

karriereführer

Das Jobmagazin für Hochschulabsolventen # 03.2015 – 08.2015



www.karrierefuehrer.de

Auch als iOS- und Android-App

Besuchen Sie uns bei Facebook & Twitter

→ wirtschaftswissenschaften

Themen und Menschen

Neugier-Management • Innovation • Erfolgsrezepte im Vertrieb •
Gründungsgeist • Heartleaders • Business-Romantik • Indien •
Prof. Dr. Fredmund Malik • Autor Stefan Kühl

Top-Interview

Dr. Henning Kreke
Vorstandsvorsitzender
der Douglas-Gruppe



Karriere mit Durchblick

Wirtschaftsprüfer schauen hinter die Kulissen

Partner:



Süddeutsche Zeitung

CAREER Venture

KARRIERETAG
FAMILIENUNTERNEHMEN

IQB.de
CAREER SERVICES

ENERGIE
RECRUITING TAG®

Jobware

QR-Code mit dem Handy scannen und Firmenprofile direkt mobil lesen

Jetzt bewerben: Aktuelle Firmenporträts





Innovation matters, and it starts with YOU

Sie haben den Mut, weiterzudenken und Neues auszuprobieren. Sie glauben an Ihre Ideen, inspirieren andere und sorgen damit für echte Impulse. Was Sie suchen, sind neue Freiräume zum Durchstarten. Entfalten Sie Ihr Potenzial und gestalten Sie den Erfolg von Deloitte mit – persönlich, innovativ, nachhaltig. Es ist Ihre Zukunft. Wie weit wollen Sie kommen? www.deloitte.com/careers



Besuchen Sie uns
www.facebook.com/Deloitte.Deutschland

Liebe Leserinnen und Leser,

Köln im März 2015

wenn Fredmund Malik, einer der bekanntesten Ökonomen und Managementberater unserer Zeit, von der „Großen Transformation“ spricht, dann meint er damit einen historischen Umbruch: Die neue Welt ist um ein vielfaches komplexer und globaler als die alte. Im **karrierefürher**-Interview (ab Seite 40) gibt er Unternehmen und Managern den Rat, diese Komplexität anzunehmen und die Chancen zu erkennen. Gelingen könne dies mithilfe von Wissenschaften wie der Bionik oder Kybernetik – eine Einladung für Wirtschaftswissenschaftler, weiter zu denken als bisher.

Erfolgreiche Wirtschaftsprüfer sind meisterhaft darin, sich in komplexen Strukturen zurechtzufinden. Sie betrachten bei ihrer Arbeit alle Facetten der Unternehmen, in deren Auftrag sie tätig sind. Natürlich stehen die Zahlen im Fokus der Wirtschaftsprüfung, doch bei der Beratung mit Blick auf Chancen und Risiken schauen die Wirtschaftsprüfer hinter die Kulissen, um dort zu erkennen, wie ein Unternehmen wirklich tickt. Ein spannender Job – noch dazu einer mit vielfältigen Chancen, denn die neuen Branchenregeln der EU sorgen nach Meinung vieler Experten dafür, dass sich der Markt beleben wird. Was einen guten Wirtschaftsprüfer auszeichnet und welche Karrierechancen die großen und mittelständischen Prüfungsgesellschaften bieten, erfahren Sie in unserem Top-Thema (ab Seite 8).

Immer komplexer gestaltet sich die Handelsbranche. Multichannel-Konzepte sorgen dafür, dass sich stationärer und Online-Handel weiter verzahnen. Welche Aufgaben sich daraus ergeben und warum die junge Managergeneration hier einen echten Vorteil hat, darüber spricht im Top-Manager-Interview Dr. Henning Kreke, Vorstandsvorsitzender der Douglas-Gruppe (ab Seite 16).

Schließlich fordert Tim Leberecht, Marketingstrategie und Buchautor, mehr Business-Romantik. In seinem Gastbeitrag (ab Seite 38) erklärt er, warum er als Chief Marketing Officer einer internationalen Designfirma in San Francisco glücklich ist, obwohl er eigentlich Künstler werden wollte. Und er zeigt, wie große Player, aber auch Start-ups, mit einer romantischen Haltung erfolgreich sind.

Wir wünschen Ihnen viel Spaß beim Lesen,

Ihr **karrierefürher**-Team



Mehr News?

Besuchen Sie uns auf Facebook und lesen Sie unser Blog unter www.karrierefuehrer.de

Impressum: **karrierefürher wirtschaftswissenschaften 1.15** 6. Jahrgang, 03.2015-08.2015 Das Jobmagazin für Hochschulabsolventen ISSN: 1869-7747 **Herausgeber:** Transmedia Verlag GmbH & Co. KG, Weyertal 59, 50937 Köln **Fon:** 0221 4722-300 **Fax:** 0221 4722-370 **E-Mail:** info@karrierefuehrer.de **Web:** karrierefuehrer.de **Redaktionskonzept:** Viola Strüder, Transmedia Verlag GmbH & Co. KG **Redaktion dieser Ausgabe:** neurohr&andrä GbR (verantw.), Dillenburger Straße 75, 51105 Köln **Autoren dieser Ausgabe:** Anna Beutel, André Boße, Kerstin Neurohr **Schlussredaktion:** Sabine Olschner **Freie Mitarbeit:** Stefan Trees **Anzeigen:** Thomas Böttcher (verantw.), Transmedia Verlag GmbH & Co. KG, Weyertal 59, 50937 Köln **Anzeigendisposition und -technik:** Verlag LOSS JONN Meike Goldmann, Neufelder Straße 18, 51067 Köln, Fon: 0221 6161-267, E-Mail: transmedia-anzeigen@email.de **Online-auftritt:** www.karrierefuehrer.de Thomas Böttcher (verantw.) **Grafik:** Olaf Meyer, 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 **Coverfoto:** Fotolia/Sentavio **Verlag:** Transmedia Verlag GmbH & Co. KG, Weyertal 59, 50937 Köln, Fon: 0221 4722-300, Fax: 0221 4722-370 **Geschäftsführerin:** Viola Strüder. In der **karrierefürher**-Reihe erscheinen in der Transmedia Verlag GmbH & Co. KG, Köln, die Publikationen: **karrierefürher** recht: März und September **karrierefürher** frauen in führungspositionen: März **karrierefürher** wirtschaftswissenschaften: März und September **karrierefürher** hochschulen: April und Oktober **karrierefürher** ingenieure: April und Oktober **karrierefürher** consulting: Mai **karrierefürher** banken/versicherungen: Mai **karrierefürher** greentech: Juni **karrierefürher** naturwissenschaften: September **karrierefürher** informationstechnologie: Oktober **karrierefürher** handel: November **karrierefürher** bauingenieure: November. Der **karrierefürher** wirtschaftswissenschaften wird auf 100 % chlorfrei gebleichtem Papier gedruckt. 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/peshkova



Foto: Douglas Holding



Foto: Deloitte

Top-Thema

8

Karriere mit Durchblick

Erfolgreiche Wirtschaftsprüfer schauen in den Unternehmen ihrer Mandanten hinter die Kulissen.

10

Mehr Wettbewerb, mehr Transparenz

Neue Regeln beleben den Wettbewerb unter den Wirtschaftsprüfern. Gesucht werden Einsteiger, die sich als Generalisten verstehen und Erfolg nachhaltig definieren.

14

„Einarbeitungszeit ist schnell vorbei“

Jörg Hossenfelder, Geschäftsführer von Lünendonk, erklärt im Interview, wie sich Globalisierung und Digitalisierung auf die Wirtschaftsprüfung auswirken.

Top-Manager

16

Dr. Henning Kreke

Der Vorstandsvorsitzende der Douglas-Gruppe über den Wandel in der Handelsbranche.

Einsteigen

20

Mein Bewerbungsgespräch bei: R+V

Christian Anders beschreibt seinen Einstieg in die Versicherungsbranche.

22

Was macht eigentlich ein Tax Consultant?

Laura Murmann über ihre Arbeit beim Wirtschaftsprüfungsunternehmen Deloitte.

Aufsteigen

24

Aufgestiegen zum Associate Partner

Nina Schneider begann als Associate bei der Beratungs- und Prüfungsgesellschaft Rödl & Partner und ist heute Associate Partner.

28

Erfolgsrezepte des Vertriebs

Im Vertrieb geht es um den Menschen, meint Verkaufstrainer Karlheinz Pflug. Er gibt Tipps, mit welchen Strategien Einsteiger erfolgreich in diesem Berufsfeld starten können.

karrierefuehrer-Titel
zu den Themen
Frauen in Führungspositionen,
Consulting und Coaching/
Psychologie gibt es kostenfrei
unter dem QR-Code:



Andreas Steinle

Foto: Zukunftsinstitut



Prof. Dr. Fredmund Malik

Foto: Manuela Theobald



Stefan Kühl

Foto: Klaus Nather

Zukunft

30

Neugier-Management

Wieso? Weshalb? Warum? Andreas Steinle, Geschäftsführer des Zukunftsinstituts Workshop, erklärt, wie Neugier-Management funktioniert.

32

Gute Gründe zum Gründen

Ein eigenes Unternehmen aufzubauen, kann sich lohnen. Warum das so ist und was dabei wichtig ist, erklärt Markus Schraner, Vorstandsvorsitzender von Startup Germany.

36

In welcher Welt willst du arbeiten?

Das Business-Netzwerk heartleaders vernetzt Menschen, die in der deutschen Unternehmenskultur etwas bewegen möchten.

38

Business-Romantik

Tim Leberecht plädiert für Business-Romantik: mehr Liebe, Mystik und Emotionalität am Arbeitsplatz.

40

„Komplexität ist der Rohstoff für Information“

Management-Berater Prof. Dr. Fredmund Malik spricht im Interview von der „Großen Transformation²¹“ und wie sich der Nachwuchs dafür rüsten kann.

Ausland

42

Hallo Indien! Namaste India!

Dominik Mayer berichtet über seinen Auslandsaufenthalt für Accenture.

Sichtweise

48

Stefan Kühl

Der Autor über die Illusion der Planbarkeit und die Vorteile von Organisationen mit einer „No Bullshit Kultur“.

Standard

- 01 Editorial
- 01 Impressum
- 02 Inhalt
- 04 Inserenten
- 06 Kurz + knapp

Service

- 44 Checkliste Bewerbung
- 45 Firmenporträts

karrierefuehrer 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 unserer Google+-Seite
Mehr dazu: www.karrierefuehrer.de



Foto: Fotolia/Sentavio

Inserenten



ALDI GmbH & Co. KG
Unternehmensgruppe ALDI SÜD

5



Deloitte

U2



Der Entrepreneurs Club

35



EnergyRelations GmbH

37



German Graduate School of Management and Law gGmbH

7



Hays AG

7



HFH • Hamburger Fern-Hochschule gem. GmbH

13



IQB Career Services AG

27



Jobware Online-Service GmbH

33



konaktiva Darmstadt GbR

25



MSW & Partner Personalberatung für Führungsnachwuchs GmbH

21



OSRAM GmbH

U4



Süddeutsche Zeitung

U3





... Führungsverantwortung übernehmen.

Die Managementkarriere bei ALDI SÜD.

Für alle, die nach der Hochschule beruflich Großes vorhaben.

Sie geben sich mit bescheidenen Aufgaben nicht zufrieden und wollen so schnell wie möglich durchstarten. Ein Plan, der sich bei ALDI SÜD in die Tat umsetzen lässt – mit einem Einstieg als Regionalverkaufsleiter. Nach einem einjährigen Training on the Job erwarten Sie vielseitige Managementaufgaben und die Verantwortung für circa sechs Filialen mit mindestens 50 Mitarbeitern. Entscheiden Sie sich für weniger Einschränkung und mehr Selbstständigkeit. Für weniger Monotonie und mehr Abwechslung. Für weniger Reagieren und mehr Agieren. 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



Kurz+ knapp

von Kerstin Neurohr

Begegnung

Aufmerksamkeit!

Inspiration

GERMAN VALLEY WEEK 2015

Das berühmte Silicon Valley erleben – ausgewählte deutsche Start-ups sowie interessierte Politiker haben bei der 3. German Valley Week dazu die Möglichkeit. Vom 30. Mai bis zum 6. Juni 2015 findet die Veranstaltung im erfolgreichsten Technologie-Hotspot und innovativsten Ort der Welt statt, organisiert vom Bundesverband Deutsche Start-ups e.V. Die Teilnehmer werden zu exklusiven Events eingeladen, sie sammeln Erfahrungen und Inspirationen und betreiben Networking. Sie treffen einige der klügsten Köpfe und mutigsten Investoren der Bay Area, um von ihnen zu lernen und eine nachhaltige Verbindung zu schaffen. Streifzüge durch San Francisco sind natürlich ebenfalls inbegriffen. Einen kleinen Eindruck vermittelt dieses Video:

www.youtube.com/watch?v=m96LWC6WADA.

Weitere Infos: www.deutschestartups.org/reisen/#german-valley-week



DOS UND DON'TS BEI FACEBOOK UND CO.

Wie sieht ein gutes Posting bei Facebook aus, das möglichst viele „Fans“ erreicht? Welche Bildsprache verspricht bei Pinterest die meiste Aufmerksamkeit? Wie funktioniert Storytelling bei Twitter? In seinem Buch „Der Kampf um Kunden“ beschreibt Gary Vaynerchuk, ehemals Weinverkäufer, heute Autor, Unternehmer und Social-Media-Ikone in den USA, wie Unternehmen ihr Produkt oder ihre Dienstleistung treffsicher mit den wichtigsten sozialen Medien und mobilen Geräten verknüpfen. Dabei verzichtet er auf Zitate und Modelle aus wirtschaftswissenschaftlichen Lehrbüchern und schildert stattdessen unterhaltsam die Dos und Don'ts in der Unternehmenskommunikation bei Facebook und Co.

Gary Vaynerchuk: Der Kampf um Kunden. So landen Sie gezielte Treffer mit Facebook, Twitter & Co. books4success 2014.

ISBN 386-4702070. 24,99 Euro.



FILMPROJEKT: AUGENHÖHE

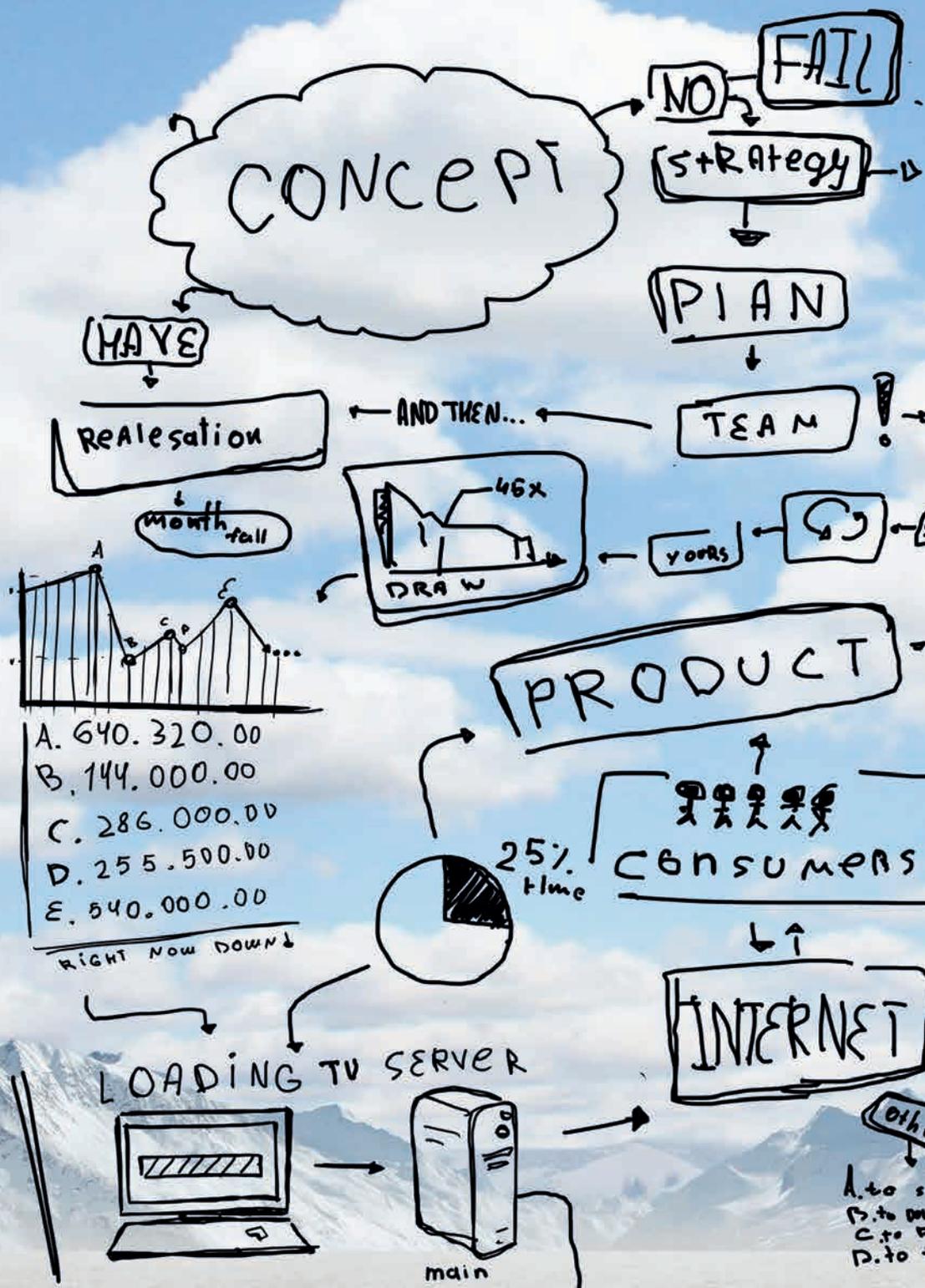
Selbstbestimmung, Demokratisierung, Potenzialentfaltung – das sind laut Experten die Trends und Werte einer neuen Arbeitswelt. Der von einem fünfköpfigen Kernteam realisierte Film „Augenhöhe“ zeigt in 45 Minuten Unternehmen, in denen die neue Arbeitswelt bereits gelebt wird, und die Menschen, die diese gestalten. Der Film soll Impulse geben und verzichtet auf Rezepte. Das Besondere: Die Finanzierung durch Crowdfunding ermöglicht es Unternehmen, Schulen, Hochschulen und Privatpersonen, die in ihrem Umfeld die Arbeitswelt verbessern wollen, eigene Vorführungen zu organisieren und Teil des Projekts zu werden. Denn „Augenhöhe“ bewirke am meisten durch den gemeinsamen Dialog, so die Macher. Zum Projektteam gehören Daniel Trebien, Silke Luinstra, Ulf Brandes, Sven Franke und Philipp Hansen, alle beschäftigen sich beruflich mit Veränderungen in der Arbeitswelt. Der Film kann für nicht-kommerzielle Zwecke kostenlos angesehen und heruntergeladen werden. www.augenhoehe.jimdo.com, www.facebook.com/augenhoehe.film



Foto: Olaf Meyer

Vielseitige Aufgaben in der Wirtschaftsprüfung

Karriere mit Durch



Mittendrin. Erfolgreiche Wirtschaftsprüfer erledigen zuverlässig ihre Pflicht und schauen darüber hinaus hinter die Kulissen der Unternehmen ihrer Mandanten. Sie bewältigen Krisen, eröffnen Chancen und zeigen Wege auf. Dabei hat der Nachwuchs die Wahl: Einstieg bei einem der vier großen Top-Arbeitgeber – oder lieber bei einer anderen großen oder einer mittelständischen Gesellschaft?

Top-Thema

blick

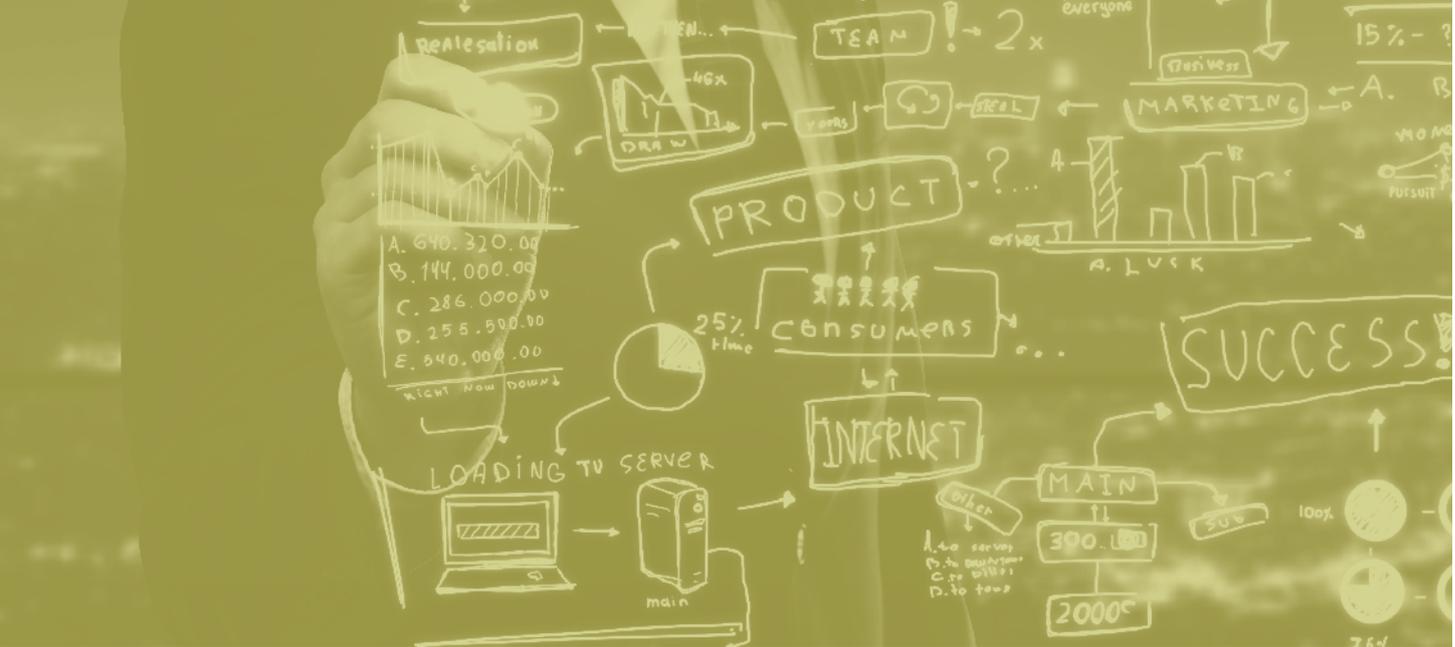
10

Mehr Wettbewerb, mehr Transparenz
Der Markt der Wirtschaftsprüfer ist in Bewegung. Die Gesellschaften suchen Einsteiger, die nachhaltig denken und bereit sind, sich permanent weiterzubilden.

14

„Einarbeitungszeit ist schnell vorbei“
Jörg Hossenfelder, Geschäftsführer von Lünendonk, im Interview über die Auswirkungen von Globalisierung und Digitalisierung auf die Branche.





mehr Transparenz

legen, als beim ersten Mal möglicherweise gleich mehr zu verkaufen, als der Mandant eigentlich benötigt.

Internationalität durch Netzwerke

Auch bei anderen aufstrebenden Wirtschaftsprüfungsgesellschaften geht der Trend dahin, die internationale Schlagkraft zu erhöhen, ohne dabei die Nähe zu den häufig mittelständischen Mandanten zu verlieren. Die deutsche Gesellschaft Baker Tilly Roelfs zum Beispiel ist Teil des internationalen Netzwerks Baker Tilly International mit 27.000 Mitarbeitern in 137 Ländern. Und Ebner Stolz, eine der größten mittelständischen Prüfungsgesellschaften mit Hauptsitz in Stuttgart, wickelt länderübergreifende Aufträge mit Partnern des Netzwerks Nexia International ab, in dem sich weltweit rund 100 Prüfungsunternehmen zusammengeschlossen haben. „Die Mitglieder kennen sich durch die enge Zusammenarbeit sowie den regelmäßigen fachlichen Austausch auf den Konferenzen. Alle Mitglieder vereinen außerdem die gleichen hohen Qualitätsanforderungen“, erklärt Bernhard Steffan, Wirtschaftsprüfer und Steuerberater und einer der Partner der Gesellschaft.

Im Kontakt mit den Mandanten lege man Wert darauf, dass es nicht für jeden Fachbereich einen anderen Ansprech-

partner gebe. Steffan: „Es gibt einen einzigen Berater, der einerseits über eine entsprechende Branchenkompetenz und andererseits als Generalist über ein breites, fundiertes Fachwissen in mehreren Fachbereichen verfügt.“ Doch Einsteiger müssen nicht befürchten, bei Spezialthemen im Regen stehengelassen zu werden: „Dann helfen die entsprechenden Experten aus den Competence Centern.“ Wer als Absolvent der Wirtschaftswissenschaften bei der Gesellschaft einsteigt, erhält von Beginn an eine zweigleisige Ausbildung als Wirtschaftsprüfer und Steuerberater; auch im Bereich Jura werden die Nachwuchskräfte ausgebildet. Dies sei erforderlich, um Sachverhalte in ihren Konsequenzen einordnen zu können. „Aber ein Vollblutjurist“, so Steffan, „muss ein Wirtschaftswissenschaftler nicht sein. Schlagen beispielsweise bei der Prüfung eines Jahresabschlusses oder bei der Erstellung eines Sanierungskonzepts rechtliche Themen auf, werden immer unsere Rechtsanwältinnen hinzugezogen.“

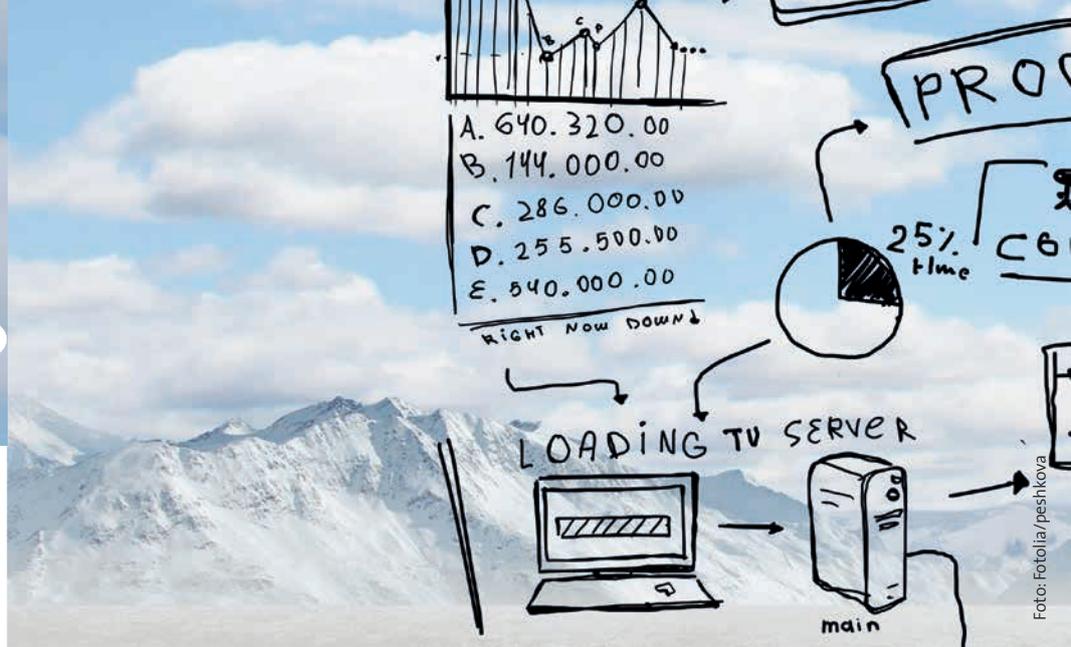
Hohe Verantwortung bei Risikoprüfung

Die Jahresabschlussprüfung ist und bleibt das Herzstück der Arbeit eines Wirtschaftsprüfers. Richtig spannend wird der Beruf aber vor allem dann, wenn man abseits der Pflicht für den Mandanten tätig werden kann. „Dann durchleuchten wir die Unternehmen,

STRUKTUR DES MARKTES

Als „Big Four“ bezeichnet man in der Branche die vier mit Abstand größten Wirtschaftsprüfungsgesellschaften, die vor allem das Geschäft mit den börsennotierten großen Unternehmen dominieren. Laut der Liste 2014 des Marktanalysten Lünenendok lag beim Umsatz in Deutschland PwC auf Platz eins, dahinter KPMG, EY (früher Ernst & Young) sowie Deloitte. Bei den in Deutschland tätigen Netzwerken und Allianzen mit unabhängigen Mitgliederunternehmen liegt Nexia Deutschland auf Platz eins, dahinter folgen Moore Stephens und HLB Deutschland. Die Liste zum kostenfreien Download: www.luenendok-shop.de





PIE ODER NICHT-PIE?

Als PIE (Public Interest Entities) bezeichnet man in der Branche börsennotierte Unternehmen sowie Banken und Versicherungen, die eine Abschlussprüfung machen müssen. In Deutschland werden diese rund 800 gesetzlichen Abschlussprüfungen von etwa 80 Gesellschaften vorgenommen, so der Verband für die mittelständischen Wirtschaftsprüfer wp.net e.V. Diese Aufträge sind in der Regel besonders lukrativ. Die 45.000 einfachen gesetzlichen Abschlussprüfungen von Nicht-PIE-Unternehmen werden laut wp.net von derzeit rund 3800 Gesellschaften oder Praxen durchgeführt. 2007 waren es noch 4600 dieser kleineren Akteure. Da die Kosten für Bürokratie stiegen und die Prüfungshonorare sanken, verließen einige jedoch den Prüfermarkt. Der Verband tritt dafür ein, im Zuge der EU-Reform die Nicht-PIE-Prüfer so zu entlasten, dass dieser Markt „eine Renaissance erlebt“, so die Experten bei wp.net.

www.wp-net.com

schauen hinter die Kulissen, erfahren, wie ein Unternehmen tickt“, sagt Bernhard Steffan von Ebner Stolz und nennt ein Beispiel von Ende 2014: „Einer unserer Mandanten hatte einen großen Kunden verloren und war kurz davor, große Probleme mit seinen Banken zu bekommen. Wir haben zusammen mit ihm ein Sanierungskonzept entwickelt und ihm bei der Umsetzung geholfen. Dieses aktive Handeln hat die Banken und Kreditversicherer sehr beeindruckt. Heute ist das Fahrwasser wieder bedeutend ruhiger.“

Dass es Tätigkeiten wie diese sind, die den Beruf eines Wirtschaftsprüfers besonders anspruchsvoll machen, darüber ist man sich in der Branche einig. „Unser Nachwuchs muss über sehr gute fachliche Kenntnisse verfügen und bereit sein, sich ständig fort- und weiterzubilden“, fasst Andreas Weissinger, Wirtschaftsprüfer und Steuerberater bei Baker Tilly Roelfs zusammen. Da sich die Fragestellungen, Prozessabläufe sowie vor allem auch die Menschen, mit denen man zusammenarbeitet, von Mandant zu Mandant unterscheiden, sind neben der fachlichen Expertise auch eine rasche Auffassungsgabe, eine hohe Sozialkompetenz sowie die Fähigkeit, in interdisziplinären Team tätig zu sein, wichtig, betont Weissinger. „Wir geben unseren Mandanten das Versprechen, bereichsübergreifend zu arbeiten – und dieses muss auch eingehalten werden.“ Zum Beispiel bei

den Due Diligence, also den Risikoprüfungen, bei denen es auf große Sorgfalt ankommt: „Hierbei untersuchen wir für einen potenziellen Käufer Unternehmen auf Chancen und Risiken in steuerlichen, rechtlichen, betriebswirtschaftlichen und kommerziellen Belangen.“ Die Ergebnisse fließen in die Kaufentscheidung und Preisfindung ein. „Entsprechend hoch ist auch unsere Verantwortung, als Team eine Empfehlung abzugeben.“

Trend zur Digitalisierung

Weiterhin steigt die Bedeutung von IT-Know-how. „Die zunehmende Digitalisierung sowie die Einführung komplexer Enterprise-Resource-Planning-Systeme haben Auswirkungen auf den Arbeitsalltag“, so Weissinger. Die Belegprüfung der vergangenen Jahrzehnte trete bei komplexeren Prüfungen immer mehr in den Hintergrund, „inzwischen nimmt die digitale, prozessgestützte Prüfung einen sehr hohen Stellenwert ein“.

Den Unterschied der Arbeit bei einer großen und bei einer mittelständischen Wirtschaftsprüfungsgesellschaft bringt Tobias Lahl so auf den Punkt: „Im Mittelstand ist man mehr Generalist und nicht Spezialist.“ Der Wirtschaftsprüfer und Steuerberater ist geschäftsführender Vorstand von wp.net, dem Verband für die mittelständische Wirtschaftsprüfung, und stellt in Aussicht, dass bei den kleineren Gesellschaften



Foto: Fotolia/Imagehub

der Einsteiger aufgrund der meist flachen Hierarchien zumeist direkt mit dem Wirtschaftsprüfer selbst zu tun habe. „Es ist persönliche Kundennähe gegeben – mit dem Vorteil, dass der neue Mitarbeiter schnell Verantwortung in kleinen Bereichen übernehmen kann und somit die gesamte Bandbreite der Abschlussprüfung kennenlernt.“ Der frühe und direkte Umgang mit Mandanten erfordere jedoch Menschenkenntnis und auch ein gewisses Durchsetzungsvermögen. „Denn nicht alles, was der Mandant möchte, ist mit dem Gesetz und unseren Berufspflichten vereinbar.“

Wirtschaftsprüfer – das ist eben in erster Linie ein freier Beruf, der nicht von Checklisten und Häkchen dominiert wird. „Es zählen der gesunde Menschenverstand und die Berufsgrundsätze wie Unabhängigkeit und Gewissenhaftigkeit“, sagt Tobias Lahl. Denn diese Eigenschaften sind es, die heute wie morgen die wesentliche Grundlage für die Wirtschaftsprüfung sein müssen.

Mehr über den Markt, viele weitere Zahlen und Entwicklungen: Lünendonk-Handbuch Wirtschaftsprüfung und Steuerberatung 2015. Haufe Lexware 2014. ISBN 978-3648055878. 49,00 Euro



Anzeige

An der HFH berufsbegleitend studieren



**Zum Bachelor und Master:
bundesweit – in Ihrer Nähe**

**Betriebswirtschaft
Wirtschaftsrecht
Wirtschaftsrecht online
General Management**

Infoline: 040/350 94 360

(mo.-do. 8-18 Uhr, fr. 8-17 Uhr)

www.hfh-fernstudium.de



Foto: Lünendonk

„Einarbeitungszeit ist schnell vorbei“

Jörg Hossenfelder ist Geschäftsführer von Lünendonk, einem Spezialisten für die Analyse des Marktes im Bereich Wirtschaftsprüfung und Steuerberatung. Im Gespräch erklärt er, wie sich Globalisierung und Digitalisierung auf die Branche auswirken und warum Einsteiger erstens gefragt sind und zweitens schnell durchstarten können. Die Fragen stellte **André Boße**.

Herr Hossenfelder, wie beurteilen Sie aktuell den deutschen Markt der Wirtschaftsprüfungsgesellschaften?

In Deutschland festigen sich vier Gruppen von Wirtschaftsprüfungsgesellschaften. Neben den global agierenden „Big Four“ PricewaterhouseCoopers, KPMG, EY und Deloitte agieren mittelgroße Gesellschaften – einige davon bundesweit, einige regional aktiv –, dazu Netzwerke und Allianzen sowie kleinere Unternehmen und Einzelkämpfer. Auffällig ist, dass sich die größeren Gesellschaften zunehmend breiter aufstellen. Unsere Analysen zeigen, dass sich die Dienstleistungsportfolios dieser Unternehmen vor allem in den Bereichen Steuer- und Rechtsberatung sowie im Corporate Finance und in der Managementberatung erweitern. In der Folge rekrutieren die Gesellschaften heute nicht nur Wirtschaftswissenschaftler, sondern auch Mathematiker, Naturwissenschaftler, Juristen oder auch Ingenieure und Geisteswissenschaftler.

Die Mandanten agieren immer globaler. Wie muss die Branche darauf reagieren?

Während die „Big Four“-Gesellschaften bereits global aufgestellt sind, werden einige mittelständische und kleinere Unternehmen im internationalen Umfeld über ihre Zugehörigkeit in einem Netzwerk vertreten. Sofern deutsche Mandanten von ihren deutschen Prüfern und Beratern jedoch auch im Ausland betreut werden wollen, müssen sich diese Gesellschaften verstärkt entsprechend aufstellen.

Welche Auswirkung auf die Arbeit hat die Digitalisierung?

Die IT-Unterstützung bei der Jahresabschlussprüfung ist bereits jetzt wichtig und wird weiter an Bedeutung gewinnen. Auch fragen die Mandanten Beratung im IT-Bereich nach. Daher ist es für die Gesellschaften äußerst relevant, sich hinsichtlich der Digitalisierung frühzeitig zu positionieren. Das gilt sowohl für die internen Prozesse

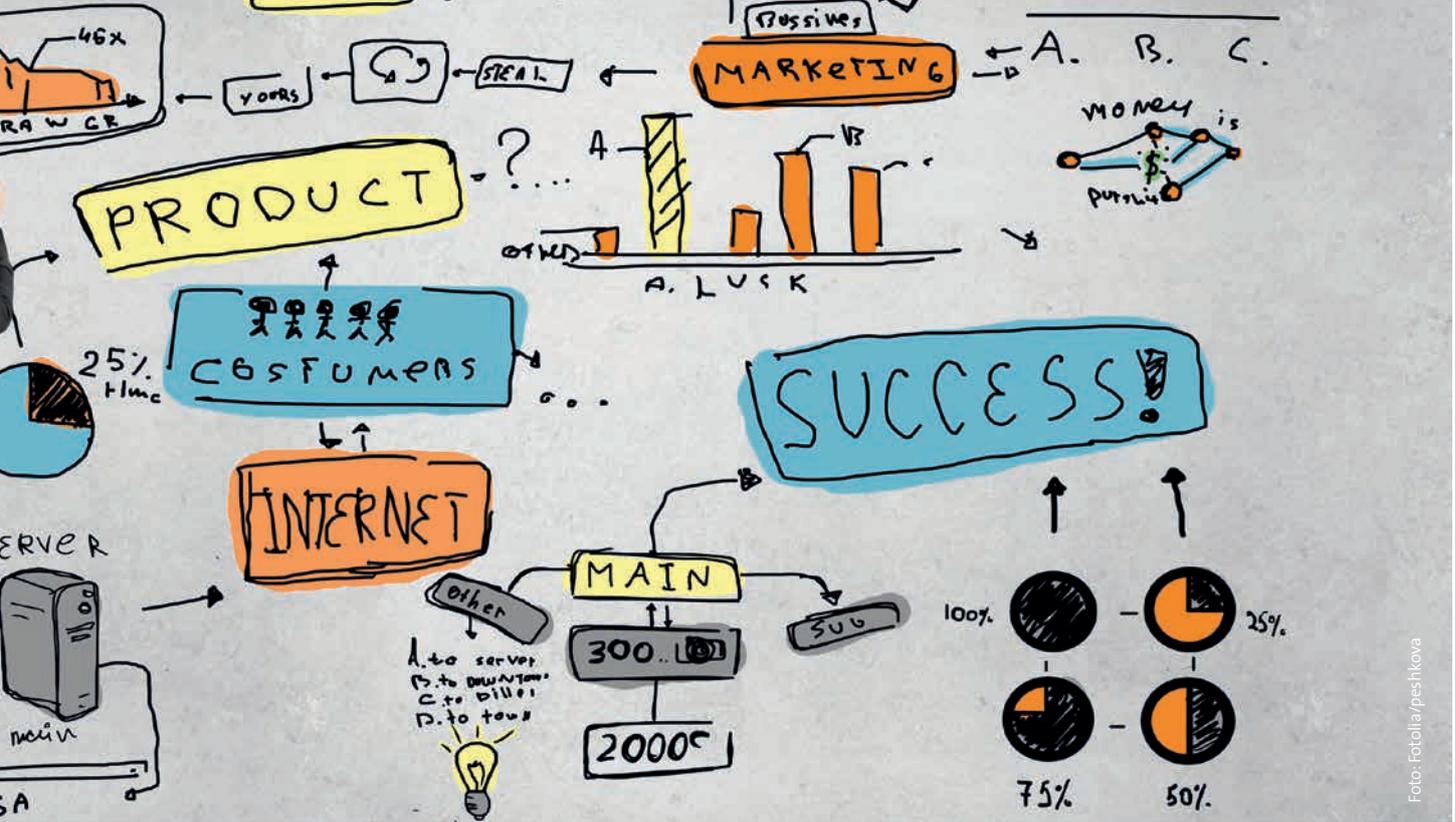


Foto: Fotolia/peshkova

als auch für die Unterstützung der Prüfungs- und Beratungsarbeit beim Kunden. So bieten die Gesellschaften neue Services rund um die Themenfelder IT-Prüfung und Sicherheit.

Der Markt der Wirtschaftsprüfung ist in vielen Bereichen standardisiert. Was müssen die Gesellschaften bieten, um sich dennoch von der Konkurrenz abzugrenzen?

Der Wirtschaftsprüfung-Markt ist von der Struktur sehr heterogen. Während sich die großen Unternehmen hinsichtlich ihrer Produktpalette kaum unterscheiden, versuchen andere, sich durch eine Expertise in bestimmten Branchen oder Dienstleistungen abzugrenzen. Eine der größten Herausforderungen des Marktes ist der enorme Fachkräftemangel. Auf der einen Seite müssen die Arbeitgeber nicht nur gegen Mitbewerber im Bereich der Wirtschaftsprüfungsgesellschaften bestehen, sondern auch gegen Unternehmen aus anderen Branchen wie Steuer-, Rechts- oder Managementberatungen. Zudem stehen die kleinen und mittelständischen Gesellschaften vor der Herausforderung, aus dem Schatten der großen und bekannten Konkurrenz hervorzutreten. Auch die Bewerber von heute haben sich verändert. Neben den harten Fakten spielen bei der Wahl des Arbeitgebers auch

weiche Faktoren wie Entwicklungschancen, Einsatzgebiete, Unternehmensstrukturen, Teamgrößen oder flexible Arbeitszeitmodelle eine wichtige Rolle.

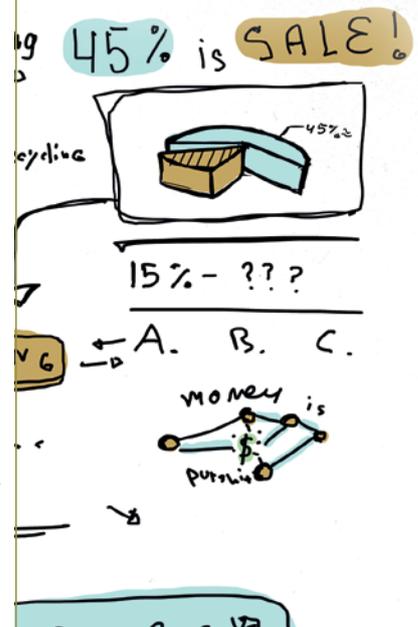
Wenn der Nachwuchs so begehrt ist, darf er dann auch darauf hoffen, in den Gesellschaften schnell spannende Projekte zu bearbeiten?

Grundsätzlich stehen Absolventen vor der Aufgabe, den theoretischen Wissensschatz ins Praktische umzusetzen und die Arbeitsabläufe kennenzulernen. Das bedeutet aber nicht, dass Absolventen sich hinten anstellen müssen, denn auch im Segment der Wirtschaftsprüfung gibt es Bereiche, in denen die Devise „learning by doing“ gilt. Die Zeit der Einarbeitung ist aber häufig schnell vorbei, denn Mentoren und Partner unterstützen vielerorts die Nachwuchskräfte von Beginn an, um frühzeitig das vorhandene Potenzial aufzudecken und Absolventen auf ihrem Weg zum Wirtschaftsprüfer und Steuerberater zu fördern. Daher spielt bei Wirtschaftsprüfungsgesellschaften die kontinuierliche Aus- und Weiterbildung in der Regel eine bedeutende Rolle.

ZUR PERSON

Jörg Hossenfelder ist studierter Kommunikationswissenschaftler und übernahm 2004 die Leitung der Research-Abteilung beim Analyse- und Beratungsunternehmen Lünendonk. Seit 2009 ist er dort geschäftsführender Gesellschafter und Ansprechpartner für Marktanalysen im Bereich der Wirtschaftsprüfung und Steuerberatung.

Foto: Fotolia/peshkova



Der Handels-Chef. Als Vorstandsvorsitzender der Douglas-Gruppe ist Dr. Henning Kreke für bekannte Handelsnamen wie die Douglas-Parfümerien verantwortlich. Im Gespräch erklärt der 49-Jährige, wie sich die Branche wandelt und was ihn an der jungen Generation begeistert. Die Fragen stellte André Boße.

Dr. Henning Kreke

Der Vorstandsvorsitzende der Douglas-Gruppe im Interview



“*Die Arbeit als Vorstandsassistent ist ein tolles Karrieresprungbrett.*“

Herr Dr. Kreke, internationale Erfahrungen zählen zu den gängigen Anforderungen an Einsteiger. Sie haben in Austin, Texas, studiert. Welche wertvollen Erfahrungen und Einblicke haben Sie dort gesammelt?

Sehr viele. Begeistert hat mich vor allem, dass das Studium dort einen so hohen Praxisbezug hatte. In dieser Hinsicht waren die Unis in den USA damals, in den 1980er-Jahren, schon deutlich weiter als hier in Deutschland. Als Berufseinsteiger war ich dadurch besser auf das echte Leben in den Unternehmen vorbereitet. Und natürlich war es für mich spannend, Land und Leute kennenzulernen, eine andere Mentalität und Kultur. Das hat mir gut gefallen und hat auch mein Privatleben entscheidend verändert, denn ich habe dort meine Frau Jane kennengelernt.

Sie haben Ihre Laufbahn im Konzern 1993 in der Vorstandsassistentenz begonnen. Was haben Sie dort als Einsteiger gelernt, was für Ihren Arbeitsalltag auch heute noch unersetzlich ist?

Die Arbeit als Vorstandsassistent ist ein tolles Karrieresprungbrett. Einerseits ist man ganz nah am Vorstand dran und lernt, wie dort Entscheidungen vorbereitet und umgesetzt werden. Andererseits muss man rasch einen guten Draht zu den operativ Verantwortlichen aufbauen, um fundierte Entscheidungsvorlagen für den Vorstand vorzubereiten. Während dieser Zeit habe ich gelernt, wie wichtig es ist, die richtigen Prioritäten zu setzen, verschiedene Blickwinkel einzunehmen, relevante von weniger relevanten Informationen zu unterscheiden und sich rasch einen guten Überblick über das Wesentliche zu verschaffen. Das hilft mir auch heute noch sehr im Arbeitsalltag.

Die Handelsbranche wandelt sich rasant. Wie wird sich das Multichannel-Konzept in den kommenden Jahren weiterentwickeln?

Für uns ist Multichannel generell ein herausragender Erfolgsfaktor, an dem wir kontinuierlich arbeiten. Denn das ist die Zukunft. Nahezu alle Konsumenten kaufen heute sowohl stationär als auch online ein. Hinzu kommt, dass sie meistens sehr viel besser informiert sind als früher. Das stellt den Handel vor vielschichtige Herausforderungen, denn die Kunden erwarten zu Recht, dass sie bei ein und demselben Händler verschiedene Kanäle nutzen und auch kombinieren können – zum Beispiel online bestellen und dann im Laden abholen und bezahlen. Weil die Käufer sich über das Internet ausführlich über ein Produkt informieren können, ändert sich auch der Anspruch an die Beratung in den Läden. Für den Handel ist es daher wichtig, sich auf dieses zunehmend individuelle Kundenverhalten einzustellen. Denn es kommt darauf an, die Wünsche des modernen Kunden kompetent und flexibel zu erfüllen. Nur so kann in Zukunft eine dauerhafte Kundenbindung entstehen.

Wie haben sich durch den Wandel die Anforderungen an Handelsmanager verändert?

Nach wie vor ist ein gutes Gefühl für Kundenwünsche und Kundenzufriedenheit das A und O eines Händlers. Das war schon immer so und wird auch immer so bleiben. Die Anforderungen sind aber generell gestiegen, vor allem müssen Handelsmanager heute viel mehr in Systemen und Strukturen denken, Markt- und Wettbewerbsveränderungen genau verfolgen und viel schneller agieren. Handel war schon immer vom Wandel

geprägt, aber dieser Wandel geschieht heute schneller denn je. Und diese Schnelligkeit muss gemanagt werden. Ein gutes Zeit- und Selbstmanagement und die Bereitschaft zu echtem Veränderungsmanagement sind daher die Schlüssel für nachhaltigen Erfolg.

Welche neuen Jobprofile entstehen in Ihrem Konzern, die dieser Veränderung Rechnung tragen?

In den vergangenen Jahren haben wir gerade auch in unserem Online-Bereich viele neue Stellen geschaffen. Vor einigen Jahren war „E-Commerce-Manager“ noch ein gängiges Berufsbild. Heute unterscheiden wir hier unter anderem Contentmanager, Nutzererfahrungs-Designer, Social-Media-Manager und so weiter. Darüber hinaus beschäftigen wir heute deutlich mehr Mitarbeiter, die sich mit Datenanalyse, Prozessoptimierung und Projektmanagement beschäftigen.

Was erhoffen Sie sich von der jungen Managergeneration, die nun von der Uni kommt? Welche Impulse kann die junge Generation setzen?

Häufig beeindruckt mich, dass viele Absolventen Dinge offen hinterfragen und sich mit Enthusiasmus auf interessante Themen stürzen, bei denen sie etwas bewegen und verändern können. Damit stecken sie auch langjährige Mitarbeiter an, deren Erfahrung dann wiederum hilft, allzu hochtrabende und manchmal auch idealistische Vorstellungen zu relativieren. Wenn diese Balance da ist, profitieren alle, und es kommt zu Veränderungen, die von allen Seiten mitgetragen werden und daher gut funktionieren.

In den Innenstädten gerät der stationäre Handel unter Druck. Welche Herausforderungen müssen gemeistert



Fotos: Douglas

werden, damit die Geschäfte in der City auch weiterhin funktionieren?

Der moderne Kunde möchte unterhalten werden, möchte Neues sehen und erfahren, möchte inspiriert und immer wieder aufs Neue zum Kauf animiert werden. Online wie offline. Erlebnis ist hier das Stichwort. Deswegen müssen wir den stationären Handel künftig noch stärker inszenieren. Das heißt, der Service muss noch zuvorkommender, kompetenter und herzlicher sein, und die Sortimente müssen um innovative und exklusiv erhältliche Artikel sowie Dienstleistungen ergänzt werden. Gelebte Herzlichkeit, spürbare Kompetenz und erlebbare Innovation sind durch keinen Onlineshop der Welt zu ersetzen, sie sind daher die Grundlage für nachhaltige Kundenbindung.

Viele Unternehmen, darunter auch Start-ups, arbeiten fieberhaft an ganz neuen Ideen für den Handel. Gibt es Konzepte, die Sie jüngst beobachtet haben und von denen Sie glauben, dass Sie in Zukunft eine große Rolle spielen werden?

Ohne ein konkretes Beispiel zu nennen: Grundsätzlich finde ich alle Ideen und Konzepte spannend, die sich mit dem Thema Cross- oder Multichannel kreativ auseinandersetzen. Denn da wird zukünftig die Musik im Handel spielen.

Zum Abschluss, welches Produkt würden Sie niemals im Internet bestellen?

Alles, was nicht wie ein Produkt behandelt werden kann. Also zum Beispiel lebende Tiere. Denn da geht es doch um eine sehr persönliche Bindung. Ein Haustier rein nach Aussehen wie aus einem Katalog zu bestellen, käme für mich und meine Familie nie infrage.



Foto: Douglas Holding

ZUR PERSON

Dr. Henning Kreke, geboren 1965 in Köln, ist seit 2001 Vorsitzender des Vorstands der Douglas Holding AG. 1994 erhielt er den Dokortitel der politischen Wissenschaften an der Christian-Albrechts-Universität zu Kiel. Zuvor schloss er sein betriebswirtschaftliches Studium an der University of Texas in Austin mit den Titeln BBA und MBA ab. Anschließend war er im Bereich Corporate Finance bei der Investmentbank Salomon Brothers in New York, Frankfurt und London tätig. Kreke trat 1993 als Vorstandsassistent für den Bereich Mode/Sport in die Douglas-Gruppe ein. 1997 wurde er in den Vorstand berufen.

ZUM UNTERNEHMEN

Die Douglas-Gruppe mit Sitz in Hagen zählt zu den bedeutendsten europäischen Handelsunternehmen. Zum Konzern mit Schwerpunkt Parfümerien gehören die Handelsmarken Douglas und Nocibé. Parfümerien der Douglas-Gruppe findet man in 19 Ländern Europas, mehr als 16.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind in den über 1500 Filialen beschäftigt. Den Grundstein der Douglas-Gruppe legte Ende der 1960er-Jahre Jörn Kreke, Vater des heutigen Konzernchefs Henning Kreke.

Fotos: Douglas



Foto: Fotolia/Cina Sanders

Einsteigen

Mein Bewerbungsgespräch bei: R+V

Ich hatte nicht geplant, in die Versicherungsbranche zu gehen, doch als ich im Internet die Stellenausschreibung für eine Traineeestelle im Projektmanagement/Berichtswesen im Bereich Verwaltungsdienste gelesen habe, wurde mein Interesse geweckt. Dass Projektmanagement spannend und abwechslungsreich ist, konnte ich schon in einem Praktikum während meines Studiums erfahren, und die Tätigkeit im Berichtswesen schien mir eine gute Ergänzung dazu zu sein. Ich habe mich über das Online-Bewerbungsportal beworben – und schon einige Tage später bekam ich die Einladung zu einem Gespräch, verbunden mit einer kleinen Hausaufgabe: Ich sollte mir überlegen, wie man mit den Veränderungen umgehen kann, die der digitale Wandel für den Posteingang mit sich bringt – wie managt man also die Nachrichten, die das Unternehmen über E-Mail, Portale, Apps und Social Media erreichen?

Natürlich war ich vor dem Termin etwas aufgeregt, aber die Nervosität verflog schnell: Das Gespräch fand im Büro meines jetzigen Chefs statt, neben ihm waren seine Sekretärin und eine Mitarbeiterin aus der Personalabteilung dabei. Sie stellten Fragen zu meinem Lebenslauf und meiner Bachelor-Arbeit, ich konnte von meinen Praktika berichten, und zum Schluss hielt ich die vorbereitete Präsentation zu der Hausaufgabe. Schon am nächsten Tag erfuhr ich, dass ich die erste Hürde geschafft hatte und zu einem Assessment Center eingeladen war, das zwei Wochen später stattfand. Gut, dass ich an der Uni

ein Assessment-Training belegt hatte – damit war ich optimal für die zweite Runde vorbereitet. Das Assessment Center dauerte einen ganzen Tag. Außer mir waren drei andere Bewerber dabei, die sich allerdings auf andere Stellen beworben hatten. Wir machten mehrere Übungen, unter anderem sollten wir eine Präsentation halten und eine Diskussion in der Gruppe führen. Und tatsächlich, ich konnte überzeugen: Noch am gleichen Abend bekam ich die Zusage für den Job. Da die Traineeestelle erst im Oktober begann, wurde angeboten, zur Überbrückung zwei Monate im technischen Support zu arbeiten – so hatte ich die Gelegenheit, schon das Unternehmen und einige Mitarbeiter kennenzulernen.

Mein eigentlicher Job startete dann mit einer Einführungswoche, an der alle 17 Trainees teilnahmen. Bevor wir in die Fachabteilungen gingen, durchliefen wir eine Einführungsveranstaltung und ein mehrtägiges Seminar zu Versicherungsgrundlagen. Während des Trainee-Jahrs haben wir ungefähr zweimal im Monat Schulungen zu verschiedenen Themen wie Projektmanagement und Gesprächsführung, Kolloquien, bei denen die Trainees sich gegenseitig ihre Fachbereiche und Tätigkeiten vorstellen, und Austauschgespräche. Die Tätigkeiten und Themen, mit denen ich mich befasse, gefallen mir gut, und wenn das Trainee-Jahr im Oktober beendet ist, kann ich mir gut vorstellen, meinem Heimathafen treu zu bleiben, also weiterhin im Projektmanagement/Berichtswesen zu arbeiten.

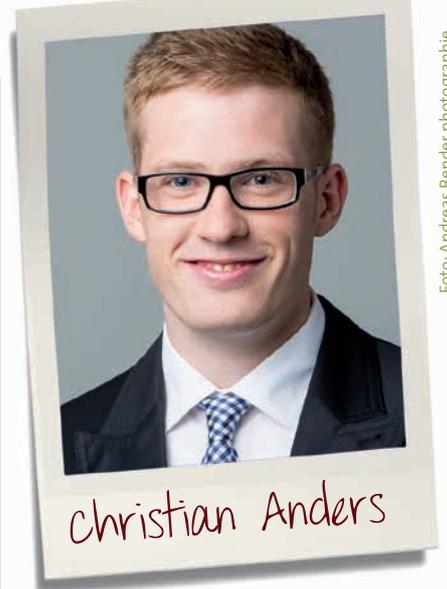


Foto: Andreas Bender photographie

Christian Anders

PROFILDATEN

Name: Christian Anders

Geburtsjahr: 1988

Hochschulabschluss als: Bachelor of Arts in Business Administration

Warum die R+V Versicherung?
Spannender Job, interessante Branche, gute Aufstiegsmöglichkeiten.

Bewerbung als: Trainee im Projektmanagement/Berichtswesen im Bereich Verwaltungsdienste

Wann war das Vorstellungsgespräch?
26. März 2014

Wann war Arbeitsbeginn?
1. Oktober 2014

Karrierenetzwerke/Social-Media,
Alumni

- | ja | nein | |
|-------------------------------------|-------------------------------------|-----------|
| <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Xing |
| <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Facebook |
| <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | Twitter |
| <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | Pinterest |

Controller und Finanzexperten gesucht

Top-Unternehmen treffen Top-Kandidaten

Exklusive Recruiting-Veranstaltung mit Einzelinterviews



Auszug unserer Referenzen:



facebook.com/CareerVenture
google.com/+Career-VentureDe
twitter.com/CareerVenture

career-venture.de

Einsteigen

Was macht eigentlich ein **Tax Consultant**, Frau Murmann?

Laura Murmann,
33 Jahre,
Tax Consultant bei
Deloitte

Ich arbeite seit Oktober 2007 bei Deloitte, zuvor habe ich in einer mittelständischen Kanzlei eine Ausbildung zur Steuerfachangestellten gemacht und danach Betriebswirtschaftslehre mit den Fachrichtungen Steuerlehre, Wirtschaftsprüfung und Wirtschaftsrecht studiert. Bei meinem heutigen Arbeitgeber bin ich als Berufsanfängerin als Tax Professional eingestiegen. Vorgegangen waren eine Bewerbung und ein zweistufiges Vorstellungsgespräch. Das erste Gespräch fand mit meinen zukünftigen Arbeitskollegen und direkten Vorgesetzten statt, dabei wurden auch meine Englischkenntnisse getestet. Das zweite Gespräch hatte ich mit der Direktorin und dem Partner des Geschäftsbereichs. Danach war mir klar, dass ich zum Unternehmen gehöre, was auf Gegenseitigkeit beruhte. Bereits im Januar 2009 wurde ich zum Tax Consultant befördert.

Zum Handwerkszeug eines Tax Consultants gehören fundiertes fachliches Wissen über nationales und internationales Steuerrecht, der sichere Umgang mit Excel, Word, Outlook und Power-Point sowie den steuerlichen Systemen der DATEV (Einkommensteuer und LOVOR). Wichtig sind aber auch eine ausgeprägte Teamfähigkeit, Kontaktfreudigkeit und Zuverlässigkeit. Das Tätigkeitsfeld ist breit gefächert: Dazu gehören beispielsweise steuerliche Orientierungsgespräche („Interviews“) mit und die Betreuung von Mandanten. Außerdem bearbeite ich Einkommensteuererklärungen, dazu gehören unter

anderem die Erstellung, Durchsicht und Prüfung von Steuerbescheiden sowie das Einlegen von Rechtsbehelfen. Außerdem ist man Ansprechpartner für Arbeitgeber, Finanzbehörden und Kollegen im In- und Ausland. Die Erstellung von Adhoc-Berechnungen und Ausgleichsberechnungen sowie das Verfassen von steuerlichen Stellungnahmen (auf Deutsch und Englisch) sind weitere Schwerpunkte.

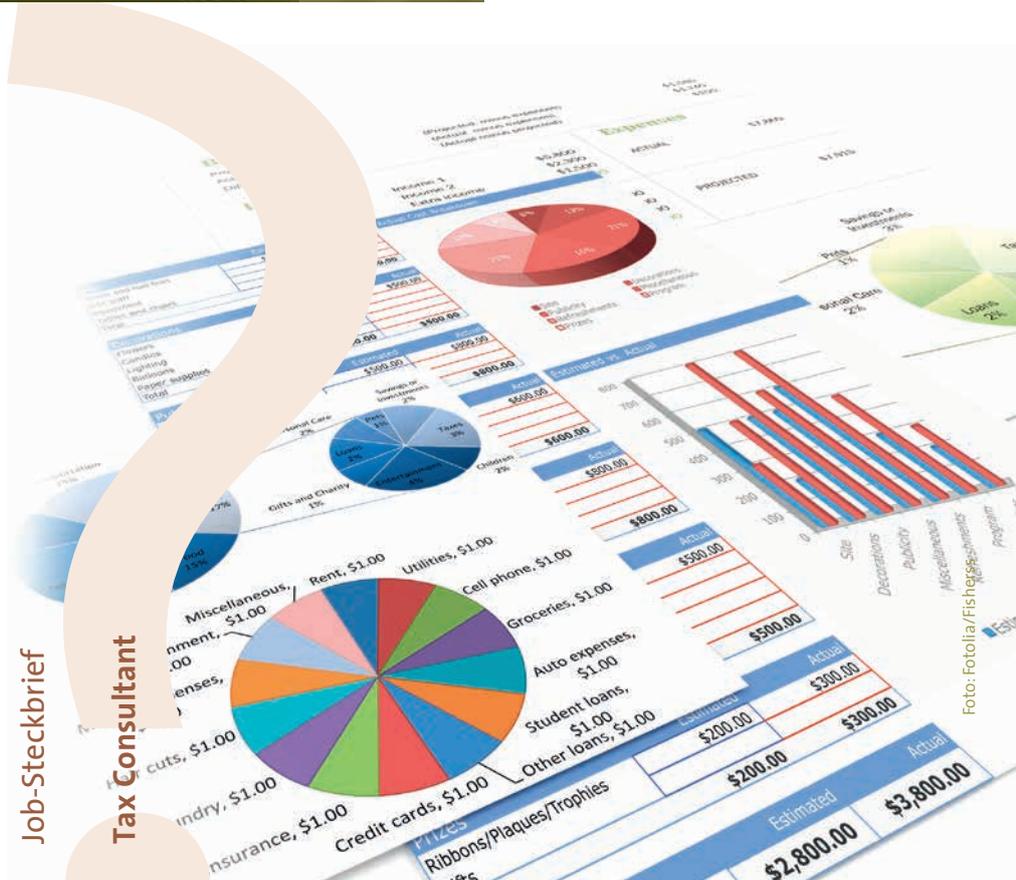
Da sich das Steuerrecht ständig ändert, wird es nie langweilig. Die Herausforderung besteht darin, diesen Wandel den Mandantenbedürfnissen anzupassen, damit diese optimal beraten werden. Dabei werde ich von Auszubildenden im Steuerbereich, Tax Professionals sowie Managern, Senior Managern, Direktoren und Partnern unterstützt. Damit das Team den steigenden Mandantenbedürfnissen gerecht werden kann, müssen Tax Consultants den Nachwuchs ausbilden. Dies schließt sowohl Lehrlinge als auch Berufsanfänger (Tax Professionals) ein. Derzeit betreue ich eine Auszubildende und fünf Tax Professionals. Diese verantwortungsvolle Aufgabe ist spannend und abwechslungsreich. Mir macht es Spaß zu sehen, wie mein Einsatz Früchte trägt. Aufgaben vertrauensvoll abzugeben und festzustellen, dass sich mein Einsatz gelohnt hat, erfüllt mich mit Stolz und zeigt mir, dass sich die Mühen gelohnt haben. Mühen deshalb, weil dies neben dem laufenden Tagesgeschäft stattfindet und somit besonders anspruchsvoll ist.





Einen typischen Arbeitstag zu beschreiben, ist schwieriger, als dies auf den ersten Blick scheint – es gibt nämlich keinen. Man kann sich eine Tätigkeit vornehmen, beispielsweise die Erstellung oder Durchsicht einer Einkommensteuererklärung, und plötzlich kommt eine dringende Anfrage, so dass man umdisponieren muss. Dabei ist organisatorisches Geschick unbedingt notwendig. Für den Fall, dass keine dringende Anfrage die Tagesplanung durchkreuzt, sieht mein Arbeitstag folgendermaßen aus: Zunächst beantworte ich meine E-Mails. Dies zieht sich durch den gesamten Tag, da ständig neue Mails kommen – 50 bis 100 pro Tag sind keine Seltenheit. Fragen von Auszubildenden und Kollegen werden auf Zuruf beantwortet. Sobald die E-Mails abgearbeitet sind, erstelle ich entweder Einkommensteuererklärungen oder überprüfe diese. Die Korrektur von Einkommensteuerbescheiden und die Beantwortung von Finanzamtsanfragen gebe ich – sofern dies möglich ist – an meine Auszubildende oder die Tax Professionals weiter.

Meine Zukunft sehe ich im Unternehmen, weil ich mich hier sehr wohl fühle. Work-Life-Balance und eine angenehme Team-Atmosphäre sind mir sehr wichtig. Den Zusammenklang beider unterstütze ich täglich mit meinem Einsatz. Das schlägt sich auf die Mandantenzufriedenheit und den Teamzusammenhalt nieder.



Berufliche Voraussetzungen:

- Abgeschlossene Ausbildung zur/zum Steuerfachangestellten und/oder abgeschlossenes Studium mit entsprechender Fachrichtung, zum Beispiel Steuerlehre
- Berufserfahrung im Bereich des nationalen und internationalen Steuerrechts (etwa zwei bis drei Jahre Erfahrung als Tax Professional)
- sicherer Umgang mit den gängigen Microsoft-Programmen und mit DATEV (Bereiche Einkommensteuer und LOVOR)
- sehr gute Deutsch- und Englischkenntnisse in Wort und Schrift
- organisiertes und eigenständiges Arbeiten

Softskills:

Teamfähigkeit, Kontaktfreudigkeit, Zuverlässigkeit

Einstiegsmöglichkeiten:

Direkteinstieg

Branchenübliches Gehalt:

45.000 bis 50.000 Euro/Jahr (inkl. potenzieller Bonuszahlung)

Associate Partner

Ein Erfahrungsbericht von
Nina Schneider, 32 Jahre

Studium der Betriebswirtschaftslehre an der Universität Erlangen-Nürnberg und der Leipzig Graduate School of Management (HHL)
eingestiegen 2006
als Praktikantin bei Rödl & Partner
aufgestiegen 2014
zum Associate Partner



Foto: Fotolia/adrian_ille825

Für meine Berufswahl stand von Anfang an fest: Ich will mit Zahlen zu tun haben. Schließlich hatte ich schon immer besonderen Spaß an Fächern wie Finanzierung, Controlling oder Rechnungswesen. Außerdem sollte es möglichst vielseitig und spannend sein. Während meines Studiums lernte ich die Vorteile der Arbeit in der Wirtschaftsprüfung kennen und schätzen: abwechslungsreiche Tätigkeiten, flache hierarchische Strukturen und der Fokus auf fachliches Arbeiten. Während eines weiteren Praktikums, das ich gegen Ende meines Studiums in einer Investmentbank absolvierte, wurde mein Interesse für „Mergers and Acquisitions“ geweckt, also für Unternehmenstransaktionen wie Übernahmen und Fusionen.

Ein Berufseinstieg im Bereich Transaction Advisory von Rödl & Partner stellte für mich die optimale Möglichkeit dar, beides zu kombinieren, ohne mich von Anfang an fachlich zu sehr zu spezialisieren. Zudem kannte ich Kollegen und Unternehmensumfeld bereits aus meinem Praktikum. Nach meinem Einstieg als Associate stand mir von Anfang an ein breites Betätigungsfeld offen: So konnte ich bei diversen Unternehmenstransaktionen mithelfen oder bei Unternehmensbewertungen verschiedener Anlässe unterstützen, von der Kaufpreisermittlung bei Unternehmenskäufen und -verkäufen bis hin zur

Unternehmensbewertung für gerichtliche Auseinandersetzungen. Diese Vielfalt half mir, schnell Kompetenzen auszubauen und Teilprojekte zunehmend eigenständig zu bearbeiten sowie den persönlichen Kontakt zu Mandanten aufzunehmen. Als Spezialistin für Bewertungsfragen wurde ich bald eine gefragte Ansprechpartnerin für Jahresabschlussprüfungsteams. Besonders Spaß hatte ich von Anfang an daran, Lösungswege für Probleme aufzuzeigen. Denn jedes Projekt ist anders und wirft neue Fragestellungen auf, für die es nicht immer vorgefertigte Lösungsschemata gibt. Typische Fragestellungen sind zum Beispiel: Wie finde ich heraus, ob die Umsatzplanung eines Landwirtschaftsunternehmens plausibel ist? Und wie sieht das Gleiche bei einem Automobilzulieferer aus?

Heute leite ich zusammen mit zwei Kollegen ein zwölfköpfiges Beratungsteam. In vielen Projekten unterstützen wir potenzielle Unternehmenskäufer bei der Auswahl ihrer „Targets“, indem wir die finanzielle Situation der Unternehmen analysieren, für die sich unsere Mandanten interessieren. Wie haben sich die Ergebnisse in der Vergangenheit entwickelt? Wie plant das Unternehmen sich in Zukunft zu entwickeln? Welchen Risiken unterliegt diese Planung? Welche Vermögensrisiken liegen vor? Diese und viele andere Fragen



Kein Doping. Nur Vitamin B.

konaktiva

Die Unternehmenskontaktmesse

05.- 07. Mai im darmstadtium
täglich 09:30 - 16:30 Uhr

Eintritt frei!



www.konaktiva.tu-darmstadt.de

konaktiva

TU Darmstadt

Aufsteigen

**NINA SCHNEIDER, 32 JAHRE,
leitet ein Projektteam. Ihre Schwerpunkte
sind Unternehmenstransaktionen wie
Übernahmen und Fusionen.**



Foto: Rödl & Partner

analysieren wir natürlich nicht nur auf dem Papier und an unseren Computern, sondern in intensiven Gesprächen mit dem Management. Entscheidet sich unser Mandant, ein Kaufangebot zu unterbreiten, unterstützen wir ihn bei der Kaufpreisfindung und den Verhandlungen mit den Verkäufern. Hierbei arbeiten wir eng mit den Rechtsanwälten und Steuerberatern unseres Mandanten, häufig übrigens Kollegen von Rödl & Partner, zusammen. Im Falle einer erfolgreichen Übernahme beraten wir unseren Mandanten auch bei der Eingliederung des Unternehmens.

Die Vielseitigkeit meiner Tätigkeiten ist für mich das Reizvollste an meinem Beruf. Sie entsteht nicht nur durch das breite Spektrum an Projektinhalten, sondern auch durch den Kontakt zu Mandanten unterschiedlicher Positionen, Unternehmen und Branchen sowie dem engen interdisziplinären Austausch mit Kollegen aus dem Rechts- und Steuerberatungsbereich. Zudem habe ich die Möglichkeit, meine eigenen fachlichen Interessen einzubringen. Schon in der Diplomarbeit

beschäftigte ich mich mit dem Thema Kaufpreisallokationen und der Bewertung immaterieller Vermögensgegenstände. Nach meinem Berufseinstieg hatte ich dann die Gelegenheit, zur Ausweitung des Dienstleistungsangebots meines Arbeitgebers in diesem Bereich beizutragen.

Motiviert von meinen Vorgesetzten und Kollegen, entschied ich mich, 2011 das Wirtschaftsprüferexamen abzulegen, um meinen fachlichen Horizont zu erweitern und meine Mandanten noch umfassender beraten zu können. Die Vorbereitung auf das Examen war anspruchsvoll und langwierig, und natürlich war ich sehr erleichtert, dass meine Mühen mit der Berufung zur Wirtschaftsprüferin belohnt wurden. Eine fundierte fachliche Ausbildung ist nur ein Eckpfeiler des Erfolgs in meinem Beruf. Problemlösungskompetenz, die Fähigkeit, verschiedenste Geschäftsmodelle zu verstehen und deren Chancen und Risiken zu erkennen, sowie das Einfühlungsvermögen, sich in die Probleme und Fragestellungen der Mandanten und Manager hin-

einzuversetzen, sind mindestens genauso wichtig. Unternehmenstransaktionen laufen häufig unter Zeitdruck ab. Über den guten Zusammenhalt mit meinen Kollegen bin ich deshalb besonders glücklich – gemeinsam ist man stark. Ein Teamplayer sollte man in diesem Beruf in jedem Fall sein.

Ich hatte immer das Gefühl, von meinen Vorgesetzten gefördert zu werden, sei es bei der persönlichen und fachlichen Weiterentwicklung oder bei der Umsetzung meiner Ideen im Team. 2011 bekam ich erste Personalverantwortung und stieg zum Senior Associate auf. 2014 bin ich zum ersten Mal Mutter geworden – und noch bevor ich im Mai in Elternzeit gegangen bin, wurde ich zum Associate Partner befördert, darf also noch mehr Verantwortung im Team und im Gesamtunternehmen übernehmen. Im September 2015 will ich wieder einsteigen, und zwar mit einer Dreiviertel-Stelle. Während ich im Büro bin, wird mein Sohn dann in der „Rödl-Krippe“ betreut – wenn er dort im Garten spielt, kann ich ihn vom Schreibtisch aus sehen.

Die Karrieremesse auf
deinem Campus



Nimm deine Karriere in die Hand!

Nutze unsere Karrieremessen, um dich bei Unternehmen aus unterschiedlichen Branchen über ihre Unternehmenskultur, Anforderungsprofile sowie Einstiegsmöglichkeiten zu informieren, und stelle dich im persönlichen Gespräch vor – egal ob du dich für ein Praktikum, eine praxisbezogene Abschlussarbeit, eine Nebentätigkeit oder den ersten richtigen Job interessierst.

Unsere nächsten Events:

FH AACHEN

→ 23. April 2015

FRANKFURT UNIVERSITY

→ 28. + 29. April 2015

HOCHSCHULE HANNOVER

→ 5. Mai 2015

THM Campus Friedberg

→ 12. Mai 2015

FH KÖLN

→ 19. + 20. Mai 2015

UNI KASSEL

→ 21. Mai 2015

UNI FRANKFURT

→ 2. Juni 2015

HEADS&HANDS Uni Freiburg

→ 2. Juni 2015

UNI TRIER

→ 11. Juni 2015



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

Aufsteigen



Foto: Fotolia/Rawpixel

Erfolgsrezepte

Im Vertrieb kommt es vor allem darauf an, den Kunden als Menschen zu sehen, mit all seinen Wünschen und Visionen, meint Verkaufstrainer **Karlheinz Pflug**. Mit welchen Strategien Einsteiger erfolgreich in den Vertrieb starten können, erklärt er in seinem Gastartikel.

Wer mit dem Gedanken spielt, in den Vertrieb zu gehen, sollte sich fragen, ob er gerne mit Menschen spricht und anderen etwas Gutes tut. Denn das sind die notwendigen Voraussetzungen: Wer zum Ziel hat, dem Kunden Gutes zu tun, wird erfolgreich sein. Wer eine Idee hat, kann andere begeistern. Einen Auftrag erhalten wir niemals von einem Unternehmen, sondern immer von einem Menschen in diesem Unternehmen. Beim Verkaufen spielt also die kommunikative Interaktion zwischen Menschen eine wesentliche Rolle. Der Bereich, der sich mit den menschlichen und damit entscheidenden Faktoren des Verkaufens beschäftigt, nennt sich Vertriebspsychologie. Und Vertriebspsychologen haben erkannt: Vertrieb funktioniert nur, wenn die Kunden als Menschen gesehen werden, mit all ihren Wünschen, Visionen, ihren Ängsten und Befürchtungen. Erfolgreich ist, wer es schafft sympathisch zu sein, Vertrauen aufbaut und überzeugt. Die menschlichen Nuancen sind umso wichtiger, je vergleichbarer Produkte oder Dienstleistungen werden. Nicht nur technische oder wirtschaftliche Gründe führen zum Auftrag, nicht nur Qualität und Preis, sondern vor allem emotionale Faktoren wie Ansehen, Imagegewinn, Bequemlichkeit, Sicher-

heit oder Gesundheit. Vertriebler sollten sich in jeder Hinsicht an ihren Ansprechpartnern im Kundenunternehmen orientieren – was der Kunde möchte, ist der Maßstab.

Überzeugungskraft kommt von innen
Wer Menschen überzeugen möchte, muss zunächst selbst überzeugt sein. Und er muss die Leistungen oder Produkte seines Unternehmens genau kennen und verstehen, wie er damit dem Kunden helfen kann. Es geht nicht darum, das beste, schnellste oder gar billigste Produkt zu haben. Viel wichtiger ist herauszufinden, wie genau die eigene Lösung am besten zum Kunden passt, und zu wissen, welche Vorteile man bieten kann. Der Preis ist so gut wie nie der alleinige Entscheidungsfaktor – im Gegenteil: Ein Anbieter, der deutlich günstiger ist als andere, wird oftmals gar nicht berücksichtigt. Viele Vertriebsleute scheitern daran, dass sie von ihrem Angebot selbst nicht wirklich überzeugt sind. Das spürt der Kunde. Er entscheidet sich für einen anderen Anbieter oder versucht, den Preis zu drücken. Verkäufer, die genau wissen, dass ihr Produkt oder ihre Dienstleistung das exakt Passende für den Kunden ist, bringen die Vorteile auf den Punkt. Je einfacher, bildhafter und



Foto: Karlheinz Pflug



Foto: Fotolia/Rawpixel

des Vertriebs

verständlicher sie argumentieren, desto schneller ist der Kunde überzeugt. Denn: Wenn der Kunde irgendetwas nicht versteht, schenkt er uns kein Vertrauen und wird nicht kaufen. Nur schlechte Verkäufer präsentieren ihre Leistungen bereits, bevor sie die Aufgabenstellung oder Problemstellung genau kennen. In der Hoffnung, dass irgendetwas Passendes dabei ist, überschütten sie den Kunden mit all ihrem Wissen.

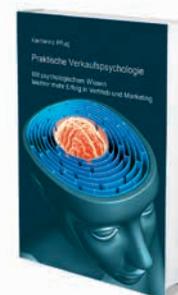
Am einfachsten haben Vertriebler es natürlich in Branchen, die regelmäßig oder noch besser ständig Bedarf an einem Produkt oder einer Leistung haben – denn sie müssen nicht dauernd Neukunden akquirieren, wie es auch im Projektgeschäft der Fall ist. Einen großen Kunden zu gewinnen, ist meist nicht wesentlich mehr Aufwand, als einen kleinen Kunden zu überzeugen. Wer erfolgreich sein und schnell hohe Wachstumsraten erzielen möchte, muss sich darauf konzentrieren, mittlere bis große Kunden zu gewinnen, um dort den Lieferanteil zu steigern. Sind die ersten Aufträge da oder ist der erste Job zugesagt, darf nach den ausschlaggebenden Gründen gefragt werden: Warum wurde gekauft, was waren die Gründe, den Auftrag zu vergeben? Die

Antworten des Kunden können Aufhänger für weitere Erfolge des Vertrieblers sein.

Jedes Gespräch, jede Verhandlung bedarf der Vorbereitung. Also macht man sich zunächst klar, welches Ziel erreicht werden soll, wie weit man gehen will und wo die Grenzen sind. Welches sind meine Stärken und meine Schwächen? Auch wenn jeder Mensch Schwächen hat – positive Erlebnisse zu kultivieren und sich diese immer wieder ins Gedächtnis zu rufen, führt zu Selbstsicherheit: Was habe ich schon erreicht? Für was haben mir andere Menschen gedankt? Wofür wurde ich gelobt? Und wofür kann ich mich selbst loben? Wer Selbstsicherheit ausstrahlt, erhält dadurch Überzeugungskraft. Kein Auftrag ist selbstverständlich, deswegen bedanken erfolgreiche Vertriebler sich immer bei ihren Kunden. Dies klingt selbstverständlich, wird aber leider meistens vergessen. Dabei ist das „Danke“ der erste Schritt zum nächsten Auftrag.

BUCH VON KARLHEINZ PFLUG

Karlheinz Pflug: Praktische Verkaufspsychologie: Mit psychologischem Wissen leichter mehr Erfolg im Vertrieb und Marketing. epubli GmbH, 2012. ISBN 978-3844236101. 25 Euro.



„Es geht nicht darum, das beste, schnellste oder gar billigste Produkt zu haben. Viel wichtiger ist herauszufinden, wie genau die eigene Lösung am besten zum Kunden passt.“



Foto: Photocase/Jürgen W.

Blickpunkt:

Neugier- Management

Wieso? Weshalb? Warum? Alles beginnt mit einer Frage. Warum sollte man sich zum Beispiel mit der Neugier beschäftigen? Ist das wirklich ein interessantes Thema? Ja. Denn: Neugier ist gewissermaßen der Anfang von allem. **Andreas Steinle**, Geschäftsführer des Zukunftsinstituts Workshop, erklärt in seinem Gastartikel, wie Neugier-Management funktioniert.



Foto: Zukunftsinstitut

Von **Andreas Steinle**

Ohne Neugier gäbe es kein Ketchup, kein Internet, keine Flugzeuge. Ohne Neugier wären all diese bahnbrechenden Erfindungen nicht zustandgekommen, und auch uns gäbe es heute als Menschen nicht. Die Archäologie belegt das sehr deutlich. Sie untersucht nicht nur, wo wir herkommen, sondern auch, wie wir uns verhalten haben in den vergangenen Jahrtausenden. Und die Neugier gehört ganz wesentlich dazu. Sie war es, die unsere Vorfahren dazu brachte, so lange mit verschiedenen Materialien zu experimentieren, bis sie den Mechanismus für das entwickelt hatten, was wir heute einen Schnellkochtopf nennen. Mittlerweile lässt sich ein erstes Fazit ziehen: Die Evolution hat recht. Sie belohnt grundsätzlich ein Verhalten, das die Herausforderungen der Natur annimmt und ihnen etwas Erfolgreiches entgegengesetzt. Praxisforschungen in Unterneh-

men belegen, dass dies auch in der Berufswelt gilt. Die Gesetze der Evolution wirken auch in der Wirtschaft. Wer sich nicht ständig erneuert, wird vom Sturm des Wandels weggeblasen.

Ohne Neugier keine Innovation

Durch Globalisierung und Digitalisierung hat der Wettbewerbsdruck enorm zugenommen. Zurecht ist daher das Thema Innovation in den letzten Jahren ganz weit oben auf die Agenda gerückt. Alle wissen: Wer nicht deutlich billiger sein kann, muss eben deutlich besser, also innovativer sein. In diesem Punkt sind sich alle einig. Und so werden allerorten Innovationsinitiativen ins Leben gerufen – die allzu oft ins Leere laufen. Ein Grund dafür ist, dass Innovation und strategische Unternehmensentwicklung oft dadurch gebremst werden, dass so großer Wert auf die Beherrschung von Prozessen



Blickrichtung Trends:

Zukunftsinstitut Workshop, das Unternehmen von Andreas Steinle, ist auf die praktische Arbeit mit Trends, also deren Umsetzung in Innovationen, spezialisiert. Dabei steht die eigens entwickelte Cross-Innovation-Methode im Zentrum, bei der Trends und Entwicklungen aus anderen Branchen miteinander verknüpft werden. Neben der Realisierung von Innovationsprojekten bietet das Unternehmen Zukunfts-Workshops, Trendexpeditionen und WorkDays (offene Eintages-Veranstaltungen) an. Mehr Infos unter www.zukunftsinstitut-workshop.de.

gelegt wird – und das greift zu kurz. Prozesse allein führen keine Veränderung herbei. Es braucht dazu die Menschen. Doch die müssen lernen wollen, sich Veränderungen positiv auszusetzen. Diese Motivation wird in einzigartiger Weise durch ein psychologisches Konstrukt abgebildet, das immer schon bekannt war, aber nie operationalisiert wurde: die Neugier.

Nur wenn wir ihr Wesen verstehen, lässt sich Erneuerung wirklich vorantreiben. In den letzten Jahren entwickelte sich parallel zur Innovationsforschung daher auch die Neugierforschung. Mittlerweile ist Neugierde messbar. Hierfür entwickelte Dr. Patrick Mussel, wissenschaftlicher Mitarbeiter am Lehrstuhl für Psychologie der Universität Würzburg, einen Test namens WORCS (WORk Related Curiosity Scale). Er basiert auf zehn simplen Statements, anhand derer eine Selbsteinschätzung hinsichtlich der eigenen Neugier abgegeben wird. Zum Beispiel: „Ich durchdenke ein Problem so lange, bis ich es gelöst habe.“

Ohne Neugier kein Erfolg

Eine Studie unter 320 Auszubildenden bei einem deutschen Automobilzulieferer

ergab, dass diese umso erfolgreicher waren, je neugieriger sie waren. Zudem lässt sich der „Neugier-Quotient“ einer Firma, also das gemittelte Neugieverhalten aller Mitarbeiter, erfassen. Dieser steht im direkten Zusammenhang zum ökonomischen Erfolg des Betriebs. Kurz: Ein Unternehmen kann nur dann erfolgreich sein, wenn es neugierige Mitarbeiter hat. Wenn dem so ist, muss zuerst die Frage beantwortet werden: Warum hat man in der Ökonomie nicht früher daran gedacht? Neugier steht im krassen Gegensatz zu dem, was Stellenausschreibungen früher von Menschen forderten. Die monotonen Prozesse der Industriegesellschaft ließen sich hervorragend abgrenzen und standardisieren. Heute jedoch geht es immer mehr um die Bereitschaft, lebenslang zu lernen, offen für Veränderungen, flexibel und aufgeschlossen zu sein.

Eine der drängenden Fragen künftiger Manager wird daher sein: Wie kann man feststellen, was einen neugierigen Mitarbeiter auszeichnet, und wie kann man ihn in seiner Neugier unterstützen? Wie lässt sich professionelles Neugiermanagement betreiben? Hierfür müssen drei zentrale Aspekte, die mit

unserer Neugier direkt zusammenhängen, ausbalanciert werden:

- **Autonomie:** Menschen werden neugieriger, wenn sie mehr Wahlmöglichkeiten bekommen. Das berührt in starkem Maße die Autonomie, darüber zu entscheiden, wann, wo und wie eine Arbeit verrichtet wird.
- **Kompetenz:** Erlebnisse, die Menschen das Bewusstsein vermitteln, Herausforderungen immer besser in den Griff zu bekommen und daran zu wachsen, führen zu mehr Neugier. Hierfür braucht es ständigen Nachschub an Wissen.
- **Bezug:** Nichts motiviert Menschen mehr als das Gefühl, etwas Sinnvolles zu tun. Bezug verbindet den Einzelnen mit der Gemeinschaft und stellt das eigene Handeln in einen größeren Kontext.

Wer die Neugier in sich entfachen und die Flamme brennen lassen will, kann gar nicht anders, als nach persönlichen Interessen und Leidenschaften zu gehen. Sonst wird man niemals nach der besseren Lösung suchen und immer weiterfragen.



Gute Gründe zum Gründen

Worauf es bei der Gründung
eines Unternehmens
ankommt, erklärt
Markus Schraner,
Vorstandsvorsitzender von
Startup Germany,
in seinem Gastbeitrag.

Wenn wir über die Gründungskultur in Deutschland sprechen, dann hören wir oft, wie unwahrscheinlich es ist, dass eine Gründung erfolgreich ist. Wir hören aber auch von der fehlenden Risikobereitschaft unserer Bevölkerung und der mangelnden Innovationskraft deutscher Unternehmer und Unternehmen. Wir kennen die Gründe für diese mangelnde Gründungskultur nicht im Detail. Selbst die umfangreichsten Studien zum Thema können keine eindeutige Antwort geben. Doch wir sind überzeugt: Auch wenn es Hürden und Schwierigkeiten gibt, kann sich der Versuch, ein eigenes Unternehmen aufzubauen, lohnen. Dabei gibt es einige Faktoren, die für den Erfolg entscheidend sind – hier ein Überblick:

Wann ist die richtige Zeit zu gründen?

Während wir in der Jugend über eine Menge Energie verfügen und mit Veränderungen noch sehr viel einfacher zurechtkommen, verfügen wir später im Leben in vielen Fällen über mehr Erfahrungen, ein größeres Netzwerk und mehr Ressourcen. Trotzdem hat die Jugend einen kleinen, aber wichtigen Vorteil – weniger Verantwortung. Wer Kinder hat, hat nicht nur höhere Kosten, sondern auch weniger Zeit und mehr bereits vordefinierte Aufgaben. Dies kann ein enormer Nachteil sein.

Grundsätzlich kann man sagen, dass die Schwierigkeiten nicht weniger werden, sondern sich mit dem Alter nur verändern. Der richtige Zeitpunkt ist dann, wenn sich der Gründer bereit fühlt.

Welches Umfeld ist das richtige für eine Gründung?

Das Umfeld ist einer der wichtigsten Faktoren bei einer Gründung. Dazu gehören Menschen, Orte und die Ausstattung. Entsprechend der eigenen Möglichkeiten und Vorlieben müssen wir hier priorisieren. Aufgrund von begrenzten Ressourcen muss die Ausstattung häufig zu Beginn vor allem funktionieren, und auch der Arbeitsort wird in vielen Fällen eher pragmatisch gewählt. Die Menschen, mit denen man sich umgibt, haben aber einen enormen Einfluss und sollten daher sehr genau gewählt werden. Negativ eingestellte Menschen bringen uns nicht nur zum Nachdenken, sondern es kostet sehr viel Kraft, negative Gedanken zu kontrollieren. Dementsprechend ist es sinnvoll, zwischen konstruktiver Kritik und einer prinzipiell negativen Einstellung zu unterscheiden – nach Ersterer sollten wir uns richten, während wir Menschen mit einer negativen Grundeinstellung nicht nur ignorieren, sondern sogar meiden sollten.



Foto: Fotolia/Lutherzk



In fünf Minuten zum perfekten Anschreiben.

- ✓ Orthografisch korrekt.
- ✓ Formal perfekt.
- ✓ Kostenlos.



ANSCHREIBEN2GO.DE

ERFOLGREICH BEWERBEN!

Zukunft



Welche Ideen sollten verfolgt werden?

Gerade zu Beginn ist es sehr schwer einzuschätzen, ob eine Idee eine Chance auf Erfolg hat und deshalb weiterverfolgt werden sollte. Doch es gibt gewisse Kriterien, die uns helfen: Zuerst sollten wir uns überlegen, welches Problem unsere Idee löst. Denn liegt der Idee kein Problem zugrunde, werden wir wahrscheinlich keine Kunden finden, die für unser Produkt oder unseren Service bezahlen. Nun können wir beginnen, unsere Lösung mit potenziellen Kunden zu testen. So sparen wir uns teure Entwicklungen, die im Anschluss von der angepeilten Zielgruppe abgelehnt werden. Diese Methode (genannt „Customer Development“ oder einfach „Lean Startup“ oder „Design Thinking“) hilft gerade zu Beginn einer Gründung dabei, die Idee zu validieren und die entsprechenden Zielgruppen zu finden.

Was, wenn das Projekt scheitert?

Diese Angst haben nahezu alle. Was passiert, wenn wir scheitern? Noch dazu, wenn wir uns als junge Menschen und ohne eigene Mittel auf ein derartiges Abenteuer einlassen? Was bedeutet ein Scheitern für den Lebenslauf, schadet es der Karriere? Die Antwort darauf ist leicht: Auch von einem gescheiterten Projekt können wir profitieren. Wir sammeln Erfahrungen auf einem Niveau, welches uns während einer klassischen Angestelltenkarriere auf Jahre ver-

schlossen bleiben würde. Als Gründer liegt es an uns, Ziele zu setzen und zu kommunizieren, Netzwerke aufzubauen und Verträge auszuarbeiten. Wir müssen uns selbst das nötige Wissen aneignen und Lösungen für unerwartete Probleme finden. Kunden und Investoren wollen von der eigenen Lösung und dem eigenen Können überzeugt werden, und ein Team muss aufgebaut und gemanagt werden. Mit jedem Fehler lernen wir – fachlich, aber noch viel mehr mit, von und über Menschen. Und schließlich erarbeiten wir uns Wege, mit Unbekanntem umzugehen und Lösungen für Probleme zu finden. Mit diesen Erfahrungen, kombiniert mit dem Netzwerk, welches wir uns aufbauen, ist der Weg in ein Angestelltenverhältnis kein Problem mehr. Arbeitgeber schätzen diese Kompetenzen in einer sich immer schneller verändernden Welt.

Nicht jeder ist zum Gründer gemacht. Aber wer sich noch unsicher ist, wohin die eigene Karriere führen soll und sogar schon die eine oder andere Idee hat, der überlegt sich vielleicht, es mit einer Gründung zu versuchen. Startup Germany organisiert in ganz Deutschland sogenannte „Startup Weekends“. Diese fanden 2014 in Berlin, Hamburg, München, Köln, Stuttgart, Leipzig, Mainz, Dresden und einigen anderen Städten statt. Teilnehmer können das Unternehmerleben an einem Wochenende testen, eine Idee vorstellen, Teamkollegen rekrutieren und einen Prototypen bauen. Mentoren unterstützen die angehenden Unternehmer und helfen bei der ersten Orientierung im Unternehmerleben, und Juroren geben professionelles Feedback und helfen bei einer ersten Einordnung der Idee und der eigenen Fähigkeiten. Mehr Informationen dazu auf www.startupgermany.org.

LINKTIPPS

Seedmatch: Crowdfunding für Startups.
www.seedmatch.de

Deutsche Startups A-Z
www.deutsche-startups.de

Deutscher Gründerpreis:
Auszeichnung für unternehmerische Leistungen in Deutschland
www.deutscher-gruenderpreis.de

15. 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

 **KÄRCHER**

26. Juni 2015
Winnenden

Bewerbungsschluss 11. Mai 2015

www.Karrieretag-Familienunternehmen.de



Lead-Medienpartner

 Süddeutsche Zeitung

Medienpartner

 karriereführer

 wip
Der Weg zum Unternehmenserfolg

Schirmherrschaft



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Energie



DER ENTREPRENEURS CLUB



Stiftung
Familienunternehmen



E-Mail für Dich

Von: heartleaders – Das Business-Netzwerk für Menschen mit Herz und Haltung
Gesendet: Dienstag, 13. Januar 2015, 16:21
Dringlichkeit: hoch
An: Studenten, die ihre Zukunft mitgestalten wollen
Betreff: In welcher Welt willst DU arbeiten?

Zukunft



Hallo liebe Karrierestarter,

wir, die heartleaders, haben die Vision einer Unternehmenskultur, die geprägt ist von Anerkennung, Respekt und Wertschätzung. Nicht anstelle von guter Bezahlung, Karrierechancen und Erfolg, sondern ergänzend dazu. Denn wir sind überzeugt, dass Mitarbeiter nur in einem wertschätzenden Arbeitsumfeld dauerhaft leistungsstark und erfolgreich sein können. Und dass dies in Unternehmen die Basis für nachhaltigen ökonomischen Erfolg ist. Daher haben wir, ein buntes Team aus „alten Berufshasen“ und Einsteigern, das Business-Netzwerk heartleaders gegründet. Wir vernetzen Menschen, die alle eins verbindet: Herz und Haltung und der Wunsch, in der deutschen Unternehmenskultur etwas zu bewegen.

Was Ihr damit zu tun habt? IHR seid die Zukunft! Es liegt an Euch, diese zu gestalten. Jeder Einzelne, der zu seinen Überzeugungen steht und der mit Freude und Leidenschaft arbeiten möchte, kann etwas bewegen! Bei uns könnt Ihr Eure Ideen und Vorstellungen loswerden. Ihr könnt Unternehmen helfen zu verstehen, was sie für Euch in Zukunft tun können, welche Erwartungen Ihr an sie habt, was Ihr einbringen möchtet. Besucht dazu unsere FutureCamps Career. Dies sind Tagesveranstaltungen im Barcamp-Format, die wir heartleaders in Kooperation mit Hochschulen durchführen und bei denen Studierende und Berufseinsteiger auf Unternehmer und Führungskräfte treffen. Barcamps sind lebendige Sessions, in denen die unterschiedlichen Menschen, Wissensbereiche und Impulse sich gegenseitig inspirieren, alle gemeinsam auf Augenhöhe. Neugierig geworden? Unter www.futurecamp-career.de gibt es weitere Infos.

Ist das alles, was wir bieten? Nein, dies ist nur ein Mosaikbaustein all unserer Aktivitäten. Ein weiterer ist der Tag der Wertschätzung, der auf unsere Initiative hin am 3. eines jeden Monats stattfindet. Alles Weitere erfahrt Ihr auf www.am-dritten.de oder auf unserer Facebook-Seite. Vielleicht habt Ihr auch Lust, mitzumachen? Dann werdet doch Mitglied und zeigt damit, wie wichtig Ihr Wertschätzung auch und gerade in der Berufswelt findet. Wir freuen uns auf Euch!

Kraftvolle Grüße

Euer heartleaders-Team

heartleaders: Das Business-Netzwerk für Menschen mit Herz und Haltung

Alfred-Wegener-Str. 6

35039 Marburg

Tel. 06421 40795 77

www.heartleaders.de

www.heartleaders.de/news/newsletter



karriereführer

Medien für Hochschulabsolventen



- Print: 16 karriereführer-Jobmagazine bundesweit an Hochschulen
- Online: das Karriereportal www.karrierefuehrer.de
- Mobil: kostenfreie Apps für Tablet-PCs und Smartphones
- News: aktuelle Infos auf der Facebook-Fanpage und auf Twitter
- Arbeitgeber-Videos in unserem YouTube-Channel

Bilder: Smartphone: fotoblog/handy © weg; Laptop: fotoblog/Steven Bühnen; iPad: fotoblog/megabit

Der Karrieremarkt der Energiewirtschaft



BESSER GLEICH DIE RICHTIGEN.



Sie suchen qualifizierte Fach- und Führungskräfte, die von Energie fasziniert sind? Dann brauchen Sie auch die richtigen Recruiting-Kanäle. Bei EnergyCareer.Net finden Sie was Sie suchen: Fachmedien und Online-Portale für Ihre Stellenangebote im Energiemarkt. Weitere Informationen entdecken Sie unter www.energycareer.net.

Partner

ENERGIE & MANAGEMENT

enerope

et ENERGIEWIRTSCHAFTLICHE
TAGESFRAGEN

Jobware
ERSTKLASSE JOBS, ERSTKLASSE REWERBE



Foto: Beowulf Sheehan

Business-Romantik

Romantiker gelten als naive Tagträumer oder Idealisten. Dabei können Unternehmen von Liebe, Mystik und Emotionalität am Arbeitsplatz durchaus profitieren. **Tim Leberecht**, Marketingstrategie und Buchautor, plädiert in seinem Gastbeitrag daher für mehr Romantik in unserem Leben – insbesondere in der Wirtschaft.

Auf den ersten Blick hat Romantik im Geschäftsleben nichts zu suchen. Romantiker werden in der Berufswelt oft als naive, weltfremde Idealisten betrachtet, schädlich fürs Geschäft, weil sie sich der Welt verweigern. Nun, ich bin ein Wirtschaftsmensch durch und durch. Ich bin seit 15 Jahren im Marketing tätig und derzeit Chief Marketing Officer einer internationalen Designfirma in San Francisco. Aber ich war auch schon immer ein unverbesserlicher Romantiker. Mehr noch: Ich glaube fest daran, dass die Welt ein besserer Ort wäre, wenn es mehr Romantik in unserem Leben gäbe – auch und vor allem in der Wirtschaft. Ich bin kein Tagträumer, Idealist oder Aktivist. Ich bin ein Business-Romantiker.

Tatsächlich kann es geschäftsschädigend sein, wenn das rationale Denken über allem steht. Denn die Wirtschaft sind letztendlich wir alle, egal ob als Konsument oder Produzent, als Unternehmer oder als Angestellter. Was wir uns kaufen und womit wir unseren Lebensunterhalt bestreiten, das spiegelt wider, wer wir sind. Unsere beruflichen Laufbahnen bieten uns einige wichtige, wenn nicht sogar die wichtigsten Gelegenheiten zur Selbstverwirklichung. Die meisten von uns verbringen den größten Teil ihres Lebens

mit Arbeit und am Arbeitsplatz. Aber wir sind eben keine rationalen Wesen. Auch als Akteure im Beruf sind wir nicht immer berechnend. Viele, und ich meine die Glücklicheren unter uns, sind im Business aus dem irrationalsten und romantischsten Grund überhaupt: aus Liebe.

Ich zum Beispiel wollte eigentlich immer Künstler werden. Mit Anfang zwanzig spielte ich in einer Band. Jetzt bin ich ein „Marketing-Typ“. Typisch, mögen einige denken, der hat seinen Lebensraum aufgegeben, um Geld zu verdienen. Doch das stimmt nicht. In der Wirtschaft habe ich dieselbe Schönheit und Intensität entdecken können, die ich verspürt habe, wenn ich mir bei einem Konzert die Seele aus dem Leib sang. Meine Bühne ist nun das Business. Und ich bin damit nicht alleine. Ich kenne viele, die den Drive der Business-Welt lieben. Sie lieben die Möglichkeiten, mit anderen in Kontakt zu kommen und sich auszutauschen. Manche gründen ihr eigenes Unternehmen, andere arbeiten in innovativen Bereichen oder im Management. Und wiederum andere gehen darin auf, Bilanzen zu lesen und zu analysieren.

Doch wir alle müssen auch leiden. Wir leiden unter den Beschränkungen des



Foto: Beowulf Sheehan

traditionellen Marktsystems und der Entscheidungsfindungsmodelle, die uns von der Rationalität aufgezwungen werden. Und wir leiden, wenn wir die Wirtschaft von unseren emotionalen, intellektuellen und spirituellen Bedürfnissen trennen. Auch als Konsumenten müssen wir leiden. Die Vermessung der Welt nimmt immer mehr zu und die totale Quantifizierung scheint unaufhaltsam. Viele Unternehmen stellen sich den typischen Konsumenten etwa so vor: Er wacht mit der Smartwatch am Arm auf und stellt dann seine App für den morgendlichen Jogginglauf ein. Bei der Arbeit nutzt er die Cloud, um seinen sozialen Einfluss zu checken, sowie Apps, um die sozialen Dynamiken in Meetings zu verfolgen und zu navigieren. Wann er glücklich ist, meldet ihm ein „Mood Sensor“. Aber sind wir wirklich so? Ich denke, es ist an der Zeit zu sehen, was wirklich zählt, auch wenn das nicht immer messbar ist. Wir müssen begreifen, dass einiges in unserem Leben besser ist, wenn wir es nicht optimieren. Dass die schönsten Momente im Leben solche sind, die wir nicht skalieren oder in größere Maßstäbe übersetzen können. Wir brauchen dringend neue Erfahrungen, am Arbeitsplatz und als Konsument, die unserem unpraktischen, ineffizienten, mysteriösen, sehnsuchtsvollen und unberechenbaren Selbst gerecht werden.

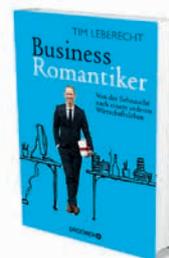
Einige erfolgreiche Unternehmen haben das erkannt. Große Player wie Starbucks, Virgin oder Red Bull vermarkten ihre Produkte mit einer Philosophie. Sie begeben sich mit ihren Konsumenten

auf Sinnsuche in eine andere Welt. Das ist eine durchaus romantische Haltung. Jüngere Start-ups sind noch radikaler: Sie definieren ganz neu, was es heißt, ein Unternehmen zu sein. Die New Yorker Non-Profit-Organisation Prime Produce etwa möchte im 21. Jahrhundert ein neues Gilden-System erschaffen, das lokale Geschäftsleute mit Künstlern und Handwerkern zusammenbringt und so vor allem soziales und kulturelles Kapital erhöht. Die britische Reihe Secret Cinema zeigt Kult-Filme an ungewöhnlichen Orten und ohne sie anzukündigen, und verbindet damit gleich zwei Elemente der Romantik: Mystik und Nostalgie. Das soziale Netzwerk Snapchat, das Nutzern erlaubt, selbst-löschende Fotos zu teilen oder das Pop-Up Magazine, das nur für eine Nacht existiert – sie alle zelebrieren die Vergänglichkeit des Moments. Und sind damit höchst romantisch.

Diese Unternehmen profitieren davon, dass wir langsam begreifen, was wir verlieren, wenn wir alles messen. Gerade weil unsere Welt immer mehr quantifiziert und damit immer mehr entzaubert wird, sehnen wir uns nach Erfahrungen, die wir nicht quantifizieren, nicht ganz besitzen und denen wir uns daher auch nie ganz sicher sein können. Wir Wissensarbeiter wollen manchmal nicht wissen, sondern nur ahnen und vielleicht sogar träumen. Wir wollen nicht nur eine bessere, sondern auch eine schönere Welt. Eine Welt, in der die Dinge mehr bedeuten. Business ist unser ultimatives Abenteuer.

BUCHTIPP

Tim Leberecht:
Business-Romantiker: Von der Sehnsucht nach einem anderen Wirtschaftsleben. Droemer 2015, ISBN 978-3426276327, 19,99 Euro



BUSINESS-ROMANTIK IN AKTION

Prime Produce:
www.primeproduce.org

Secret Cinema:
www.secretcinema.org

Snapchat:
www.snapchat.com

Pop-Up Magazine:
www.popupmagazine.com



Prof. Dr. Fredmund Malik:



Komplexität ist der Rohstoff für Information“

Fredmund Malik zählt zu den profiliertesten Wirtschaftswissenschaftlern Europas. Schon 1997 schrieb er erstmals von der „Großen Transformation“, einem allumfassenden und rasanten Wandel der Wirtschaft, der zu mehr Komplexität führt. Was das für Manager bedeutet und wie sich der Nachwuchs dafür rüsten kann, erklärt er im Interview. Das Gespräch führte **André Boße**.

Herr Prof. Malik, Sie sprechen von der Großen Transformation als einer Umwandlung, wie sie nur alle rund 200 Jahre vorkommt. Woran machen Sie fest, dass wir gerade Wirtschaftsge-schichte schreiben?

Mit großer Wahrscheinlichkeit wird derzeit weit mehr als nur Wirtschafts-geschichte geschrieben. Die Große Transformation führt von der Alten Welt, wie wir sie kannten, zu einer grundlegend Neuen Welt.

Was sind die stärksten Antreiber dieses Wandels?

Zu den stärksten Triebkräften zählen die Demografie, die Entwicklung von Wissenschaft und Technologie – insbesondere der Informatik und der Biowissenschaften –, die Ökologie mit ihren kaum überblickbaren Risiken und schließlich die Ökonomie – und hier vor allem die historisch größte globale Verschuldung so gut wie aller Wirtschaftssektoren. Zusammen erzeugen diese

Treiber eine exponentiell wachsende Komplexität, mit der die meisten Organisationen noch gar nicht umgehen können. Was diesen Wandel so einzigartig macht, ist die immer dichtere Vernetzung von immer mehr Lebensbereichen, die eine Dynamik eines sich selbst beschleunigenden Wandels zur Folge hat.

Aber gab es Wandel nicht auch in früheren Zeiten?

Ja, es gab regelmäßig Transformations-epochen, die mit unserer Zeit erstaunliche Ähnlichkeiten haben. Sie traten jedoch nicht so stark ins Bewusstsein der Menschen, weil sie jeweils drei bis vier Generationen überspannten, so dass sich die Jüngeren daran jeweils nicht mehr erinnern können. Nur wenige interessieren sich für Geschichte so gründlich, dass ihnen diese Transformationen als Ganzes bewusst wären.

Was folgt aus dieser Transformation?



Foto: Manuela Theobald

ZUR PERSON

Prof. Dr. Fredmund Malik, geboren 1944 in Österreich, ist habilitierter Professor für Unternehmensführung, Special und Honorary Professor an drei chinesischen Universitäten sowie international ausgezeichnete Managementexperte. Seine Denkfabrik für ganzheitliche system-kybernetische Managementsysteme mit Sitz in St. Gallen ist weltweit führend. Malik gehört zu den profiliertesten Managementvordenkern und ist Bestsellerautor von mehr als zehn Büchern. Er erhielt mehrere Auszeichnungen, darunter das österreichische Ehrenkreuz für Wissenschaft und Kunst sowie den Heinz von Foerster-Preis für Organisationskybernetik.

Was wir heute daraus machen, ob es eine soziale Katastrophe gibt oder ein neues Wirtschaftswunder, hängt maßgeblich von unserem eigenen Handeln ab. Ich gratuliere Führungskräften der Wirtschaft und aller anderen Gesellschaftsbereiche, die die Zeichen der Zeit rechtzeitig erkannt haben und mental und methodisch auf diese Transformation vorbereitet sind. Denn selten findet unternehmerische und politische Gestaltungskraft mehr Anwendungsfelder als in den nächsten zehn Jahren.

Was müssen Führungskräfte können, um diese Herausforderung zu meistern?

Um die Gestaltungsmöglichkeiten erfolgreich zu nutzen, genügen die bisherige Wissensbasis und die darauf beruhenden Denkweisen, Methoden und Lösungen nicht mehr. Die Wirtschaftswissenschaften allein reichen heute nicht mehr, um Organisationen in der heutigen Dynamik zu gestalten und zu führen, sondern dafür braucht man die Komplexitätswissenschaften.

Was verstehen Sie darunter?

Man muss hier zunächst einmal zwischen den Begriffen „kompliziert“ und „komplex“ unterscheiden. Kompliziertheit ist eine Bedrohung. In der Komplexität hingegen liegen enorme Chancen, die man schnell und zuverlässig mit dem enormen Wissen aus den drei Komplexitätswissenschaften Systemik, Kybernetik und Bionik erkennt. Diese Wissenschaften zeigen uns, wie Organisationen unter allen Bedingungen zuverlässig funktionieren. Aus der Biologie wissen wir, dass alle höheren Fähig-

keiten eines Systems aus mehr Komplexität entstehen – und eben nicht aus ihrer Reduktion.

Dinge einfach zu halten, ist also nicht unbedingt ein Erfolgsrezept?

Nein, denn Komplexität ist der Rohstoff für Information, für Kommunikation und für Intelligenz. Komplexität ist Vielfalt; sie führt von der Welt der Tatsachen in die weit größere Welt der Möglichkeiten. Sie eröffnet das Spektrum für Optionen, für Kreativität und für Innovation.

Welche Rolle spielen in diesem Zusammenhang die Wirtschaftsprüfungsgesellschaften, die im Auftrag ihrer Mandanten in der Komplexität nach handhabbaren Strukturen suchen?

Täten solche Unternehmen dies mit den herkömmlichen Denkweisen und Mitteln, dann verzögerten sie eher die nötigen Anpassungen und behinderten neue Lösungen. Die Wirtschaftsprüfungsgesellschaften werden daher ihren Mandanten dabei helfen müssen, die bisherigen Systeme für Rechnungswesen und Controlling grundlegend zu reformieren. Denn diese können heute viele der Informationen für die nötigen Anpassungen gar nicht in dem Maße abbilden, wie es jetzt nötig ist. Und auch die heutigen Corporate-Governance-Systeme müssen grundlegend reformiert werden. Strategien, Strukturen, Kulturen und Informationssysteme, Prozesse der Meinungs- sowie der Konsensbildung, des Entscheidens und Umsetzens müssen vollkommen neu gestaltet werden. Die Bereiche Consulting, Coaching, Personalvermittlung

oder Executive Search spielen eine Schlüsselrolle für das Meistern der Transformation. Aber dafür müssen sie auch selbst neue Wege gehen: Viele haben ihre bisherigen Erfolge mit Lösungen für die alte Welt erzielt – und davon wegzukommen, ist nicht einfach.

Wie kann sich ein Absolvent der Wirtschaftswissenschaften auf die Gegebenheiten der neuen Unternehmens- und Wirtschaftswelt vorbereiten?

Bereits vorhandenes Wissen muss ergänzt werden. Das bedeutet nicht zwangsläufig viel Arbeits- und Zeitaufwand: Trifft man die richtige Auswahl von Informationsquellen, dann geht das relativ schnell. Man braucht Grundkenntnisse über die erwähnten Komplexitätswissenschaften, denn wirksames Management bedeutet im Kern das Meistern von Komplexität, von Vernetzung und von Dynamik. Vor allem sollten Nachwuchskräfte die zum Teil revolutionären system-kybernetischen Tools und Methoden kennen, einige davon kann man in kurzer Zeit erlernen.

Was für Tools und Methoden sind das?

Wir arbeiten schon lange bei der Ausbildung von Managern mit „Denk-Werkzeugen“ für den Umgang mit Komplexität, ohne dass sich die Führungskräfte lange mit Theorie befassen müssen. Innerhalb von wenigen Stunden kann man seine Wahrnehmung für Komplexität schärfen und eine Basis für ihre Beherrschung gewinnen. Dieses Lernen erfolgt nicht mehr wie in der herkömmlichen Schulklasse, sondern ist Teil der Anwendungswirklichkeit. Es entspricht dem Lernen dieser Neuen Welt.



Foto: Fotolia/omdim

Hallo Indien!

Namaste India!



Foto: Accenture

Dominik Mayer, 28 Jahre, studierte Wirtschaftsinformatik in Heidenheim und stieg Anfang 2012 als IT-Berater bei Accenture in Düsseldorf ein. Bereits zwei Wochen später reiste er das erste Mal beruflich nach Indien, nach Bangalore – die drittgrößte Stadt Indiens, die wegen der vielen Parkanlagen auch „Gartenstadt“ genannt wird. Dominik Mayer erarbeitete dort gemeinsam mit indischen Entwicklern Lösungen zur Erweiterung eines SAP-Systems für Finanzprozesse. 2014 war er erneut in einem indischen Projektteam tätig.

Das erste Mal bin ich nach Bangalore geflogen, um dort einen Teil meines Jump Starts zu absolvieren. Dabei handelt es sich um ein für Berufsanfänger entwickeltes Programm, bei dem man in wenigen Wochen die SAP- oder JAVA-Expertise vermittelt bekommt, die für den Projektalltag benötigt wird. Inzwischen arbeiten Einsteiger erst nach Abschluss dieses Programms in Indien. Ich aber war direkt nach meinem Studium Teil eines indischen Entwicklungsteams und habe gemeinsam mit indischen Entwicklern Lösungen zur Erweiterung eines SAP-Systems für Finanzprozesse bei einem deutschen

Kunden erarbeitet. Meine Aufgabe in Deutschland war es, technische Designs zu schreiben und die Entwicklung zu koordinieren. In Indien war ich als Teil des dortigen Entwicklungsteams für die Umsetzung dieser technischen Designs zuständig. Mir hat die Arbeit in Indien geholfen, weil ich dort gesehen habe, welche Informationen die Kollegen für ihre Arbeit benötigen. So kann ich auch jetzt, nach meiner Rückkehr nach Deutschland, recht genau einschätzen, welche Angaben ich weitergeben muss, um möglichst alle Fragen der indischen Kollegen zu beantworten. Zudem weiß ich nun, wie wichtig



Foto: Fotolia/Subbotina Anna

Landesinformation

Größe: 3,3 Mio. km
Einwohner: 1,2 Mrd. (Volkszählung 2011)
Hauptstadt: Neu-Delhi (13,8 Mio. Einwohner)
Klima: Durchschnittstemperatur in Neu-Delhi: Januar 21°C/Juli 35°C
Landessprachen: Es werden über hundert Sprachen gesprochen, Amtssprachen sind Hindi und Englisch.

Währung

Indische Rupie (INR)
1 Euro = 70,3 INR (Stand: 25.2.2015)

Flugdauer Direktflug

Frankfurt/Main – Neu-Delhi:
circa 8 Stunden
Kosten: circa 600 Euro

Essen

Die indische Küche zeichnet sich durch ihre regionale Vielfalt aus. Sie ist außerdem für ihre zahlreichen Gewürze und scharfen Saucen bekannt. Beliebte Gerichte sind Ziegen- und Lammfleischgerichte sowie gefüllte Teigwaren, die Samosas.

Zeitverschiebung

LGMT +5:30 Stunden

Einreisebedingungen

Deutsche Staatsbürger brauchen einen Reisepass und ein Visum, das zuständige indische Auslandsvertretungen ausstellen. Seit Ende 2014 können deutsche Reisepassinhaber bei Ankunft in Indien unter bestimmten Voraussetzungen zusätzlich eine Elektronische Reiseerlaubnis („Electronic Travel Authorization“ – ETA), ein spezielles Touristenvisum, erhalten. Dies berechtigt zur einmaligen Einreise für einen Reisezeitraum von bis zu 30 Tagen.

Indien

Foto: Fotolia/rmmg

es ist, sich per Mail für die tolle Arbeit zu bedanken und nicht nur im Gespräch.

Die Kollegen in Bangalore haben mich sehr interessiert, aber mit höflicher Zurückhaltung aufgenommen – die weitere Zusammenarbeit war dann sehr offen. Zum Beispiel wurde ich während meiner Zeit in Indien zu mehreren Hochzeiten eingeladen, auch wenn ich das Brautpaar nur flüchtig kannte. Auf der Straße fällt man auf und spürt das große Interesse der Passanten an dem Exoten aus Europa. Vieles in Indien ist sehr umständlich: Wer in Deutschland über die Bürokratie schimpft, der war noch nie in Indien. Ich hatte immer das Gefühl, dass in Deutschland alles reguliert wird. Das ist allerdings kein Vergleich zu indischen Behörden und Firmen. Dort gibt es keine flachen Hierarchien, und in vielen Unternehmen gibt es mehr Hierarchieebenen als in Deutschland. Deshalb waren bei Problemen mit der Bank oder mit dem Handyanbieter in Indien vor allem zwei Eigenschaften unerlässlich: Geduld und Beharrlichkeit – beides hilft natürlich auch später nach der Rückkehr.

Aus meiner Sicht ist bei einem solchen Aufenthalt vor allem wichtig, dass man sich offen für Neues zeigt und auch ein bisschen Mut mitbringt, um in eine komplett andere Welt einzutauchen. Mit der deutschen Kultur

kann und sollte man Indien nicht vergleichen. Das plakativste Beispiel ist sicherlich das Essen. Wer denkt, er habe in einem indischen Restaurant in Deutschland schon einmal indisch gegessen, liegt vollkommen falsch – das Essen dort ist an den europäischen Geschmack angepasst. Ich esse sonst eher selten scharf, und ausgerechnet ich war in Hyderabad und Bangalore, den beiden Städten, die selbst innerhalb Indiens für extrem scharfes Essen bekannt sind. Zugegebenermaßen hatte ich große Anpassungsprobleme und musste sehr aufpassen, was ich bestellen kann. Sicherlich ungewöhnlich für Europäer ist zudem, dass es selbst zum Frühstück schon scharfes Essen gibt.

Während meines Aufenthalts in Indien konnte ich mir auch einen langgehegten Traum erfüllen und das Taj Mahal ansehen. Die Reise habe ich zusammen mit 13 anderen Deutschen aus verschiedenen Städten organisiert, mit denen ich mich am Flughafen Neu Delhi getroffen habe. Das Taj Mahal ist nur etwa 200 Kilometer von Neu-Delhi entfernt, aber in Indien bedeutet das eine fünfstündige Fahrt. Spätestens als

ich sah, wie das besondere Licht bei Sonnenaufgang den weißen Marmor des Taj Mahals zum Leuchten bringt, wusste ich aber, wofür ich die beschwerliche Anreise auf mich genommen habe. Wir haben in unserer Freizeit noch weitere Orte in Indien besucht und Kurzurlaube in Goa gemacht. Die ehemalige portugiesische Kolonie war eine angenehme Abwechslung zu den hektischen Großstädten.

Nach meinem ersten Aufenthalt in Indien hatte ich 2014 erneut die Möglichkeit, für sechs Monate in Hyderabad zu leben und dort in einem indischen Projektteam mitzuarbeiten. Meine berufliche Zukunft sehe ich auch weiterhin in internationalen Projekten. Die Zusammenarbeit über mehrere Kontinente, Zeitzonen und Kulturen hinweg fordert mich auch nach drei Jahren noch täglich heraus. Und auch heute merke ich immer wieder, was für ein großer Vorteil es ist, die indischen Strukturen und die indische Mentalität besser zu kennen.

„Auf der Straße fällt man auf und spürt das große Interesse der Passanten an dem Exoten aus Europa.“



Checkliste Bewerbung

Service

Service: Bevor Sie unsere Firmenporträts für Ihre Bewerbungen nutzen, lesen Sie die Checkliste zur vollständigen Bewerbungsmappe für die schriftliche Bewerbung. Tipps zu Online-Bewerbungen und Bewerberportalen finden Sie auf www.karrierefuehrer.de.

Lebenslauf

Internet-Bewerbungen setzen sich durch

41 % der Unternehmen in Deutschland wollen Bewerbungen per Internet (28 % per E-Mail, 13 % über Online-Formulare auf ihren Webseiten). 40 % der befragten Personalchefs bevorzugen eine Bewerbung auf Papier. 17 % haben keine Präferenz.
Quelle: Bitkom-Umfrage 2012

- Achten Sie auf vollständige Kontaktdaten und eine seriöse Mailadresse.
- Persönliche Daten sollten Geburtsdatum, Geburtsort, Ihr Familienstand sein.
- Ist die Reihenfolge des Lebenslaufes korrekt, und sind die einzelnen Stationen nachvollziehbar?
- 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?

Anschreiben

- Achten Sie auf die genaue Firmenanschrift.
- Wenn Sie einen persönlichen Ansprechpartner anschreiben, stellen Sie sicher, dass Vor- und Nachname richtig geschrieben sind und ggf. Titel nicht fehlen.
- Haben Sie Erstellungsort und Tagesdatum aufgeführt?
- Beziehen Sie sich auf die richtige Stellenausschreibung?
- Haben Sie die Quelle der Stellenausschreibung in der Bezugszeile genannt?
- Ist Ihr Anschreiben auch lesefreundlich aufbereitet (Absätze, Schriftgröße, Schrifttyp, Seitenrand)?
- Haben Sie eine Endkontrolle durchführen lassen?
- Haben Sie Ihr Anschreiben unterschrieben?
- Sind Sie genügend auf das Anforderungsprofil der Stelle eingegangen?
- Falls es verlangt wurde, haben Sie eine Angabe zu Ihrem Eintrittstermin und Ihren Gehaltswünschen gemacht?
- Soft Skills: Haben Sie diese mit aussagekräftigen Praxisbeispielen umschrieben?
- Ist Ihr Anschreiben eine Erleichterung für den Leser zur Abgleichung von Bewerber- und Stellenprofil?
- Entspricht das Anschreiben trotz aller formalen Empfehlungen Ihrem Stil?

Bewerbungsmappe

- Haben Sie Ihr Anschreiben lose auf die Mappe gelegt?
- Sind Ihre Anlagen in der richtigen Reihenfolge sortiert?
- Falls vorhanden: Sind Ihre Praktikumsbescheinigungen beigelegt?
- Deckblatt: Ist dies auf die Einstiegsposition und das ausschreibende Unternehmen zugeschnitten?
- Falls Sie vor dem Studium eine Ausbildung abgeschlossen haben: Liegen Kopien des Ausbildungszeugnisses oder der Prüfungsergebnisse bei?
- Wenn Sie nach der Ausbildung gearbeitet haben: Ist Ihr Arbeitszeugnis beigelegt?
- Falls vorhanden, haben Sie Weiterbildungszertifikate ausgewählt, die für die ausgeschriebene Stelle wichtig sind?
- Gibt es auch Bestätigungen über Soft-Skill-Trainings? (Präsentieren, Rhetorik, Verhandlungsführung u. a.)
- Falls Sie umfangreiche Anlagen beifügen, haben Sie eine Anlagenliste erstellt?
- Sind die beigelegten Kopien in einer angemessenen Qualität?

Foto: Fotolia/wormue



ALDI GmbH & Co. KG Unternehmensgruppe ALDI SÜD

Am Seegraben 16
63505 Langenselbold
Internet: karriere.aldi-sued.de

Kontakt

Annika Jung
Fon: 06184 804-223
E-Mail: karriere@aldi-sued.de

Branche

Lebensmitteleinzelhandel

Produkte/Dienstleistungen

Food, Non-Food

Anzahl der Standorte

Die Unternehmensgruppe ALDI SÜD besteht aus 31 Gesellschaften mit mehr als 1850 Filialen in West- und Süddeutschland. Hinzu kommen 47 internationale Gesellschaften mit über 3210 Filialen – und es werden national und international stetig mehr.

Anzahl der MitarbeiterInnen

Über 36.200 in Deutschland,
über 107.400 weltweit

Bedarf an HochschulabsolventInnen

70 bis 100 pro Jahr

Gesuchte Fachrichtungen

Wirtschaftswissenschaftliche Studienausrichtung

Einsatzmöglichkeiten

Vertrieb, Verkauf, Management

Einstiegsprogramme

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

Duales Master-Studienprogramm mit Abschluss Master of Arts (m/w)

Mögliche Einstiegstermine

Jederzeit

Auswahlverfahren

Einzelgespräche

Einstiegsgehalt

65.000 Euro im ersten Jahr

Auslandstätigkeit

Die Entsendung in ausländische Regionalgesellschaften ist in Abhängigkeit von verfügbaren Positionen – bei wirklich herausragenden Leistungen – möglich.

Angebote für StudentInnen

Kompaktpraktika (4 Wochen) werden im Inland generell, längerfristige Praktika teilweise angeboten, Studien- und Diplomarbeiten sind vereinzelt möglich. In unseren ALDI SÜD Regionalgesellschaften finden außerdem regelmäßig Praxistage für Studierende und Hochschulabsolventen statt. Termine und Bewerbungen unter karriere.aldi-sued.de.

Siehe Anzeige Seite 5

Deloitte

Schwannstraße 6
40476 Düsseldorf
Internet: www.deloitte.com/careers
www.facebook.com/deloitte.deutschland
www.twitter.com/deloittejobsde

Kontakt

Recruiting Team
Fon: 0211 8772-4111
E-Mail: career@deloitte.de

Branche

Wirtschaftsprüfung, Tax & Legal, Consulting,
Corporate Finance

Produkte/Dienstleistungen

Siehe Branche

Anzahl der Standorte

Deloitte ist an 16 Standorten in Deutschland und weltweit in über 150 Ländern vertreten.

Jahresumsatz

744 Mio. Euro in Deutschland,
34,2 Mrd. US-Dollar international

Anzahl der MitarbeiterInnen

Über 5000 in Deutschland
Rund 210.000 international

Bedarf an HochschulabsolventInnen

Wir stellen im laufenden Jahr ca. 800 Absolventen und 650 Praktikanten ein.

Gesuchte Fachrichtungen

Wirtschaftswissenschaften, Rechtswissenschaften, Jura mit Schwerpunkt Steuer- oder Gesellschaftsrecht, Wirtschaftsinformatik, Wirtschaftsmathematik, Wirtschaftsingenieurwesen

Einsatzmöglichkeiten

Projektarbeit in Prüfung und Beratung

Einstiegsprogramme

Direkteinstieg/Training-on-the-Job, berufsbegleitende Masterprogramme, Praktikum, Werkstudententätigkeit in allen Bereichen

Mögliche Einstiegstermine

In allen Bereichen das ganze Jahr hindurch

Auswahlverfahren

Telefoninterviews, Einzelinterviews, Bewerbungstage bzw. Recruiting Days

Einstiegsgehalt

Unser Einstiegsgehalt ist marktkonform und qualifikationsabhängig.

Auslandstätigkeit

Ein Auslandseinsatz ist je nach Berufserfahrung und Tätigkeitsbereich im Rahmen von kurzfristigen Projekteinsätzen bis hin zu einer längerfristigen Entsendung möglich.

Angebote für StudentInnen

Wir bieten in allen vier Funktionen das ganze Jahr über Praktikumsplätze an. Auch die Betreuung Ihrer Abschlussarbeit ist nach einem Praktikum möglich.

Siehe Anzeige Umschlagseite 2



German Graduate School of Management and Law gGmbH

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

Die GGS ist Deutschlands innovative Business School für Management und Unternehmensrecht mit Sitz in Heilbronn. Ziel der staatlich anerkannten privaten Hochschule ist es, verantwortungsbewusste Führungspersönlichkeiten zu entwickeln. Träger der Hochschule ist die Dieter Schwarz Stiftung, die alle GGS-Studierenden mit attraktiven Stipendien unterstützt. Als forschungsstarke und zugleich praxisverbundene Hochschule richtet sich die GGS mit ihren Programmen an den Führungsnachwuchs. Die Kernkompetenz liegt in der berufsbegleitenden Aus- und Weiterbildung auf hohem Niveau. Neben den fachbezogenen Lerninhalten steht die persönliche Entwicklung der Studierenden im Mittelpunkt der individuellen Betreuung.

MBA

Im berufsbegleitenden MBA-Programm werden Sie fit gemacht für anspruchsvolle Führungsaufgaben, Ihre unternehmerische Wahrnehmung wird geschärft und Ihr strategisches und unternehmerisches Denken und Handeln gefördert. Der MBA geht verstärkt auf globale Themen und Corporate Social Responsibility ein und richtet sich an Hochschulabsolventen mit Berufserfahrung.
> Nächster Studienstart: März 2015/Oktober 2015

MSc in Management

(Schwerpunkt: Handelslogistik oder Dienstleistungsmanagement)
Fragen des modernen Dienstleistungsmanagements und das Management von Logistikprozessen in Groß- und Einzelhandel stehen im Mittelpunkt dieses Studiengangs, der unmittelbar nach dem ersten Hochschulabschluss studiert werden kann.
> Nächster Studienstart: Oktober 2015

The Leeds MSc in Business Management

Dieser Studiengang findet in Zusammenarbeit mit der Leeds University Business School statt. Der MSc in Business Management vermittelt betriebswirtschaftliches Know-how sowie analytische Fähigkeiten und Managementkompetenzen.
> Nächster Studienstart: Januar 2016

LL.M. in Business Law

Jura für Nicht-Juristen oder Recht für Manager. Nur wer fundierte Rechtskenntnisse hat, kann rechtliche Chancen und Risiken effizient steuern und Strukturen und Prozesse in allen Unternehmensbereichen bestmöglich nutzen und gestalten.
> Nächster Studienstart: Oktober 2015

Infoveranstaltungen 2015:

Finden Sie heraus, welcher Master zu Ihnen passt und warum ein Studium an der GGS etwas Besonderes ist. Bei dieser Gelegenheit lernen Sie Professoren, Studierende, das GGS-Team, unseren Campus und zukünftige Kommilitonen kennen. Jetzt anmelden unter www.ggs.de.

Siehe Anzeige Seite 7

HAYS Recruiting experts worldwide

Hays AG

Willy-Brandt-Platz 1-3
68161 Mannheim
Internet: www.hayscareer.net
www.facebook.com/hayscareer.net
www.twitter.com/hayscareer

Kontakt

Internal Recruiting Deutschland, Österreich und Schweiz
Fon: 0800 4636-4297
E-Mail: start@hayscareer.net

Branche

Spezialisierte Personaldienstleistungen

Produkte/Dienstleistungen

Hays ist weltweit die Nr. 1 in der Rekrutierung von Spezialisten und besetzt Positionen bei über 3000 renommierten Kunden. Ein internationales Netzwerk und jahrzehntelange Erfahrung sichern uns das nötige Vertrauen unserer Kunden. Für unser Key Account Management in Deutschland, Österreich und der Schweiz suchen wir neue Talente zur Verstärkung unserer internen Organisation.

Anzahl der Standorte

D-A-CH-DK-Region: 18
Weltweit: 237 Büros in 33 Ländern

Jahresumsatz

GJ 2013/2014
D-A-CH-DK-Region: über 1,3 Mrd. Euro
Weltweit: 4,41 Mrd. Euro

Anzahl der MitarbeiterInnen

D-A-CH-DK-Region: ca. 1500
Weltweit: ca. 8200

Bedarf an HochschulabsolventInnen

300-340

Gesuchte Fachrichtungen

Wirtschaftswissenschaften, -informatik, -ingenieurwesen, Geistes- und Sozialwissenschaften, gerne auch Quereinsteiger und andere Studiengänge

Einsatzmöglichkeiten

Direkteinstieg im Key Account Management als Account Manager oder Manager of Candidate Relations – unterstützt durch unser Mentorenprogramm und Vertriebstrainingscenter

Einstiegsprogramme

Individuelles Einstiegs- und Weiterbildungsangebot: Training-on-the-Job, Mentorenprogramm, Seminare, Workshops, Feedback von Kollegen

Mögliche Einstiegstermine

Laufend

Auswahlverfahren

Telefoninterview und persönliche Gespräche

Einstiegsgehalt

Marktüblich

Auslandstätigkeit

Im Rahmen der International Transfer Policy möglich

Angebote für StudentInnen

Praktika im Sales und Recruiting möglich

Siehe Anzeige Seite 7



HFH • Hamburger Fern-Hochschule gem. GmbH

Alter Teichweg 19
22081 Hamburg
Internet: www.hamburger-fh.de

Kontakt

Studienberatung
Fon: 040 35094-360
Fax: 040 35094-335
E-Mail: info@hamburger-fh.de

Auf einen Blick

Mit rund 10.000 Studierenden ist die HFH Hamburger Fern-Hochschule eine der größten privaten Hochschulen Deutschlands. An mehr als 50 regionalen Studienzentren bietet die staatlich anerkannte und gemeinnützige Hochschule ihren Studierenden eine wohnortnahe Betreuung. Angeboten werden zahlreiche ausbildungs- und berufsbegleitende Bachelorstudiengänge sowie Masterprogramme in den Bereichen Gesundheit und Pflege, Technik, Wirtschaft und Recht.

Bachelorstudiengänge der HFH:

- Betriebswirtschaft (B.A.)
- Betriebswirtschaft dual (B.A.)
- Gesundheits- und Sozialmanagement (B.A.)
- Health Care Studies (B.Sc.) für Auszubildende der Ergotherapie, Pflege, Logopädie und Physiotherapie
- Health Care Studies (B.Sc.) für Berufserfahrene
- Pflegemanagement (B.A.)
- Wirtschaftsingenieurwesen (B.Eng.)
- Wirtschaftsrecht (LL.B.)
- Wirtschaftsrecht online (LL.B.)

Weiterführende Studiengänge (Master):

- Betriebswirtschaft (M.A.)
- General Management (MBA)
- Management von Organisationen und Personal im Gesundheitswesen (M.A.)
- Maschinenbau (M.Eng.)
- Wirtschaftsrecht online (LL.M.)

Besondere Studienprogramme:

Zahlreiche Studienprogramme für ausgewählte Zielgruppen ermöglichen eine verkürzte Studienzeit bzw. den parallelen Erwerb von Studienabschluss und Berufsausbildung.

Akademische Weiterbildung:

Die HFH bietet eine Vielzahl ihrer Module auch als separate Zertifikatskurse an. So können einzelne Bereiche gezielt in der akademischen Weiterbildung vertieft werden. Die Zertifikatskurse sind über ein Semester angelegt.

Organisation des Fernstudiums:

Im Gegensatz zu einem Präsenzstudium können sich Studierende einer Fernhochschule den Lehrstoff zeitlich flexibel und von der Hochschule räumlich unabhängig erschließen. Bei ihren Fernstudiengängen bietet die HFH zur Unterstützung des Selbststudiums Präsenzlehrveranstaltungen an mehr als 50 Studienzentren in Deutschland, Österreich und der Schweiz an. Geleitet von über 1200 Lehrbeauftragten, werden die Studieninhalte vertieft, diskutiert und in entsprechenden Übungen angewandt. Feste Studiengruppen fördern den Lernfortschritt und die Kommunikation. Deshalb immatrikuliert die HFH für das Fernstudium jährlich zu zwei festen Terminen: jeweils zum 1. Januar und zum 1. Juli.

Online-Studium:

Im Bereich Wirtschaftsrecht bietet die HFH Online-Studiengänge an, ein Einstieg ist jederzeit möglich.

Siehe Anzeige Seite 13

OSRAM GmbH

Marcel-Breuer-Straße 6
80807 München
Internet: www.osram.de/karriere
www.facebook.com/OsramCareer
www.xing.com/company/osram
www.linkedin.com/company/osram

Kontakt

Daniela Beer
Fon: 089 6213-3251
E-Mail: recruiting@osram.com

Branche

Elektrotechnik, Halbleitertechnik, Optik

Produkte/Dienstleistungen

Licht und Lichtlösungen

Anzahl der MitarbeiterInnen

Rund 34.000 weltweit (zum 30. September 2014)

Gesuchte Fachrichtungen

Elektrotechnik, Wirtschaftsingenieurwesen, Physik, Mechatronik, Informationstechnik, Mikrosystemtechnik, Nachrichtentechnik, Wirtschaftswissenschaften, Produkt- und Industriedesign, Architektur

Einsatzmöglichkeiten

Vor allem in den Bereichen Forschung & Entwicklung, Application Engineering, Produktmanagement, Projektmanagement, Sales

Mögliche Einstiegstermine

Einstieg laufend möglich

Auswahlverfahren

Mehrstufiger Interviewprozess

Auslandstätigkeit

Abhängig vom Bereich möglich, z.B. in USA, China, Malaysia, Indien u. v. a

Angebote für StudentInnen

Werkstudentenjobs sowie freiwillige und Pflichtpraktika sind an vielen OSRAM Standorten möglich; Abschlussarbeiten sind nach einer vorangegangenen Studententätigkeit willkommen.

Siehe Anzeige Umschlagseite 4

Der nächste **karriere**fürer
wirtschaftswissenschaften
erscheint im September 2015





Foto: KlausNather

Sichtweise

Stefan Kühl, geboren 1966 in Hamburg, studierte Soziologie und Geschichte in Bielefeld, Baltimore, Paris und Oxford. Er promovierte in Soziologie und in Wirtschaftswissenschaft, ist seit 2007 Professor für Organisationssoziologie an der Uni Bielefeld und arbeitet seit zwanzig Jahren als Organisationsberater der Firma Metaplan für Ministerien und Verwaltungen. Als Autor analysiert er, wie Organisationen funktionieren und welche falschen Vorstellungen sich die Menschen davon machen. Sein wohl bekanntestes Buch „Sisyphos im Management“ beschäftigt sich mit der vergeblichen Suche nach der optimalen Organisationsstruktur und erscheint 2015 in grundlegend überarbeiteter Neuauflage.

Prof. Dr. Stefan Kühl

Organisationsberater und Buchautor

1. Wie kann eine Suche sinnvoll sein, bei der man niemals das finden wird, was man sucht?

Wer sucht, der glaubt daran, das zu finden, wonach er sucht. Aber in der Regel findet man etwas anderes. Vom Ökonomen Albert Hirschman gibt es eine interessante Studie, dass bei Entwicklungshilfeprojekten in der Regel etwas anderes herauskommt, als man ursprünglich geplant hat, man aber trotzdem die Illusion der Planbarkeit braucht.

2. Wann haben Sie zuletzt sinnvoll-sinnlos nach etwas gesucht?

Ich habe lange Zeit danach gesucht, wie die geringe Größe der meisten Internet-Start-ups zu deren zeitweiligem Erfolg beigetragen hat. Irgendwann ist mir klar geworden, dass der Nachschub mit Risikokapital in Boom-Zeiten viel wichtiger für den Erfolg war, als dass diese Organisationen so klein waren, dass dort jeder jeden kannte. So ist dann „Exit“ entstanden, ein ganzes Buch über Risikokapital – quasi als Abfallprodukt der Suche nach der Bedeutung von Organisationsgröße.

3. Warum sollten Nachwuchsmanager unbedingt ein paar Soziologie-Seminare besucht haben?

Die Organisationssoziologie hat eine Stärke: Sie beschreibt Organisationen, wie sie sind, nicht, wie sie sein sollten. Viele gute Manager sind „Instinktsoziologen“, sie haben eine realistische Sicht auf Organisationen und für die übliche Managementliteratur nichts übrig. Sie können mit den von uns angebotenen Managementausbildungen eine geeignete Sprache für ihre Wahrnehmungen finden.

4. In welchen Situationen erfahren Sie persönlich immer wieder, wie wichtig Hierarchien für komplexe Organisationen sind?

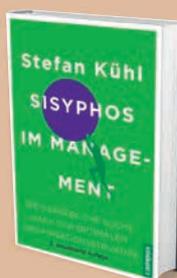
Der Arbeitsalltag an der Universität funktioniert eigentlich ohne Hierarchien. Davon profitiere ich als Professor, anders könnte ich als Wissenschaftler auch gar nicht vernünftig arbeiten. Als Berater bin ich jedoch froh, dass es bei der Firma Metaplan Chefs gibt. So ist riskantes Handeln möglich, weil man darauf vertrauen kann, dass diese Vorgesetzten riskantes Handeln nicht nur decken, sondern auch fördern.

5. Von welcher Organisation sind Sie regelmäßig begeistert?

Um mich für eine spezifische Organisation begeistern zu können, bin ich zu sehr Soziologe. Als Berater stelle ich fest, dass ich am besten mit Organisationen mit einer „No-Bullshit-Kultur“ zusammenarbeiten kann – also mit Organisationen, die auf verbales Lametta verzichten und Klartext sprechen.

BUCHTIPP

Stefan Kühl: Sisyphos im Management:
Die vergebliche Suche nach der optimalen
Organisationsstruktur. Campus 2015
(Erscheinungstermin: 11. Mai).
ISBN 978-3593502267. 24,90 Euro





Stellenmarkt

Mit dem SZ-Stellenmarkt finden sich die Besten.

Setzen Sie auf einen Stellenmarkt, der durch sein hochwertiges Umfeld qualifizierte Fach- und Führungskräfte mit erfolgreichen Arbeitgebern effizient zusammen führt. Informieren Sie sich über unser crossmediales Angebot unter: jobs.sz.de

Seien Sie anspruchsvoll.

Süddeutsche Zeitung



Lucy
Senior Marketing Manager
Specialty Lighting

Licht ist meine Welt

Denn hier trifft Marktkenntnis auf Flexibilität.
So übertreffen wir Kundenwünsche.

Licht ist OSRAM

