

**Verordnung  
über die Berufsausbildung  
zum Kaufmann im E-Commerce und zur Kauffrau im E-Commerce  
(E-Commerce-Kaufleute-Ausbildungsverordnung – EComKfIAusbV)\***

**vom 13. Dezember 2017**

Erschienen im Bundesgesetzblatt Jahrgang 2017 Teil I Nr.78, ausgegeben zu Bonn am  
18. Dezember 2017

# **Ausbildungsberuf**

## **Kaufmann im E-Commerce/ Kauffrau im E-Commerce**

**Verordnung  
über die Berufsausbildung zum Kaufmann im E-Commerce und zur Kauffrau im E-Commerce  
(E-Commerce-Kaufleute-Ausbildungsverordnung – EComKfIAusbV\*)**

**Vom 13. Dezember 2017**

Auf Grund des § 4 Absatz 1 des Berufsbildungsgesetzes, der zuletzt durch Artikel 463 Nummer 1 der Verordnung vom 31. August 2015 (BGBl. I S. 1474) geändert worden ist, verordnet das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie im Einvernehmen mit dem Bundesministerium für Bildung und Forschung:

**Inhaltsübersicht**

Abschnitt 1

Gegenstand, Dauer und  
Gliederung der Berufsausbildung

- § 1 Staatliche Anerkennung des Ausbildungsberufes
- § 2 Dauer der Berufsausbildung
- § 3 Gegenstand der Berufsausbildung und Ausbildungsrahmenplan
- § 4 Struktur der Berufsausbildung, Ausbildungsberufsbild
- § 5 Ausbildungsplan

Abschnitt 2

Abschlussprüfung

- § 6 Ziel, Aufteilung in zwei Teile und Zeitpunkt
- § 7 Inhalt von Teil 1
- § 8 Prüfungsbereich von Teil 1
- § 9 Inhalt von Teil 2
- § 10 Prüfungsbereiche von Teil 2
- § 11 Prüfungsbereich Geschäftsprozesse im E-Commerce
- § 12 Prüfungsbereich Kundenkommunikation im E-Commerce
- § 13 Prüfungsbereich Fachgespräch zu einem projektbezogenen Prozess im E-Commerce
- § 14 Prüfungsbereich Wirtschafts- und Sozialkunde
- § 15 Gewichtung der Prüfungsbereiche und Anforderungen für das Bestehen der Abschlussprüfung

Abschnitt 3

Schlussvorschriften

- § 16 Inkrafttreten

Anlage: Ausbildungsrahmenplan für die Berufsausbildung zum Kaufmann im E-Commerce und zur Kauffrau im E-Commerce

---

\* Diese Rechtsverordnung ist eine Ausbildungsordnung im Sinne des § 4 des Berufsbildungsgesetzes. Die Ausbildungsordnung und der damit abgestimmte, von der Ständigen Konferenz der Kultusminister der Länder in der Bundesrepublik Deutschland beschlossene Rahmenlehrplan für die Berufsschule werden demnächst im amtlichen Teil des Bundesanzeigers veröffentlicht.

**Abschnitt 1**

**Gegenstand, Dauer und  
Gliederung der Berufsausbildung**

§ 1

**Staatliche  
Anerkennung des Ausbildungsberufes**

Der Ausbildungsberuf des Kaufmanns im E-Commerce und der Kauffrau im E-Commerce wird nach § 4 Absatz 1 des Berufsbildungsgesetzes staatlich anerkannt.

§ 2

**Dauer der Berufsausbildung**

Die Berufsausbildung dauert drei Jahre.

§ 3

**Gegenstand der  
Berufsausbildung und Ausbildungsrahmenplan**

(1) Gegenstand der Berufsausbildung sind mindestens die im Ausbildungsrahmenplan (Anlage) genannten Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten. Von der Organisation der Berufsausbildung, wie sie im Ausbildungsrahmenplan vorgegeben ist, darf abgewichen werden, wenn und soweit betriebspraktische Besonderheiten oder Gründe, die in der Person des oder der Auszubildenden liegen, die Abweichung erfordern.

(2) Die im Ausbildungsrahmenplan genannten Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten sollen so vermittelt werden, dass die Auszubildenden die berufliche Handlungsfähigkeit nach § 1 Absatz 3 des Berufsbildungsgesetzes erlangen. Die berufliche Handlungsfähigkeit schließt insbesondere selbstständiges Planen, Durchführen und Kontrollieren ein.

§ 4

**Struktur der  
Berufsausbildung, Ausbildungsberufsbild**

(1) Die Berufsausbildung gliedert sich in:

1. berufsprofilgebende Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten sowie
2. integrativ zu vermittelnde Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten.

Die Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten werden in Berufsbildpositionen als Teil des Ausbildungsberufsbildes gebündelt.

(2) Die Berufsbildpositionen der berufsprofilgebenden Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten sind:

1. Online-Vertriebskanal auswählen und einsetzen,
2. Waren- oder Dienstleistungssortiment mitgestalten und online bewirtschaften,
3. Beschaffung unterstützen,
4. Vertragsanbahnungen im Online-Vertrieb gestalten,
5. Verträge aus dem Online-Vertrieb abwickeln,
6. Kundenkommunikation gestalten,
7. Online-Marketing entwickeln und umsetzen und
8. kaufmännische Steuerung und Kontrolle nutzen.

(3) Die Berufsbildpositionen der integrativ zu vermittelnden Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten sind:

1. Berufsbildung sowie arbeits- und sozialrechtliche Vorschriften,
2. Aufbau und Organisation des Ausbildungsbetriebes,
3. Sicherheit und Gesundheitsschutz bei der Arbeit,
4. Umweltschutz,
5. Bedeutung und Struktur des E-Commerce,
6. Kommunikation und Kooperation und
7. projektorientierte Arbeitsweise im E-Commerce.

#### § 5

### Ausbildungsplan

Die Auszubildenden haben spätestens zu Beginn der Ausbildung auf der Grundlage des Ausbildungsrahmenplans für jeden Auszubildenden und für jede Auszubildende einen Ausbildungsplan zu erstellen.

## Abschnitt 2 Abschlussprüfung

#### § 6

### Ziel, Aufteilung in zwei Teile und Zeitpunkt

(1) Durch die Abschlussprüfung ist festzustellen, ob der Prüfling die berufliche Handlungsfähigkeit erworben hat.

(2) Die Abschlussprüfung besteht aus den Teilen 1 und 2.

(3) Teil 1 soll in der Mitte des zweiten Ausbildungsjahres durchgeführt werden, Teil 2 am Ende der Berufsausbildung.

#### § 7

### Inhalt von Teil 1

Teil 1 der Abschlussprüfung erstreckt sich auf

1. die im Ausbildungsrahmenplan für die ersten 15 Monate genannten Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten sowie
2. den im Berufsschulunterricht zu vermittelnden Lehrstoff, soweit er den im Ausbildungsrahmenplan genannten Fertigkeiten, Kenntnissen und Fähigkeiten entspricht.

#### § 8

### Prüfungsbereich von Teil 1

(1) Teil 1 der Abschlussprüfung findet im Prüfungsbereich Sortimentsbewirtschaftung und Vertragsanbahnung statt.

(2) Im Prüfungsbereich Sortimentsbewirtschaftung und Vertragsanbahnung soll der Prüfling nachweisen, dass er in der Lage ist,

1. das Waren- oder Dienstleistungssortiment im Online-Vertrieb kunden- und serviceorientiert mitzugestalten und zu bewirtschaften,
2. die Beschaffung von Waren oder Dienstleistungen für den Online-Vertrieb zu unterstützen,
3. Vertragsanbahnungen im Online-Vertrieb zu gestalten und Vertragsabschlüsse herbeizuführen und
4. rechtliche Regelungen bei der Sortimentsbewirtschaftung und der Vertragsanbahnung einzuhalten.

(3) Die Prüfungsaufgaben sollen praxisbezogen sein. Der Prüfling soll die Aufgaben schriftlich bearbeiten.

(4) Die Prüfungszeit beträgt 90 Minuten

#### § 9

### Inhalt von Teil 2

(1) Teil 2 der Abschlussprüfung erstreckt sich auf

1. die im Ausbildungsrahmenplan genannten Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten sowie
2. den im Berufsschulunterricht zu vermittelnden Lehrstoff, soweit er den im Ausbildungsrahmenplan genannten Fertigkeiten, Kenntnissen und Fähigkeiten entspricht.

(2) In Teil 2 der Abschlussprüfung sollen Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten, die bereits Gegenstand von Teil 1 der Abschlussprüfung waren, nur insoweit einbezogen werden, als es für die Feststellung der beruflichen Handlungsfähigkeit erforderlich ist.

#### § 10

### Prüfungsbereiche von Teil 2

Teil 2 der Abschlussprüfung findet in den folgenden Prüfungsbereichen statt:

1. Geschäftsprozesse im E-Commerce,
2. Kundenkommunikation im E-Commerce,
3. Fachgespräch zu einem projektbezogenen Prozess im E-Commerce sowie
4. Wirtschafts- und Sozialkunde.

#### § 11

### Prüfungsbereich Geschäftsprozesse im E-Commerce

(1) Im Prüfungsbereich Geschäftsprozesse im E-Commerce soll der Prüfling nachweisen, dass er in der Lage ist,

1. komplexe Arbeitsaufträge handlungsorientiert zu bearbeiten.
2. fachliche und wirtschaftliche Zusammenhänge zu analysieren, Lösungen für die Aufgabenstellung zu entwickeln und dabei Instrumente der kaufmännischen Steuerung und Kontrolle zu nutzen,
3. wirtschaftliche und technische Entwicklungen im Hinblick auf ihre Relevanz für den E-Commerce einzuschätzen,
4. englischsprachige Informationen und Fachbegriffe situationsbezogen zu nutzen und
5. rechtliche Regelungen bei den Geschäftsprozessen im E-Commerce einzuhalten.

(2) Für den Nachweis nach Absatz 1 sind folgende Gebiete zugrunde zu legen:

1. Einsatz eines Online-Vertriebskanals und Optimierung der Nutzung,
2. zielgruppenorientiertes und produktbezogenes Online-Marketing sowie

3. sortiments-, nutzungs-, und kundenbezogene und ergebnisorientierte Analyse und Steuerung der Prozesse im E-Commerce.

(3) Die Prüfungsaufgaben sollen praxisbezogen sein. Der Prüfling soll die Aufgaben schriftlich bearbeiten.

(4) Die Prüfungszeit beträgt 120 Minuten.

## § 12

### **Prüfungsbereich Kundenkommunikation im E-Commerce**

(1) Im Prüfungsbereich Kundenkommunikation im E-Commerce soll der Prüfling nachweisen, dass er in der Lage ist,

1. Kundenanliegen lösungsorientiert zu bearbeiten,
2. bei der Vertragserfüllung entstehende Störungen zu bearbeiten,
3. Rückabwicklungsprozesse zu organisieren,
4. Kommunikationskanäle auszuwählen und zu steuern,
5. Schnittstellen von Kommunikationskanälen zu berücksichtigen
6. Kommunikation mit Kunden und Kundinnen zielgruppenorientiert und situationsgerecht zu gestalten, auszuwerten und zu optimieren und
7. rechtliche Regelungen bei der Kundenkommunikation im E-Commerce einzuhalten.

(2) Die Prüfungsaufgaben sollen praxisbezogen sein. Der Prüfling soll die Aufgaben schriftlich bearbeiten.

(3) Die Prüfungszeit beträgt 60 Minuten.

## § 13

### **Prüfungsbereich Fachgespräch zu einem projektbezogenen Prozess im E-Commerce**

(1) Im Prüfungsbereich Fachgespräch zu einem projektbezogenen Prozess soll der Prüfling nachweisen, dass er in der Lage ist,

1. berufstypische Aufgabenstellungen zu erfassen,
2. Probleme und Vorgehensweisen zu erörtern,
3. Lösungswege zu entwickeln,
4. kunden- und serviceorientiert zu handeln,
5. praxisbezogene Aufgaben unter Berücksichtigung wirtschaftlicher, ökologischer und rechtlicher Zusammenhänge zu planen, durchzuführen und auszuwerten,
6. projektorientierte Arbeitsweisen im E-Commerce anzuwenden und
7. Kommunikations- und Kooperationsbedingungen zu berücksichtigen.

(2) Für den Nachweis nach Absatz 1 ist eines der folgenden Gebiete zugrunde zu legen:

1. Auswählen und Einsetzen eines Online-Vertriebskanals,
2. Optimieren von Nutzungsprozessen im E-Commerce,
3. Entwickeln und Umsetzen von Online-Marketing oder
4. Nutzen der kaufmännischen Steuerung und Kontrolle.

Das Gebiet wird von dem oder der Auszubildenden festgelegt.

(3) Mit dem Prüfling wird ein fallbezogenes Fachgespräch geführt.

(4) Zur Vorbereitung auf das fallbezogene Fachgespräch hat der Prüfling zu dem nach Absatz 2 festgelegten

Gebiet eigenständig im Ausbildungsbetrieb eine praxisbezogene Aufgabe durchzuführen. Die eigenständige Durchführung ist von dem oder der Auszubildenden zu bestätigen.

(5) Zu der praxisbezogenen Aufgabe hat der Prüfling einen Report zu erstellen. In dem Report hat er die Aufgabenstellung, die Zielsetzung, die Planung, das Vorgehen und das Ergebnis der praxisbezogenen Aufgabe zu beschreiben und den Prozess zu reflektieren, der zu dem Ergebnis geführt hat. Der Report darf höchstens drei Seiten umfassen.

(6) Den Report soll der Prüfling mit einer Anlage ergänzen. Die Anlage besteht aus Visualisierungen zu der praxisbezogenen Aufgabe. Sie darf höchstens fünf Seiten umfassen.

(7) Der Report und die Anlage sowie die Bestätigung über die eigenständige Durchführung nach Absatz 4 Satz 2 müssen der zuständigen Stelle spätestens am ersten Tag von Teil 2 der Abschlussprüfung vorliegen.

(8) Das fallbezogene Fachgespräch wird mit einer Darstellung der praxisbezogenen Aufgabe und des Lösungswegs durch den Prüfling eingeleitet. Ausgehend von der praxisbezogenen Aufgabe und dem dazu erstellten Report entwickelt der Prüfungsausschuss für das nach Absatz 2 Satz 2 festgelegte Gebiet das fallbezogene Fachgespräch so, dass die in Absatz 1 genannten Anforderungen nachgewiesen werden können.

(9) Das fallbezogene Fachgespräch dauert höchstens 20 Minuten.

(10) Bewertet wird nur die Leistung, die der Prüfling im fallbezogenen Fachgespräch erbringt. Nicht bewertet werden die Durchführung der praxisbezogenen Aufgabe, der Report und die Anlage.

## § 14

### **Prüfungsbereich Wirtschafts- und Sozialkunde**

(1) Im Prüfungsbereich Wirtschafts- und Sozialkunde soll der Prüfling nachweisen, dass er in der Lage ist, allgemeine wirtschaftliche und gesellschaftliche Zusammenhänge der Berufs- und Arbeitswelt darzustellen und zu beurteilen.

(2) Die Prüfungsaufgaben sollen praxisbezogen sein. Der Prüfling soll die Aufgaben schriftlich bearbeiten.

(3) Die Prüfungszeit beträgt 60 Minuten.

## § 15

### **Gewichtung der Prüfungsbereiche und Anforderungen für das Bestehen der Abschlussprüfung**

(1) Die Bewertungen der einzelnen Prüfungsbereiche sind wie folgt zu gewichten:

- |   |                  |
|---|------------------|
| 1. Sortimentsbewirtschaftung und Vertragsanbahnung mit              | 25 Prozent,      |
| 2. Geschäftsprozesse im E-Commerce mit                              | 30 Prozent,      |
| 3. Kundenkommunikation im E-Commerce mit                            | 15 Prozent,      |
| 4. Fachgespräch zu einem projektbezogenen Prozess im E-Commerce mit | 20 Prozent sowie |
| 5. Wirtschafts- und Sozialkunde mit                                 | 10 Prozent.      |

(2) Die Abschlussprüfung ist bestanden, wenn die Prüfungsleistungen wie folgt bewertet worden sind:

1. im Gesamtergebnis von Teil 1 und Teil 2 mit mindestens „ausreichend“,
2. im Ergebnis von Teil 2 mit mindestens „ausreichend“,
3. in mindestens drei Prüfungsbereichen von Teil 2 mit mindestens „ausreichend“ und
4. in keinem Prüfungsbereich von Teil 2 mit „ungenügend“.

(3) Auf Antrag des Prüflings ist die Prüfung in einem der Prüfungsbereiche „Geschäftsprozesse im E-Commerce“, „Kundenkommunikation im E-Commerce“ oder „Wirtschafts- und Sozialkunde“ durch eine mündliche Prüfung von etwa 15 Minuten zu ergänzen, wenn

1. der Prüfungsbereich schlechter als mit „ausreichend“ bewertet worden ist und
2. die mündliche Ergänzungsprüfung für das Bestehen der Abschlussprüfung den Ausschlag geben kann.

Bei der Ermittlung des Ergebnisses für diesen Prüfungsbereich sind das bisherige Ergebnis und das Ergebnis der mündlichen Ergänzungsprüfung im Verhältnis 2:1 zu gewichten.

### **Abschnitt 3**

#### **Schlussvorschriften**

§ 16

#### **Inkrafttreten**

Diese Verordnung tritt am 1. August 2018 in Kraft.

Berlin, den 13. Dezember 2017

Die Bundesministerin  
für Wirtschaft und Energie  
In Vertretung  
Rainer Baake

Ausbildungsrahmenplan  
für die Berufsausbildung zum Kaufmann im E-Commerce und zur Kauffrau im E-Commerce

**Abschnitt A: berufsprofilgebende Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten**

Lfd. Nr.	Teil des Ausbildungsberufsbildes	Zu vermittelnde Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten	Zeitliche Richtwerte in Monaten im	
			1. bis 15. Monat	16. bis 36. Monat
1	2	3	4	
1	Online-Vertriebskanal auswählen und einsetzen (§ 4 Absatz 2 Nummer 1)	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Online-Vertriebskanäle nach Leistungsumfang, Leistungsfähigkeit, Einsatzbereichen und Wirtschaftlichkeit unterscheiden und auswählen</li> <li>b) Nutzerverhalten auswerten und Verbesserungsvorschläge für den Online-Vertrieb ableiten</li> <li>c) Prozessabläufe analysieren und Konzept für anwenderfreundliche Benutzeroberfläche weiterentwickeln</li> <li>d) rechtliche Regelungen und betriebliche Vorgaben, insbesondere zu Informationspflichten, Wettbewerbsrecht, Markenschutz, Urheberrecht und Datenschutz, beim Einsatz des Online-Vertriebskanals einhalten</li> <li>e) technische und organisatorische Voraussetzungen und Rahmenbedingungen für den Einsatz neuer Online-Vertriebskanäle im Zusammenhang mit unterschiedlichen Geschäftsmodellen einschätzen und Maßnahmen ableiten</li> <li>f) bei der Weiterentwicklung und Optimierung der Systeme des Online-Vertriebs mit internen und externen Dienstleistern kooperieren, Dienstleistungsumfang definieren und Leistungserbringung kontrollieren</li> </ul>		16
2	Waren- oder Dienstleistungssortiment mitgestalten und online bewirtschaften (§ 4 Absatz 2 Nummer 2)	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Produktdaten zu Waren oder Dienstleistungen beschaffen, ergänzen und aufbereiten</li> <li>b) Produkte kategorisieren, einstellen und verkaufsfördernd präsentieren</li> <li>c) rechtliche Regelungen, insbesondere zu Informationspflichten, Wettbewerbsrecht, Markenschutz, Urheberrecht und Datenschutz, bei der Gestaltung des Sortiments einhalten</li> <li>d) Serviceleistungen und Zusatzangebote im Online Vertriebssystem hinterlegen und Angebotsregeln festlegen</li> <li>e) Bezahlssysteme auswählen und einsetzen</li> </ul>	16	
		<ul style="list-style-type: none"> <li>f) Potenziale anderer Vertriebskanäle beurteilen und Möglichkeiten der Nutzung prüfen</li> <li>g) Testmethoden zur laufenden Optimierung des Nutzungsprozesses einsetzen und Ergebnisse auswerten</li> <li>h) qualitätssichernde Maßnahmen anwenden</li> <li>i) bei Preiskalkulationen mitwirken</li> <li>j) Vorschläge für die kunden- und ertragsorientierte Weiterentwicklung des Sortiments erarbeiten</li> </ul>		8
3	Beschaffung unterstützen (§ 4 Absatz 2 Nummer 3)	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Nachfrage nach Waren oder Dienstleistungen im Online-Vertriebskanal ermitteln und Schlussfolgerungen für Beschaffung ableiten</li> <li>b) für den Online-Vertrieb relevante Produktdaten festlegen und deren Bereitstellung sicherstellen</li> <li>c) Waren- oder Datenfluss als Händler oder Vermittler sicherstellen, Bestandsführung unterstützen, Schwachstellen analysieren und Prozesse optimieren</li> <li>d) Absatzzahlen für die Beschaffung aufbereiten</li> </ul>	10	

Lfd. Nr.	Teil des Ausbildungsberufsbildes	Zu vermittelnde Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten	Zeitliche Richtwerte in Monaten im	
			1. bis 15. Monat	16. bis 36. Monat
1	2	3	4	
4	Vertragsanbahnung im Online-Vertrieb gestalten (§ 4 Absatz 2 Nummer 4)	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Übersicht der ausgewählten Waren oder Dienstleistungen dem Kunden oder der Kundin bereitstellen</li> <li>b) Kundendaten- und Zahlungsdatenerfassung benutzerfreundlich gestalten</li> <li>c) Kundendaten und Zahlungsdaten erheben und im System verarbeiten</li> <li>d) Maßnahmen zur Verhinderung von Zahlungsausfällen einsetzen</li> <li>e) Bezahlverfahren kundenbezogen bereitstellen</li> <li>f) Wege der Übermittlung und Bereitstellung von Waren oder Dienstleistungen auswählen und dem Kunden oder der Kundin anbieten</li> <li>g) rechtliche Regelungen, insbesondere zum Datenschutz, zu allgemeinen Geschäftsbedingungen und zum Fernabsatz, einhalten</li> <li>h) Vertragsangebot des Kunden oder der Kundin erfassen und Bedingungen der Vertragserfüllung prüfen</li> <li>i) Auftragsdaten für den Kunden oder die Kundin verständlich darstellen und für nachfolgende Prozesse bereitstellen</li> </ul>	17	
5	Verträge aus dem Online-Vertrieb abwickeln (§ 4 Absatz 2 Nummer 5)	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) sicherstellen, dass der Kunde oder die Kundin über das Zustandekommen des Vertrags informiert wird</li> <li>b) bei Störungen der Datenübermittlung für die Vertragserfüllung Maßnahmen ergreifen</li> </ul>	4	
		<ul style="list-style-type: none"> <li>c) bei der Vertragserfüllung entstehende Störungen bearbeiten und dabei die rechtlichen und betrieblichen Vorgaben einhalten</li> <li>d) waren- oder dienstleistungsbezogene Rückabwicklungsprozesse organisieren</li> </ul>		8
6	Kundenkommunikation gestalten (§ 4 Absatz 2 Nummer 6)	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Kommunikationskanäle auswählen, einsetzen und die Auswahl auf Grundlage des Kundenverhaltens anpassen</li> <li>b) Kundenanliegen aufnehmen und bearbeiten</li> <li>c) rechtliche Regelungen, insbesondere zum Datenschutz, bei der Kundenkommunikation und bei deren Auswertung einhalten</li> <li>d) Schnittstellen von Kommunikationskanälen berücksichtigen</li> <li>e) Kommunikation zielgruppenorientiert, verkaufsfördernd und situationsgerecht gestalten, unter Berücksichtigung betrieblicher Vorgaben auswerten und diese Auswertung bei der Gestaltung und Optimierung des Sortiments berücksichtigen</li> </ul>		13

Lfd. Nr.	Teil des Ausbildungsberufsbildes	Zu vermittelnde Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten	Zeitliche Richtwerte in Monaten im	
			1. bis 15. Monat	16. bis 36. Monat
1	2	3	4	
7	Online-Marketing entwickeln und umsetzen (§ 4 Absatz 2 Nummer 7)	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) zielgruppen- und produktgruppengerechte Online-Marketingmaßnahmen entwickeln und dabei insbesondere Neukundengewinnung, Bestandskundenbindung und Kundenreaktivierung berücksichtigen</li> <li>b) Nutzungs- und Kundendaten zum Zweck der zielgerichteten Werbeansprache über Online-Werbekanäle erheben und verarbeiten sowie Handlungsvorschläge entwickeln</li> <li>c) Inhalt für verschiedene Online-Werbekanäle und -formate auswählen und bereitstellen sowie Umsetzungsvarianten testen und auswerten</li> <li>d) Instrumente des Online-Marketings einsetzen, die Erstellung und Ausspielung von Werbung organisieren sowie die Platzierung der Online-Werbung prüfen</li> <li>e) die Ausgestaltung der Kontaktstrecke von der Werbung bis zum Kauf (Customer Journey) im Online Vertriebskanal planen und optimieren</li> <li>f) den Werbeerfolg unter Kosten-Nutzen-Aspekten messen und Maßnahmen ableiten</li> <li>g) rechtliche Regelungen des Online-Marketings einhalten, insbesondere zu Informationspflichten, Wettbewerbsrecht, Markenschutz, Urheberrecht und Datenschutz</li> <li>h) Marketingmaßnahmen von Wettbewerbern beobachten und auswerten sowie Verbesserungsvorschläge für den Betrieb ableiten</li> </ul>		18
8	Kaufmännische Steuerung und Kontrolle nutzen (§ 4 Absatz 2 Nummer 8)	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Ergebnisse der Kosten-und-Leistungs-Rechnung analysieren und Schlussfolgerungen ableiten</li> <li>b) Informationen des externen Rechnungswesens für Steuerungs- und Kontrollprozesse nutzen</li> <li>c) betriebliche, insbesondere nutzungs- und sortimentsbezogene Kennzahlen zum Online-Vertrieb ermitteln und bewerten sowie Schlussfolgerungen ableiten</li> <li>d) Statistiken erstellen und auswerten</li> <li>e) Kundenwertanalysen durchführen und Schlussfolgerungen ableiten</li> <li>f) betriebliche Prozesse, insbesondere bei Online-Vertriebs- und Kommunikationskanälen sowie bei der Vertragsabwicklung, analysieren, Schlussfolgerungen ableiten, Maßnahmen vorschlagen und an deren Umsetzung mitwirken</li> <li>g) Kennzahlen der waren- oder dienstleistungsbezogenen Reklamationen, Widerrufe, Rücktritte, Retouren oder Stornierungen sowie daraus folgende Rückabwicklungen analysieren und Schlussfolgerungen ableiten</li> </ul>		16



**Abschnitt B: integrativ zu vermittelnde Fertigkeiten, Kenntnisse und Fähigkeiten**

Lfd Nr.	Teil des Ausbildungsberufsbildes	Zu vermittelnde Fertigkeiten und Kenntnisse	Zeitliche Richtwerte in Monaten im	
			1. bis 15. Monat	16. bis 36. Monat
1	2	3	4	
1	Berufsbildung sowie arbeits- und sozialrechtliche Vorschriften (§ 4 Absatz 3 Nummer 1)	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) wesentliche Inhalte und Bestandteile des Ausbildungsvertrages darstellen, Rechte und Pflichten aus dem Ausbildungsvertrag feststellen und Aufgaben der Beteiligten im dualen System beschreiben</li> <li>b) den betrieblichen Ausbildungsplan mit der Ausbildungsordnung vergleichen</li> <li>c) arbeits-, sozial- und mitbestimmungsrechtliche Vorschriften sowie für den Arbeitsbereich geltende Tarif- und Arbeitszeitregelungen beachten</li> <li>d) Positionen der eigenen Entgeltabrechnung erklären</li> <li>e) Chancen und Anforderungen des lebensbegleitenden Lernens für die berufliche und persönliche Entwicklung begründen und die eigenen Kompetenzen weiterentwickeln</li> <li>f) Lern- und Arbeitstechniken sowie Methoden des selbstgesteuerten Lernens anwenden und beruflich relevante Informationsquellen nutzen</li> <li>g) berufliche Aufstiegs- und Weiterentwicklungsmöglichkeiten darstellen</li> </ul>	während der gesamten Ausbildung	
2	Aufbau und Organisation des Ausbildungsbetriebes (§ 4 Absatz 3 Nummer 2)	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) die Rechtsform und den organisatorischen Aufbau des Ausbildungsbetriebes mit seinen Aufgaben und Zuständigkeiten sowie die Zusammenhänge zwischen den Geschäftsprozessen erläutern</li> <li>b) Beziehungen des Ausbildungsbetriebes und seiner Beschäftigten zu Wirtschaftsorganisationen, Berufsvertretungen und Gewerkschaften nennen</li> <li>c) Grundlagen, Aufgaben und Arbeitsweise der betriebsverfassungsrechtlichen Organe des Ausbildungsbetriebes beschreiben</li> </ul>		
3	Sicherheit und Gesundheitsschutz bei der Arbeit (§ 4 Absatz 3 Nummer 3)	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Gefährdung von Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz feststellen und Maßnahmen zur Vermeidung der Gefährdung ergreifen</li> <li>b) berufsbezogene Arbeitsschutz- und Unfallverhütungsvorschriften anwenden</li> <li>c) Verhaltensweisen bei Unfällen beschreiben sowie erste Maßnahmen einleiten</li> <li>d) Vorschriften des vorbeugenden Brandschutzes anwenden sowie Verhaltensweisen bei Bränden beschreiben und Maßnahmen zur Brandbekämpfung ergreifen</li> </ul>		
4	Umweltschutz (§ 4 Absatz 3 Nummer 4)	<p>Zur Vermeidung betriebsbedingter Umweltbelastungen im beruflichen Einwirkungsbereich beitragen, insbesondere</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) mögliche Umweltbelastungen durch den Ausbildungsbetrieb und seinen Beitrag zum Umweltschutz an Beispielen erklären</li> <li>b) für den Ausbildungsbetrieb geltende Regelungen des Umweltschutzes anwenden</li> <li>c) Möglichkeiten der wirtschaftlichen und umweltschonenden Energie- und Materialverwendung nutzen</li> <li>d) Abfälle vermeiden sowie Stoffe und Materialien einer umweltschonenden Entsorgung zuführen</li> </ul>		

5	Bedeutung und Struktur des E-Commerce (§ 4 Absatz 3 Nummer 5)	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) die Funktion des E-Commerce für die Gesamtwirtschaft und für die Gesellschaft erläutern</li> <li>b) Einflüsse der digitalen Infrastruktur, des Geschäftsmodells, der Vertriebswege und Kommunikationskanäle, der Sortiments- und Preisgestaltung sowie des Standortes auf die Stellung des Ausbildungsbetriebes am Markt einschätzen</li> <li>c) rechtliche und technische Entwicklungen verfolgen und Auswirkungen auf Systeme und Prozesse des Online-Vertriebs ableiten</li> <li>d) bei der Entwicklung neuer Geschäftsideen mitwirken</li> </ul>		4
6	Kommunikation und Kooperation (§ 4 Absatz 3 Nummer 6)	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) situationsgerecht und zielorientiert kommunizieren sowie Ergebnisse dokumentieren</li> <li>b) Wertschätzung, Respekt und Vertrauen als Grundlage erfolgreichen Handelns berücksichtigen</li> <li>c) soziokulturelle Unterschiede im Arbeitsprozess berücksichtigen</li> </ul>	4	
		<ul style="list-style-type: none"> <li>d) Ursachen von Konflikten und Kommunikationsstörungen erkennen und zu deren Lösung beitragen</li> <li>e) deutsche und englische Fachbegriffe anwenden</li> <li>f) im Ausbildungsbetrieb übliche englischsprachige Informationen auswerten</li> <li>g) Informationen einholen und Auskünfte erteilen, auch in englischer Sprache</li> </ul>		8
7	Projektorientierte Arbeitsweisen im E-Commerce (§ 4 Absatz 3 Nummer 7)	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Projekte planen, strukturieren, koordinieren, umsetzen und auswerten</li> <li>b) Informations- und Kommunikationsstrukturen für die Projektarbeit einrichten und nutzen</li> <li>c) Projektabläufe an veränderte Anforderungen anpassen</li> <li>d) Projektabläufe und -ergebnisse dokumentieren und präsentieren sowie Schlussfolgerungen ableiten</li> </ul>	14	