

karrierefürer

Das Jobmagazin für Hochschulabsolventen # 11.2016 – 10.2017



www.karrierefuehrer.de

Auch als iOS- und Android-App
Besuchen Sie uns in den Social Media

handel

+ E-Commerce

Internet der Dinge

Cognitive Computing

Nachhaltige Mode

Salz in der Suppe

Work-Life-Balance

Digitalisierung

Beacons und Wearables

Corporate Social Responsibility

Gespräche mit:

- * Gina Schöler
Glücksministerin
- * Dr. Michael Müller-Wünsch
CIO im Bereichsvorstand der
OTTO-Einzelgesellschaft
- * Viola Fuchs
Gewürzmüllerin in der
dritten Generation



Die Verschmelzung der Offline- mit der Online-Welt
Stationär wird digital

Partner: **IQB.de**
CAREER SERVICES



QR-Code mit dem Handy scannen und Firmenprofile direkt mobil lesen
Jetzt bewerben: **Aktuelle Firmenporträts**





Durchstarten

Hier bin ich richtig!

Praktikum, Abschlussarbeit, Traineeprogramm, Entwicklungsprogramm Marktleiter sowie Direkteinstieg: Ihr idealer Einstieg bei Kaufland!

Wir sind ein sehr erfolgreiches internationales Handelsunternehmen – leistungsstark, dynamisch und fair. Unser Team setzt auf Motivation und Engagement von jedem Einzelnen. Wir bieten Chancen, Erfolge und Zukunft.

Werden auch Sie Teil unseres Teams.

Jetzt informieren und bewerben: www.kaufland.de/studenten





Willkommen zur

neuesten Ausgabe des **karriereführer handel**, in der Sie spannende Themen rund um Ihren Einstieg ins Berufsleben finden, z. B. **#Cognitive Computing**, **#nachhaltige Mode**, **#Work-Life-Balance**, **#Corporate Social Responsibility** und **#Digitalisierung**. Nur das Beste wünscht Ihnen:

Ihr karriereführer-Team



Web: News, Themen wie Industrie 4.0, Digitale Transformation, Nachhaltigkeit, Leadership, Innovation u. v. m., Bewerbungsratgeber, Coaching, Top-Manager-Interviews, Erfahrungsberichte, Blog auf www.karrierefuehrer.de



Mobil: Sie möchten unsere Magazine auf dem Tablet oder Smartphone lesen? Kostenfreie Apps für iOS und Android gibt es unter www.karrierefuehrer.de.



Interaktiv: Folgen Sie uns in den jeweiligen Social-Media-Kanälen.

Impressum: **karriereführer handel** 12. Jahrgang, 11.2016-10.2017 Das Jobmagazin für Hochschulabsolventen ISSN: 1619-0025 **Herausgeber:** Walhalla u. Praetoria Verlag GmbH & Co. KG, Haus an der Eisernen Brücke, 93042 Regensburg, Fon: 0941 5684-0 Fax: 0941 5684-111 E-Mail: walhalla@walhalla.de Web: www.walhalla.de
Verlagsleitung karriereführer und Redaktionskonzept: Viola Strüder (verantw.), Redaktionsanschrift: Verlagsbereich karriereführer in der Walhalla u. Praetoria Verlag GmbH & Co. KG, Weyertal 59, 50937 Köln, Fon: 0221/4722-300 **Redaktion dieser Ausgabe:** Christiane Martin (verantwortlich), Wortfuchs, Ottostr. 3, 50823 Köln **Freie Mitarbeit:** André Boße, Stefan Trees **Anzeigen:** Meike Goldmann (verantw.) **Anzeigendisposition und -technik:** Verlag Loss Jonn Meike Goldmann, Neufelder Straße 18, 51067 Köln, Fon: 0221 6161-267 **Onlineauftritt:** www.karrierefuehrer.de **Grafik:** Olaf Meyer Gestaltung, Köln **DTP/Lithografie:** Köllen Druck+Verlag GmbH, Bonn+Berlin **Druck:** Westermann Druck GmbH, Georg-Westermann-Allee 66, 38104 Braunschweig, Fon: 0531 708-501, Fax: 0531 708-599 **Fotos: Cover:** Fotolia/Africa Studio/mrswilkins **Verlag:** Walhalla u. Praetoria Verlag GmbH & Co. KG, Haus an der Eisernen Brücke, 93042 Regensburg, Fon: 0941 5684-0 Fax: 0941 5684-111 E-Mail: walhalla@walhalla.de Web: www.walhalla.de **Geschäftsführer:** Johannes Höfer (V.i.S.d.P.). Der **karriereführer** recht wird auf 100 % chlorfrei gebleichtem Papier gedruckt. **Copyright:** © Walhalla u. Praetoria Verlag GmbH & Co. KG, Regensburg. Alle Rechte vorbehalten. Auszüge dürfen nicht ohne schriftliche Genehmigung des Verlages vervielfältigt oder verbreitet werden. Dies gilt auch für die Vervielfältigung per Kopie oder auf CD-ROM sowie die Aufnahme in elektronische Datenbanken.

Inhalt:



Foto: Fotolia/dashad



Dr. Michael Müller-Wünsch

Foto: OTTO



Mirjam Güleç

Foto: LIDL

Top-Thema

8

Stationär wird digital

Ziel der aktuellen Entwicklungen in der Handelsbranche ist es, die Offline- mit der Online-Welt zu verschmelzen – zum Beispiel durch das Internet der Dinge und Cognitive Computing, durch Beacons und Wearables.

Top-Manager

14

Dr. Michael Müller-Wünsch

Interview mit dem CIO im Bereichsvorstand der OTTO-Einzelgesellschaft

Einsteigen

18

Jung und erfolgreich bei Lidl

Mirjam Güleç ist Diplom-Betriebswirtin mit Schwerpunkt Controlling und beschreibt ihren Berufseinstieg.



karriereführer-Titel u. a. zu den Themen Wirtschaftswissenschaften, Consulting und Frauen in Führungspositionen gibt es kostenfrei unter dem QR-Code:



Judith Streicher

Foto: ALDI SÜD



Gina Schöler

Foto: Marco Schöler



Viola Fuchs

Foto: VIOLA'S

Auftsteigen

20

E-Mail für dich

Über den neuen Zertifikatslehrgang „CSR-Manager/-in (IHK)“

22

Duales Master-Studium

Judith Streicher absolviert das duale Master-Studienprogramm zur Regionalverkaufsleiterin bei der Unternehmensgruppe ALDI SÜD.

Inspiration

24

Warenkorb

Kultur-, Buch- und Link-Tipps

26

Zur Kenntnis

Wie man das Glück findet!? Gina Schöler stellt ihr interaktives Kunstprojekt „Ministerium für Glück und Wohlbefinden“ vor.

Ausatmen

32

Das letzte Wort

... hat Viola Fuchs, Gewürzmüllerin in der dritten Generation.

Standard

01

Editorial

01

Impressum

02

Inhalt

04

Inserenten

06

Kurz + knapp

Service

28

Checkliste Bewerbung

29

Firmenporträts

karriereführer crossmedial

Diese Ausgabe erscheint als:
 → Printmedium
 → iOS- und Android-App
 → E-Paper



Hinweise darauf finden Sie auch
 → auf unserer Facebook-Fanpage
 → auf unserem Twitter-Kanal
 → auf Pinterest und Instagram

Mehr dazu: www.karrierefuehrer.de

Inserenten



ALDI SÜD Dienstleistungs-GmbH & Co. oHG

7



Dr. August Oetker Nahrungsmittel KG

13

**KARRIERETAG
FAMILIENUNTERNEHMEN**
Deutschlands Familienunternehmer treffen Fach- und Führungskräfte

Der Entrepreneursclub

21



German Graduate School of Management and Law gGmbH

19

IQB.de

IQB Career Services GmbH

U3



Jobware Online-Service GmbH

23



Kaufland

Kaufland

U2



Lidl Dienstleistung GmbH & Co. KG

U4



messe.rocks GmbH

19



Netto Marken-Discount AG & Co. KG

5



WiSo-Führungskräfte-Akademie (WFA)

27





Netto
Marken-Discount

Starten Sie Ihre Karriere!

Wir sind ein stark expandierendes Unternehmen im Lebensmitteleinzelhandel. Mit derzeit 19 Niederlassungen, knapp 4.180 Filialen und rund 75.000 Mitarbeitern gehört die Netto Marken-Discount AG & Co. KG zu einem der beliebtesten und größten deutschen Marken-Discounter.

Wir bieten Hochschulabsolventen (m/w)

Trainee-Programme und Direkteinstiegsmöglichkeiten

in vielen Bereichen:

- Verkaufsleitung
- Zentralvertrieb
- Einkauf
- Logistik
- Controlling
- Personaladministration
- Marketing
- IT
- Revision

Wenn Sie Ihr Hochschulstudium erfolgreich abgeschlossen haben und idealerweise über erste praktische Erfahrung im Handel verfügen, freuen wir uns auf Sie!

Weitere Informationen finden Sie unter

www.nettodrom.de



Kurz+ knapp

von Christiane Martin

Verdienst

GEHÄLTER VON EINKÄUFERN

Über 1600 Einkäufer und Einkaufsleiter aus Deutschland gaben für den „Einkäufer-Gehaltsreport 2016“ Auskunft. Ausgewertete und veröffentlicht wurden die Ergebnisse von Kloepfel Consulting und „Wer liefert was“. Demnach haben Einkäufer und Einkaufsleiter von 2015 auf 2016 keine signifikanten Gehaltssteigerungen bekommen. „Zum einen ist davon auszugehen, dass die Unternehmen aufgrund der verschiedenen weltweiten Krisen bei Gehaltssteigerungen zurückhaltender geworden sind. Zum anderen ist den Einkaufsmanagerinnen und Einkaufsmanagern zu empfehlen, sich im Unternehmen besser zu positionieren. Etwa durch das Einführen neuer Einkaufstechnologien, Fortbildungen oder schlicht besseren Netzwerken im Unternehmen. Gerade Industrie 4.0 bietet den Neugierigen und den Netzwerkern unter den Einkaufsmanagern enorme Karrierepotenziale.“ www.wlw-interactive.com/gehaltsreport2016

Nachhaltigkeit

MARKT FÜR NACHHALTIGE MODE

Das Marktforschungsinstitut Dr. Grieger & Cie. hat in einer repräsentativen Umfrage 1019 Verbraucher zu nachhaltiger Bekleidung und Mode befragt. Die Ergebnisse überraschen: Die Studie belegt, dass die Marke von Kleidung als eher unwichtig eingestuft wird. Vielmehr erwarten Verbraucher Qualität und Langlebigkeit ihrer Kleidung. So werden Lieblingsstücke im Schnitt neun Jahre aufbewahrt und getragen. Das Bewusstsein für Nachhaltigkeit ist inzwischen auch im Kleiderschrank der Deutschen angekommen: Knapp drei Viertel der Befragten halten Nachhaltigkeit in Bezug auf Bekleidung für wichtig. So haben drei von zehn Deutschen in den letzten zwölf Monaten bereits auch mindestens ein nachhaltig produziertes Kleidungsstück gekauft. Um die Kaufbereitschaft für nachhaltige Mode weiter zu steigern, müssten die Befragten sichergehen können, dass die gekauften Produkte zu 100 Prozent nachhaltig sind, so die Autoren der Studie. Orientierung könnten hier Nachhaltigkeitssiegel geben: Sechs von zehn Befragten sind Gütesiegel beim Kauf von Kleidung wichtig. www.grieger-cie.de/slowfashion

Zukunft

PERSPEKTIVEN FÜR DEN HANDEL VOR ORT

Was passiert mit unseren Innenstädten, wenn die Digitalisierung des Handels immer mehr an Fahrt aufnimmt? Zukunftsforscherinnen haben im Retail Report 2017 Szenarien und Strategieansätze für die Zukunft kleiner und mittelgroßer Städte entwickelt – herausgegeben vom Zukunftsinstitut und dem Wirtschaftsmagazin „Der Handel“. Der wirtschaftliche Erfolg der mittelgroßen und kleinen Innenstädte in Deutschland wird demnach in Zukunft zu einer großen Herausforderung aller Akteure: Einzelhändler, Städtebauer und Stadtplaner, Architekten, Stadtmarketing, Immobilienentwickler und -besitzer. Eine der zentralen Anforderungen mit Blick auf den Handel lautet: ein umfangreiches Angebot mit lokaler Verankerung und Kundennähe zu verbinden. Denn Konsumenten sind es bereits heute nicht mehr gewohnt, eindimensional einzukaufen und sich mit einer beschränkten Auswahl vor Ort zufriedenzugeben. Was man noch alles über den Handel im digitalen Wandel wissen sollte – vom Streaming-Trend über Hobby Professionals und Chatvertising bis hin zum neuen Luxus als Rebellion – präsentiert der Report auf über 100 Seiten. Außerdem liefert er eine übersichtliche Zusammenstellung der wichtigsten Fakten der deutschen Handelslandschaft. www.zukunftsinstitut.de und www.dfv.de

Foto: Olaf Meyer



... Aufgabenvielfalt.

Das Training on the Job und das duale Master-Studienprogramm bei ALDI SÜD.

Einfach entscheiden, mit welchem Weg Sie ans Ziel kommen.

Teamspirit, Entwicklungsperspektiven und Internationalität sind Ihnen bei der Planung Ihrer Karriere besonders wichtig? Wir bei ALDI SÜD bieten Ihnen direkt zwei Einstiegsmöglichkeiten für die Position des Regionalverkaufsleiters: Bewerben Sie sich doch gleich für unser einjähriges Training on the Job oder unser berufsbegleitendes Master-Studienprogramm.

Nach unserem einjährigen Training on the Job erwarten Sie neben vielseitigen Managementaufgaben die Verantwortung für ca. sechs Filialen mit mindestens 50 Mitarbeitern. Unser berufsbegleitendes Master-Studienprogramm umfasst eine gelungene Kombination von Praxis und Theorie. In den Praxisphasen durchlaufen Sie unser Training on the Job zum Regionalverkaufsleiter und beenden Ihr Studium mit dem Abschluss „Master of Arts International Retail Management“ an der renommierten „ESB Business School“ in Reutlingen, in der Nähe von Stuttgart.

Entscheiden Sie sich für weniger Alleingang und mehr Teamarbeit. Für weniger Monotonie und mehr Vielfalt. Für weniger Vorurteile und mehr Vorteile. Mehr unter karriere.aldi-sued.de

Um Ihnen den Lesefluss zu erleichtern, beschränken wir uns auf männliche Bezeichnungen. Bewerberinnen sind uns selbstverständlich gleichermaßen willkommen.

Einfach. Erfolgreich.
karriere.aldi-sued.de



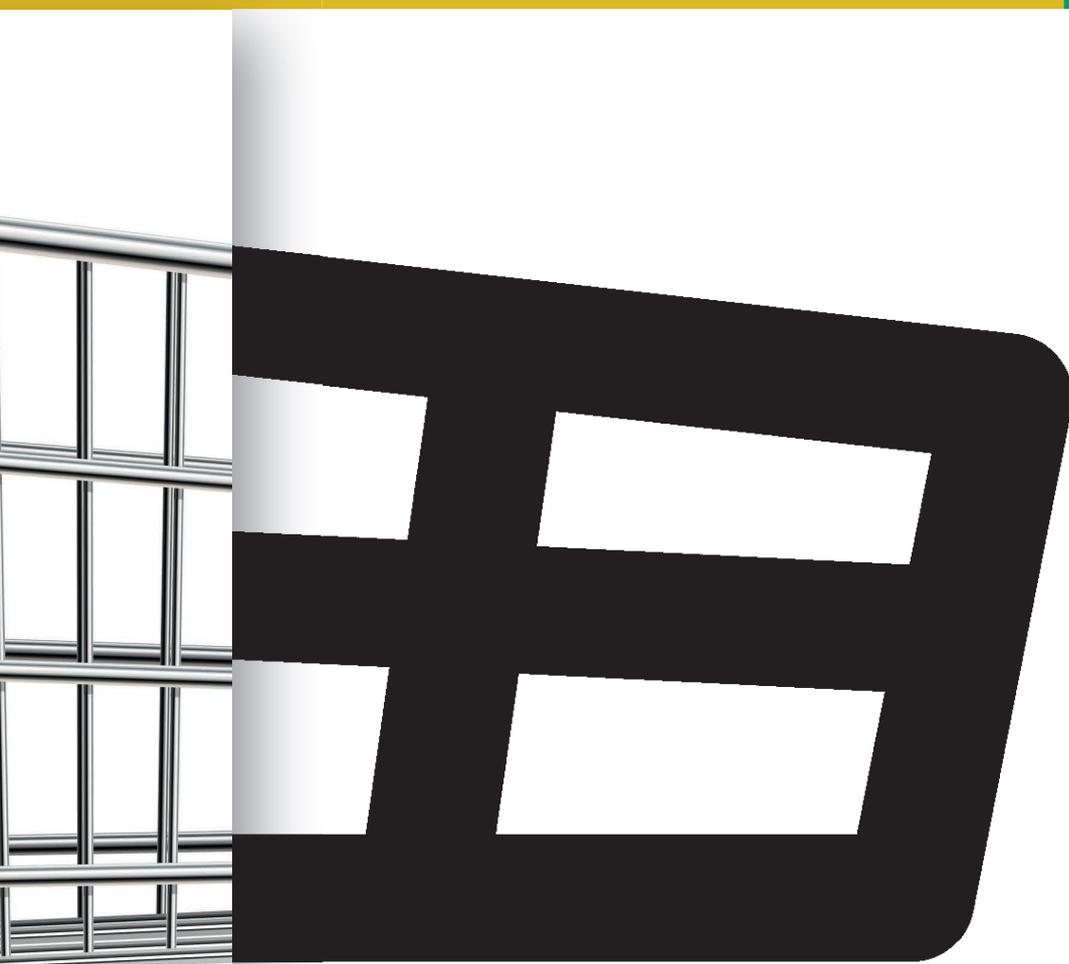
Die Verschmelzung der Offline- mit der Online-Welt

Stationär
wird
digital



Die spannendsten Innovationen in der Handelsbranche haben die Shops im Fokus: Ziel der Entwicklungen ist es, die Offline- mit der Online-Welt zu verschmelzen. Stichworte sind das Internet der Dinge und Cognitive Computing, Beacons und Wearables. Wir erklären, was hinter den Innovationen steht, warum Probleme bekommt, wer sie ignoriert, und wie der Handelsnachwuchs davon profitieren wird. Von André Boße

Top-Thema



Disruption – das klingt schon mal gar nicht gut. Irgendwie nach Unheil. Doch keine Angst: Im Grunde stecken hinter dem Begriff viele Chancen für den Handel. Das ist die gute Nachricht. Die schlechte: Wer diese Chancen nicht nutzt, wird Probleme bekommen. Disruptiv, das Adjektiv, wird laut Duden mit „zerstörend“ definiert. Unter disruptiver Technologie versteht man in der Wirtschaft Innovationen, die so viele Änderungen implizieren, dass bereits kurz nach ihrer Einführung kein Stein mehr auf dem anderen steht. Disruptive Technologien sind nicht neu, gerade im Handel nicht. Die Idee eines Discounters hat einst den Tante-Emma-Läden zugesetzt. Doch die Disruption, die aktuell von der Digitalisierung ausgeht, hat in Sachen Dynamik

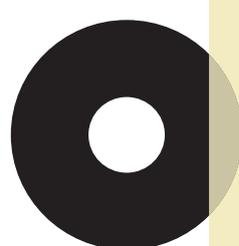




Foto: Fotolia/MaxFrost

und Relevanz deutlich mehr zu bieten. In einem Wahnsinnstempo verändern digitale Innovationen das Kaufverhalten der Kunden. Einige Branchen sind dadurch schon komplett durcheinandergewirbelt worden, der Buchhandel zum Beispiel oder die Musikindustrie. Jedoch steht der Handel nicht bereits am Ende des Zeitalters der totalen Veränderung. Die Branche steckt mittendrin. Einige Experten sagen sogar, jetzt gehe es erst richtig los. Und zwar nicht nur im Netz. Sondern insbesondere in den Geschäften.

Online-Durchbruch in Stores

„Wir erleben, dass sich der stationäre Einzelhandel zunehmend digitalisiert“, sagt Wilfried Malcher, Geschäftsführer für Bildung und Berufsbildung beim Handelsverband Deutschland (HDE). Ein wichtiger Schritt, der diese Entwicklung weiter befeuert, sei der Wegfall der WLAN-Störerhaftung: Nun ist der Anbieter eines freien Hotspots in einem Store nicht mehr für das eventuelle Fehlverhalten Dritter haftbar. „Das“, glaubt Malcher, „löst einen Innovationsschub im stationären Handel aus und treibt die digitale Verzahnung zwischen stationärem Geschäft und Online voran.“ Diese Dynamik zu forcieren, daran arbeitet Richard Lemke, Geschäftsführer des Technologieunternehmens Favendo, einem Entwickler für digitale Innovationen für den stationären Handel. Wer mit Lemke über die Shops der Zukunft spricht, glaubt schon bald, die Shopping-erfahrung von morgen habe mehr mit einem Videospiel zu tun als mit

dem klassischen Einkaufsbummel. So spricht der CEO von „FlowTrackern“, die es ermöglichen, „Kundenströme und Bewegungen zu erfassen, ohne dass der Besucher dazu eine bestimmte App nutzen muss“. Auch das Internet der Dinge werde im stationären Handel verstärkt eine Rolle spielen, glaubt Lemke: „Das Smartphone wird zu einer Art Fernbedienung, um mehr Informationen über die Waren in der nahen Umgebung zu erhalten.“ Von solchen „Smart Stores“ profitiert dann auch der Händler: Produkte, Store-Infrastruktur und Kunde vernetzen sich, das legt Laufwege und Kaufverhalten offen. Über Sensoren und Kameras erhält der Händler riesige Datenmengen, wobei es bereits mit Künstlicher Intelligenz ausgerüstete Maschinen gibt, die in der Lage sind, aus diesen Daten Muster zu erkennen und Schlüsse zu ziehen. „Cognitive Computing“ nennt sich diese Entwicklung: IT-Systeme beobachten und bewerten alles, was im Geschäft passiert – und liefern dem Händler aufbereitete Daten, mit deren Hilfe er sein Angebot optimieren kann.

Beacons und Wearables

„Location-based Services“ heißen diese digitalen Möglichkeiten, mit denen man als Händler mehr über den Kunden erfahren und diesem gleichzeitig mehr bieten kann. Eine der interessantesten Innovationen auf diesem Feld nennt sich Beacon. Die Idee: Im Laden gibt es Sender, die per Bluetooth-Technologie Informationen an die Empfänger schicken. „Wir müssen uns vor Augen halten, dass 90 Prozent aller





Foto: Fotolia/Kucherav

Kunden inzwischen ganz selbstverständlich das Smartphone während des Einkaufs nutzen“, sagt Richard Lemke, der mit seinem Unternehmen die Beacon-Technologie in Deutschland voranbringen will. Nun erhält das Smartphone sogar noch Konkurrenz: So genannte Wearables wie Datenbrillen, Uhren oder mit RFID-Technik ausgerüstete Kleidungsstücke vernetzen den Konsumenten noch direkter mit den digitalen Kanälen.

Funktionierendes Marketing

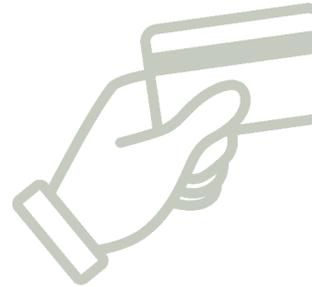
Für den Kunden wird die Offline-Welt des Shoppings im Laden also mit der Online-Welt verschmelzen. Dass der Händler daher versucht, den Kunden nicht nur durch haptische, sondern auch durch digitale Angebote zu erreichen, ist also logisch. „Für den Händler ist es ein großer Vorteil, dass er seine Kunden und deren Verhalten in seinem Geschäft viel genauer kennenlernt, als es bisher möglich war“, sagt Lemke. Zudem gewinne der Händler einen sehr genauen Überblick darüber, welche Marketingmaßnahmen funktionieren und welche nicht, also welche Angebote Kunden interessieren – und welche er ignoriert. „Das Stochern im Dunklen hat damit ein Ende.“

Die Idee von Beacons ist nicht neu, flächendeckend durchgesetzt hat sie sich bislang noch nicht. Doch nun geht es los, glaubt der Favendo-Gründer. „Die Phase der kleinflächigen Piloten ist zu Ende. Im Handel erleben wir aktuell den Sprung in großflächige Anwendungsszenarien.“ Aktuell habe ein Handels-

konzern in England und Frankreich 24 Einkaufszentren komplett mit Beacon-Infrastrukturen ausgestattet. Interessant ist die Technik auch für die Außenwerbung: Beacons schaffen Mehrwerte, in dem sie dem Kunden Angebote aufs Smartphone schicken. „Viele große Unternehmen sind aktuell extrem aktiv. Der Durchbruch ist da“, glaubt Lemke. Wichtig sei nun, dass die Händler verantwortungsbewusst mit den neuen Möglichkeiten umgehen. „Beacon-Technologie beinhaltet die Gefahr, den Kunden permanent anzusprechen und zu penetrieren“, sagt Lemke. „Wenn Beacons auf die Möglichkeit reduziert werden, dem Kunden ungefiltert eine Push-Nachricht nach der anderen zu schicken, ist das extrem kontraproduktiv. Händler müssen diese neue Technologie daher unbedingt aus Kundensicht denken.“ Wilfried Malcher vom HDE glaubt, dass der Handel in dieser Hinsicht das richtige Maß finden wird. „Der Einzelhandel ist von jeher eine kundengetriebene Branche. Letztlich wird sich die Digitalisierung auf dem von Kunden gewünschten Niveau einpendeln.“

Back-Office durchdigitalisiert

Das gilt für alle von den Konsumenten sichtbaren Prozesse. Das Back-Office hingegen werde entlang der gesamten Wertschöpfungskette auf jeden Fall weiter digitalisiert, glaubt Malcher. „Ganz einfach, weil hier erhebliche Qualitäts- und Leistungsverbesserungen möglich sind.“ Das gilt insbesondere für Bereiche wie Logistik und Vertrieb, wo digitale Software viele Abläufe optimieren kann.



DIGITALE KASSEN

„Haben Sie Payback?“ Jeden Tag wird diese Frage tausendfach an den deutschen Supermarktkassen gestellt. Damit ist es bald vorbei: Dann erkennt das Kassensystem selbst, ob ein Kunde ein Loyalty-Programm nutzt oder nicht. Wilfried Malcher vom Handelsverband Deutschland (HDE) geht davon aus, dass sehr bald jede Kasse WLAN-optimiert ist. „Das treibt die Verknüpfung von Kassensystemen mit dem Smartphone des Kunden voran. Mit Hilfe von Apps werden Handelsunternehmen dann Zahlungsfunktionen, Kundenbonusprogramme und Couponaktionen stärker als bisher verzahnen.“





FINANZLÜCKE

45 Prozent der Handelsunternehmen in Deutschland, Österreich und der Schweiz bemängeln Finanzierungslücken als eine Hürde, die den Start der digitalen Transformation im eigenen Hause blockiert. Gleichzeitig sieht sich die Branche wegen des Innovationstempos unter Zugzwang gesetzt: 77 Prozent rechnen bis spätestens 2018 mit einer grundlegend neuen Wettbewerbsslage als Folge der digitalen Revolution. Das sind Ergebnisse der Studie „Digitale Agenda 2020“ von CSC, die im Juni 2016 in Deutschland, Österreich und der Schweiz durchgeführt wurde.

www.csc.com

Dabei glaubt der Experte vom Handelsverband nicht, dass sich Online- und Offline-Shoppingwelt dahingehend aufteilen, dass es im Internet nur noch um den günstigsten Preis geht und in den Stores um die Shopping-Erfahrung. „Die Entwicklung geht gerade nicht zu einer zweigeteilten Handelswelt, sondern vielmehr in Richtung Verschränkung von Off- und Online“, sagt Malcher. Die Handelsunternehmen müssten daher sowohl beim Stadtbummel als auch im Internet für ihre Kunden da sein. „Erfolgreich werden die Händler sein, die konsequent die Vorteile beider Welten miteinander verbinden und den Kunden so einen Mehrwert bieten.“ Ein Beispiel sei Click & Collect. Mit diesem Verfahren können die Kunden Ware im Internet bestellen und dann persönlich im Laden abholen. Malcher: „Dass der Trend in Richtung Cross- und Multichannel-Handel geht, lässt sich daran erkennen, dass immer mehr bisher reine Online-Händler stationäre Geschäfte eröffnen und diese wie selbstverständlich mit dem Online-Geschäft verzahnen.“

Menschlich geprägtes Business

Da ist es nur logisch, dass der Handel nach Nachwuchskräften Ausschau hält, die sich in beiden Welten bestens

auskennen. „Wie bei allen großen Innovationen, tragen auch bei der Digitalisierung junge Generationen neue Herangehensweisen in das Arbeitsleben, die Probleme auf neue Art lösen“, sagt der HDE-Bildungsexperte. „Die junge Generation nutzt mit bisher nie dagewesener Selbstverständlichkeit digitale Medien. Das bringt neue Impulse in die Unternehmen.“ Zudem sei es mit digitalen Vorkenntnissen deutlich einfacher, sich im Studium den berufs- oder fachbezogenen Umgang mit der digitalen Technik und der geeigneten Software anzueignen. Sind in diesem Zusammenhang die klassischen Kompetenzen von Handelsprofis nicht mehr gefragt? Wird die Branche zunehmend von IT-Spezialisten übernommen? Malcher glaubt das nicht. „Weiterhin stehen Branchenwissen und soziale Skills, Teamfähigkeit, Lernbereitschaft und interkulturelle Kompetenzen im Mittelpunkt.“ Bei aller Veränderungsdynamik, bei aller Disruption: Hier bleibt sich der Handel treu – er bleibt auch nach der Digitalisierung ein menschlich geprägtes Business. Wenn auch mit neuem Vorzeichen.

Mit Qualität Zukunft gestalten.



www.oetker.de/karriere

„Nach meinem Studium stand sofort fest: Bei Dr. Oetker habe ich als Trainee in einem Familienunternehmen mit internationaler Präsenz beste Entwicklungsmöglichkeiten. Gemeinsam mit tollen Kollegen innovative Ideen entwickeln und umsetzen, sämtliche Sortimentsbereiche kennenlernen, spannende Auslandseinsätze absolvieren – meine Erwartungen wurden mehr als erfüllt.“

Tim Hempelmann



Bei Dr. Oetker steht Qualität an erster Stelle. Auch dann, wenn es um Ihre Zukunft und Ihre Karriere geht! Denn bei der beliebtesten Marke im Bereich Lebensmittel erwarten Sie vielfältige Perspektiven – und das sogar mit internationalem Geschmack. Schließlich sind wir in mehr als 40 Ländern vertreten – und suchen an vielen Standorten Verstärkung. Wir unterstützen Sie auf Ihrem Weg und vermitteln Ihnen die Kompetenzen und Fähigkeiten, die Sie brauchen, um erfolgreich zu sein und nachhaltige Karriere zu machen. Starten Sie bei uns durch! Wir suchen engagierte

» Absolventen und Studenten (m/w)

Kommunikative Teamspieler, die den Kopf voller Ideen haben, Verantwortung übernehmen und Lösungen entwickeln möchten und Ziele mit Ausdauer und Begeisterung verfolgen, sind bei uns richtig. Erleben Sie tolle Kollegen, ein globales, von Respekt geprägtes Umfeld und gestalten Sie Ihre Zukunft bei Dr. Oetker. Worauf warten Sie noch? Bewerben Sie sich jetzt! www.oetker.de/karriere

Der Digi-Händler. Dr. Michael Müller-Wünsch startete seine Karriere als Informatiker und promovierte im Bereich der Künstlichen Intelligenz. Schnell erkannte er, dass seine IT-Fähigkeiten im Handel besonders gefragt sind: In kaum einer anderen Branche sind die Umwälzungen der Digitalisierung so stark spürbar. Heute sitzt der 55-Jährige als CIO im Bereichsvorstand der OTTO-Einzelgesellschaft. Im Gespräch erklärt er, warum das Smartphone zum Zepter des Kunden geworden ist und weshalb der Handel trotz aller Automatisierung eine menschliche Branche bleiben wird.

Das Interview führte André Boße.

Dr. Michael Müller- Wünsch



”
Im Handel geht es um persönlichen Kontakt, Beratung, Erreichbarkeit, Verantwortung, Vertrauen. Diese Disziplinen und Werte kann uns keine Maschine abnehmen.“

Herr Dr. Müller-Wünsch, Ihr Ziel ist es, Otto zu einem „Intelligenten Echtzeit-Unternehmen“ zu machen. Für welche Möglichkeiten steht der Begriff „Echtzeit“?

Wir wollen weg von der sogenannten Stapelverarbeitung. Stattdessen möchten wir Daten über zunehmend automatisierte und selbstlernende Prozesse jederzeit sofort nutzbar machen – und zwar möglichst ohne Brüche und ohne Zeitverzug. Unser Ziel ist es, die Wünsche der Konsumenten immer besser zu antizipieren und ihnen in jedem Augenblick und bei jedem Klick auf unsere Online-Seiten maximal relevante Angebote auszuspielen.

Sie sagen, die IT sei im Handel vielerorts kein Werkzeug mehr, sondern Kern jeglicher Prozesse. Was bedeutet das konkret?

IT schafft die Voraussetzungen dafür, dass wir schnell und flexibel auf Änderungen im Markt und im Kundenverhalten reagieren können. Nehmen Sie zum Beispiel das Thema Business Intelligence: Mit der Hilfe von Algorithmen können wir den Absatz unserer Artikel prognostizieren. Wir können ablesen, wie oft ein bestimmtes Kleid zu einem bestimmten Zeitpunkt voraussichtlich nachgefragt werden wird. Entsprechend zielgerichtet können wir die Mengen planen. Auf der anderen Seite sorgen Data-Science-Methoden unter anderem auch dafür, dass wir unsere Budgets für Onlinemarketingmaßnahmen optimal einsetzen. Beide Beispiele wirken sich damit direkt auf den wirtschaftlichen Erfolg unseres Unternehmens aus.

Wie haben sich zuletzt die Shopping-Erwartungen der Kunden gewandelt? Welche Wünsche und Bedürfnisse nehmen an Bedeutung zu?

Kunden erwarten heute zurecht eine maximale Planbarkeit und Verlässlichkeit in der Zustellung – insbesondere dann, wenn es um Speditionsartikel wie Möbelstücke geht, die übrigens immer öfter online gekauft werden. Wir haben deshalb mithilfe einer IT-Schnittstelle zu unserem Logistikpartner nicht nur eine stundengenaue Liefervorhersage für Normalsendungen, sondern auch eine Lieferung zum Wunschtermin für Großstücke eingeführt. Eine weitere wesentliche Entwicklung ist sicherlich der Mobile Shift: Kunden erwarten, dass sie die Online-Angebote auf jedem ihrer Geräte gleichermaßen nutzen können.

Welche Rolle spielt dabei das Smartphone? Ist es bereits der bedeutsamste Shopping-Assistent der Kunden?

Bei uns kommt inzwischen mehr als jeder zweite Online-Visit über mobile Endgeräte, mehr als ein Drittel der Nachfrage wird bereits über Smartphones und Tablets generiert. Das zeigt uns ganz deutlich, wohin die Reise geht. Wir setzen bereits seit April 2015 auf Responsive Design.

Spruch: Die Websites passen sich automatisch dem jeweils genutzten Endgerät an.

Genau. Wir tun viel dafür, unseren Shop zum besten Angebot im Hosentaschenformat zu machen. Als wohl persönlichstes Endgerät, das die Konsumenten auf Schritt und Tritt begleitet, bietet uns das Smartphone immense Möglichkeiten der Kundenbindung.

Während früher die Prozesse häufig von logistischen Bedingungen beeinflusst wurden, ist die neue IT-Technologie sehr stark am Kunden

orientiert. Ist die Floskel, der Kunde sei König, nun endgültig digitale Realität geworden?

Unbedingt. Unser Konzernvorstand Alexander Birken hat mal gesagt: „Der Kunde ist König, und die Zepter der Moderne sind Smartphones und Tablets.“ Ich finde, das bringt es sehr gut auf den Punkt.

Was bedeutet die digitale Transformation im Handel für Absolventen, die sich für eine Karriere in der Branche interessieren? Muss ein Einsteiger heute dringend IT-Know-how mitbringen? Und verlieren alte Handelskompetenzen gegenüber dem digitalen Wissen an Bedeutung?

Entscheidend für den Erfolg ist aus meiner Sicht, dass IT-Experten und die diversen Fachbereiche noch näher zusammenrücken und partnerschaftlich um die beste Lösung für die Konsumenten ringen. Technologie darf nicht länger im Maschinenraum verborgen bleiben, sondern muss direkt im Business mitmischen und hier auch Impulse setzen. Aus der unmittelbaren Zusammenarbeit heraus wird das Verständnis füreinander weiter wachsen – übrigens in beide Richtungen. Gerade im Handel ist der menschliche und kommunikative Faktor auch weiterhin unerlässlich. Fachlich erwarte ich, dass Menschen neben einer natürlich-sprachlichen Fremdsprache sich auch in einer Programmiersprache auskennen. Das ist eine der Dialogschnittstellen zur Technologie!

Die Einsteiger aus den Generationen Y und Z sind Digital Natives und leben ein Online-Verhalten vor, das ältere Kollegen häufig erst noch erlernen müssen. Ist das ein echter Vorteil?

Wir können gar nicht genug bekommen vom digitalen Nachwuchs! Ganz



Foto: OTTO



Foto: OTTO

im Ernst: Wir sind laufend auf der Suche nach neuen Fachexperten in den technologischen Bereichen. Unser Erfolg basiert aber ebenso auf dem riesigen Erfahrungsschatz vieler Mitarbeiter, die den Wandel unseres Unternehmens schon länger mitgestalten. Entscheidend ist es, die gesamte Mannschaft in den digitalen Transformationsprozess zu involvieren und die Mitarbeiter ins Gespräch zu bringen. Ein Beispiel dafür: In einem Prozess, an dessen Gestaltung unsere Mitarbeiter beteiligt waren, haben wir für die Otto-Einzelgesellschaft die Vision „Wir machen digitale Zukunft“ erarbeitet, die nun als emotionale Klammer der Organisation dient. Sie stärkt den Zusammenhalt und animiert explizit auch zum Erfahrungsaustausch.

Andererseits scheint der Handel in Richtung Vollautomation zu gehen. Mit Blick auf intelligente IT-Systeme, Packroboter und Transport-Drohnen – sind in Zukunft Handelsprozesse ganz ohne menschliches Zutun vorstellbar?

Auch wenn wir uns auf dem Weg zur Tech-Company befinden: Wir werden dabei ein sehr menschlich geprägtes Unternehmen bleiben. Das schließt sich für uns nicht aus. Im Handel geht es schließlich darum, die Bedürfnisse der Konsumenten zu verstehen. Es geht um persönlichen Kontakt, Beratung, Erreichbarkeit, Verantwortung, Vertrauen. Diese Disziplinen und Werte kann uns keine Maschine abnehmen.

ZUR PERSON

Dr. Michael Müller-Wünsch, Jahrgang 1961 und gebürtig aus Berlin, ist seit Sommer 2015 Otto-Bereichsvorstand Technology (CIO). Nach seinem Abschluss als Diplom-Informatiker an der TU Berlin im Jahr 1985 war er dort zunächst als wissenschaftlicher Mitarbeiter tätig. 1991 promovierte er und setzte seine wissenschaftliche Laufbahn bis 1996 als Hochschulassistent im Bereich Wirtschaftsinformatik fort. Danach wechselte er in die freie Wirtschaft und übernahm Führungspositionen in Unternehmen wie Herlitz, myToys.de oder Lekkerland, wo er bereits als CIO tätig war. In der neu geschaffenen Funktion des Otto-Bereichsvorstands Technology verantwortet der dreifache Vater die Weiterentwicklung der IT-Landschaft.

ZUM UNTERNEHMEN

Die Otto-Einzelgesellschaft ist Teil des Handels- und Dienstleistungskonzerns Otto Group. Das Unternehmen hat seinen Sitz in Hamburg und beschäftigt deutschlandweit gut 4300 Mitarbeiter. Rund 90 Prozent des Gesamtumsatzes erwirtschaftet das Handelsunternehmen mittlerweile über das Online-Hauptportal otto.de sowie über weitere Online-Spezialshops. Damit ist Otto in Deutschland der größte Onlinehändler im Bereich Fashion und Lifestyle sowie der zweitgrößte Online-Händler insgesamt.

„Entscheidend für den Erfolg ist aus meiner Sicht, dass IT-Experten und die diversen Fachbereiche noch näher zusammenrücken und partnerschaftlich um die beste Lösung für die Konsumenten ringen.“

Foto: OTTO

Name: Mirjam Güleç

Position: Verkaufsleiterin

Region: Niederbayern, Bezirk Straubing



Foto: Lidl

Jung und erfolgreich bei: **Lidl**



Alter: 30

Schulabschluss: Fachhochschulreife

Studium: Diplom-Betriebswirtin mit
Schwerpunkt Controlling
(Abschluss: 2011)

Interessen: reisen, lesen

Berufliches Ziel: schnell Führungs-
verantwortung übernehmen

Jeder Tag ist anders. Genau so hatte ich mir meine berufliche Zukunft vorgestellt: Herausforderungen und Verantwortung sollten meine ständigen Begleiter auf meinem beruflichen Weg sein. Meine Suche nach dem passenden Job fing während meines BWL-Studiums an der Fachhochschule in Landshut an. Um mich über Arbeitsperspektiven zu informieren, besuchte ich eine Job-Messe und stieß dabei auf das Unternehmen Lidl.

An den Bereich Handel hatte ich zunächst nicht gedacht, aber nach einigen konstruktiven Gesprächen vor Ort und zusätzlichen Informationen stieg meine Begeisterung für diese Branche. Die Position des Verkaufsleiters weckte bei mir besonderes Interesse. Und kurz nachdem ich mich um eine entsprechende Stelle im Großraum Niederbayern beworben hatte, war ich auch schon mitten im Auswahlprozess. Hier wird vor allem nach dem „richtigen Typ“ für diesen Job gesucht: entscheidungsfreudige, sozial kompetente Menschen, die über ein hohes Maß an Pflichtgefühl verfügen. Im Jahr 2011 stieg ich schließlich als Verkaufsleiterin bei Lidl ein. Zunächst war ich überwältigt von der Verantwortung, die mich erwarten würde. Aber die intensive und sehr gute Einarbeitung sowie die Unterstützung durch meinen „Paten“ haben dafür gesorgt, dass ich mich schnell sehr wohl gefühlt habe. Durch die Begleitung erfahrener Verkaufsleiter konnte ich gut in alle Tätigkeitsfelder – von der Filialarbeit bis zur Mitarbeiterführung – eingearbeitet

werden. Mir war früh klar: Dieser Job ist die Herausforderung, die ich brauche. Mittlerweile bin ich für sechs Filialen mit circa 120 Kolleginnen und Kollegen verantwortlich.

Mein Team zu motivieren und gemeinsam immer neue Ziele zu erreichen, begeistert mich sehr und spornt mich immer wieder an. Besonders wichtig ist mir, dass jeder Einzelne im Team seinen Teil zum Erfolg beisteuert und seine ganz persönlichen Erfahrungen im Laufe eines Projekts sammelt. Um gute Arbeitsergebnisse präsentieren zu können, gehen Führungsqualitäten, Entscheidungsfreude sowie Kennzahlenanalyse Hand in Hand. Eine meiner Hauptaufgaben ist es, den Vertrieb vor Ort zu steuern und den Filialkollegen beratend zur Seite stehen. Ein Austausch auf Augenhöhe und Wertschätzung sind dabei elementar. Zufriedene und motivierte Kollegen sind die Basis, um erfolgreich zu sein. Die Weiterentwicklung der persönlichen Fähigkeiten und Kenntnisse jedes Einzelnen sind hierbei enorm wichtig.

Das gute Arbeitsklima sowie die verantwortungsvollen und spannenden Tätigkeiten, bestätigen mich stets aufs Neue, den richtigen Beruf und Arbeitgeber gewählt zu haben. Ich freue mich sehr darauf, auch weiterhin gemeinsam mit meinem Team die täglichen Herausforderungen zu meistern und mit unseren Ideen und unserem Einsatz das Unternehmen mitzugestalten.

IN ZWEI JAHREN BIN ICH AM ZIEL.

Mit dem berufsbegleitenden Masterstudium der GGS

MASTER
INFOABEND

Do., 26.01.2017,
19–21 Uhr

NEU
AB 2017!

M.Sc. in Management
IN VOLLZEIT

Entwickeln Sie Ihre Führungspersönlichkeit – wir bringen Sie an Ihr berufliches Traumziel. Mit Ihrem persönlichen Master-Plan an der GGS erreichen Sie berufsbegleitend am Wochenende Ihren MBA, LL.M. und M.Sc. Praxisnah, auf internationalem Niveau und individuell betreut. Lernen Sie mit den Besten. Sichern Sie sich Ihr attraktives Stipendium.

Jetzt informieren unter
www.ggs.de



M.Sc. in Management

- Handelslogistik
- Dienstleistungsmanagement
- Innovations- und Technologiemanagement
- Vertriebs- und Kundenmanagement

MBA in Management

The Leeds MSc in Business Management

LL.M. in Business Law

www.her-CAREER.com

„Frauen haben unglaubliches Potenzial für Führungspositionen - alles, was sie brauchen, ist die gewisse Portion Mut. Durch das Netzwerken und den Austausch von Erfahrungen können Veranstaltungen wie die **herCAREER** die nötige Sicherheit verleihen, seine Karriere zu zünden. Ich freue mich schon sehr darauf, die Besucherinnen auf ihrem Karriereweg zu ermutigen und meinen Erfahrungsschatz mit ihnen zu teilen.“

Anna Alex, Gründerin und Geschäftsführerin OUTFITTERY



her CAREER

Die Karrieremesse für Absolventinnen,
Frauen in Fach- und Führungspositionen
und Existenzgründerinnen

JETZT VORMERKEN
12.-13. Oktober 2017
MTC München

50 Prozent Preisnachlass*
beim Ticket-Kauf unter
www.her-career.com/ticketshop

* Studentinnen erhalten kostenlosen Eintritt nach
Online-Registrierung und Vorlage ihres gültigen,
personalisierten Studentenausweises vor Ort



E-Mail für Dich

Von: Marion Klinkhammer
Gesendet: 28. Oktober 2016
An: Alle, die sich für Corporate Social Responsibility interessieren
Betreff: Neuer Zertifikatslehrgang „CSR-Manager/-in (IHK)“

Aufsteigen



Liebe Leserinnen und Leser,

Gutes tun und davon profitieren – das ist die Idee von „Corporate Social Responsibility“, kurz CSR. Damit aber tatsächlich eine Win-win-Situation entsteht, wenn Unternehmen gesellschaftliche Verantwortung übernehmen, ist professionelles Handeln erforderlich. Das nötige Know-how vermitteln die IHKs seit 2013 in einem Zertifikatslehrgang.

Ein gezieltes und freiwilliges soziales Engagement kann für Unternehmen jeder Größe von erheblichem Nutzen sein und verspricht signifikante Wettbewerbsvorteile. So fällt Betrieben mit einem positiven Image etwa die Gewinnung und langfristige Bindung guter Mitarbeiter deutlich leichter als Firmen, die aus gesellschaftlicher Sicht weniger attraktiv und glaubwürdig sind. Kein Wunder also, dass immer mehr Firmen CSR-Aktivitäten in Angriff nehmen. Entscheidend für den wirtschaftlichen Erfolg ist jedoch der strategisch und unternehmensspezifisch sinnvolle Einsatz der Instrumente.

In ihrem neuen Zertifikatslehrgang „CSR-Manager (IHK)“ vermitteln IHKs deshalb in fünf Modulen mit rund 75 Lehrgangsstunden die Kompetenzen, die für eine wirkungsvolle Umsetzung von CSR in Unternehmen erforderlich sind. Die Teilnehmer lernen neben gesellschaftlichen und unternehmerischen Herausforderungen zentrale CSR-Begriffe und -Konzepte kennen. Sie erfahren, wie entsprechende Managementprozesse aussehen und mit welchen konkreten Instrumenten und Initiativen sie implementiert und begleitet werden können. Die Inhalte des Trainings orientieren sich eng an den internationalen Standards für CSR.

Das Angebot richtet sich an Fach- und Führungskräfte von Unternehmen aller Branchen und Größen, die unternehmerische Verantwortung und nachhaltiges Handeln im Betrieb etablieren sollen. Besonders angesprochen sind Vertreter der Bereiche Personal/Human Resources, Supply Chain Management, Marketing, Kommunikation/Public Relations, Umwelt sowie Qualitätsmanagement.

Dozentinnen und Dozenten mit ausgewiesener CSR-Expertise waren an der Entwicklung des Lehrgangskonzepts beteiligt und führen seit drei Jahren regelmäßig den Lehrgang durch. Michael Pieck, Pressesprecher der Industrie und Handelskammer Bonn/Rhein-Sieg und Lehrgangsteilnehmer im Pilotlehrgang 2013, sagt dazu: „Toll war neben der breiten theoretischen Vermittlung der Handlungsfelder die praktische Komponente durch sehr viele Beispiele aus der unternehmerischen Praxis. Sehr gut finde ich auch, dass im Rahmen dieses Lehrgangs eine eigene CSR-Strategie, zum Beispiel für den aktuellen Arbeitgeber, entwickelt werden kann und in der Prüfung präsentiert werden soll. So kann die theoretische Vermittlung des Wissens direkt in praktische Konzepte umgesetzt werden.“

Nähere Informationen zum Zertifikatslehrgang finden Interessenten unter www.ihk-die-weiterbildung.de, Webcode 814. Über weitere IHK-Lehrgangsangebote informieren Sie sich unter www.wis.ihk.de/nc/seminare/seminarsuche.html

Viel Erfolg auf Ihrem weiteren beruflichen Weg wünscht Ihnen

Marion Klinkhammer

Weiterbildungsgesellschaft der IHK Bonn/Rhein-Sieg mbH

Tel. 0228 97574-27 – E-Mail: Klinkhammer@wbz.bonn.ihk.de



CSR-RICHTLINIE

Ab dem 6. Dezember 2016 gilt: Große, kapitalmarktorientierte Unternehmen sowie Kreditinstitute und Versicherungen mit mehr als 500 Beschäftigten müssen in ihren Lageberichten künftig stärker als bisher auf wesentliche nichtfinanzielle Aspekte der Unternehmenstätigkeit eingehen: Es geht um Informationen zu Umwelt-, Sozial- und Arbeitnehmerbelangen, die Achtung der Menschenrechte sowie die Bekämpfung von Korruption und Bestechung.

18. KARRIERETAG FAMILIENUNTERNEHMEN

Deutschlands Familienunternehmer treffen Fach- und Führungskräfte

Die Recruiting- und Kontaktmesse für Ihre
Karriere im Familienunternehmen

Sprechen Sie direkt mit den Inhabern und Top-Entscheidern

- Konkrete Stellenangebote
- Internationale Einsatzmöglichkeiten
- Zukünftige Karriereperspektiven

Ausrichter



2. Dezember 2016
Bielefeld

www.Karrieretag-Familienunternehmen.de



DER ENTREPRENEURS CLUB



Stiftung
Familienunternehmen

Lead-Medienpartner

Franfurter Allgemeine
ZEITUNG FÜR DEUTSCHLAND

Medienpartner

karrierefürher



Schirmherrschaft



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Energie

Aufsteigen



Foto: ALDI SÜD

Duales Master-Studium

Judith Streicher, 26 Jahre, absolviert im dritten Semester das duale Master-Studienprogramm mit dem Abschluss „Master of Arts International Retail Management“ zur Regionalverkaufsleiterin bei der Unternehmensgruppe ALDI SÜD. Als Regionalverkaufsleiterin bekommt sie nach ihrem Studium die Verantwortung für zirka sechs Filialen mit mindestens 50 Mitarbeitern übertragen. Hier beschreibt sie ihren beruflichen Alltag.



Die größte Besonderheit an meinem Job ist, dass ich schon während meines dualen Master-Studienprogramms Führungsverantwortung übernehmen darf und anschließend die Möglichkeit habe schnell aufzusteigen, da bei ALDI SÜD die meisten Positionen im gehobenen Management aus den eigenen Reihen besetzt werden. Im Tagesgeschäft selbst finde ich es besonders toll, dass ich mir meinen Tag selber einteilen und strukturieren kann.

Innerhalb meiner Theoriephasen bin ich während meines zweijährigen Studiums insgesamt acht Mal für zwei Wochen in Reutlingen an der ESB Business School mit insgesamt 34 Masterstudenten aus den 31 ALDI-SÜD-Regionalgesellschaften. Hier findet ein großer Austausch untereinander statt und wir verbringen auch viel Freizeit miteinander.

Während der Praxisphasen durchlaufe ich das Training on the Job zum Regionalverkaufsleiter in der Regionalgesellschaft Dormagen in der Nähe von Köln. Meinen Arbeitstag beginne ich damit, dass ich zunächst die Mitarbeiter in einer meiner Filialen begrüße, ein Gespräch mit dem Filialleiter führe und administrative Aufgaben erledige. Anschließend analysiere ich Filialkennzahlen, führe Vorstellungsgespräche und übernehme die Personaleinsatzplanung. Gegen Mittag breche ich

dann meistens zur nächsten Filiale auf. Während meines gesamten dualen Studiums habe ich eine Mentorin, die meine erste Ansprechpartnerin für Fragen und Feedback ist. In einem regelmäßigen Turnus gehen wir gemeinsam meine Arbeit und Entwicklung durch. Einmal im Jahr findet dann ein Gespräch mit dem Vorgesetzten statt, in meinem Fall mit meiner Leiterin Verkauf.

Auf das duale Master-Studienprogramm überhaupt aufmerksam geworden bin ich während meines Bachelorstudiums durch meine Themenschwerpunkte Handel und Logistik an der Cologne Business School. Deshalb entschied ich mich zunächst für ein Praktikum, um hinter die Kulissen der Unternehmensgruppe blicken zu können.

Als Nächstes stehen für mich noch einige Klausuren und die Master-Thesis an. Ich kann es kaum abwarten, meinen eigenen Bereich zu bekommen und freue mich jetzt schon, wenn ich beispielsweise dazu beitragen kann, einen Azubi von seiner Ausbildung bis zur Übernahme und Beförderung zum Filialführungsnachwuchs zu begleiten. Bei Eignung und offenen Vakanzen besteht für mich sogar die Möglichkeit der Entsendung in eine unserer Regionalgesellschaften im Ausland, zum Beispiel in Australien, Großbritannien oder in den USA.

Abheben zum Traumjob



BEWERBUNG2GO.DE

SUPER-VORLAGEN FÜR HELDEN

Was wird von Dir erwartet?

Bei Bewerbung2go findest Du erprobte
Anschreiben und Lebensläufe, die Dich
Deinem Traumjob näherbringen.

Warenkorb

Kultur-, Buch- und Linktipps

AUS DEM FUSSBALLSTADION IN DEN SUPERMARKT

Die beiden Ex-Profi-Fußballer Holger Stanislawski und Alexander Laas haben einen Rewe-Markt im Hamburger Stadtteil Winterhude übernommen – und nicht nur das: Mit über 7000 Quadratmeter Verkaufsfläche und mehr als 45.000 Artikeln ist es der größte in Hamburg. In einem zehnmütigen Video, das auf der Website des „Rewe Center Stanislawski & Laas“ abrufbar ist, erklären der frühere St.-Pauli-Trainer und der ehemalige HSV-Spieler, was das Besondere an ihrem Supermarkt ist – zum Beispiel, dass es hier viele Dinge zu kaufen gibt, die man sonst in einem Rewe nicht findet wie Softeis oder Fußballfanartikel. Warum sie das Business gewechselt haben? Haben sie eigentlich gar nicht – denn sie sagen über ihren neuen Job: „Wir sind wie eine Fußballmannschaft, wir haben drei Trainer, Führungsspieler und 130 Mitarbeiter.“
www.rewe-stanislawski-laas.de

DIE SCHÖNSTE NEBENSACHE DER WELT

Heutzutage organisieren nicht mehr wir unseren Job. Unser Job organisiert uns. Komplexität, Vernetzung, Flexibilität und Dynamik sind die zentralen Merkmale unserer modernen Arbeitsgesellschaft. Markus Väh liefert mit seinem Buch neue Blickwinkel auf die Zukunft der Arbeit und präsentiert Ideen und Impulse – auf individueller, organisatorischer, wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Ebene. Er nimmt uns mit in die Überlegungen der New-Work-Bewegung, um Arbeit neu zu denken. Die New-Work-Bewegung stellt die großen Fragen: Was ist menschenwürdige und sinnvolle Arbeit? Welche Fähigkeiten brauchen wir in der Arbeitswelt der Zukunft? Wie sieht eine gerechte Arbeitsgesellschaft aus?
Markus Väh: Arbeit – die schönste Nebensache der Welt. GABAL, 2016. 24,90 Euro.



PLASTIKFREI LEBEN

Ein Leben ohne Plastik? Kaum vorstellbar, oder!? Im Laufe des letzten Jahrhunderts haben Kunststoffe einen wahren Siegeszug hinter sich, ihre Qualitäten scheinen unschätzbar, ihre Einsatzfelder unzählbar. Und dennoch wandelt sich der Segen so langsam zu einem Fluch. Denn der weltweit anfallende Plastikmüll zerstört nicht nur Ökosysteme, verschmutzt Wasser und tötet Tiere, er kommt als Mikropartikel in unseren Nahrungskreislauf und schädigt unsere Gesundheit. Genug Gründe den Einsatz von Kunststoffen im Alltag zumindest zu reduzieren. Schließlich verzichten auch die ersten Läden auf Plastiktüten. Hilfreiche Tipps gibt das bei Oekom neu erschienene Buch „Besser leben ohne Plastik“. Anneliese Bunk und Nadine Schubert: Besser leben ohne Plastik. Oekom, 2016. 12,95 Euro.



SAUBERE SACHEN

Die Buchautorin Dr. Kirsten Brodde (Saubere Sachen. Ludwig, 2009. 16,95 Euro) kennt sich mit Ökomode bestens aus. In ihrem Blog (www.kirstenbrodde.de) schreibt sie regelmäßig zum Thema und veröffentlicht Listen mit Läden, die nachhaltige Kleidung, Bio-Garne und Bio-Stoffe anbieten. Informationen zu „grüner“ Mode finden sich auch auf Websites wie dieser www.modefairarbeiten.de. Licht in den Dschungel der Siegel für nachhaltige und Bio-Kleidung bringt diese Website www.modeaffaire.de.





10 MILLIARDEN – WIE WERDEN WIR ALLE SATT?

Der neueste Film von Regisseur, Bestseller-Autor und Food-Fighter Valentin Thurn wurde mit dem Naturfilmpreis 2015 ausgezeichnet und die Rheinische Post nennt ihn einen „Mutmachfilm – nicht nur für Ökobewegte“. Auf der Suche nach einer Antwort auf die Frage, wie wir verhindern können, dass die Menschheit durch die hemmungslose Ausbeutung knapper Ressourcen die Grundlage für ihre Ernährung zerstört, erkundet Thurn die wichtigsten Grundlagen der Lebensmittelproduktion. Er spricht mit Machern aus den gegnerischen Lagern der industriellen und der bäuerlichen Landwirtschaft, trifft Biobauern und Nahrungsmittelspekulanten, besucht Laborgärten und Fleischfabriken. Der Film ist auf DVD erhältlich.

BLOG ZUR MÜLLVERMEIDUNG

Shia Su bloggt nicht nur über Zero Waste – sie lebt dies auch. Auf ihrem Blog berichtet sie rund ums Thema Müllvermeidung von Praktischem, Theoretischem und Hintergründigem. Die 32-Jährige verspricht: „Auf Wasteland Rebel findet ihr viele handfeste und alltagstaugliche Tipps für einen nachhaltigen Lebensstil, der einem auch endlich Zeit für sich und die wichtigen Sachen im Leben beschert.“
www.wastelandrebel.com



Foto: Fotolia/burntime555

ANLEITUNG ZUM KRITISCHEN DENKEN



Wenn ein T-Shirt drei Euro kostet, können die Produktionsbedingungen nicht fair sein, so viel ist klar. Wir haben das große Ganze aus den Augen verloren und damit auch unsere Moral, sagt Evi Hartmann. Die Expertin für Supply-Chain-Management will die Globalisierung weder verteufeln noch abschaffen, denn nicht sie ist das Problem, sondern wir – als Wirtschaftstreibende und als Konsumenten – sind es. Hartmann hält uns in ihrem Buch den Spiegel vor und schildert in erfrischend lockerem Ton, doch inhaltlich drastisch und ohne Umschweife das Dilemma zwischen Moral und Moneten. Wo bleibt das Korrektiv, fragt die Autorin, und zeigt: Wir können eine Menge tun, um Sklaverei und Ausbeutung ein Ende zu bereiten, global wie lokal. Evi Hartmann: Wie viele Sklaven halten Sie? Campus, 2016. 17,95 Euro.

Interview mit Evi Hartmann in „Schrot und Korn“
<https://schrotundkorn.de/lebumwelt/lesen/interview-evi-hartmann.html>



Inspiration



Foto: Marco Schoeler

DIE GLÜCKSMINISTERIN

Das Glück suchen oder von ihm gefunden werden? Bei Gina Schöler scheint beides irgendwie zuzutreffen. Inzwischen ist sie die erste Glücksministerin Deutschlands. Und sie hat eine klare Mission: Glück und Lebensfreude spielerisch, humorvoll und kreativ ins Gespräch bringen und zum Umdenken und Mitmachen motivieren.

Ihr „Ministerium für Glück und Wohlbefinden“ ist ein interaktives Kunstprojekt und die provozierende Metapher einer multimedialen Kommunikationskampagne.

www.ministeriumfuerglueck.de

Zur Kenntnis

Tagesordnungspunkt: Bruttonationalglück

Verteiler: Studierende und Absolventen

CC: Alle, die das Glück suchen

Ort: Mannheim

Datum: August 2016

Von: Gina Schöler

Meine Kommilitonen und ich bekamen Ende 2012 an der Hochschule Mannheim im Masterstudiengang Kommunikationsdesign die Aufgabe, eine Kampagne zu skizzieren, die in der Gesellschaft einen Wertewandel initiiert und gestaltet. Das kleine Land Bhutan war uns da eine große Inspirationsquelle: Dort wird Wohlstand am Wohlbefinden der Menschen anstatt am wirtschaftlichen Wachstum gemessen. Bruttonationalglück sozusagen. So genial wie einfach. Und wir fragten uns, wieso das hier nicht geht. Schon war die politische Metapher geboren, anhand der wir eine multimediale Kampagne kreierten: das Ministerium für Glück und Wohlbefinden.

Aus dem Semesterprojekt wurde die Masterthesis und schließlich mein selbst erfundener Beruf: Glücksministerin. Das Thema hat mich gepackt. Und ich habe gemerkt, was es bedeutet, Werbung für Werte zu machen. Mit diesem interaktiven Kunstprojekt bin ich seitdem freiberuflich tätig. Mit bunten Aktionen und Angeboten wie zum Beispiel Streetart oder interaktiven Workshops rufe ich dazu auf, gemeinsam das Bruttonationalglück zu erarbeiten.

Bis dahin verlief mein Lebenslauf linear: Ausbildung, Bachelor, Master – wie man das eben so macht. Doch inzwischen reagiere ich allergisch auf „Macht man halt so“. Und seitdem das Glück mich mit diesem Projekt gefunden hat – oder halt andersrum – hat sich viel für mich verändert. Ich habe mehrere Jobangebote abgelehnt, da ich dieses großartige Projekt weiterführen

möchte. Zwar habe ich damit ein Stück Sicherheit aufgegeben, aber das bereue ich keine Sekunde. Das Wasser war kalt, in das ich gesprungen bin. Und es gab auch Momente, in denen ich ratlos und unsicher war. Bis ich gemerkt habe, dass ich loslassen muss und nicht verkampfen darf. Denn Neues entsteht nicht von heute auf morgen. Es muss nicht immer ein „Entweder-Oder“ sein – mit einem „Und“ kommt man oft viel weiter und kann dem Ganzen Zeit geben, sich zu entwickeln.

Eine Tätigkeit zu haben, die Sinn und Spaß macht, die einen erfüllt, die einem Kraft und Energie gibt, die herausfordert und immer wieder überrascht, das ist etwas Wunderbares. Unbezahlbar und sehr wertvoll. Man verbringt so viel Zeit mit „Arbeit“, dass diese glücklich machen sollte. Glück braucht eine Portion Mut – auch, um sich aus der bequemen Komfortzone herauszutrauen. Also traut euch, eigene Wege zu gehen! Schaut in euch hinein, welche Ideen, Träume und Visionen darauf warten, umgesetzt zu werden! Und seid mutig genug, diese zu äußern und auf vielfältige Weise umzusetzen!



Gina Schöler:
Das kleine Glück möchte abgeholt werden. 222 Anstiftungen vom Ministerium für Glück und Wohlbefinden. Campus Verlag 2016. 17,95 Euro

akademika **Die Job-Messe**



Messe Augsburg | 22. + 23. Nov. 2016
Messe Nürnberg | 23. + 24. Mai 2017

Foto: www.istockphoto.com

Kooperationspartner



karrierefürher

 Bundesagentur für Arbeit

Medienpartner



Die Job-Messe

- Jobs, Direkteinstieg, Trainee Stellen, Praktika, Abschlussarbeiten
- Für Studenten, Absolventen und Young Professionals aller Fachrichtungen
- Schwerpunkte: Ingenieurwissenschaften, Informatik, Wirtschaftswissenschaften
- Kostenlose Bus-Shuttle von zahlreichen Hochschulorten
- Bewerbungsgespräche mit Personalverantwortlichen
- Karriere-Coaching, Bewerbungsunterlagen-Check, Online-Reputation-Check
- Kostenlose Bewerbungsfotos
- Teilnahme für Absolventen und Studenten kostenlos

Karrierepartner

Deutschland
Land der Ideen


Veranstalter





Checkliste Bewerbung

Service

Bevor Sie unsere Firmenporträts für Ihre Bewerbungen nutzen, lesen Sie die Checkliste zur Erstellung einer E-Mail-Bewerbung.

Allgemeines

Internet-Bewerbungen setzen sich durch

58 % der Unternehmen in Deutschland wollen Bewerbungen per Internet (38 % per E-Mail, 20 % über Online-Formulare auf ihren Webseiten). 27 % der befragten Personalchefs bevorzugen eine Bewerbung auf Papier. 15 % haben keine Präferenz.
Quelle: Bitkom-Umfrage 2015

- Bewerben Sie sich entweder auf dem Postweg oder über E-Mail/Onlineformular – nicht auf mehreren Wegen.
- Senden Sie nur eine E-Mail-Bewerbung, wenn Sie die Adresse der Personalabteilung oder einer konkreten Person kennen. Keine Mails an allgemeine Adressen wie info@unternehmen.de.
- Achten Sie auf eine eigene seriöse Mailadresse (z. B. vorname.nachname@provider.de) und vollständige Kontaktdaten in der Signatur.
- Nutzen Sie für die Bewerbung Ihre private, keine geschäftliche E-Mail-Adresse.
- Verwenden Sie keine Emoticons, Sonderzeichen oder Abkürzungen wie MFG.
- Senden Sie die E-Mail zur Überprüfung erst einmal an sich selbst.

Anschreiben

Lesen Sie auch unseren Kompaktkurs Bewerbung auf www.karrierefuehrer.de.

Das Anschreiben wird als Text in der Mail sowie zusätzlich als Anhang gesendet.

- Stellen Sie sicher, dass der Vor- und Nachname Ihres Ansprechpartners richtig geschrieben sind.
- Haben Sie die Quelle der Stellenausschreibung in der Betreffzeile genannt?
- Ist Ihr Anschreiben lesefreundlich aufbereitet (Absätze)?
- Sind Sie auf das Anforderungsprofil der Stelle eingegangen?
- Falls verlangt, haben Sie Angaben zu Eintrittstermin und Gehaltswünschen gemacht?
- Haben Sie Soft Skills mit aussagekräftigen Praxisbeispielen belegt?
- Entspricht das Anschreiben trotz aller formalen Empfehlungen Ihrem Stil?
- Haben Sie eine Endkontrolle durchführen lassen?

Lebenslauf

Tipps zu Bewerbungen auf dem Postweg finden Sie hier:



Der Lebenslauf wird als Anhang in der Mail mitgesendet.

- Integrieren Sie Ihr Bild in den Lebenslauf, statt es als Anhang mitzusenden.
- Ist die Reihenfolge des Lebenslaufes korrekt?
- Sind die Zeiträume mit Monat und Jahr aufgeführt?
- Ist der Schwerpunkt des Studiums herausgearbeitet, und passt er zur Stellenausschreibung?
- Sind Unternehmen korrekt mit ihrer Firmierung benannt?
- Sind zu Praktika und anderen Tätigkeiten erklärende Unterpunkte eingebaut?
- Außeruniversitäres Engagement: Sind die Tätigkeiten schlüssig und gut beschrieben?
- Weiterbildungen: Passen sie zur ausgeschriebenen Stelle?
- Wurden Fachkenntnisse und Soft Skills herausgearbeitet?
- Haben Sie Sprach- und EDV-Kenntnisse bewertet?
- Ist das aktuelle Datum angegeben, und haben Sie den Lebenslauf unterschrieben?

Anhänge

Aktuelle Bewerbungsthemen auch auf der Facebookseite des karrierefuehrer.

- Versenden Sie Anhänge als PDF oder JPG – alles andere kann die Formatierung verlieren. Die Dateien sollten zusammen eine Größe von 3 MB nicht überschreiten.
- Soweit möglich fassen Sie die Anhänge in einer PDF-Datei zusammen.
- Benennen Sie Anhänge eindeutig.
- Schicken Sie Ihr Anschreiben aus der Mail auch als Anhang – dann kann es besser verarbeitet werden.
- Senden Sie zunächst nur Anschreiben, Lebenslauf und wichtige Unterlagen wie Hochschulzeugnis, Praktikumsbescheinigungen und Ausbildungszeugnis als Anhang und bieten Sie an, weitere Informationen auf Wunsch nachzuliefern.



ALDI SÜD Dienstleistungs-GmbH & Co. oHG

Burgstraße 37
45476 Mülheim an der Ruhr
Internet: karriere.aldi-sued.de
www.kununu.com/de/karrierealdi-sued
www.facebook.com/ALDI.SUED/

Kontakt

Sabine Grobara
E-Mail: personalmarketing.ker@aldi-sued.de

Branche

Lebensmitteleinzelhandel

Produkte/Dienstleistungen

Food, Non-Food

Anzahl der Standorte

National: zentrale Dienstleistungsgesellschaft in Mülheim an der Ruhr sowie 31 Regionalgesellschaften

International: mehr als neun Länder u.a. in Australien, Irland, UK und USA

Anzahl der MitarbeiterInnen

National: mehr als 38.300
International: mehr als 116.500

Bedarf an HochschulabsolventInnen

Training-on-the-Job zum Regionalverkaufsleiter (m/w): ca. 70 bis 100 pro Jahr sowie weitere Bewerber (m/w) für das duale Master-Studienprogramm

Gesuchte Fachrichtungen

Wirtschaftswissenschaften

Einsatzmöglichkeiten

Management in den Regionalgesellschaften

Einstiegsprogramme

Training-on-the-Job zum Regionalverkaufsleiter (m/w)

Duales Master-Studienprogramm in International Retail Management (M.A.)

Mögliche Einstiegstermine

Training-on-the-Job zum Regionalverkaufsleiter (m/w): Jederzeit
Duales Master-Studienprogramm in International Retail Management (M.A.): Jeweils zum 1. April und 1. Oktober

Auswahlverfahren

Persönliche Einzelgespräche

Einstiegsgehalt

Training-on-the-Job zum Regionalverkaufsleiter (m/w): 65.000 Euro

Auslandstätigkeit

Bei entsprechender Eignung und offenen Vakanzen, besteht die Möglichkeit der Entsendung als Regionalverkaufsleiter (m/w) in eine unserer Gesellschaften im Ausland (z.B. Australien oder USA).

Angebote für StudentInnen

Praktika und Karrieretage. Weitere Infos unter karriere.aldi-sued.de.

Siehe Anzeige Seite 7



Dr. August Oetker Nahrungsmittel KG

Lutterstraße 14
33617 Bielefeld
Internet: www.oetker.de/karriere

Kontakt

Daniela Hengesbach
Fon: 0521-155-2949
E-Mail: personal@oetker.de

Branche

Nahrungsmittel

Produkte/Dienstleistungen

Backartikel, Backmischungen, Dessertpulver, Süße Mahlzeiten, Einmachprodukte, Müsliprodukte, Pizzen und Snacks, Fertiggerichte und Sahneprodukte, Großverbrauchergeschäft

Anzahl der Standorte

6 Standorte im Inland, international in 40 Ländern

Jahresumsatz

2.375 Mio. Euro im Jahr 2015

Anzahl der MitarbeiterInnen

Weltweit über 11.500, davon über 4.400 in Deutschland

Bedarf an HochschulabsolventInnen

Ca. 10 pro Jahr

Gesuchte Fachrichtungen

BWL, Wirtschaftswissenschaften, (Wirtschafts-)Ingenieurwesen, (Wirtschafts-)Informatik, Lebensmitteltechnologie, Oecotrophologie

Einsatzmöglichkeiten

Controlling, Einkauf, Forschung und Entwicklung, IT, Marketing, Vertrieb, Personal, Produktion und Technik

Einstiegsprogramme

Internationales Trainee-Programm, Direkteinstieg

Mögliche Einstiegstermine

Laufend

Auswahlverfahren

Mehrere Gespräche mit dem entsprechenden Fachbereich und der Personalabteilung, Fallstudien

Einstiegsgehalt

Nach Vereinbarung.

Auslandstätigkeit

6 Monate im Rahmen des internationalen Trainee-Programms, ansonsten abhängig vom jeweiligen Aufgabengebiet

Angebote für StudentInnen

Praktika und Abschlussarbeiten, über die Oetker-Gruppe bieten wir ebenfalls ein Gap Year Programm an (www.oetker-gruppe.de)

Siehe Anzeige Seite 13



German Graduate School of Management and Law

Bildungscampus 2
74076 Heilbronn
Internet: www.ggs.de/studium

Kontakt

Elvira Herzog
Fon: 07131 645636-17
E-Mail: elvira.herzog@ggs.de

Auf einen Blick

Ob Sie als Jurist betriebswirtschaftliche Kenntnisse oder als Manager zusätzliche Kompetenz im Bereich Recht erwerben möchten, die GGS bietet Ihnen den passenden berufsbegleitenden Master-Studiengang an.

MBA in General Management

An der Schnittstelle zwischen Management und Recht müssen Sie weit mehr als nur Rechtskenntnisse mitbringen – idealerweise können Sie alle wirtschaftlichen Prozesse im Unternehmen nachvollziehen und als diplomatischer Geschäfts- und guter Verhandlungspartner alle relevanten internen Informationen beschaffen und Ihre Interessen durchsetzen. Mit dem MBA an der GGS schärfen Sie Ihre unternehmerische Wahrnehmung und fördern Ihr strategisches Denken und Handeln. Das englischsprachige Programm bereitet Sie auf Herausforderungen im globalen Unternehmenskontext vor.
> Nächster Studienstart: April und Oktober 2017

LL.M. in Business Law

Jura für Nicht-Juristen – Der LL.M. in Business Law wendet sich an Manager, die sich angesichts der zunehmenden Verzahnung von betriebswirtschaftlichen und juristischen Fragen in der Unternehmenspraxis zusätzlich qualifizieren wollen. Führungskräfte ohne juristische Vorkenntnisse, die eine besonders praxisnahe Ergänzung ihres Wissens mit akademischem Anspruch erwerben möchten, sind hier richtig. Es werden alle relevanten Themen des Unternehmens- und Wirtschaftsrechts behandelt.
> Nächster Studienstart: Oktober 2017

Unsere weiteren berufsbegleitende Master-Studiengänge:

- MSc in Management – Schwerpunkt Dienstleistungsmanagement
- MSc in Management – Schwerpunkt Handelslogistik Schwerpunkt Innovations- und Technologie-management Schwerpunkt Vertriebs- und Kundenmanagement
- The Leeds MSc in Business Management
- Neu: Fulltime MSc in Management

Siehe Anzeige Seite 19



Kaufland

Kaufland

Rötelstraße 35
74172 Neckarsulm
Internet: www.kaufland.de/arbeitgeber
www.facebook.de/kauflandkarriere
www.xing.com/companies/kaufland
www.kununu.com/kaufland

Kontakt

E-Mail: karriere@kaufland.de

Branche

Lebensmitteleinzelhandel

Produkte/Dienstleistungen

Kaufland bietet seinen Kunden bis zu 60.000 Artikel. Die Kunden können zwischen zahlreichen Markenartikeln, attraktiven Eigenmarken sowie einer Vielfalt an regionalen Produkten wählen. Fairtrade-Artikel sowie bis zu 1.200 Bio-Produkte runden das Angebot ab.

Anzahl der Standorte

Europaweit rund 1.200 Filialen, davon in Deutschland über 650 Filialen

Anzahl der MitarbeiterInnen

Europaweit über 150.500 Mitarbeiter, davon in Deutschland rund 79.000 Mitarbeiter

Bedarf an HochschulabsolventInnen

Ca. 50 pro Jahr

Gesuchte Fachrichtungen

Wirtschaftswissenschaften, Wirtschaftsingenieurwesen, (Wirtschafts-)Informatik

Einsatzmöglichkeiten

Bau/Einrichtung, Beschaffung, Expansion, Fleischwaren, Immobilien, IT, Logistik, Personal, Rechnungswesen/Controlling/Finanzen/Steuern, Revision, Vertrieb, Zentraleinkauf

Einstiegsprogramme

Entwicklungsprogramm Marktleiter, Traineeprogramm, Direkteinstieg

Mögliche Einstiegstermine

Entwicklungsprogramm Marktleiter: Monatlich Direkteinstieg: Jederzeit möglich
Traineeprogramm: Jeweils zum Quartalsbeginn

Auswahlverfahren

Telefoninterview, Vorstellungsgespräche

Einstiegsgehalt

Entwicklungsprogramm Marktleiter: ca. 52.000 Euro p. a.;
Traineeprogramm: ca. 43.000 Euro p. a.

Auslandstätigkeit

Abhängig vom Bereich

Angebote für StudentInnen

Praktika ab 4 Wochen und Abschlussarbeiten

Siehe Anzeige Seite U2



Lidl Dienstleistung GmbH & Co. KG

Rötelstr. 30
74172 Neckarsulm
Internet: jobs.lidl.de
www.facebook.com/lidl
www.twitter.com/lidl
www.xing.com/company/lidl
www.linkedin.com/company/lidl-in-deutschland

Kontakt

E-Mail: bewerbung@lidl.de

Branche

Lebensmitteleinzelhandel

Produkte/Dienstleistungen

Über 1.600 verschiedene Artikel des täglichen Bedarfs – neben Qualitätseigenmarken auch Markenartikel. Dazu gehören Molkereiprodukte, Tiefkühlkost, Wurstwaren, Frischfleisch und -geflügel, täglich frisches Obst und Gemüse sowie ein vielseitiges Brotsortiment.

Anzahl der Standorte

In 30 Ländern aktiv; 39 Regionalgesellschaften in Deutschland

Jahresumsatz

Verkaufsumsatz in Deutschland ca. 18,6 Mrd. Euro (netto) im Geschäftsjahr 2015

Anzahl der MitarbeiterInnen

In Deutschland über 75.000

Bedarf an HochschulabsolventInnen

Über 100 pro Jahr

Gesuchte Fachrichtungen

Vorzugsweise Studiengänge mit wirtschaftswissenschaftlicher Ausrichtung sowie Informatik und Wirtschaftsinformatik

Einsatzmöglichkeiten

Deutschlandweit als Verkaufsleiter (w/m) oder an unserem Hauptsitz in Neckarsulm in den Fachbereichen IT, Einkauf, Personal, Logistik, Verwaltung u. m.

Einstiegsprogramme

Traineeprogramm (w/m) oder Junior Consultant (w/m) in verschiedenen Bereichen am Hauptsitz in Neckarsulm oder Direkteinstieg als Verkaufsleiters(w/m) in einer unserer Regionalgesellschaften

Mögliche Einstiegstermine

Jederzeit nach Ausschreibung

Auswahlverfahren

Mehrstufiges Auswahlverfahren, je nach angestrebter Position

Einstiegsgehalt

Als Verkaufsleiter (w/m) 66.000 Euro Einstiegsgehalt zzgl. eines neutralen Firmenwagens. Individuelles Gehalt für Positionen am Hauptsitz in Neckarsulm

Auslandstätigkeit

Möglich, abhängig von Bereich

Angebote für StudentInnen

Werkstudententätigkeit und Praktika je nach Ausschreibung

Siehe Anzeige Seite U4



Netto Marken-Discount AG & Co. KG

Industriepark Ponholz 1
93142 Maxhütte-Haidhof
Internet: www.nettodrom.de

Kontakt

Stefanie Scheffer
Fon: 09471 320-340

Branche

Lebensmitteleinzelhandel

Anzahl der Standorte

Bundesweit 19 Standorte; Unternehmenszentrale: Ponholz (15 km nördlich von Regensburg); Niederlassungen: Bad Wünnenberg, Berlin, Bottrop, Coswig, Dettingen, Erfurt, Erharting, Ganderkesee, Guteborn, Hamm, Hodenhagen, Kerpen, Kitzingen, Krefeld, Thiendorf, Tuningen, Worms und Wörth

Jahresumsatz

12,4 Mrd. Euro

Anzahl der MitarbeiterInnen

Rund 75.000 Mitarbeiter

Bedarf an HochschulabsolventInnen

Ca. 50 pro Jahr

Gesuchte Fachrichtungen

Wirtschaftswissenschaften allgemein, (Wirtschafts-) Informatik, Rechtswissenschaften, Lebensmitteltechnologie; Quereinstieg jederzeit möglich

Einsatzmöglichkeiten

Vertriebsaußendienst; verschiedene Bereiche der Verwaltung

Einstiegsprogramme

Traineeprogramm zum Verkaufsleiter (m/w) sowie verschiedene Traineeprogramme in den Bereichen Logistik, Marketing, Zentralvertrieb, Controlling, Einkauf, Personaladministration und Revision; Direkteinstieg im Vertrieb und in der Verwaltung sowie IT

Mögliche Einstiegstermine

Traineeprogramm zum Verkaufsleiter (m/w) zum 01.01., 01.04., 01.07., 01.10. eines Jahres; Direkteinstieg und Traineeprogramme in der Verwaltung laufend möglich

Auswahlverfahren

Mehrstufiges Auswahlverfahren mit Fokus auf das persönliche Gespräch, kein AC

Angebote für StudentInnen

Praktika, Abschlussarbeiten mit Themenvorschlägen

Siehe Anzeige Seite 5

karrierefürer

Der nächste **karrierefürer** handel erscheint im November 2017.



das letzte Wort

Viola Fuchs, Gewürzmüllerin in der dritten Generation



Viola Fuchs konnte kaum anders: Schon ihre Großeltern besaßen eine Gewürzmanufaktur und auch ihre Mutter handelte mit den kleinen, aber feinen Zutaten, die jedem Essen das nötige Etwas geben. Und so eröffnete Viola Fuchs – in dritter Generation und als gelernte Schuhdesignerin – 1997 das VIOLAS' in Hamburg, ein Gewürz- und Delikatessengeschäft, das sie nun schon seit fast 19 Jahren betreibt. Unabhängig davon führt sie mit ihrem Geschäftspartner Dr. Dirk Nonnenmacher (übrigens kein Verwandter des ehemaligen Vorstandsvorsitzenden der HSH Nordbank) ein Franchisingunternehmen mit mittlerweile 16 Franchisepartnern in ganz Deutschland.

Frau Fuchs, was ist der erste Geruch, an den Sie sich erinnern können?

Als Kind fühlte ich mich inmitten unseres heimischen Weihnachtstumults geradezu berufen, geschäftig mitzuhelfen. Klassische weihnachtliche Gewürze wie Zimt, Vanille, Kardamom, Sternanis und so weiter sind daher, denke ich, die ersten duftenden Erinnerungen aus meiner Kindheit.

Und das Salz in der Suppe – was bedeutet das und wie wichtig ist es?

Für mich ist Salz eine Unverzichtbarkeit. Es verleiht dem Leben Geschmack und Würze, steht zugleich auch für Veränderung und Spannung. Ich selbst bin ein Mensch, der sich pausenlos auf die Suche nach neuen, aufregenden Eindrücken begibt. Vielleicht ist das der Grund für meine Liebe zum Salz – ohne Würze ist das Leben doch recht fad und ziemlich uninteressant, nicht?

Warum sind Sie 1997 in die Fußstapfen Ihrer Vorfahren gestiegen und haben Ihren Job als Schuhdesignerin an den Nagel gehängt?

Als Schuhdesignerin fehlte mir die Nähe zum Kunden und darüber hinaus der Raum für eigene Entscheidungen. Ich wollte gern mein eigener Herr sein, um mit einem ganz persönlichen Konzept meine Kunden glücklich zu machen.

Haben Sie das jemals bereut?

Um ehrlich zu sein, niemals. Ich würde jeden Tag der vergangenen 18 Jahre genauso wieder leben und erleben wollen, wie bereits geschehen. Mit dem Werdegang meines Lädchens und der Franchise-Expansion zusammen mit meinem Geschäftspartner bin ich mehr als zufrieden.

Was ist der Vorteil, wenn man expandiert, und gibt es auch Nachteile?

Das Unternehmen wächst und man muss, oder besser gesagt man darf, sich mit viel mehr Problemen beschäftigen, die es vorher schlichtweg nicht gab. In Summe sind das allerdings kleine Holpersteine, deren Bewältigung ihren Teil zum Wachstum beitragen, das fordert heraus und macht Spaß. Ich merke aber auch, wie der Druck zunimmt. Im Laufe der Zeit umfasst der Verantwortungsbereich sehr viel mehr Angestellte und zusätzlich deren Familien, was zum Teil etwas unflexibler macht, auf der anderen Seite aber auch ein riesiges Gemeinschaftsgefühl schafft.

Wie schaffen Sie es, die Balance zwischen Job, Familie und Freizeit zu halten?

Ich denke, es geht mir da wie vielen anderen arbeitenden Müttern auch. An einigen Tagen beschleicht mich schon mal das Gefühl, meine Familie käme zu kurz, im Großen und Ganzen denke ich aber, dass ich sowohl meinem Job als auch meinen Liebsten gleichermaßen gerecht werde. Freizeit ist für mich zugleich Auszeit, in der ich wirklich nur Mutter und Ehefrau bin. Dann verreisen wir gern oder unternehmen kleinere Ausflüge, bei denen sich gut abschalten lässt und ich neue Energie für den Arbeitsalltag tanken kann.

Was sollten Absolventen beim Start ins Berufsleben unbedingt beachten?

Grundsätzlich finde ich es gut und richtig, sich auch mal eine Meinung von außerhalb einzuholen, halte es allerdings bei Entscheidungen, die das Berufsleben betreffen, in letzter Konsequenz für ratsam, in sich selbst hineinzuhorchen. Wer Freude an seinem Job hat und liebt, was er tut, kann dauerhaft ehrgeizig und zielorientiert über sich hinauswachsen, ohne dabei den Spaß am Arbeiten zu verlieren, und das macht wirklich eine Menge aus!

Die Karrieremesse auf
deinem Campus



Nimm deine Karriere in die Hand!

Besuche die meet@-Karrieremessen, um dich bei Unternehmen aus unterschiedlichen Branchen über ihre Unternehmenskultur, Anforderungsprofile sowie Einstiegsmöglichkeiten zu informieren. Egal, ob du dich für ein Praktikum, eine praxisbezogene Abschlussarbeit, eine Nebentätigkeit oder eine Festanstellung interessierst: Nutze deine Chance und überzeuge in einem persönlichen Gespräch!

Unsere nächsten Events:

meet@hs-rheinmain

Campus Wiesbaden

→ 9. + 10. November 2016

meet@tum school of management

TU München

→ 15. November 2016

meet@h_da

Hochschule Darmstadt

→ 15. + 16. November 2016

meet@campus-mainz

Johannes Gutenberg-Universität Mainz

→ 30. November 2016

meet@campus-mainz

Hochschule Mainz

→ 1. Dezember 2016

meet@uni-frankfurt

Goethe-Universität Frankfurt

→ 6. Dezember 2016



eReminder aktivieren und rechtzeitig erinnern lassen! www.iqb.de/eReminder

Weitere Veranstaltungen
und Infos: www.iqb.de

Medienpartner:
karrierefürer

IQB.de
CAREER SERVICES



**LOS
GEHT'S:**

24. & 25. November,
Absolventen-
kongress in Köln

**ANNCHRISTIN, ALEXANDER & CHRISTIAN,
BERUFSEINSTEIGER**

**WIR NUTZEN NICHT NUR
DIE CHANCEN, DIE SICH
UNS BIETEN.**

WIR MACHEN LIDL MÖGLICH.

Jetzt bewerben auf jobs.lidl.de