

Kristoffer Ditz

**Fachwirt/in
E-Commerce –
Prüfungstrainer**

Präsentiert von E-Commerce1x1.de

Bibliografische Angaben

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet abrufbar über:

<https://dnb.dnb.de>

© 2022 reimus.NET GmbH

www.e-commerce1x1.de

www.reimus.net

Layout: Katya Satarova

Einbandgestaltung: Wolff von Rechenberg

Einbandfoto: Bildagentur PantherMedia / Andriy Popov

Lektorat / Korrektorat: Stefan Parsch

Grafiken: Kristoffer Ditz

Verlag: reimus.NET GmbH, Brandenburg an der Havel

ISBN Paperback: 978-3-949796-02-9

ISBN E-Book (PDF): 978-3-949796-03-6

ISBN E-Book (ePub): 978-3-949796-04-3

Dieses Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung oder Veröffentlichung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung der reimus.NET GmbH unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.



Kristoffer Ditz

Der Autor Kristoffer Ditz ist Gründer der Hanseatic Business School und hat über 100 Online-Kurse veröffentlicht. Er unterrichtet seit mehreren Jahren die Fachwirte E-Commerce und Kaufleute im E-Commerce an mehreren Wirtschaftsakademien. Des Weiteren hat er mehrere Jahre im Handel für E-Commerce-Unternehmen gearbeitet und diese beraten, so dass er sich optimal mit den jeweiligen Themen auskennt.

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	8	Marktplätze	60
Fachwirt/in E-Commerce	8	Dropshipping	61
Die Prüfung	9	SWOT-Analyse	62
Handlungsbereiche	10	Canvas-Modell	63
Finanzierung	12	Businessplan	64
Zu meiner Person	12	Produktmanagement	66
Lerntechniken	14	Design Thinking	68
Balanced Scorecard	18	Chatbots	70
		Click and Collect	71
Handlungsbereich 1	21	ABC-Analyse und Pareto-Prinzip	73
Strategisches Formular	22	Produktmarkt-Matrix nach Igor Ansoff	75
Wettbewerbsanalyse	23	Suchmaschinen-Marketing	76
Scoring-Modell	25	Direct Marketing	79
Marketing-Mix	27	PSM – Preissuchmaschine	80
Produktlebenszyklus	29	Social Media	81
GAP-Analyse	30	Blog	83
Deckungsbeitragsrechnung im E-Commerce	31	Retargeting und Display	84
Break-Even-Analyse	38	Affiliate	85
Logistik	40	E-Mail-Marketing	86
Zielgruppe	42	Unpaid und Paid Channels	90
SOR-Modell	44	Content-Marketing	91
Geschäftsbeziehungen	45	SMART-Modell	92
Die Retouren	46	Stage-Gate®-Prozess	93
Zahlungsarten	48		
Customer Journey	50	Handlungsbereich 2	95
Marktforschung	55	Projektmanagement	96
Szenario	56	Customer Lifetime Value (CLTV)	97
Regressionsanalyse	56	Berichtswesen	99
PESTEL-Analyse	58	Impressum	102
Risikomanagement	59	Widerrufsrecht	103
		Disclaimer	104

Allgemeine Geschäftsbedingungen	104	Moderation	149
Datenschutz	104	Führungsstile	151
Gutscheine im E-Commerce	105	Responsible and Decision Accounting	152
Fachbegriffe im E-Commerce und der Betriebswirtschaft	106	Zeitmanagement	154
Handlungsbereich 3	113	Personalmarketing	156
Checkout-Prozess	114	Diversity-Management	162
Bounce Rate	117	Personalbedarfsplanung	163
Cross Selling	118	Personalentwicklung	165
Order Bump	120	Kennzahlen im Personalmanagement	166
Add-ons	120	Stellenanzeige	168
Bundles	121	E-Learning	170
Freebie	121	Webinare	171
Leads	121	Arbeitsrecht	172
Usability	123	Bundesausbildungsgesetz (BBiG)	177
Website-Aufbau	125	Vier-Stufen-Methode	178
Website-Arten	126	Arbeitszeugnisse	179
Customer-Relationship-Management	128	Stressmanagement	181
Sales Funnel	134	Fachbegriffe Personalwesen	183
Omni-, Multi- und Cross-Channel	136	Übungsaufgaben	189
Offline-Maßnahmen	137	Übungsaufgaben – Teil 1	191
Abkürzungen im E-Commerce	138	Lösungen: Übungsaufgaben – Teil 1	194
Handlungsbereich 4	141	Übungsaufgaben – Teil 2	198
Liniensysteme	142	Lösungen: Übungsaufgaben – Teil 2	202
Vier-Ohren-Modell	144	Übung: Deckungsbeitragsrechnung und operative Kennzahlen – Teil 1	205
Johari-Fenster	145	Übung: Deckungsbeitragsrechnung und operative Kennzahlen – Teil 2	209
Frage-Techniken	146	Übungen: Kennzahlen Logistik	211
Konfliktmanagement	147		
Mobbing	148		

Vorwort

In Zeiten der Digitalisierung werden natürlich auch die Ansprüche in der Arbeitswelt immer höher. Kurztägige Seminare reichen heute nicht mehr aus und dienen eher der Ergänzung bzw. Vertiefung.

Nicht immer ist die Zeit ein drei- bis vierjähriges Studium zu absolvieren gegeben, insbesondere wenn wir auch noch berufstätig sind. Hinzu kommt, dass nicht jede Hochschule einen Studiengang mit Schwerpunkt E-Commerce anbietet. Oder die Hochschule ist so weit entfernt, dass ein Umzug notwendig ist.

Die IHK hat hier reagiert und den neuen Fortbildungsabschluss "Fachwirt/in im E-Commerce" ins Leben gerufen.

Dieser kann einmal nebenberuflich in ca. 18 Monaten absolviert werden, oder als dreijährige Ausbildung für Abiturienten/innen. Bei letzterer wird vorher eine Prüfung zum Kaufmann/-frau im Einzelhandel oder Kaufmann/-frau im E-Commerce abgeschlossen.

Vom Ranking her ist der Abschluss zum Fachwirt/in auf dem gleichen Level wie ein Meister/in im Handwerk. Eine Qualifikation als Betriebswirt/in (IHK) ist nach diesem Abschluss möglich.

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird bei Personenbezeichnungen und personenbezogenen Hauptwörtern in diesem Buch die männliche Form verwendet. Entsprechende Begriffe gelten im Sinne der Gleichbehandlung grundsätzlich für alle Geschlechter.



Praxis-Tipp

Sollten Sie auf eine Frage mal keine Antwort parat haben, denken Sie an Folgendes

- ▶ Zeit,
- ▶ Geld und
- ▶ Recht

sind meistens immer ein Thema...

Fachwirt/in E-Commerce

Im stetigen Wandel der Digitalisierung werden die Ansprüche im E-Commerce immer höher. Viele E-Commerce-Unternehmen wollten gerne eine entsprechende Ausbildung für diesen Bereich anbieten. Die Berufsausbildung Kaufmann/-frau im E-Commerce wurde ins Leben gerufen und kurz darauf folgte die Fortbildung zum/zur Fachwirt/in E-Commerce.

Mit dieser Fortbildung stehen die Absolventen auf der Stufe 6 des DQR (Deutscher Quali-

kationsrahmen). Somit ist der Abschluss gleichwertig (aber nicht gleichartig) mit dem eines Bachelor-Absolventen einer Hochschule.

Natürlich werden Sie hierzu in Wirtschaftsforen unzählige Diskussionen finden, dass ein Hochschulabschluss viel hochwertiger ist als ein Abschluss der IHK. Des Weiteren wird es viele Unternehmen geben, insbesondere in der Industrie oder in DAX Unternehmen, die einen Hochschulabschluss vorziehen, allerdings wird der Handel mit dieser Fortbildung anders umgehen bzw. den Fachwirten ähnliche Chancen bei Bewerbungen einräumen.

Mit diesem Abschluss können Sie sich auf Positionen bewerben, wenn im Anforderungsprofil bei den Voraussetzungen steht: *„Sie haben ein betriebswirtschaftliches Studium absolviert oder haben einen gleichwertigen Abschluss.“*

Das wären dann genau die Jobangebote, bei denen Sie genau die gleichen Chancen hätten, wie mit einem Hochschulstudium.

Voraussetzung für die Zulassung zur Prüfung

- ▶ **erfolgreich abgeschlossene kaufmännische Berufsausbildung vor der IHK und eine mindestens einjährige Berufserfahrung im E-Commerce**

Oft wird hier ein Denkfehler begangen und es entsteht der Eindruck, dass man mit Lehrgangsbeginn schon ein Jahr Berufserfahrung haben muss. Tatsächlich könnten Sie direkt nach der Ausbildung einen Lehrgang zum Fachwirt/in E-Commerce starten. Wichtig ist, dass Sie am Tag der Prüfung über ein Jahr Berufserfahrung verfügen. Da der Lehrgang nebenberuflich stattfindet rund 18 Monate dauert, sollte dies machbar sein.

- oder ▶ **eine erfolgreiche abgeschlossene andere Berufsausbildung und eine mindestens zweijährige Berufsausbildung**

- oder ▶ **mindestens 90 ECTS-Punkte in einem betriebswirtschaftlichen Studium an einer Hochschule und eine mindestens zweijährige Berufsausbildung**

- oder ▶ **mindestens fünfjährige Berufserfahrung im E-Commerce**

Sollten Sie sich bei der Zulassung nicht sicher sein bzw. über andere Qualifikationen verfügen, fragen Sie bei Ihrer zuständigen IHK nach, bei der Sie voraussichtlich Ihre Prüfung ablegen werden, da die IHKs oft unterschiedlich verfahren.

Die Prüfung

Insgesamt sind drei Prüfungstage zu absolvieren.

Schriftlich

An zwei aufeinanderfolgenden Tagen findet die schriftliche Prüfung mit einer jeweiligen

Dauer von fünf Stunden statt. Dabei geht es nicht um eine Prüfung im Examenstil, in der Fachbegriffe abgefragt werden. Stattdessen erhalten die Teilnehmer an den Tagen je eine Fallstudie bzw. Situation. Hierzu werden unterschiedliche Aufgaben aus den Handlungsbereichen gestellt. Die Teilnehmer sollen also das im Lehrgang erworbene Wissen anwenden.

Präsentation und Fachgespräch

Rund vier Wochen später folgt eine Präsentation und ein Fachgespräch zu einem von den Teilnehmern selbst gewählten Thema aus dem Fachgebiet E-Commerce bzw. Betriebswirtschaft mit E-Commerce-Bezug. Für die Präsentation werden zehn Minuten angesetzt und für die mündliche Prüfung etwa 20 Minuten. Im Fachgespräch werden explizit Fragen zu der Präsentation gestellt.

In beiden Bereichen müssen jeweils mindestens 50 Punkte erzielt werden, um die Prüfung zu bestehen. Bei der schriftlichen Prüfung ist zu beachten, dass das arithmetische Mittel für das Endergebnis herangezogen wird.

Für die mündliche Prüfung wird die Präsentation mit 2:1 gegenüber dem Fachgespräch gewertet.

Handlungsbereiche

Insgesamt gliedert sich der Lehrgang bzw. die Prüfung zum Fachwirt / in E-Commerce auf die folgenden vier Schwerpunkte:

1. Entwickeln von Strategien für E-Commerce
2. Gestalten von Prozessen im E-Commerce
3. Analysieren und Weiterentwickeln von Prozessen im E-Commerce
4. Sicherstellen der Kommunikation und Zusammenarbeit mit internen und externen Partnern sowie Führen von internen und externen Partnern

Aus dem ersten Handlungsbereich „**Entwickeln von Strategien für E-Commerce**“ soll der Teilnehmer nachweisen, erfolgreiche Strategien für einen Onlineshop zu entwickeln, unter der Berücksichtigung von rechtlichen, personellen, technologischen und betriebswirtschaftlichen Zielen.

Hierzu gehören u.a.:

- ▶ Erstellen einer Strategie mit Bezug zum Unternehmensziel
- ▶ Bewertung von Markt- und Zielgruppenanalysen
- ▶ Beurteilung nationaler und internationaler Vertriebsmärkte
- ▶ Chancen-Risiken-Analyse für das Unternehmen und seine Geschäftsmodelle
- ▶ Auswählen eines geeigneten Geschäftsmodells
- ▶ Sortimentsanalyse und Beurteilung
- ▶ Analyse und Bewertung technischer Systeme
- ▶ Marketingstrategien

- Kommunikation
- Innovationsmanagement

Der zweite Handlungsbereich „**Gestalten von Prozessen im E-Commerce**“ gliedert sich in:

- Prozessableitung der Strategien für Marketing, Vertrieb und Sortiment
- Bestimmung technischer Anforderungen mit internen und externen Partnern
- Kosten- und Risiken-Analyse
- Steuerung der Prozesse im E-Commerce
- Vertragsanbahnung und Vertragsabschluss

Der dritte Teil „**Analysieren und Weiterentwickeln von Prozessen im E-Commerce**“ gliedert sich in die Punkte:

- Planung
- Auswertungen
- softwaregestützte Analyse
- Entwicklung von Maßnahmen
- Verbesserung der Conversion Rate
- Customer Journey

Der vierte Teil „**Sicherstellen der Kommunikation und Zusammenarbeit mit internen und externen Partnern sowie Führen von internen und externen Partnern**“ enthält die Punkte

- Kommunikation mit internen und externen Partnern
- Personaleinsatzplanung und Personalauswahl
- Führungsmethoden
- Projektmanagement
- Zeitmanagement
- Berufsausbildung
- Weiterbildung von Mitarbeitern
- Arbeits- und Gesundheitsschutz

Ausbildereignungsprüfung

Wenn die Prüfung zum Fachwirt / in E-Commerce bestanden wurde, gilt der schriftliche Teil der Ausbildungsprüfung als bestanden. Es ist lediglich erforderlich, dass die mündliche Prüfung abgelegt werden muss.



Das sollten Sie wissen!

In der Prüfung ist jeder Handlungsbereich bzw. sind die Inhalte hieraus in der Lösung mindestens einmal in den Antworten bzw. Lösungen anzuwenden.

Finanzierung

Oftmals hört man von Interessenten, dass die Fortbildung mit rund 5.000 Euro, je nach Lehrgangsträger, zu teuer ist. Auf den ersten Blick mag das stimmen.

Allerdings gibt es das sogenannte Aufstiegs-BaFög, welches unabhängig vom Einkommen gezahlt wird. Die Förderung liegt hier bis zu 75 %. Allein schon 50 % gibt es vom Staat geschenkt, ohne dass eine Rückzahlung erforderlich ist.

Weitere 50 % der Restsumme erhalten Sie, wenn Sie die Prüfung bestehen – Lernen lohnt sich also. Die Restsumme müssen Sie erst zwei Jahre nach der Prüfung zurückzahlen und diese können Sie sogar noch steuerlich geltend machen.



Beispiel

Betrag	5.000,00€
50% vom Staat	2.500,00€
Restsumme I	2.500,00€
50% bei Bestehen	1.250,00€
Restsumme II	1.250,00€

Unterm Strich bedeutet dies, dass Sie 36 Monate (18 Monate Lehrgang und 24 Monate Zeit für Rückzahlung nach der Prüfung) Zeit haben, die Summe aufzubringen. Dies wären noch nicht einmal 35 Euro pro Monat, die Sie zurücklegen müssten, und hier sind die Steuervorteile noch gar nicht berücksichtigt.

Benjamin Franklin sagte einmal: *„Die Investition in Bildung bringt immer noch die besten Zinsen.“*

Kurz zu meiner Person

Jetzt müssen Sie natürlich auch noch wissen, wieso ich dieses Buch schreibe und ob ich authentisch bin, um Ihnen dieses Wissen zu vermitteln.

Mein Name ist Kristoffer Ditz und ja, Kristoffer mit K und Doppel-FF. Ich komme aus Hamburg. Nach meiner Fachhochschulreife habe ich eine dreijährige Ausbildung zum Handelsfachwirt IHK absolviert. Ich weiß also, was auf Sie zukommt.

Nach dieser Zeit habe ich gleich den Ausbilderschein bei der IHK absolviert, weil es mir immer viel Spaß gemacht hat, Menschen etwas beizubringen.

Im Anschluss arbeitete ich zwei Jahre für die Firma Ludwig Beck AG in München im Controlling. Da Controller von Hause aus Microsoft Excel mitbringen müssen, dauerte es nicht lange, bis ich die ersten Schulungen in Excel gegeben habe. Um meine Englischkenntnisse auszubauen, studierte ich ein Semester an der Saint Mary's University in Halifax, Kanada.

Nach einem kurzen Gastspiel bei einem Startup in der Nähe von Köln wechselte ich zur Puma AG und war hier für das Controlling der Filialen in über 40 Ländern verantwortlich.

Doch irgendwann wollte ich wieder zurück in meine Hamburger Heimat. Bei der Jobsuche bin ich auf die Firma Frontlineshop aufmerksam geworden, den führenden Online-Händler für Street Fashion.

Als ich mich mit dem Geschäftsführer zum Vorstellungsgespräch traf, bat ich um die Bilanz. Ein Blick auf die Zahlen ließ mich durchpusten. Jedoch sagte der Geschäftsführer zu mir, dass aktuell ein Investor zehn Millionen Euro investiert habe, so dass die Firma die nächsten 1,5 Jahre zahlungsfähig sei. Des Weiteren meinte er, dass ich zumindest in meinem Lebenslauf die Erfahrung E-Commerce vorweisen könnte, selbst wenn die Firma Insolvenz anmelden würde. Das überzeugte mich, und ich unterschrieb einen Vertrag.

Hier lernte ich die E-Commerce-Welt kennen: Wie funktioniert Google, was sind die Unterschiede zwischen SEM, SEO und SEA. Wieso sprechen alle von der Customer Journey, Last Cookies und On-Page Optimierung. Wieswegen wurde der Newsletter immer am Dienstag versendet? Was sind Bounces und Split-Tests? Dann kamen noch viele neue Kennzahlen auf mich zu: Conversion Rates, CTR, Bounce Rate, AOV etc.

Nachdem ich mich eingearbeitet hatte, merkte ich, dass die Controlling-Tools und Analysen von den Einkäufern nicht verstanden wurden.

Der Einkaufsleiter machte mich darauf aufmerksam, dass viele Einkäufer direkt nach der Schule angefangen hatten, bei Frontlineshop zu arbeiten und der Onlineshop so schnell gewachsen sei, dass viele gar nicht die Zeit hatten, ihr Studium zu beenden, oder eine Ausbildung zu absolvieren.

So habe ich ihm angeboten, unsere Einkäufer in Betriebswirtschaft zu trainieren. Weil ich schon immer Spaß hatte, Menschen etwas beizubringen, wollte ich zusätzlich eine Ausbildung zum Trainer zu absolvieren und fand ein Angebot an der IHK Würzburg.

Nach bestandener Ausbildung trainierte ich fast alle Mitarbeiter der Firma Frontlineshop und auch die Neueinsteiger sowie die Auszubildenden im E-Commerce.

Später machte ich mich als Trainer und Berater mit der Hanseatic Business School selbstständig. Dort biete ich Seminare für Controlling und E-Commerce an. Zusätzlich bin ich qualifizierter Online-Trainer und habe über 100 Online-Kurse veröffentlicht.

Darüber hinaus bilde ich als Online-Dozent Kaufleute im E-Commerce aus und bin als Dozent am BZecom (Bildungszentrum für E-Commerce Springe) für die Fortbildung zum Fachwirt / zur Fachwirtin E-Commerce tätig. Zweimal im Jahr, jeweils zum Semesterstart, unterrichte ich die Studenten an der Hochschule Fresenius im Studiengang Mode- und Designmanagement.

E-Commerce-Themen stehen dabei hoch im Kurs und ich passe die Seminare immer wieder auf neue Gegebenheiten und Anforderungen an. Zusätzlich bin ich Mitautor des Buches „Kennzahlen-Guide für Controller“. In diesem Buch werden über 200 Kennzahlen beschrieben.

Sie sind bei mir also in guten Händen, was das die Themen E-Commerce und die Fortbildung zum Fachwirt / zur Fachwirtin E-Commerce IHK betrifft.

Ich wünsche Ihnen schon jetzt viel Erfolg bei Ihrer Prüfung.

Lerntechniken

Bevor es mit dem eigentlichen Teil der Prüfungsinhalte zum Fachwirt/in losgeht, gehen wir zunächst auf ein paar Lerntechniken ein, die ich während meiner Weiterbildung zum Trainer IHK gelernt habe und die sich bei meinen Teilnehmern erfolgreich bewährt haben.

Mein damaliger Dozent für Betriebsorganisation und Arbeitsrecht hatte immer den passenden Spruch parat, wenn wir den Einwand hatten, dass es so viel Stoff wäre, den wir auswendig lernen müssten. Er sagte:

Wenn Sie auswendig lernen wollen, dann kommen Sie zu mir und ich stelle Ihnen ein Zeugnis in Betriebswirtschaft aus. Dann sind Sie Betriebswirt. Wenn Sie allerdings im Unternehmen sind und bis dato auswendig gelernt haben, wird Ihnen das wie eine Lüge ins Gesicht springen. Verstehen müssen Sie den Stoff, damit Sie diesen in der Praxis erfolgreich anwenden können.

Diese Aussage ist mir bis heute im Gedächtnis geblieben und es trifft auch zu. Beim Auswendiglernen vergessen wir extrem schnell, wenn wir das Gelernte nicht permanent wiederholen an. Ähnlich einem Muskel, den wir nicht regelmäßig trainieren.

Zu den Lerntechniken

Wissen Sie, wer 2020 Präsident der USA war? Sicher ist Ihnen dieser bekannt – Donald Trump. Der Präsident davor hieß? Richtig: Barack Obama.

Das war leicht, oder?

Können Sie mir auch die zehn Präsidenten der USA davor in chronologischer Reihenfolge nennen, ohne bei Google nachzusehen. Wird schon schwieriger. Insbesondere dann, wenn Sie diese nach zwölf Monaten nochmal aufsagen müssten, ohne nachzusehen.

Hierfür gibt es eine Methode, die ich Ihnen nun beibringen möchte.

Wir nutzen dafür unseren Körper von Kopf bis Fuß.

Stellen Sie sich vor, Sie hätten eine Eisenstange in den Händen und schlagen diese über Ihre Füße. Dabei rufen Sie laut: **Eisenhower**

Der 2. Präsident lag am Strand und zu ihm setzte sich eine Frau. Sie legte ihre Hand auf sein Knie und er sagte:

Kenn I die? - **Kennedy**

Das machen wir auch und wiederholen Nummer 1 (Eisenstange), legen unsere Hand auf das Knie und sagen Kennedy.

Beim 3. Präsidenten nehmen wir den Oberschenkel und stellen uns vor, wir würden die Haare mit Wachs entfernen. Beim Abziehen rufen wir schmerzhaft: **Johnson**

Und wieder wiederholen wir die ersten zwei Schritte.

Präsident Nummer 4 war auch am Strand und sah im Wasser eine Frau schwimmen. Diese hatte keine Beine, sondern eine Schwanzflosse. Wir nehmen beide Hände hinter das Gesäß und rufen: **Nixon**

Dabei wiederholen wir die ersten drei Schritte und nochmals den vierten.

Der 5. Präsident hatte ein Faible für Autos und wir halten beide Hände vor dem Bauch und stellen uns vor, wir hätten ein Lenkrad vor uns. Dabei rufen wir laut: **Ford**

Wir wiederholen die ersten vier Schritte zusätzlich den fünften Schritt.

Der 6. Präsident hatte eine Katze. Wir stellen uns vor, dass wir die Katze vor der Brust halten und streicheln. Es handelt sich um eine männliche Katze und wir rufen laut: Kater – **Carter**

Natürlich wiederholen wir die ersten fünf Schritte und zusätzlich Nummer 6.

Nach dem 7. Präsidenten wurde ein Flugzeugträger benannt. Wir stellen uns die rechte Schulter und den Oberarm als Startrampe vor. Mit der rechten Hand lassen wir über Schulter und Oberarm ein Flugzeug steigen und rufen laut: **Reagan**

Beim 8. Präsidenten machen wir mit der rechten Hand abstreifende Bewegungen vom Kinn und stellen uns vor, wir würden einen grauen, langen Bart streicheln. Dabei rufen wir laut: **Busch (Bush) senior**

Der 9. Präsident hatte eine Affäre mit seiner Praktikantin. Und Sie können es erahnen, der Mund kommt ins Spiel. **Clinton**

Präsident Nummer 10 kam aus Texas und wir stellen uns vor, wir hätten auf unserem Kopf einen Cowboyhut. Dabei rufen wir laut: **Bush junior**

Sie sehen also, dass wir mit dieser Methodik gut arbeiten können. Wie bei einem Spicker in der Prüfung, den wir legal nutzen können.

In meiner Prüfung zum Betriebswirt war Projektmanagement ein Prüfungsfach und eine Frage lautete: Nennen Sie die drei Kerneigenschaften aus dem Projektmanagement.

Ich blickte auf meine Uhr und schrieb:

1. Zeit
2. Qualität
3. Kosten

So baute ich mir meine Geschichte zusammen. Die Uhr lieferte die Zeit, die Qualität der Uhr war gut und sie war teuer (Kosten).

Diese Methodik können Sie natürlich beliebig erweitern. Sie bauen also immer kleine Geschichten von den Dingen ein, die Sie in der Prüfung dabei haben bzw. nutzen dürfen.

Lernen mit kurzen aber intensiven Einheiten

Eine weitere Methodik habe ich mir von dem Eishockey-Trainer Sean Simpson abgeschaut. Er trainierte sein Team nach der Methodik „kurze aber intensive Einheiten“. Er ließ sein Team immer nur kurz trainieren, dafür waren die Einheiten allerdings immer sehr kraftintensiv. Auf diese Weise habe ich mich auf die Prüfung zum Handelsfachwirt vorbereitet. Ich lernte 30 Minuten und machte 30 Minuten Pause (Essen, Fernsehen, Computerspiel etc.). Danach lernte ich wieder.

Mit dieser Methode vermeiden wir, dass unser Gehirn irgendwann abschaltet und nicht mehr aufnahmefähig ist. Früher habe ich einen Tag vor einer Klausur gelernt, meistens drei bis vier Stunden am Stück. Es gilt zu berücksichtigen, dass natürlich jeder Mensch seinen eigenen Stil hat und wenn sich bei jemanden eine andere Methode bewährt hat, sollte diese nicht geändert werden. Des Weiteren können Sie nach dem Lernen ein leeres Blatt Papier nehmen und alle Dinge aufschreiben, die Sie gelernt haben. Nicht stichwortartig, sondern als Beschreibung, so als ob sie es jemand anderen erklären müssten.

Wo es noch Lücken gibt, wissen Sie, wo Sie nachladen müssen.

Das Lernposter

Alle paar Jahre wird in unserem Land gewählt und die Laternenmaste werden mit Plakaten ausgestattet. Sämtliche Parteien finden wir hier wieder. Aus psychologischer Sicht soll hierbei im Unterbewusstsein die Partei in Erinnerung gerufen werden.

Genau so können Sie es auch bei Ihrer Vorbereitung zum Fachwirt / zur Fachwirtin im E-Commerce verwenden.

Nehmen Sie am besten ein DIN-A4-Blatt und schreiben Sie in großer Schrift die typischen Begriffe aus dem E-Commerce bzw. aus diesem Buch auf, die Ihnen noch nicht so geläufig sind. Hängen Sie diese nun am Kühlschrank, an der Badezimmertür, an der Kleiderschranktür, an der Haustür etc. auf.

Jedes Mal, wenn Sie nun zum Kühlschrank gehen, um etwas zu trinken, werfen Sie ein Blick auf Ihr Lernposter und die Begriffe. Durch die permanente Wiederholung prägen Sie sich diese Begriffe sehr gut ein.

Lernkarten

Nun zu einer bewährten und bekannten Methode, den Lernkarten. Aus der Schule kennen wir die sogenannten Lernkarten für eine Fremdsprache. Auf der einen Seite stand das deutsche Wort und der anderen das englische Wort. Im Internet werden Sie zu vielen Berufen fertige Lernkarten mit Fragen auf der einen und Antworten auf der anderen Seite finden.

Wenn Sie berufstätig sind und Familie mit Kindern haben, dann kaufen Sie sich gern die fertigen Karten. Ich empfehle allerdings, dass Sie diese selbst mit entsprechender Fachliteratur erstellen.

Hier kommen wir wieder zum Unterbewusstsein und zur Psychologie. Wenn Sie Fragen und Antworten selbst erstellen und recherchieren, überlegen Sie bereits im Vorfeld, wie eine Prüfungsfrage lauten könnte bzw. welche Fachbegriffe verwendet werden. Zusätzlich lesen Sie die Seiten eines Buches und irgendwas bleibt auch dann hängen, wenn es nichts mit der Antwort auf die gesuchte Frage zu tun hat.

Strategie

Vielleicht haben Sie sich jetzt gefragt, wieso ich gerade zu Anfang so stark auf die Lerntechniken gegangen bin, anstatt direkt mit den prüfungsrelevanten Themen zu starten.

Hier kommt die Strategie ins Spiel: In der Praxis passiert häufig der Fehler, dass die gesamte Konzentration auf das Tagesgeschäft gerichtet wird. Tatsächlich sollte viel mehr Zeit in die Strategie investiert werden, um Fehler im Vorfeld zu vermeiden.

Stellen Sie sich vor, Sie wollen mit Ihrer Familie in Urlaub fahren. Nun möchten Sie Ihre Familie überraschen und es geht für zwei Wochen an den Strand, im All-Inklusive Hotel. Ihr Partner oder Ihre Partnerin hätte allerdings viel lieber einen Urlaub mit kulturellem Bezug unternommen und sich die Sehenswürdigkeiten in einer Stadt angesehen. Die Kinder wollten sowieso nicht mit und lieber Party mit ihren Freunden machen.

Sie sehen, worauf es hinausläuft. Vorab sollte besprochen werden, welcher Urlaub gemacht wird, wie lange dieser dauert, Hotel oder Apartment, Strand, Berge, Stadt etc. So können Sie sich viel Ärger ersparen.

Genauso ist es auch bei der Vorbereitung mit einer Prüfung. Stellen Sie am Anfang die Weichen.

Dazu möchte ich Ihnen gerne noch 7 Fragen aus der Strategie mitgeben, die Ihnen auch bei Projekten und Entscheidungen helfen können.

- 1) Können wir das überhaupt?
- 2) Ist Wachstum möglich?
- 3) Haben wir die notwendigen Ressourcen?
- 4) Gibt es Alternativen?
- 5) Haben wir einen Wettbewerbsvorteil?
- 6) Nimmt der Kunde/Empfänger den Wettbewerbsvorteil wahr?
- 7) Ist unsere Idee vom Wettbewerb leicht kopierbar?

Es müssen nicht alle Fragen mit „ja“ beantwortet werden. Sie dienen Ihnen allerdings als Entscheidungshilfe.



Beispiel

Nehmen wir an, Sie möchten einen Onlineshop gründen und Sneakers verkaufen.

Erste Frage: Können Sie das? Wenn nicht, können Sie es lernen (Wachstum)? Haben Sie die notwendigen Ressourcen (Zeit und Geld)? Gibt es Alternativen (Beteiligungen oder Aufnahme von weiteren Gründern)?

Wenn Sie Ihren Onlineshop haben, gibt es einen oder mehrere Vorteile gegenüber den Mitbewerbern? Erkennt Ihre Zielgruppe (Kunde) überhaupt diese Vorteile? Wenn Sie beispielsweise 150 Tage statt 100 Tage Rückgaberecht anbieten. Und zum Abschluss: Was machen die Mitbewerber, können sie hier nachziehen?

Sie sehen, dass Sie mit diesen Fragen im Vorfeld viele Fehler vermeiden können. Hinzu kommt, dass Sie diese Fragen auch wunderbar in Ihrer Prüfung anwenden können, wenn Sie die Fallstudie bearbeiten.

Balanced Scorecard nach Kaplan und Norton für die Bearbeitung der Prüfung

Ein sehr gutes Tool aus der Betriebswirtschaft, das Sie ideal für die Prüfung „Fachwirt/in E-Commerce“ verwenden können, ist die Balanced Scorecard nach Kaplan und Norton, kurz BSC.

Die BSC wird oft von Unternehmensberatern angewendet. Die Balanced Scorecard wird in folgende vier Perspektiven unterteilt, die individuell bewertet werden:

- 1) Finanzperspektive
- 2) Mitarbeiterperspektive
- 3) Kundenperspektive
- 4) Prozessperspektive

Danach wird von den Beratern ein Unternehmen bewertet. Natürlich lassen sich die Perspektiven individuell anpassen, je nach Geschäftsmodell.



Wie kann die BSC für „Fachwirt/in E-Commerce“ genutzt werden?

Die Fachwirt-Prüfung wird eine Fallstudie eines Phantasie-Unternehmens sein, das auf zwei bis drei Seiten vorgestellt wird. Hier werden Auskünfte über die Einnahmen und Ausgaben gegeben. Ebenso erhalten Sie Informationen über die Mitarbeiter, Kunden und Prozesse.



Praxis-Tipp

Bevor Sie anfangen, die Fallstudie lesen, nehmen Sie ein DIN-A4-Blatt und ziehen Sie, am besten mit einem Lineal, eine horizontale und eine vertikale Linie in der Mitte des Blattes. In die Ecken schreiben Sie die jeweiligen Perspektiven der Balanced Scorecard. Erst jetzt fangen Sie an, die Fallstudie zu lesen. Die entsprechenden Informationen schreiben Sie nun in Ihre Balanced Scorecard.



Beispiel

- ▶ Umsatz liegt bei 25 Millionen Euro = Finanzperspektive
- ▶ 80% des Umsatzes wird mit Stammkunden erzielt = Kundenperspektive
- ▶ Mitarbeiter M. geht nächstes Jahr in Rente und ist als einziger im Team mit der Warenwirtschaftssoftware vertraut = Mitarbeiterperspektive
- ▶ Die Ware wird direkt über die Filiale versendet = Prozessperspektive

Der Vorteil dieser Vorgehensweise ist, dass Sie nicht ständig hin- und herblättern müssen, wenn Sie die Aufgaben bearbeiten. Auch wenn Sie die Informationen auf eine Seite nacheinander schreiben, müssen Sie hier ggf. erst suchen, bis Sie die richtige Information zur Verfügung haben.

Das kostet Sie in der Prüfung nur unnötig Zeit. Die sollten Sie effektiver einsetzen.

Finanzen	Kunden
Prozesse	Mitarbeiter

Handlungsbereich 1

Entwickeln von Strategien für E-Commerce

Strategisches Formular

Das strategische Formular wird zwar *nicht* in der IHK-Prüfung abgefragt, kann Ihnen allerdings in der Beantwortung einiger Aufgaben weiterhelfen. Aufgebaut ist das strategische Formular wie folgt:

- ▶ Leitbild
- ▶ Strategie
- ▶ Teilstrategien
- ▶ Prämissen
- ▶ Maßnahmen

Leitbild

Das Leitbild beschreibt das Konzept von Unternehmen und ist vergleichbar mit der Seite „Über uns“. Hier geht es also primär um die Haltung: „Wofür stehen wir? Wer sind wir? Was machen wir? Wieso machen wir es?“

Strategie

Die Strategie beschreibt den Zielzustand. Dabei sollte das Ziel mit Zahlen hinterlegt werden. Beispiel: In drei Jahren soll der Onlineshop einen Umsatz von 50 Millionen Euro erreichen.

Teilstrategien

Die Teilstrategien beschreiben im Detail, wie die Strategie umgesetzt werden soll.

Prämissen

Bei den Prämissen werden alle Fälle aufgenommen, die auf gar keinen Fall passieren dürfen, und es wird hier aufgelistet, was die Strategie gefährden könnte.

Maßnahmen

Die Maßnahmen beschreiben, wie die möglichen Prämissen verhindert werden können.

Für die IHK-Prüfung

Dad die IHK mehrere Antworten zulässt, wenn diese gut begründet sind, und viel logisches Denken gefragt ist, können Sie speziell mit dem strategischen Formular bestimmte Antworten und Lösungen ableiten. Denken Sie dabei immer an die Prämissen. Oftmals werden diese in der Praxis vergessen, weil eine Risiko-Analyse bei gut laufenden Unternehmen und Projekten nicht durchgeführt wird. Sollte ein solcher Fall allerdings eintreten, sind die wenigsten Unternehmen darauf vorbereitet und müssen erst zeitintensive Projekte aufsetzen. Unter Zeitdruck entstehen dabei nicht immer die besten Lösungen. Ich bin sicher, dass Sie die eine oder andere IHK-Frage beantworten können bzw. einen Lösungsansatz finden werden, wenn Sie das strategische Formular im Hinterkopf behalten, .

Wettbewerbsanalyse

In der digitalen Welt zählt Steve Jobs zu den Stars. Weniger bekannt ist John Sculley. Er arbeitete bei Pepsi als Vertriebsvorstand, bevor er zu Apple wechselte. Damals stand Pepsi auf Platz 1 im Brausemarkt, vor Coca-Cola. Steve Jobs überzeugte John Sculley mit dem Satz: „Möchtest du dein Leben lang Zuckerwasser verkaufen, oder möchtest du die Welt verändern?“

Jetzt stellt sich die Frage, was wir von John Sculley für die Prüfung für „Fachwirt/in E-Commerce“ lernen können. Er sagte über das Marketing, es sei dessen Aufgabe, die Schwächen der Konkurrenz herauszufinden und diese in eigene Stärken umzuwandeln. Nur so könne man erfolgreich sein.

Sehen wir uns hierzu die Wettbewerbsanalyse an und wie diese für den E-Commerce aufgebaut sein sollte. Zunächst werden zehn Kriterien ausgesucht. Wenn Sie mehr wählen, kann es passieren, dass das Ergebnis verwässert wird. Wenn diese ausgewählt sind, wird eine Skala von 1 bis 5 festgelegt. 1 = sehr schwach und 5 = sehr stark. Im Unterschied zu einer Skala von 1 bis 10 haben wir hier den Vorteil, dass mit dem Wert 3 auch ein exakter Mittelwert enthalten ist.

Nachdem die Kriterien gesammelt wurden, wird der Wettbewerb jeweils auf der Skala 3 eingestuft. Dies hat nichts damit zu tun, dass der Wettbewerb „nur“ mittelmäßig ist, sondern, dass Sie nun vergleichen können, ob Sie besser (Skala 4), oder sehr viel besser (Skala 5) sind. Mit der Skala 2 (schlechter) oder sehr viel schlechter (Skala 1) als der Wettbewerb. Damit ist die Analyse übersichtlicher, als wenn sie zwei Linien verwenden und einen Zick-Zack-Kurs haben.

Wettbewerbsanalyse Onlineshop

Nach welche Kriterien entscheidet der Kunde, bei einem Online Shop, zu bestellen?

	sehr viel schlechter	schlechter	gleich	besser	sehr viel besser
Kriterien	1	2	3	4	5
Lieferzeit					●
Service		●			
Sortiment			●		
Warenverfügbarkeit		●			
Usability	●				
Produktbeschreibung	●				
Bewertungen			●		
Retourenmanagement		●			
Zahlungsarten					●
Bilder / Videos		●			
			Wettbewerb		



Praxis-Tipp

Nehmen Sie den Preis nicht als Kriterium auf! Natürlich werden Sie sich die Frage stellen, ob dies nicht ein wichtiges Entscheidungskriterium für die Kunden ist.

Dies ist richtig. Nur stellen Sie sich die Frage, ob Sie bzw. Ihr Unternehmen der günstigste Anbieter ist – Nein? Wieso haben Sie dann noch zahlende Kunden?

Je besser Ihre Qualität ist bzw. je mehr Kriterien Sie besser machen als der Wettbewerb, desto höhere Preise können Sie verlangen. Sollte dies nicht der Fall sein, können Sie einen günstigeren Preis anbieten.

IHK

In der Prüfung können Sie den Preis selbstverständlich als Kriterium verwenden und dieser wird auch als Punkt zählen.

Es handelt sich hier lediglich um einen Tipp für die Praxis.



Mögliche IHK-Fragen

Die IHK wird Ihnen ggf. die Aufgabe geben, dass Sie Ihr Unternehmen mit zwei anderen Onlineshop-Anbietern vergleichen, die das gleiche Sortiment besitzen, dies bewerten bzw. Vorschläge unterbreiten.

Setzen Sie dann die Wettbewerbsanalyse ein, und nennen Sie die möglichen Kriterien, die in Bezug auf Ihr Unternehmen der Fallstudie relevant sind. Des Weiteren werden die Teilnehmer immer gerne nach möglichen Kriterien gefragt.

Dies war bei den Prüfungen zum Wirtschaftsfachwirt, zum Handelsfachwirt und zum Betriebswirt der Fall.

Mit hoher Wahrscheinlichkeit wird dies auch bei den Fachwirten E-Commerce in einigen Prüfungen der Fall sein.

Mögliche Kriterien speziell im E-Commerce bei einem Onlineshop: