

QSK
CAQ
CGQ

Qualitätssicherungs-Kommission E-Commerce Spezialist/in
Commission de l'Assurance Qualité Spécialiste du e-commerce
Commissione per la Garanzia della Qualità Specialista dell'e-commerce

Eidgenössische Berufsprüfung E-Commerce Spezialist/in Konkretisierung der Zulassungsvoraussetzungen

Stand: 08. März 2022

I. Grundlage

Ziffer 3.31 der Prüfungsordnung vom 17. Dezember 2021:

Zur Abschlussprüfung wird zugelassen, wer:

- a) über ein einschlägiges eidgenössisches Fähigkeitszeugnis oder eine gleichwertige Qualifikation verfügt;
- b) mindestens zwei Jahre Berufserfahrung im Bereich E-Commerce vorweisen kann;
- oder
- c) über ein eidgenössisches Fähigkeitszeugnis oder eine gleichwertige Qualifikation verfügt;
- d) mindestens drei Jahre Berufserfahrung im Bereich E-Commerce vorweisen kann;
- und
- e) über die erforderlichen Modulabschlüsse bzw. Gleichwertigkeitsbestätigungen verfügt.

Die Zulassungsvoraussetzungen müssen im Zeitpunkt des Anmeldeschlusses zur eidgenössischen Berufsprüfung erfüllt sein.

II. Konkretisierungen

A) „Einschlägiges“ eidgenössisches Fähigkeitszeugnis

Als einschlägiges eidgenössisches Fähigkeitszeugnis gilt ein eidgenössisches Fähigkeitszeugnis als:

- Detailhandelsfachfrau/Detailhandelsfachmann;
- Kauffrau/Kaufmann;
- Mediamatiker/Mediamatikerin;
- Informatiker/Informatikerin;
- Fachfrau/Fachmann Kundendialog;
- oder eine gleichwertige Qualifikation im jeweiligen Berufsfeld.

B) „Berufserfahrung“ im Bereich E-Commerce

Als qualifizierte Berufspraxis im E-Commerce gilt eine Tätigkeit in einer handeltreibenden Funktion oder in einem Handelsbetrieb im Bereich E-Commerce. Die geforderte



QSK
CAQ
CGQ

Qualitätssicherungs-Kommission E-Commerce Spezialist/in
Commission de l'Assurance Qualité Spécialiste du e-commerce
Commissione per la Garanzia della Qualità Specialista dell'e-commerce

Berufspraxis muss bis zum Zeitpunkt des Anmeldeschlusses erfüllt sein. Berufspraxis, welche in einem Jahresarbeitszeitpensum unter 80 % erlangt wurde, wird pro rata angerechnet. Berufspraxis, welche während einer Grundbildung erlangt wurde, wird nicht angerechnet.

Grundsätzlich soll die Berufserfahrung im E-Commerce breit ausgelegt werden. Mögliche Kriterien, um die zwei Jahre Berufserfahrung zu identifizieren, sind:

- 2-jährige-Berufstätigkeit in einem Unternehmen mit reinem digitalen Verkaufs-Angebot (B2C, D2C, B2B, C2C).
- Betreiber / Inhaber eines eigenen Onlineshops / Verkauf über digitale Kanäle (inkl. Marktplätze, Social Media, Live-Shopping).
- Berufstätigkeit in einem Unternehmen oder einer Abteilung mit Aufgaben in direktem Zusammenhang mit digitalen Verkaufsaktivitäten:
 - **IT:** Entwicklung / Support von Onlineshops / Plattformen / digitalen Verkaufsaktivitäten; oder
 - **Einkauf / Category Management:** Scouting / Aufbereiten / Einstellen von Produkte Content auf digitalen Kanälen; oder
 - **Prozessmanagement:** Integration und Anbindung von Drittsystemen, Koordination und Überwachung von Prozessen (insbesondere B2B); oder
 - **Marketing:** Planung / Umsetzung / Analyse von digitalen Kommunikationsmassnahmen zur Umsatzsteigerung und/oder Steigerung Bekanntheit des Unternehmens; oder
 - **Logistik:** Sicherstellen der logistischen Versandprozesse in einem Unternehmen mit digitalen Verkaufsaktivitäten; oder
 - **Omni-Channel:** Personen, welche digitale Verkaufsprozesse am POS sicherstellen und im täglichen Betrieb regelmässig mit der Wechselwirkung stationär - online konfrontiert werden; oder
 - **Dienstleister:** Personen mit Aufgaben rund um die Implementation von Online-Shops / Plattformen, Webagenturen (SEO, SEM etc.).

Wie lassen sich Unternehmen im Kontext der Berufserfahrung im E-Commerce Bereich differenzieren:

| Ja | | Nein |
|--|--|---|
| Dauerhaftigkeit des digitalen Angebots | | Einzelaktivitäten |
| Online-Bestellung möglich | | Keine Bestellung möglich, nur Darstellung von Produkten |
| Online Bezahlungsmöglichkeit | | Nur Vorkasse |
| Versand von Ware | | Ware muss im Laden abgeholt werden |



QSK
CAQ
CGQ

Qualitätssicherungs-Kommission E-Commerce Spezialist/in
Commission de l'Assurance Qualité Spécialiste du e-commerce
Commissione per la Garanzia della Qualità Specialista dell'e-commerce

| | | |
|---|--|---|
| Eigene Darstellungsmöglichkeit (Bilder, Text) | | Es werden nur EAN-Codes erfasst - keine Texte, keine Bilder |
| Produkte können auf der Plattform beworben werden | | Keine Bewerbung von Artikeln möglich (auch nicht indirekt) |
| Verkaufspreise festlegen | | Reine Produktevermittlung (Long Tail Lieferant) ohne Preisfestsetzungskompetenz |
| Transaktionsdaten sind für Auswertungen vorhanden | | Keine Datenauswertungen möglich |

Angebotsbreite und -erneuerung

Wichtig ist ein "kontinuierliches" Angebot von Produkten/Dienstleistungen in einem Online-Verkaufskanal, d.h. der Betrieb bietet auf einem Online-Shop, einem Marktplatz, einem Social-Mediakanal oder einer Drittseite etc. kontinuierlich Produkte oder Dienstleistungen an. Die Produkte/Dienstleistungen dürfen natürlich wechseln und ausgetauscht werden - wichtig ist ein Angebotskanal welcher ganzjährig betrieben und bedient wird. Ein Unternehmen, welches beispielsweise nur an Weihnachten oder am Valentinstag Produkte online anbietet und verkauft, hingegen über den Rest des Jahres seine Aktivitäten einstellt / einfriert, betreibt Einzelaktivitäten und qualifiziert den Mitarbeitenden nicht zum Erwerb des Fachausweis.

Online-Bestellungen verarbeiten

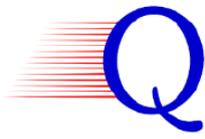
Der vom Betrieb angebotene Verkaufskanal(-kanäle) muss dem Kunden erlauben, eine Bestellung online abzugeben. Konkret bedeutet dies im Normalfall, dass der Kunde digital seinen Kaufwillen äussern kann und entsprechend seine Koordinaten hinterlegt, eine Bezahloption wählt und (im Normalfall) auch den Geschäftsbedingungen und Datenschutzerklärungen zustimmt.

Sollte das Unternehmen hingegen nur Produkte darstellen (Infoseiten), jedoch keine Kauftransaktionen auslösen, wäre dies als "nicht genügend" zu bezeichnen.

Online Bezahlmöglichkeiten

Ein Unternehmen sollte neben der Zahlungsmöglichkeit "Vorauszahlung" mindestens eine weitere Bezahlmöglichkeit anbieten (Kauf auf Rechnung, Twint, Kreditkarte etc.). Eine solche Voraussetzung ist notwendig, da damit neben der Warentransaktion auch ein Geldtransaktion online stattfindet.

Die Beschränkung auf "reine Vorkasse" ist zwar nicht Ausschlusskriterium, sollte aber ein Hinweis darauf sein, dass die Entwicklung des Online-Angebotes noch nicht sehr weit fortgeschritten ist.



QSK
CAQ
CGQ

Qualitätssicherungs-Kommission E-Commerce Spezialist/in
Commission de l'Assurance Qualité Spécialiste du e-commerce
Commissione per la Garanzia della Qualità Specialista dell'e-commerce

Versand von Ware

Ein typischer Online-Einkauf zieht den Versand von Ware nach sich - es sollte also im Normalfall ein Versand an einen bestimmten Ort möglich sein. Natürlich können Optionen wie Click & Collect, Click & Reserve etc. angeboten werden bzw. gehören zu einem Onlineangebot.

Hingegen sollte ein Angebot, welches auf reiner Abholung beruht eher kritisch beurteilt werden. In diesem Falle deutet vieles auf einen reinen "Online-Infokommunikationskanal" hin und weniger auf einen Online-Shop.

Eigene Darstellungsmöglichkeit (Bilder, Text)

Eine Onlinepräsenz kann über Kanäle/Medien erfolgen, welche der Anbieter selbst verändern und anpassen kann oder über fest vorgegebene Strukturen eines Drittanbieters, welcher dem Anbieter keinerlei/kaum Eigenständigkeit eröffnet. Im "Normalfall" kann man seine Produkte mit eigenen Bildern, eigenen Texten, eigenen Videos, eigenen Preisangaben und eigenem Umfeld anbieten, d.h. der "Laden" wird selbst gestaltet und designt. Natürlich darf man auch Standardbilder, Texte des Herstellers etc. verwenden - man ist aber im Setup des Produkteangebotes frei. Dies verlangt vom Anbieter ein professionelles Datenhandling.

Im anderen Extremfall betreibt man kein eigentliches Datenhandling, sondern kommuniziert einem Drittanbieter eine Produktnummer (EAN-Code) und evtl. noch eine entsprechende Anzahl verfügbarer Produkte dieser Nummer. Dieser Drittanbieter übernimmt jedoch alle Daten wie Bildmaterial, Texte, Preise etc. aus seiner eigenen Datenbank und erlaubt dem Anbieter keine Eigenständigkeit oder Erkennbarkeit. Der Anbieter funktioniert in diesem Kontext eigentlich als reiner "Warenlieferant" ohne erkennbare/beeinflussbare Eigenständigkeit im Onlineauftritt.

Werbemöglichkeiten

Der Anbieter muss seine online angebotenen Produkte selber bewerben können, ob mit Newsletter, Google Suchmaschinenmarketing, Beeinflussung der Reihenfolge wie Produkte dargestellt werden, Display Ads, social media oder ähnlich (die Anforderung ist nicht zwingend kumuliert zu verstehen).

Kann der Anbieter seine Produkte in keiner Art und Weise online selber bewerben bzw. in den Vordergrund rücken, ist nicht von einem eigenständigen Online-Auftritt auszugehen.

Endverkaufspreise festlegen (B2B und B2C)

Ist der Anbieter in der Lage die Endverkaufspreise an private und geschäftliche Besteller selbst festzulegen und diese im Online-Auftritt selbst einzupflegen und anzupassen, kann von einem eigenständigen Online-Auftritt ausgegangen werden.

Ist das Angebot hingegen rein "technischer" Natur und Ergebnis reiner Vermittlungstätigkeit eines Dritten (Long-Tail), besteht im Normalfall eine reine Logistikbeziehung ohne Bezug zur Onlinetätigkeit des Betriebes.



QSK
CAQ
CGQ

Qualitätssicherungs-Kommission E-Commerce Spezialist/in
Commission de l'Assurance Qualité Spécialiste du e-commerce
Commissione per la Garanzia della Qualità Specialista dell'e-commerce

Transaktionsdaten

Im Normalfall hat ein Online-Anbieter bzw. die zuständige Person Zugriff auf Transaktionsdaten (Adressen, verkaufte Artikel, Verhalten des Konsumenten auf der Website etc.). Ist ein solcher Zugriff auf Transaktionsdaten seitens des Unternehmens möglich und können anhand von Transaktionsdaten Auswertungen vorgenommen werden, kann von einem Online-Handel ausgegangen werden.

Verfügt das Unternehmen hingegen über keinerlei Kundendaten, Verkaufstransaktionsdaten etc. muss davon ausgegangen werden, dass kein E-Commerce im Sinne der neuen Weiterbildung vorliegt.

C) FAQ

Muss das Unternehmen die angebotene Ware an Lager haben oder ist ein sogenanntes "Drop Shipping" (Ware wird erst bei einer Kundenbestellung beschafft) auch zugelassen?

Auch reine Drop Shipping Konzepte werden als Onlinehandel zugelassen. In erster Linie ist es relevant, dass "an der Front" Ware angeboten wird. Die nachgelagerte Beschaffung / Versorgung hat in der Beurteilung 2. Priorität.

Die gesuchstellende Person arbeitet in einem Unternehmen, welches einen Social Media-Kanal betreibt und täglich neue Modelle präsentiert. Ein Verkauf über den Social Media-Kanal findet nicht statt, der Kunde muss in den Laden kommen um die Ware zu kaufen. Genügt dies als Berufserfahrung für einen Fachausweis E-Commerce?

Nein, es muss für den Kunden möglich sein, eine Kauftransaktion über den Onlinekanal abzuwickeln.

Das Unternehmen verkauft nur über Marktplätze. Die Transaktion findet auf dem Marktplatz statt (inkl. Bezahlung). Genügt dies als Berufserfahrung für einen Fachausweis E-Commerce?

Sofern der Händler die Artikel selbst einstellt, Bildmaterial aufbereitet, Daten/Texte erfasst, die Artikel in einer Art bewerben und Transaktionsdaten zu Verkäufen bekommt und auswerten kann: JA.