

E-COMMERCE: EIN NEUER BERUF FÜR DEN GROßEN BEDARF

**SO GELINGT DIE IMPLEMENTIERUNG
DES AUSBILDUNGSBERUFES
KAUFLEUTE IM E-COMMERCE**



Eine Anpassung der Ausbildung für den Onlinehandel war bitter nötig, da sich der E-Commerce als herausragender Wachstumstreiber gegenüber dem klassischen Versandhandel zeigt. Zunehmend erschließt der klassische Einzelhändler neue Wege, um den Kunden zu erreichen, doch oftmals fehlt es ihm an geeignetem Personal. Seit dem 1. August 2018 gibt es den dualen Ausbildungsberuf „Kaufmann/-frau im E-Commerce“. Mit der Einführung stellen sich in den Betrieben bzw. Unternehmen die Fragen: Kann ich diesen Beruf unter qualitativen und quantitativen Aspekten ausbilden? – Und wenn ja, wie?



DIE ANPASSUNG DER AUSBILDUNG FÜR DEN ONLINEHANDEL WAR ÜBERFÄLLIG

Vor diesen Fragestellungen stehen alle Unternehmen, die diesen Ausbildungsberuf neu ins Unternehmen integrieren möchten. Ein Patentrezept zur optimalen Umsetzung, das einfach im eigenen Betrieb angewandt werden kann, gibt es nicht – denn jedes Unternehmen ist in seiner Ausprägung einzigartig. Aber es gibt einige Punkte, an denen sich die Ausbilder orientieren können.

Interviewergebnisse: Herausforderungen der Einführung des neuen Ausbildungsberufes

Im Rahmen einer 2017 durchgeführten Interviewstudie mit Vertretern aus Unternehmen und Lehrkräften im kaufmännischen Bereich (n = 10) wurde analysiert, vor welchen Herausforderungen Betriebe und Schulen bei der Implementierung des Ausbildungsberufes stehen. Die Interviews wurden inhaltsanalytisch ausgewertet.

Für die dualen Praxispartner besteht bei der Einführung des neuen Ausbildungsberufes die größte Herausforderung in der Abdeckung der fachlichen Inhalte. Es stellt sich einerseits die Frage nach den geeigneten Abteilungen, in denen die Inhalte der Ausbildung vermittelt werden können. Andererseits besteht noch ein Mangel an geeignetem ausbildenden Personal. Denn die Interviewpartner aus der Praxis stellten ganz klar heraus, dass bei der Einführung in den Unternehmen bzw. Betrieben die Ausbilder die nötige Fachkompetenz aufweisen müssen und geeignete Fachbereiche zur Vermittlung der Praxisinhalte zur Ver-

fügung stehen sollten. Wahrscheinlich gibt es viele Ausbilder, die bisher schon in einem kaufmännischen Beruf ausgebildet haben – doch diese werden möglicherweise feststellen, dass das Fachwissen und Know-how für E-Commerce-Themen erst einmal fehlt.

Die Befragten machten außerdem deutlich: Damit angesichts der rasanten Entwicklungen im E-Commerce das Wissen bei den Experten aus der Praxis stets up to date bleibt, müssen auch Ausbilder ständig zu Neuerungen und Trends durch Fortbildungen geschult werden. So könnte in diesem neuen Berufsfeld aufgrund seiner Schnelligkeit ein erhöhter Schulungsbedarf entstehen.



DAS FACHWISSEN FÜR DEN E-COMMERCE FEHLT BEI VIELEN AUSBILDERN

Konkretes Vorgehen: Vom Ausbildungsrahmenplan zum betrieblichen Ausbildungsplan

Im ersten Schritt müssen die Ausbilder für sich die Ausbildungsordnung übersetzen und in einen betrieblichen Ausbildungsplan transformieren. Dabei ist zu analysieren, welche Ausbildungsziele gemäß Ausbildungsordnung bestehen und wie diese in den Betrieben entsprechend umgesetzt werden können. Hier ist eine Abstimmung mit internen (z. B. Ausbildungsabteilungen, Betriebsrat) und externen Partnern (z. B. IHK, HWK) zur Einführung des Ausbildungsberufes erforderlich. Transparenz der Informationen und eine offene Kommunikation spielen eine große Rolle: Alle in die Ausbildung involvierten Fachabteilungen und Ausbilder müssen über die Inhalte der Ausbildungsordnung informiert werden. Es geht schließlich nicht darum, die Auszubildenden nur zu beschäftigen, sondern ihnen etwas beizubringen. Und das funktioniert nur, wenn die Ausbilder über die Lernziele des Ausbildungsrahmplanes ausreichend informiert sind.

Nachdem die Abteilungen bzw. verantwortlichen Ausbilder die Inhalte kennen, geht es in die Feinplanung des betrieblichen Ausbildungsplanes, in der die Lernziele der Ausbildungsordnung verankert werden. In Abstimmung mit den betreffenden Ausbildern wird der betriebliche Ausbildungsplan erstellt, um so alle Lernziele der Kaufleute für E-Commerce abzudecken.



MARKUS DORMANN

ist Gesellschafter der Unternehmensberatung just ask! und wissenschaftlicher Mitarbeiter an der Professur für Wirtschaftspädagogik der Otto-Friedrich-Universität Bamberg. Forschungsschwerpunkte: Einsatz neuer digitaler Medien und Aus- und Weiterbildung sowie Kommunikation und Konfliktmanagement.



DOREEN NAGEL

ist Diplom Betriebswirtin (FH) und war über zehn Jahre bei einem Onlinehändler als Personalreferentin tätig. 2017 absolvierte sie das Studium der Wirtschaftspädagogik und ist derzeit Referendarin der staatl. Berufsschule III in Bamberg. In ihrer Masterarbeit setzte sie sich mit dem Ausbildungsberuf E-Commerce Kaufleute auseinander.

Schwerpunkte des Ausbildungsrahmplanes

Der neue Ausbildungsberuf ist konzipiert auf drei Jahre mit 12 Lernfeldern und einer gestreckten Abschlussprüfung. Die Schwerpunkte werden im Abschnitt A des Ausbildungsrahmplanes beispielhaft deutlich. Zu den berufsprofilgebenden Fertigkeiten, Kenntnissen und Fähigkeiten gehören aus diesem Abschnitt A insbesondere folgende Inhalte:

- Online-Vertriebskanal auswählen und einsetzen
- Waren- oder Dienstleistungssortiment mitgestalten und online bewirtschaften
- Beschaffung unterstützen
- Vertragsanbahnung im Online-Vertrieb gestalten und Verträge aus dem Online-Vertrieb abwickeln
- Kundenkommunikation gestalten
- Online-Marketing entwickeln und umsetzen sowie
- kaufmännische Steuerung und Kontrolle.

Letztgenannter Punkt dürfte für die Ausbilder in den Betrieben nicht neu sein, denn dieser Inhalt wird auch z. B. bei den Kaufleuten im Einzelhandel vermittelt. Alle anderen genannten Inhalte sind die ausschlaggebenden Fertigkeiten und Kenntnisse, die den Kaufmann bzw. die Kauffrau im E-Commerce ausmachen. Für diese gilt es, entsprechende Fachabteilungen bzw. Ausbilder zu benennen, die diese berufsprofilgebenden Fähigkeiten vermitteln können.

Da mit hoher Wahrscheinlichkeit die einzelnen Berufsbildpositionen nicht gänzlich von einer Fachabteilung abgedeckt werden können, müssen diese auf Ebene der Lernziele aufgebrochen und einzeln den Abteilungen zugeordnet werden. Das bedeutet, dass die Lernziele in mehreren Abteilungen vermittelt werden und ein kooperativer Austausch zwischen den Bereichen stattfinden wird. Ein rotierender Einsatz in z. B. Einkaufs-, Finanz- und Controlling-Abteilungen oder im Kundenservice sind eine Möglichkeit, um die Berufsbildpositionen abzudecken.

FAZIT

Um die Herausforderung der betrieblichen Implementation des Ausbildungsberufes Kaufmann/-frau im E-Commerce zu meistern, setzen Sie sich mit dem Ausbildungsrahmenplan intensiv auseinander und platzieren die zu vermittelnden Fachinhalte bei den verantwortlichen ausbildenden Kollegen – nur so kann den E-Commerce-Azubis praxisorientiertes Wissen mit Begeisterung und Expertise vermittelt werden. Die Investition in die richtige Planung lohnt sich, die Azubis werden es danken.

AUSBILDUNG BEI OTTO

KAUFLEUTE IM E-COMMERCE

Seit dem 1. August können Kaufleute im E-Commerce ausgebildet werden. Aber welche Inhalte sind für diesen Beruf speziell zu vermitteln? Ausbildungsleiterin Nicole Heinrich verät, wie bei OTTO der Ausbildungsrahmenplan umgesetzt wird.

Der Ausbildungsberuf ist unabhängig von der Branche für alle Unternehmen interessant, die Waren oder Dienstleistungen an Verbraucher und Unternehmen online verkaufen.

Die Formalien sind wie bei jedem anderen Ausbildungsberuf auch: Die „E-Commerce-Kaufleute-Ausbildungsverordnung“ enthält als Anlage A den Ausbildungsrahmenplan, der die Mindestanforderungen für diese Berufsausbildung als sogenannte „Teile des Ausbildungsberufsbildes“ nennt. Daraus ergeben sich die zwei Abschnitte der **berufsprofilgebenden** und der **integrativ zu vermittelnden Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten**.

! Lassen Sie sich bei der Adaption auf Ihre Ausbildungsarbeit nicht von den offiziellen Bezeichnungen, Teilbereichen und Reihenfolgen einengen, sondern überführen Sie die zu vermittelnden Inhalte in Ihre Unternehmensstruktur. Einzige Vorgabe: Alle Inhalte müssen abgedeckt werden.

OTTO

Die OTTO-Einzelgesellschaft hat ihren Sitz in Hamburg und beschäftigt deutschlandweit rund 4.700 Mitarbeiter (davon 230 in Ausbildung). Über 90 Prozent des Gesamtumsatzes erwirtschaftet OTTO mittlerweile über otto.de und weitere Online-Spezialshops. Als Teil der Otto Group ist OTTO in Deutschland der größte Onlinehändler für Möbel.

> www.otto.de/ausbildung

BERUFSPROFILGEBENDE FERTIGKEITEN, KENNNTNISSE UND FÄHIGKEITEN WERDEN BEI OTTO SO VERMITTELT:

Online-Vertriebskanal auswählen und einsetzen

- Nutzerverhalten auf otto.de auswerten
- Prozessabläufe bei der User Experience analysieren

Waren- oder Dienstleistungssortiment mitgestalten und online bewirtschaften

- Produktdaten aufbereiten und z. B. Artikel-Detailinfos online stellen
- Serviceleistungen und Zusatzangebote festlegen, die auf otto.de visualisiert werden

Vertragsanbahnung im Online-Vertrieb gestalten

- Übersicht der ausgewählten Waren oder Dienstleistungen bereitstellen
- Maßnahmen zur Verhinderung von Zahlungsausfällen einsetzen
- Rechtliche Regelungen, insbesondere zum Datenschutz, zu allgemeinen Geschäftsbedingungen und zum Fernabsatz einhalten (interne Prozesse und Implementierung unter otto.de)

Kundenkommunikation gestalten

- Kundenanliegen aufnehmen und bearbeiten, z. B. aus den Social Media-Kanälen oder Chatrooms
- Kommunikationskanäle auswählen und einsetzen und in den direkten Kundenkontakt gehen

Online-Marketing entwickeln und umsetzen

- Instrumente des Online-Marketings einsetzen, z. B. Search Engine Advertising auf Google
- Marketingmaßnahmen von Wettbewerbern beobachten, analysieren und Innovationen daraus ableiten

Kaufmännische Steuerung und Kontrolle

Dieser Punkt ist aus anderen Berufen bekannt: Analyse und Steuerung kaufmännischer Prozesse kennzahlengestützt.