



Einer der Ersten: Nils Birke (Mi.) wird bei Otto zum Kaufmann im E-Commerce ausgebildet. Neben ihm Otto-Personalreferentin Daniela Stange und Berufsschullehrer Michael Mebes.

Im Austausch zur Ausbildung

Text: KARSTEN TARUTTIS Foto: ACHIM MULTHAUPT

Bis für einen neuen Beruf auch ein Zugang geschaffen wird, dauert es oft viele Jahre. Es sei denn, Schulen und Unternehmen legen sich zusammen richtig ins Zeug.

Das elegante Traumkleid, die schicke Armbanduhr, die coolen Sneaker – alles zum Greifen nahe in der digitalen Warenwelt. Hier ein Mausklick, dort ein Haken gesetzt, rasant füllt sich der virtuelle Warenkorb. Jetzt nur noch Namen, Adresse und Zahlungsdetails eingeben – und morgen schon liefert der Paketservice die Objekte der Begierde nach Hause. Für die meisten Verbraucher dürften Shopping-Erlebnisse wie dieses inzwischen zum Alltag gehören. Wer fährt schon noch in die City, wenn sich die Einkäufe auch bequem von zu Hause aus erledigen lassen? Nur: Was für Kunden so einfach ist, das erfordert hinter den Kulissen ausgefeiltes technisches und kaufmännisches Know-how. Umso mehr erstaunt, dass das Thema E-Commerce in den Ausbildungsordnungen von Groß- oder Einzelhandelskaufleuten in der Vergangenheit kaum eine Rolle spielte. Deshalb prägten die boomende Branche, deren Umsatz 2018 laut Schätzungen erneut um zehn Prozent wachsen wird, bislang vor allem Autodidakten.

Das soll sich jetzt ändern: Mit dem „Kaufmann im E-Commerce“ ist im Herbst ein eigener Lehrberuf für den Internethandel gestartet. Endlich, muss man sagen, und doch ging es zuletzt rekordverdächtig schnell: Sieben Jahre dauert es normalerweise von der Bedarfsfeststellung für eine neue Ausbildung bis zu deren Einführung. Beim E-Commerce-Kaufmann gelang das in weniger als der Hälfte der Zeit. Auch, weil sämtliche Akteure – vom Bundesinstitut für Berufsbildung über die Kultusministerkonferenz und das Wirtschaftsministerium bis hin zu Branchenverbänden, Unternehmen und Gewerkschaften – an einem Strang zogen. Gemeinsam setzten sie den bundesweit gültigen Rahmenlehrplan auf.

Doch die Kärnerarbeit begann erst anschließend in den Berufsschulen und Ausbildungsbetrieben, die den Lehrplan innerhalb eines Jahres mit Inhalten füllen mussten. Besonders gut geklappt hat das zum Beispiel in Hamburg. Hier knüpften die Fachlehrer der Beruflichen Schule City Süd früh Kontakte zu den Unternehmen der Hansestadt, deren Tagesgeschäft vom Onlinehandel geprägt ist. Für die Lehrer bedeutete E-Commerce „ein Stück weit Neu-

land“, wie Michael Mebes schildert. „Wir wussten aber: Um auf der Höhe der aktuellen Marktentwicklung zu sein, müssen wir jeden Geschäftsprozess des Onlinehandels im Detail verstehen.“ Mit sieben Kollegen machte sich der Fachlehrer in einer Vielzahl von Unternehmen fit für den neuen Ausbildungsberuf.

Eine solch enge Abstimmung zwischen Schule und Betrieb über Lehrinhalte ist bislang eher unüblich, wie eine aktuelle Befragung zeigt. Im konkreten Fall war sie dafür umso nötiger, denn E-Commerce ist nicht einfach nur ein weiterer Vertriebskanal des Handels. Vielmehr ermöglicht das Internet völlig neue Geschäftsmodelle für Handelsunternehmen, Dienstleister und die Industrie. Allesamt mit spezifischen Anforderungen. Entsprechend viele Überstunden investierten die Hamburger Lehrer in die Entwicklung ihres eigenen Unterrichtsmaterials. „Statt auf Schulbücher, die bald schon veraltet sind, setzen wir auf digitale Lernmanagement-Systeme, die wir den Marktentwicklungen anpassen“, erläutert Mebes. Wie wichtig das ist, bestätigt Daniela Stange, Personalreferentin beim Otto-Konzern, aus dem fünf der 68 angehenden Hamburger E-Commerce-Kaufleute kommen. Stange ist im Unternehmen zuständig für den neuen Ausbildungsgang. „Was heute im Onlinehandel angesagt ist, kann morgen ein alter Hut sein“, weiß die Expertin, die im ständigen Austausch mit den Lehrern der Berufsschule City Süd steht, sich dort sogar als Vorstandsmitglied engagiert.

Und alte Hüte, so viel steht fest, sind in der schönen neuen Shopping-Welt kaum mehr gefragt – weder im Sortiment noch in der Ausbildung. Deshalb wollen Daniela Stange und Michael Mebes auch weiterhin gemeinsam dafür arbeiten, dass der Fachkräftenachwuchs stets perfekt für die Anforderungen der Branche gerüstet ist.

Voneinander lernen

Eine gut funktionierende Kommunikation zwischen Berufsschule und Ausbildungsbetrieben wie in Hamburg ist nicht überall gängige Praxis. Vor allem, wenn es um die Vermittlung digitaler Kompetenzen geht, fehlt es an Austausch – beide Seiten wissen schlicht zu wenig über die Lerninhalte der jeweils anderen. Dies bestätigt nun eine repräsentative Umfrage, die das Institut für Demoskopie Allensbach im Auftrag der Deutschen Telekom Stiftung in gewerblich-technischen Berufsschulen und in mittelständischen Ausbildungsbetrieben durchgeführt hat.

www.telekom-stiftung.de/umfrage-digitales-lernen