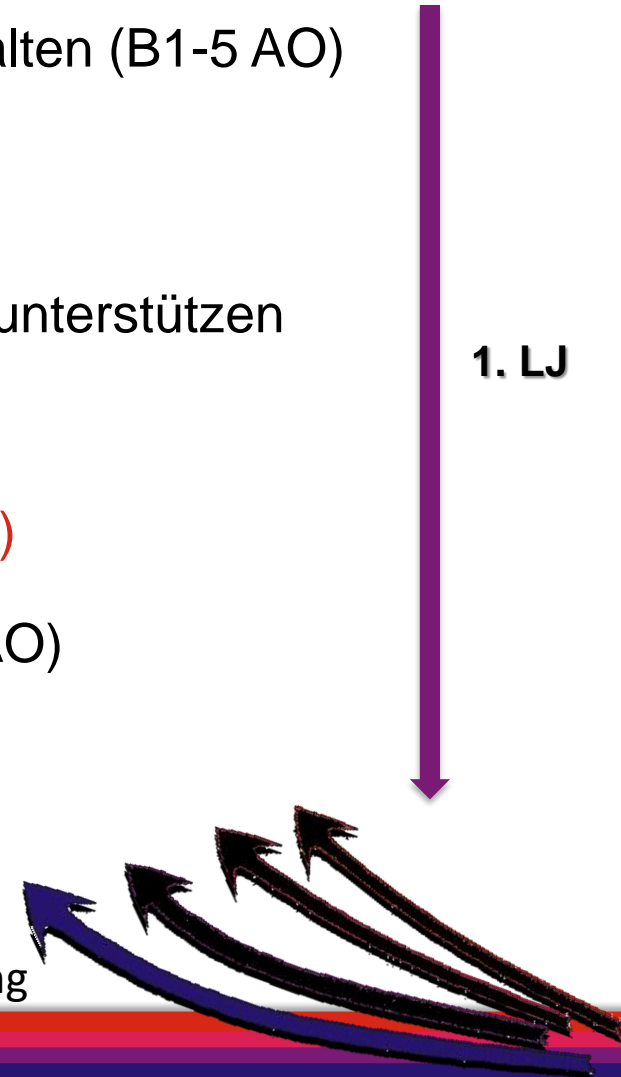
- Sortimente analysieren und gestalten
- Verfügbarkeit sichern und Beschaffung unterstützen (**nicht durchführen**)

Lernfeld 3: Verträge im Online-Vertrieb anbahnen und bearbeiten (A4-5 AO)

- Vertragsrecht
- Bezahlverfahren
- Auswahl von Logistikpartnern (**keine eigene Planung**)

1. LJ

* AO = Ausbildungsordnung



2. Was sind die Inhalte der Ausbildung?



Lernfeld 4: Werteströme erfassen, auswerten und beurteilen (A8 AO)

- Werteströme aus Geschäftsprozessen erfassen (**keine Buchungen**)
- Unternehmerische Wirtschaftlichkeit kennzahlengestützt beurteilen

Lernfeld 5: Rückabwicklungsprozesse und Leistungsstörungen bearbeiten (A5 AO)

- Retouren, Stornierungen und Leistungsstörungen bearbeiten
- Kennzahlengestützt Effizienz und Kundenzufriedenheit optimieren

Lernfeld 6: Servicekommunikation kundenorientiert gestalten (A6 AO)

- Verschiedene Kanäle zur (auch fremdsprachlichen) Kundenkommunikation nutzen
- Kundenbewertungen analysieren

1. LJ

2. LJ

* AO = Ausbildungsordnung



2. Was sind die Inhalte der Ausbildung?



Lernfeld 7: Online-Marketing-Maßnahmen umsetzen und bewerten (A7 AO)

- Kunden- und Nutzerverhalten analysieren
- Marketing-Strategien entwickeln und umsetzen
- Kennzahlengestützt die Maßnahmen überwachen

Lernfeld 8: Wertschöpfungsprozesse erfolgsorientiert steuern (A8 AO)

- Kosten- und Leistungsrechnung
- Preiskalkulation durchführen

Lernfeld 9: Online-Vertriebskanäle auswählen (A1 AO)

- Vertriebskanäle analysieren, kriteriengeleitet auswählen und rücküberprüfen
- Rechtliche Regelungen in Online-Präsenzen beachten

2. LJ

3. LJ

* AO = Ausbildungsordnung



2. Was sind die Inhalte der Ausbildung?



Lernfeld 10: Den Online-Vertrieb kennzahlengestützt optimieren (A1 AO)

- Kennzahlengestützt den Online-Vertrieb analysieren
- Optimierungspotenziale ermitteln
- Optimierungsmaßnahmen ableiten und umsetzen

Lernfeld 11: Gesamtwirtschaftliche Einflüsse bei unternehmerischen Entscheidungen berücksichtigen (B4-5 AO)

- Volkswirtschaftliche Zusammenhänge erfassen und beurteilen

Lernfeld 12: Berufsbezogene Projekte durchführen und bewerten (B6-7 AO)

- Projekt strukturiert und selbständig planen, durchführen und bewerten

3. LJ

* AO = Ausbildungsordnung



3. Wie ist die Umsetzung geplant?



Abhängig von Zahl der angemeldeten Schüler/innen:

> 10 Schüler/innen

→ Eigenständige Klasse

≤ 10 Schüler/innen

→ 1. LJ: Beschulung mit Kaufleuten für Groß- und Außenhandel
+ differenzierter Unterricht

→ 2. + 3. LJ: Eigenständige Klasse



3. Wie ist die Umsetzung geplant?



Beschulung im 1. Lehrjahr mit Kaufleuten für Groß- und Außenhandel

Lernfeld 1: Den Ausbildungsbetrieb präsentieren und die eigene Rolle mitgestalten	<ul style="list-style-type: none">• Gemeinsame Beschulung
Lernfeld 2: Sortimente im Online-Vertrieb gestalten und die Beschaffung unterstützen	<ul style="list-style-type: none">• Eigenständiger Unterricht
Lernfeld 3: Verträge im Online-Vertrieb anbahnen und bearbeiten	<ul style="list-style-type: none">• Gemeinsame Beschulung• Zusatzunterricht im 2. Halbjahr
Lernfeld 4: Werteströme erfassen, auswerten und beurteilen	<ul style="list-style-type: none">• Gemeinsame Beschulung im 1. Halbjahr• Wegfall des Lernfeldes im 2. Halbjahr



3. Wie ist die Umsetzung geplant?



Geplanter Prüfungsablauf:

Prüfungsteil	Prüfungsbereich	Dauer	Prüfungsinstrument	Gewicht
Teil 1 der gestreckten Abschlussprüfung	Sortimentsbewirtschaftung und Vertragsanbahnung	90 Min.	Schriftliche Prüfung	25 %
Teil 2 der gestreckten Abschlussprüfung	Geschäftsprozesse im E-Commerce	120 Min.	Schriftliche Prüfung	30 %
	Kundenkommunikation im E-Commerce	60 Min.	Schriftliche Prüfung	15 %
	Wirtschafts- und Sozialkunde	60 Min.	Schriftliche Prüfung	10 %
	Fachgespräch zu projektbezogenem Prozess im E-Commerce	20 Min.	Fallbezogenes Fachgespräch	20 %



4. Wer ist angesprochen?



Als Ausbildende

= Unternehmen,
die ihre Angebote online vertreiben.

- Einzelhandelsunternehmen
- Großhandelsunternehmen
- Dienstleistungsunternehmen
- Tourismuswirtschaft
- Mobilitätsdienstleister
- Finanzdienstleister

+ Eignung in Art und Einrichtung als
Ausbildungsbetrieb

Als Auszubildende

= Abiturienten/Abiturientinnen (Fokus)
u. a. mit den Fähigkeiten:

- IT-Affinität
- Interesse an betriebswirtschaftlichen Zusammenhängen und rechtlichen Vorgaben
- Freude am Umgang mit Daten
- Lust auf dynamische und projektorientierte Arbeitsweisen im E-Commerce



5. Wie geht es weiter?

- Start: Ausbildungsjahr 2018/2019
- Beschluss und Veröffentlichung von Ausbildungsordnung und Rahmenlehrplan: voraussichtlich 1. Quartal 2018

 Ausbildungsverträge schließen



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit
Zeit für Fragen



Quellen



Beckmann, K. (2017): Präsentation zum Kaufmann im E-Commerce/Kauffrau im E-Commerce.

Dierig, C. (2017): Jetzt gibt es die Ausbildung zum E-Commerce-Kaufmann,

<https://www.welt.de/wirtschaft/karriere/bildung/article162321472/Jetzt-gibt-es-die-Ausbildung-zum-E-Commerce-Kaufmann.html> (2017-12-14)

DIHK (2017): Basisinformationen zum neuen Ausbildungsberuf Kaufmann/Kauffrau im E-Commerce

HDE (2017a): Online-Monitor,

https://www.einzelhandel.de/index.php?option=com_attachments&task=download&id=8822 (2017-12-14)

HDE (2017b): Informationen zum Ausbildungsberuf Kaufmann/Kauffrau im E-Commerce,

https://einzelhandel.de/images/Bildung/KaufmannKauffrau-E-commerce_print.pdf (2017-12-14)

HDE (2017c): Fragen und Antworten zum neuen Ausbildungsberuf Kaufmann/Kauffrau im E-Commerce,

https://einzelhandel.de/images/Bildung/Fragen_und_Antworten_20170907.pdf (2017-12-14)

Kultusminister Konferenz (2017): Entwurf (Stand 25.08.2017) zum Rahmenlehrplan für den Ausbildungsberuf Kaufmann im E-Commerce und Kauffrau im E-Commerce.



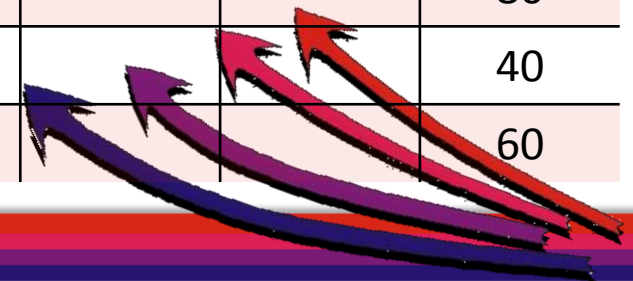
Anhang



Übersicht über Lernfelder

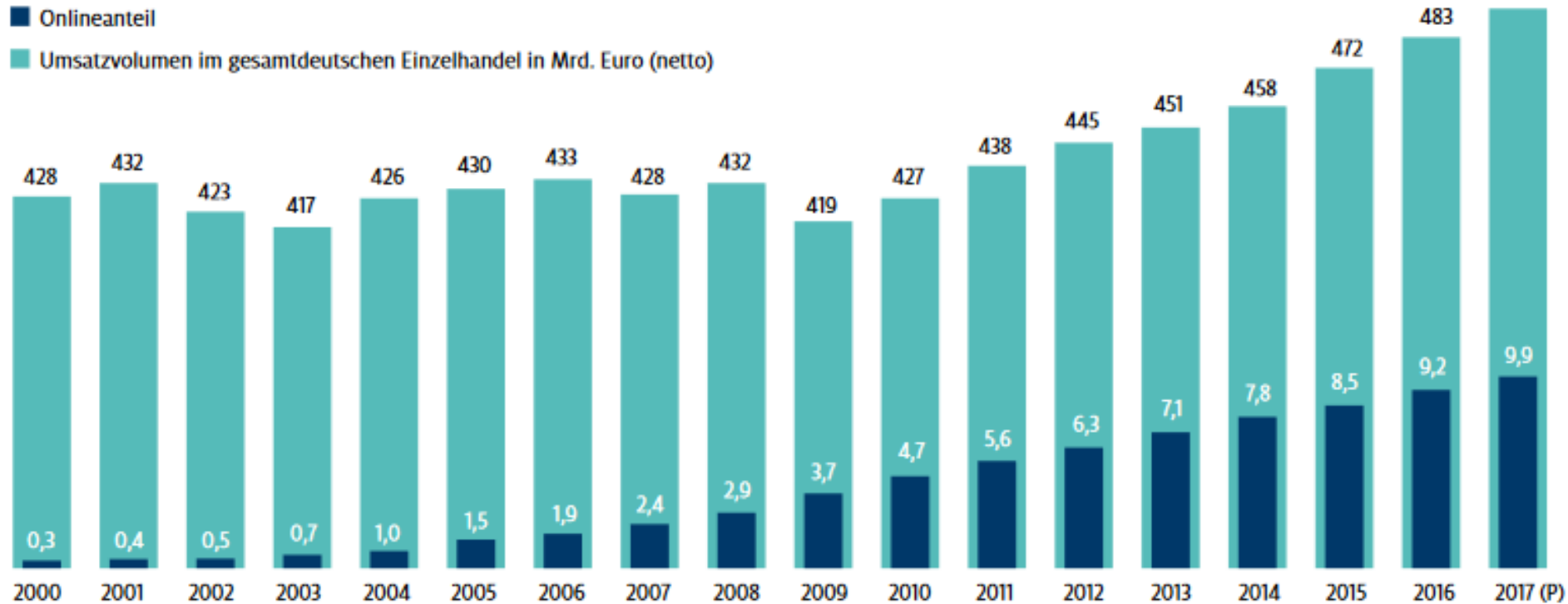


Lernfelder		1. Jahr	2. Jahr	3. Jahr
1	Das Unternehmen präsentieren und die eigene Rolle mitgestalten	80		
2	Sortimente im Online-Vertrieb gestalten und die Beschaffung unterstützen	80		
3	Verträge im Online-Vertrieb anbahnen und bearbeiten	120		
4	Werteströme erfassen, auswerten und beurteilen	40		
5	Rückabwicklungsprozesse und Leistungsstörungen bearbeiten		40	
6	Servicekommunikation kundenorientiert gestalten		60	
7	Online-Marketing-Maßnahmen umsetzen und bewerten		120	
8	Wertschöpfungsprozesse erfolgsorientiert steuern		60	
9	Online-Vertriebskanäle auswählen			100
10	Den Online-Vertrieb kennzahlengestützt optimieren			80
11	Gesamtwirtschaftliche Einflüsse bei unternehmerischen Entscheidungen berücksichtigen			40
12	Berufsbezogene Projekte durchführen und bewerten			60



Onlineanteil am Einzelhandel

Onlineanteil am Einzelhandel im engeren Sinne* in Prozent



* Einzelhandel im engeren Sinne (i.e.S.) bezeichnet die institutionellen Einzelhandelsformen in Deutschland einschließlich ihrer Onlineumsätze, ohne Apotheken, Kfz-, Brennstoff- und Kraftstoffhandel.

