

Aufstiegsweiterbildung

Gepr. Handelsfachwirt/in

Strukturwandel, Digitalisierung und veränderte Zielgruppenwünsche – Bedingungen in Handel und Vertrieb ändern sich rasant. Als Handelsfachwirt/Handelsfachwirtin (IHK) koordinierst du das Tagesgeschäft, sorgst für einen reibungslosen Ablauf im Betrieb und behältst das Handelsumfeld im Auge. Du verfügst über relevantes Branchenwissen und Führungskompetenzen, um jederzeit auf Entwicklungen reagieren zu können.

Der Abschluss der Weiterbildung entspricht der DQR-Stufe sechs (Bachelor). Eine Förderung von bis zu 75 % der Teilnahme- und Prüfungsgebühren ist mit dem Aufstiegs-Bafög möglich.

Lehrgangsdaten

Termine: Vom 21. April 2027 bis zum 22. Juli 2028
Montags und mittwochs von 17:30 bis 20:15 Uhr (online) und ca. 1 Samstag im Monat von 08:00 bis 13:00 Uhr in Präsenz

Niedersächsische Schulferien sind in der Regel unterrichtsfrei.

Optional: Vollzeitwochen zur intensiven Prüfungsvorbereitung vom 28. August bis zum 01. September 2028 (ganztägig, anerkannt als Bildungsurlaub)

Umfang: ca. 500 Unterrichtsstunden

Ort: Online über die Lernplattform ILIAS und Oldenburgische IHK
Moslestr. 4, 26122 Oldenburg

Entgelt: 4.490,00 EUR (Eigenanteil mit Aufstiegs-Bafög: 1.122,50 Euro) + Prüfungsgebühr; Ratenzahlung ist möglich!

Anmeldung: Die Anmeldung erfolgt ausschließlich online unter https://t1p.de/HFW_OL

Einen Überblick über weitere Bildungsanbieter, die auf IHK-Fortbildungsprüfungen vorbereiten, findest du auf www.wis.ihk.de

Kontakt

Dörte Oeltjen (Teilnehmemanagement)
Tel. 0441-2220-422
doerte.oeltjen@oldenburg.ihk.de

Sandra Baumann (Beratung)
Tel. 0441-2220-421
sandra.baumann@oldenburg.ihk.de

Förderung

Über das Aufstiegs-Bafög der NBank ist eine Förderung von bis zu 75 % der Teilnahme- und Prüfungsgebühren möglich (einkommensunabhängig). Informiere dich auf **www.nbank.de** oder bei unserer Weiterbildungsberatung.

Zulassungsvoraussetzungen und Prüfung

Die Teilnahme an der bundeseinheitlichen Abschlussprüfung ist an bestimmte Zulassungsvoraussetzungen gebunden, die spätestens zum Zeitpunkt der Prüfung erfüllt sein müssen.

Mit Anmeldung zum Lehrgang ist daher eine Kontrolle Ihrer Zulassungsvoraussetzungen durch die Prüfungsabteilung erforderlich. Eine Überprüfung der Zulassungsvoraussetzungen ist ausschließlich über unser Online-Portal auf unserer Homepage unter www.ihk.de/oldenburg (Nr. 3284026) möglich.

Die Anmeldung zur Prüfung ist unabhängig vom Lehrgang und eigenständig über das Online-Portal vorzunehmen.

Zur Prüfung ist zuzulassen, wer (zum Zeitpunkt der Prüfung) Folgendes nachweist:

1. eine mit Erfolg abgelegte Berufsausbildung im Handel und darauffolgend eine mindestens 1-jährige Berufspraxis
2. eine mit Erfolg abgelegte Abschlussprüfung als Verkäufer/in oder in einem anerkannten kaufmännisch-verwaltenden dreijährigen Ausbildungsberuf und danach eine mindestens zweijährige Berufspraxis oder
3. eine mit Erfolg abgelegte Abschlussprüfung zum Fachlageristen oder zur Fachlageristin und danach eine mindestens dreijährige Berufspraxis oder
4. den Erwerb von mindestens 90 ECTS-Punkten in einem betriebswirtschaftlichen Studium und eine mindestens zweijährige Berufspraxis oder
5. eine mindestens fünfjährige Berufspraxis

Die Berufspraxis muss in Verkaufstätigkeiten oder in anderen kaufmännischen Feldern im Handel (bzw. Vertrieb/Einkauf) erworben worden sein und inhaltlich wesentliche Bezüge zur Weiterbildung haben.

Inhalte

Die Prüfung als Handelsfachwirt/in (IHK) gliedert sich in zwei schriftliche und eine mündlichen Prüfungsteil.

Die erste schriftliche Teilprüfung gliedert sich in die Handlungsbereiche:

1. Unternehmensführung und -steuerung,
2. Führung, Personalmanagement, Kommunikation und Kooperation.

Die zweite schriftliche Teilprüfung gliedert sich in die Handlungsbereiche:

1. Handelsmarketing,
2. Beschaffung und Logistik,
3. Vertriebssteuerung (Wahlfach, derzeit keine Alternativen im Angebot)

Ergänzt wird die schriftliche Prüfung mit einer Präsentation (ca. 15 Min.) und einem situationsbezogenen Fachgespräch (ca. 20 Min.) (mündliche Prüfung). Dabei stellst du eine Problemstellung aus deiner betrieblichen Praxis vor - von der Analyse bis hin zu Lösungsansätzen unter Berücksichtigung wichtiger Einflussfaktoren. Es gilt zu zeigen, dass du Sachverhalte fachgerecht bewerten, kommunizieren und mit dem Prüfungsausschuss diskutieren kannst.

1. Unternehmensführung und -steuerung

In diesem Handlungsbereich wird das Zusammenwirken betrieblicher Aufgabenbereiche im Hinblick auf unternehmerische Ziele und Entscheidungen aufgezeigt. Dabei wird das prozessorientierte und unternehmerische Handeln trainiert.

Fachgebiete:	Inhalt:
Bewerten der Voraussetzungen, Chancen und Risiken unterschiedlicher Formen unternehmerischer Tätigkeit	Vor- und Nachteile unternehmerischer Selbstständigkeit
Entwickeln einer Geschäftsidee und Erstellen eines Businessplans auch unter Berücksichtigung der Besonderheiten einer Unternehmensübernahme	Qualitative und quantitative Bestandteile eines Businessplans
Gestalten der Unternehmensorganisation unter Berücksichtigung der Vor- und Nachteile von Kooperationen im Handel	Aufbauorganisation, Ablauforganisation
Anwenden der Kosten- und Leistungsrechnung sowie von Controllinginstrumenten	KLR im System des betrieblichen Rechnungswesens, Begrifflichkeiten, Kostenrechnungssysteme, Kostenartenrechnung, Kostenstellenrechnung, Kostenträgerrechnung, Teilkostenrechnungssysteme, Plankostenrechnung, Kennzahlen des Controllings

Analysieren der Unternehmensfinanzierung und Treffen von Finanzierungsentscheidungen	Zielsetzungen, Finanzierungsmöglichkeiten, Kennziffern
Umsetzen von Maßnahmen des Risikomanagements	Risikofelder, Risikomanagement

2. Führung, Personalmanagement, Kommunikation und Kooperation

In diesem Handlungsbereich lernst du, zielorientiert mit Mitarbeitenden, Auszubildenden, Geschäftspartner/innen und Kund/innen zu kommunizieren und zu kooperieren. Alle Mitarbeitenden sollen unter Beachtung der betrieblichen Rahmenbedingungen sowie der Unternehmensziele geführt und motiviert werden.

Themengebiete:	Inhalt: z.B.
Anwenden von Führungsmethoden	Ziele der Personalführung, Führungsgrundsätze, Führungsmethoden
Einsetzen von Methoden des Zeit- und Selbstmanagements	Aufgabenprioritäten, Instrumente des Zeitmanagements
Anwenden von Konzepten des Personalmarketings, Mitwirken bei der Personalauswahl und -einstellung	Konzepte, innerbetriebliche und außerbetriebliche Personalbeschaffung, Einstellen von Mitarbeitenden
Planen und Durchführen der Berufsausbildung	Ausbildungsberufe für den Betrieb, Betriebliche Ausbildungspläne, Durchführung der Ausbildung, Berufliche Handlungsfähigkeit entwickeln, Prüfungsvorbereitung, Ausbildungsende
Umsetzen von Beurteilungssystemen und Mitwirken an deren Weiterentwicklung	Ziele und Anlässe von Beurteilungen, Beurteilungsverfahren
Durchführen der Personalbedarfs-, Personalkosten- und Personaleinsatzplanung	Methoden und Instrumente der Personalbedarfsplanung
Planen und organisieren von Qualifizierungsmaßnahmen	Methoden zur Ermittlung des Weiterbildungsbedarfs, Lernprozesse, Erfolgsmessung

Auswerten von Personalkennziffern	Personalinformationssysteme, Balanced Scorecard
Bewerten der Vor- und Nachteile verschiedener Entgeltsysteme	Ziele der Entgeltfindung, Entgeltformen
Fördern der Entwicklung und Weiterbildung von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern sowie der Teamentwicklung, Durchführen und Auswerten von Mitarbeitergesprächen	Personalentwicklungsinstrumente on- the- job, Teamentwicklung, Kommunikation und Verhalten in Gruppen, Projektmanagement
Situationsgerechtes Kommunizieren mit internen und externen Partnern sowie zielgerichtetes Einsetzen von Präsentation- und Moderationstechniken	Konfliktmanagement, Präsentation- und Moderationstechniken, Kommunikation
Umsetzen der Vorgaben des Arbeits- und Gesundheitsschutzes	Gesundheit der Mitarbeitenden, Vereinbarkeit von Beruf und Familie

3. Handelsmarketing

In diesem Handlungsbereich werden Instrumente zur entscheidungsorientierten Marktbeobachtung vermittelt, um sie für Veränderungen auf den Absatzmärkten auf internationaler und nationaler Ebene zu sensibilisieren und Maßnahmen zur Gewinnung und Bindung von Kund/innen.

Themengebiete:	Inhalt:
Bewerten von handelsrelevanten Entwicklungen und Ableiten von Schlussfolgerungen	Aktuelle Trends, politisch-rechtliche Entwicklungen, Stakeholder des Handelsbetriebes Entwicklungen und Perspektiven der Betriebsformen und Kooperationen
Auswerten von Markt- und Zielgruppenanalysen und Bewerten von Marketingstrategien	Methoden der Marktforschung, Marktsegmentierung, Marketingstrategien
Einsetzen von Marketinginstrumenten unter Berücksichtigung von Standort und Zielgruppen	Standortentscheidungen, Preispolitik, Positionierung und Profilierung, Sortimentsstruktur, Markenpolitik, Produktlebenszyklus

Planen und Umsetzen von verkaufsfördernden Maßnahmen und einer kundenorientierten Servicepolitik	Instrumente des CRM, Beschwerdemanagement, Serviceangebote
Gestalten von Verkaufsflächen und der Warenpräsentation unter Berücksichtigung von Visual Merchandising	Verkaufsflächen, Warenpräsentation, Werbeplanung
Umsetzen standortbezogener Öffentlichkeitsarbeit	Public Relations (PR) und interne Kommunikationsinstrumente, PR im Krisenfall
Weiterentwickeln von Vertriebskonzepten unter besonderer Berücksichtigung von E-Commerce	Strategische Geschäftsmodelle im E-Commerce, E-Commerce Strategie, Vertriebswege, Marketinginstrumente, Controlling, rechtliche Rahmenbedingungen
Analysieren und Bewerten der Entwicklung von Märkten, des Wettbewerbs und gesamtwirtschaftlicher Nachfragestrukturen, Ableiten von Marktstrategien	Unternehmensplanungen entsprechend den Konjunkturzyklen, Globalisierung, Auswirkungen der EU, Controlling

4. Beschaffung und Logistik

In diesem Handlungsbereich wird die Fähigkeit erworben beschaffungs- und logistikbezogene Aufgaben im Handel systematisch und entscheidungsorientiert zu bearbeiten, umzusetzen sowie kennzahlenorientiert zu steuern.

Themengebiete:	Inhalt:
Ermitteln des Bedarfs an Gütern und Dienstleistungen unter Berücksichtigung von Qualität und Quantität	Analyse des Warenbedarfs, Analyse des Dienstleistungsbedarf
Umsetzen und Optimieren von Beschaffungs- und Logistikprozessen unter Berücksichtigung von Schnittstellen, E-Procurement und Konditionenpolitik	Beschaffungsprozesse, Beschaffungskonzepte, Beschaffungskonditionen, Beschaffungs- und Logistikcontrolling
Analysieren der Wirkungen beschaffungs- und logistikbezogener Entscheidungen auf die Wertschöpfungskette (Supply Chain Management) und Entwickeln von Verbesserungsmaßnahmen	Ziele und Aufgaben, Supply Chain Management Konzepte zur Verbesserung

Steuern von Transport- und Entsorgungsprozessen unter Berücksichtigung wirtschaftlicher und ökologischer Aspekte	Transportprozess, Transportkosten, Entsorgungsprozesse

5. Vertriebssteuerung

In diesem Handlungsfeld soll die Fähigkeit vermittelt werden, absatzbezogene Aufgaben zielgruppenorientiert zu planen, zu analysieren und kennzahlenorientiert zu steuern.

Themengebiete:	Inhalt:
Bewerten und Umsetzen von Vertriebs- und Sortimentsstrategien	Konzepte, Entscheidungskriterien und Vertriebsstrategien aus Kund/innen- bzw. Lieferantenperspektive
Planen und Durchführen von Maßnahmen zur Flächenoptimierung	Laufstudien, Verkaufsraumgestaltung, Visual Merchandising, Warengruppen-Management
Berücksichtigen von Zielgruppenbedürfnissen und Kund/innenverhalten bei Vertriebs- und Beschaffungsprozessen	CRM als Marketinginstrument, Erfassung von Reaktionen, Prozessqualität
Beurteilen und Umsetzen der absatzbezogenen Preis- und Konditionenpolitik	Preis- und konditionenpolitische Strategien, Instrumente und Integration