

Kaufmann/Kauffrau im E-Commerce

Abschlussprüfung Teil 1

SORTIMENTSBEWIRTSCHAFTUNG UND VERTRAGSANBAHNUNG

Probeklausur 1

In dieser Übungsklausur kannst du 39 Punkte erreichen. Die Aufgaben dieser Übungsklausur orientieren sich am IHK-Prüfungskatalog und ähneln den Aufgaben, die in der „richtigen“ Prüfung gestellt werden können. Mit diesen Aufgaben kannst mit anderen Auszubildenden gemeinsam lernen, deine Ergebnisse vergleichen und Unklarheiten diskutieren. Lade deine Kollegen und Freunde am besten direkt in den Kurs ein. Zu vielen Aufgaben gibt es Lösungsvorschläge. Diese sollen dir eine Hilfestellung geben, allerdings gibt es bei vielen Aufgaben nicht nur "eine" richtige Lösung.

Viel Erfolg beim Lernen und für die Prüfung!

Wir haben Aufgaben und Lösungsvorschläge mit größter Sorgfalt erstellt, können jedoch nicht für die Richtigkeit aller Angaben garantieren.

Uns ist das die Einhaltung des Urheberrechts sehr wichtig. Von Azubinet erstellte Übungsaufgaben und Probeklausuren, die sich an den Lehrplänen orientieren, werden exklusiv für Auszubildende und deren Unternehmen zur Verfügung gestellt.

Original-Prüfungsaufgaben der Industrie- und Handelskammern müssen in Papierform bezogen werden. IHK-Prüfungsaufgaben und Musterlösungen dürfen nicht vervielfältigt oder öffentlich wiedergegeben werden. Zuwiderhandlungen werden seitens der Urheber zivil- und strafrechtlich verfolgt. Auch auf Azubinet dürfen keine IHK-Prüfungsaufgaben oder sonstige urheberrechtlich geschützte Werke ohne Genehmigung des Inhabers der Rechte veröffentlicht werden.

zuletzt überarbeitet 02.11.2021



Aufgabe 1 (27 Punkte)

Situation: Sie sind bei der GartenFreundt GmbH tätig und wirken beim Ausbau des Online-Shops mit. Die GartenFreundt GmbH nimmt ein neues Produkt in den Online-Shop auf. Beim neuen Produkt handelt es sich um den nachhaltig produzierten Gartentisch "Rilax", der aus zertifiziertem Holz hergestellt wird und das FairTrade-Siegel trägt. Folgende Angaben liegen Ihnen zum Gartentisch "Rilax" seitens des Lieferanten vor:

Rilax S: Durchmesser Tischplatte: 80 cm, Höhe 80 cm, einklappbar

Rilax L: Durchmesser Tischplatte: 140 cm, Höhe 90 cm, einklappbar, erweiterbar auf 180 cm

Beide Tischen gehören zur Serie "Rilax Gartenmöbel"

1. Waren- oder Dienstleistungssortiment mitgestalten und online bewirtschaften (12 Punkte)

1.1 Der Gartentisch "Rilax" soll im Online-Shop der GartenFreundt GmbH angeboten werden.

Welche **zwei** Filter in der Kategorie "Garten" des Online-Shops sind in Bezug auf den Tisch sinnvoll?

- a) Deko
- b) Gartenmöbel Serie Rilax
- c) Sofas
- d) Preis
- e) Schlafzimmer

1.2 Welches Produkt bietet sich an, wenn Sie "Cross-Selling" zum Gartentisch "Rilax" betreiben möchten?

- a) Der teurere Gartentisch "Premius"
- b) Der Gartenschlauch "Longus"
- c) Der günstigere Gartentisch "Budget"
- d) Der Gartenstuhl "Chillah"
- e) Gartenpflanzen

1.3 Bei welcher Antwortmöglichkeit handelt es sich nicht um Stammdaten des Gartentisches?

- a) Artikelnummer: 4781234
- b) Gewicht: 8,75 kg
- c) Sonnenschirmloch: vorhanden
- d) Hergestellt aus: Eukalyptus Hartholz, FSC-zertifiziert
- e) Bestellmenge: 100 Stück

1.4 Welche Maßnahme ist mit Hinblick auf die Nutzerfreundlichkeit des Online-Shops am besten geeignet?

- a) Entfernen von wenig beliebten Produkten aus den Suchergebnissen
- b) Reduzierung der Filtermöglichkeiten auf das Attribut "Preis"
- c) Übersicht zu allen Produkten auf der Landing Page
- d) Darstellung von Produktbeschreibungen ausschließlich im PDF-Format
- e) Zusammenfassen von Gartenstühlen, -tischen und Sonnenschirmen zur Kategorie "Garten"

2. Beschaffung unterstützen (10 Punkte)

2.1 Sie wirken dabei mit, Vertriebs- und Marketingstrategien für den neuen Gartentisch zu entwickeln.

Der Tisch soll im deutschen Markt (bestehender Markt) als bestehendes Produkt angeboten werden. Welche Marktstrategie bietet sich in diesem Fall an?

- a) Marktdurchdringungsstrategie
- b) Marktentwicklungsstrategie
- c) Produktentwicklungsstrategie
- d) Diversifikationsstrategie

2.2 Sie sind damit beauftragt worden, die Bestellmengen zu prüfen.

Welches Argument spricht für kleinere Bestellmengen bei einer größeren Anzahl von Bestellungen im Vergleich zu größeren Bestellmengen und einer geringeren Anzahl von Bestellungen?

- a) Die Gefahr von Bedarfsschwankungen ist geringer.
- b) Die Gefahr von Lieferengpässen ist geringer.
- c) Die Lagerkosten sind geringer.
- d) Die Bestellkosten sind geringer.
- e) Die Gesamtkosten sind immer geringer.

2.3 Die GartenFreundt GmbH möchte sich unabhängiger machen, indem sie anstatt von einem Lieferanten künftig von mehreren Lieferanten Verpackungen für Gartentische bezieht.

Wie wird die dann angewandte Beschaffungsstrategie genannt?

- a) Local Sourcing
- b) Just-in-Time
- c) Just-in-Sequence
- d) Multiple Sourcing
- e) Single Sourcing

2.4 Welche Aussage zum Trading-down ist richtig? Beim Trading-down wird darauf abgezielt, ...

- a) ... zu bestehenden Produkten möglichst passende Ergänzungen anzubieten.
- b) ... kostengünstige und einfache Vertriebsmethoden anderer Unternehmen zu übernehmen.
- c) ... die Beratung und Kundenbetreuung qualitativ bestmöglich auszugestalten.
- d) ... das Sortiment bestmöglich zu vertiefen.
- e) ... das Sortiment durch den Austausch durch höherwertige Produkte aufzuwerten.

2.5 In welchem der folgenden Beispiele handelt es sich um eine Nichtlieferung?

- a) Ein Besucher bricht seinen Besuch im Online-Shop nach nur einem Seitenaufruf ab (Absprung).
- b) Ein Besucher widerruft seine Bestellung, bevor die Ware versandt wurde.
- c) Ein Besucher tritt nach Empfang der Ware infolge einer Bestellung im Online-Shop vom Kaufvertrag zurück und sendet die bestellte Ware an die GartenFreundt GmbH.
- d) Ein Besucher des Online-Shops bricht seinen Einkauf ab, als er im letzten Bestellschritt seine Bezahltdaten eingeben soll.
- e) Aufgrund eines Lieferengpasses bei einem Lieferanten kann die im Online-Shop als "lieferbar" markierte Ware nicht geliefert werden.

2.6 Wobei handelt es sich um einen Nachteil eines Streckengeschäftes für den Betreiber des Online-Shops?

- a) Er kann die Liefertreue und Verfügbarkeit der Ware nicht direkt steuern.
- b) Die Lagerkosten beim Betreiber des Online-Shops steigen, weil die Bestellintervalle sinken.
- c) Das Risiko von Zahlungsausfällen steigt.
- d) Es kommt zu einer höheren Kapitalbindung für den Betreiber des Online-Shops.
- e) Er kann den Warenpreis nicht steuern und seinen Kunden keine Rabatte geben.

2.7 Ihnen liegen folgende Angaben zum Gartentisch "Budget" vor:

Preis je Verpackungseinheit: 48,40
 Einzelkosten je Stück: 12,10
 Verkaufspreis: 28,20
 Bestellmenge: 50 Verpackungseinheiten

Wie viele Stück gibt es pro Einheit? (1 Punkt)

4	8	,	4	0	€	=	4	S	t	ü	c	k												
1	2	,	1	0		=																		

2.8 Zum Gartentisch Budget liegen Ihnen für den vergangenen Monat folgende Zahlen vor:

Pageviews: 172.050
 Entgangene Pageviews: 13.950

Ermitteln Sie die Trefferquote in Prozent. (1 Punkt)

1	7	2	.	0	5	0	+	1	3	.	9	5	0	=	1	8	6	0	0	0										
1	7	2	.	0	5	0	/	1	3	.	9	5	0	=	9	2	,	5	%											

2.9 Sie möchten die Zielgruppen anhand demographischer Merkmale segmentieren.

Nennen Sie vier Merkmale, die Sie dafür verwenden können. (2 Punkte)

Alter, Geschlecht, Bildung, Herkunft

3. Vertragsanbahnung im Online-Vertrieb gestalten (11 Punkte)

3.1 Welche Zielsetzung sollte ein Online-Shop hinsichtlich des Begriffs Usability für den Kunden korrekterweise haben?

- a) Eine möglichst große Handelsspanne
- b) Offenbarung möglichst vieler Nutzungsdetails von Besuchern des Online-Shops für den Betreiber
- c) Einen möglichst hohen Wert des Warenkorbs
- d) Eine einfache, übersichtliche und transparente Bedienung für den Nutzer
- e) Eine möglichst große Auswahl an Artikeln

3.2 Den Erfolg Ihres Online-Shops können Sie anhand verschiedener Kennzahlen im E-Commerce messen. Welche Kennzahl ist dafür **nicht** geeignet?

- a) Click-Through-Rate
- b) Handelsspanne
- c) Retourenquote
- d) Time on Site
- e) Warenkorbwert

3.3 Was besagt das sogenannte Koppelungsverbot?

- a) Ein Kunde eines Online-Shops muss zwangsläufig ein Kundenkonto anlegen, damit sichergestellt wird, dass der Kunde tatsächlich existiert.
- b) Ein Online-Shop darf aus datenschutzrechtlichen Gründen nicht mehrere Käufe eines Kunden miteinander koppeln, um bspw. Versandkosten zu sparen.
- c) Ein Kunde eines Online-Shops muss eindeutig seine Einwilligung geben, um ein Kundenkonto anzulegen.
- d) Ein Online-Shop darf keine personenbezogenen Daten von registrierten Nutzern speichern, wenn diese keine Bestellungen ausgelöst haben.

3.4 Die GartenFreundt GmbH hat per E-Mail ein verbindliches Angebot an einen Kunden geschickt. Dieser nimmt das Angebot mit dem Hinweis an, dass er einen um 10 % rabattierten Gesamtpreis zahlt.

Welche Aussage ist richtig?

- a) Es ist ein nichtiger Kaufvertrag zustande gekommen.
- b) Es ist ein rechtsgültiger Kaufvertrag zu dem nicht rabattierten Preis zustande gekommen.
- c) Es ist ein rechtsgültiger Kaufvertrag zu dem zu 10 % rabattierten Preis zustande gekommen.
- d) Die Antwort des Kunden stellt eine neue unverbindliche Anfrage dar.
- e) Die Antwort des Kunden stellt ein neues Angebot dar, welches die GartenFreundt GmbH annehmen kann.

3.5 Welches Ziel verfolgt die vom Gesetzgeber eingeführte "Button-Lösung"?

- a) Sie soll Transaktionskosten senken.
- b) Sie soll den Rücktritt von einem abgeschlossenen Vertrag für den Verbraucher erleichtern.
- c) Sie soll die Transparenz im Bestellprozess im Online-Handel erhöhen.
- d) Sie soll für einen besseren Schutz der personenbezogenen Daten der Verbraucher sorgen.
- e) Keine der anderen Antwortmöglichkeiten ist richtig.

3.6 Vor der Bestätigung mit dem Button "jetzt kaufen" sieht der Nutzer eine Bestellungsübersicht.

Nennen Sie **drei** hilfreiche Funktionen, die in dieser Übersicht verwendet werden können. (3 Punkte)

bearbeiten der Menge von Produkten, löschen von Produkten,

Button "ich habe noch etwas vergessen" - zurück zum Shop

3.7 Nennen Sie **drei** häufige Gründe für einen Kaufabbruch in Online-Shops. (3 Punkte)

lange Ladezeit, favorisierte Zahlungsart wird nicht angeboten, abfrage zuvieler Daten der Kunden

4. Verträge aus dem Online-Vertrieb abwickeln (6 Punkte)

4.1 Ein Kunde kontaktiert den Kundenservice der GartenFreundt GmbH, weil die Datenübermittlung im Bestellprozess unterbrochen wurde.

Welche **zwei** Ursachen kann das haben?

- a) Im Online-Shop wurde eine Lieferzeit genannt, die aufgrund eines Lieferengpasses nicht eingehalten werden kann.
- b) Der Kunde hat eine falsche Kreditkartennummer im Bezahlprozess eingegeben.
- c) Der Server des Shop-Systems hatte einen Time-Out.
- d) Der Kunde hat eine falsche Postanschrift im Bestellformular angegeben.
- e) Die Internetverbindung des Kunden wurde unterbrochen.

4.2 Sie verschicken im Namen der GartenFreundt GmbH ein Angebot per E-Mail an einen Kunden.

Wie lange ist dieses Angebot bindend?

- a) Solange, wie Sie unter verkehrsüblichen Umständen eine Antwort vom Kunden erwarten können.
- b) 24 Stunden
- c) Eine Woche
- d) Einen Monat
- e) Gar nicht

4.3 Welche Aussage zum Widerrufsrecht ist richtig?

- a) Das Widerrufsrecht bei Kaufverträgen beträgt 14 Tage.
- b) Bei Fernabsatzverträgen beträgt das gesetzliche Widerrufsrecht 14 Tage, während dieses Widerrufsrecht nicht für Kaufverträge generell gilt.
- c) Wenn in den AGB keine abweichenden Formulierungen festgelegt werden, gilt auch für Fernabsatzverträge grundsätzlich kein Widerrufsrecht.
- d) Kunden von Online-Shops können innerhalb von 14 Tagen Käufe widerrufen, wenn der Verkäufer auf freiwilliger Basis eine solche Möglichkeit bietet.
- e) Bei Fernabsatzverträgen kann der Verkäufer in jedem Fall in den AGB festlegen, dass das 14-tätige Widerrufsrecht nicht gilt.

4.4 Nennen Sie **drei** Möglichkeiten, wie Sie in elektronischer Form eine Bestellbestätigung an einen Kunden versenden können. (3 Punkte)

E-Mail, Kundenportal, SMS
