

karrierefürer

Das Jobmagazin für Hochschulabsolventen #09.2014 - 02.2015



www.karrierefuehrer.de

Auch als iOS- und Android-App

Besuchen Sie uns bei Facebook & Twitter

→ wirtschaftswissenschaften

Themen und Menschen

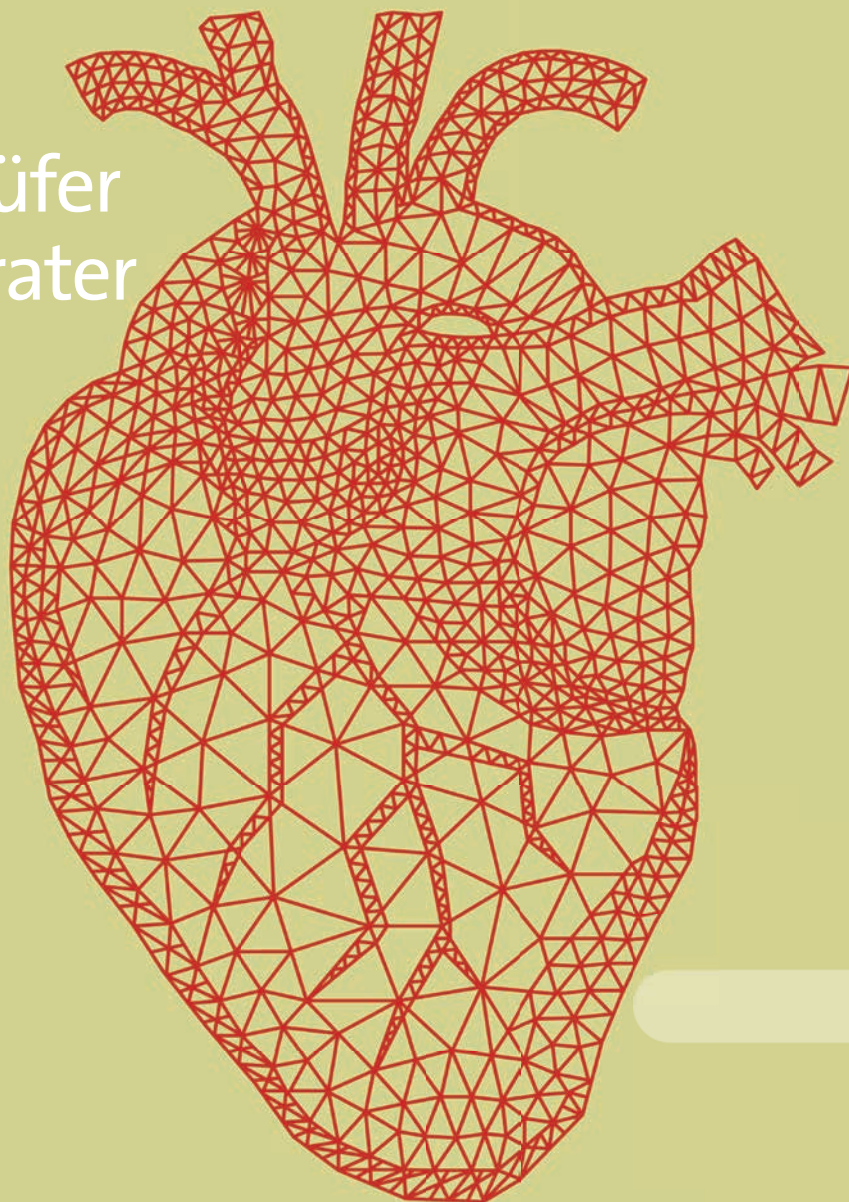
Special: Einstieg in die Medienbranche • Social Media Recruiting • Financial Controlling • Work-Life-Balance • Management Y • Helden • Lebenstraum-Projekt

Top-Interview: Im Gespräch mit

Dr. Immanuel Hermreck
Bertelsmann Konzern-
personalchef

Wirtschaftsprüfer und Steuerberater

Karriere im Herzen
der Unternehmen



Partner:



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

Jetzt bewerben: **Aktuelle Firmenporträts**





Talents wanted

Ihre Entwicklung steht bei uns im Rampenlicht. Deshalb gehen wir auch bei diesem Thema innovative Wege – mit der Deloitte University. Hier werden international Erfahrungen gebündelt und Wissen geteilt.

Hier haben Sie die Chance, sich in erstklassigen Trainingsprogrammen weiterzuentwickeln und länderübergreifend zu vernetzen. 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 September 2014

in vielen Geschäftsbereichen bestimmen immer mehr Regeln und gesetzliche Rahmenbedingungen das Business. Die Wirtschaft sieht sich mit dieser Entwicklung konfrontiert. Doch es gibt auch Unternehmen, die davon profitieren. Zum Beispiel die Wirtschaftsprüfer und Steuerberater – eine Branche, die Absolventen der Wirtschaftswissenschaften damit hervorragende Karriereperspektiven bietet.

Ob große oder mittelständische Gesellschaften: Alle verweisen darauf, dass sie längst nicht mehr ausschließlich für die verpflichtenden Prüfungen engagiert werden. Längst nehmen Wirtschaftsprüfer und Steuerberater auch Consulting-Aufgaben wahr – und bieten damit auch Nachwuchskräften spannende Job-Profile. Als Berater stehen sie in engem Kontakt mit ihren Mandanten und werden zu wichtigen Partnern, weil sie als Spezialisten für Unternehmensabläufe bis ins Herz der Firmen vordringen. Wer mit diesem Wissen vertrauensvoll sowie verantwortlich umgeht und die Bedürfnisse des Mandanten versteht, darf sich bei einer Wirtschaftsprüfungs- und Steuerberatungsgesellschaft auf eine spannende und erfolgreiche Karriere freuen. Auf welche Qualifikationen es dabei ankommt und welche Abschlüsse und Weiterbildungswege sich für Einsteiger bewährt haben, erfahren Sie in unserem Top-Thema (ab Seite 8).

Kaum eine Branche steht so sehr im Spannungsfeld zwischen Tradition und Wandel wie die **Medienbranche**. Auf der einen Seite gibt es weiterhin die starken Marken, die jeder kennt und die viel Vertrauen erwecken. Auf der anderen Seite verlangt die Digitalisierung nach neuen Strategien und Geschäftsmodellen. Was das für junge Medienmanager bedeutet, erzählt Bertelsmann-Personalchef Dr. Immanuel Hermreck im Top-Manager-Interview (ab Seite 16). In unserem Medien-Special (ab Seite 20) vertiefen wir das Thema und geben konkrete Tipps für Einsteiger.

Wir wünschen Ihnen viel Spaß beim Lesen,

Ihr Karriereführer-Team

Foto: Fotolia/ Dreadlock

Impressum: **karrierefuehrer wirtschaftswissenschaften 2.14** 5. Jahrgang, 09.2014-02.2015 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:** www.karrierefuehrer.de **Redaktionskonzept:** Viola Strüder, Transmedia Verlag GmbH & Co. KG **Redaktion dieser Ausgabe:** Maral Bartevyan, Anna Beutel, André Boße, Theresa Hupp, Sabine Olschner, Leonie Pohlmann, Kerstin Neurohr & Franziska Immel-Andrä (verantwortlich), neurohr&andrä GbR, Dillenburger Straße 75, 51105 Köln **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 **Onlineauftritt:** 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 **Fotos:** **Cover:** Fotolia/beaubelle **Verlag:** Transmedia Verlag GmbH & Co. KG, Weyertal 59, 50937 Köln, Fon: 0221 4722-300, Fax: 0221 4722-370 **Geschäftsführerin:** Viola Strüder. In der **karrierefuehrer-Reihe** erscheinen in der Transmedia Verlag GmbH & Co. KG, Köln, die Publikationen: **karrierefuehrer recht:** März und September **karrierefuehrer frauen in führungspositionen:** März **karrierefuehrer wirtschaftswissenschaften:** März und September **karrierefuehrer ingenieure:** April und Oktober **karrierefuehrer hochschulen:** April und Oktober **karrierefuehrer consulting:** Mai **karrierefuehrer banken/versicherungen:** Mai **karrierefuehrer green-tech:** Juni **karrierefuehrer naturwissenschaften:** September **karrierefuehrer informationstechnologie:** Oktober **karrierefuehrer handel:** November **karrierefuehrer bauingenieure:** November. Der **karrierefuehrer 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/Adamichi



Foto: Dr. Immanuel Hermreck



Foto: Fotolia/Rawpixel

Top-Thema

8

Schnüffeln erlaubt

Der Bedarf ist hoch: Wirtschaftsprüfer und Steuerberater haben ausgezeichnete Aussichten.

10

Der Kunde will mehr

Der Beratungs- und Prüfungsbedarf steigt in einer komplexer werdenden Wirtschaftswelt. Damit wandelt sich auch das Aufgabenfeld der Prüfer und Berater.

14

„Ein Top-Job mit Anspruch“

Brigitte Rothkegel-Hoffmeister vom Institut der Wirtschaftsprüfer im Interview über die Wirtschaftsprüfer-Branche und die Anforderungen an Einsteiger.

Top-Manager

16

Dr. Immanuel Hermreck

Der Konzernpersonalchef von Bertelsmann erläutert, welche Hoffnungen er in Nachwuchskräfte setzt.

Special Medien

20

Transfer zur Crossmedialität

Immer mehr Menschen sind in der Onlinewelt zu Hause – Unternehmen der Medienbranche haben auf diesen Trend reagiert. Crossmediale Ansätze sind entscheidend, um immer am Puls der Zeit zu bleiben. Wir haben uns bei großen Unternehmen umgehört, was das für Berufseinsteiger bedeutet.

22

Frauen an die Spitze

Interview mit Monika Schulz-Strelow, Gründungsmitglied und Präsidentin des Vereins FidAR (Frauen in die Aufsichtsräte).

Bewerben

26

Blickpunkt: Social-Media-Bewerbung

Worauf Bewerber bei der Bewerbung über Xing, Twitter, Facebook und Co. achten müssen.

karrierefuehrer-Titel zu den Themen Consulting, Frauen in Führungspositionen, Work-Life-Balance gibt es kostenfrei unter dem QR-Code:



Ertan Kurtyener

Foto: Ertan Kurtyener



Foto: F. otolla/bikewordtravel



Ulf Brandes

Foto: Ulf Brandes

Einsteigen

28

Was macht eigentlich ein Social Media Recruiter?

Carsten Wenzel über seinen Einstieg im Talent Acquisition Team, die Bedeutung von Social Media Recruitment und die Auswahl neuer Bewerbungskandidaten.

30

E-Mail für dich

Mitarbeiter des Organisationsteams Wirtschaftskongress (OFW) stellen den weltgrößten von Studenten organisierten Wirtschaftskongress auf die Beine.

32

Jung und erfolgreich bei: Payback

Louisa Hüttemann über ihre Laufbahn zur Key Account Managerin bei Payback.

Aufsteigen

34

Aufgestiegen zum Financial Controller

Ertan Kurtyener berichtet von seinem Aufstieg vom Management Trainee zum Financial Controller bei Enterprise Rent-A-Car Deutschland.

36

Heldhaft ins Berufsleben starten

Psychologe, Trainer und Coach Dr. Marc Stollreiter erklärt, weshalb nichts im Berufsleben bloßer „Zeitvertreib“ sein darf.

Projekt

38

Balance macht zufrieden

Was Unternehmen der Generation Y bieten, damit die Work-Life-Balance stimmt.

Ausland

40

Hello London! Hallo London!

Steffen Knieling führte ein zweijähriges Experienced Commercial Leadership Program (ECLP) bei General Electric nach London.

Lebenstraum

42

Verbindungen fürs Leben

Dr. Christine Wichert, Geschäftsführerin der Logibrand GmbH, über ihre Idee „Wahlverwandtschaften“ zu finden.

Handzeichen

48

Ulf Brandes

Der Autor des Buches „Management Y“ unterstützt veränderungsbereite Unternehmen mit modernen Ansätzen.

Standard

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

Service

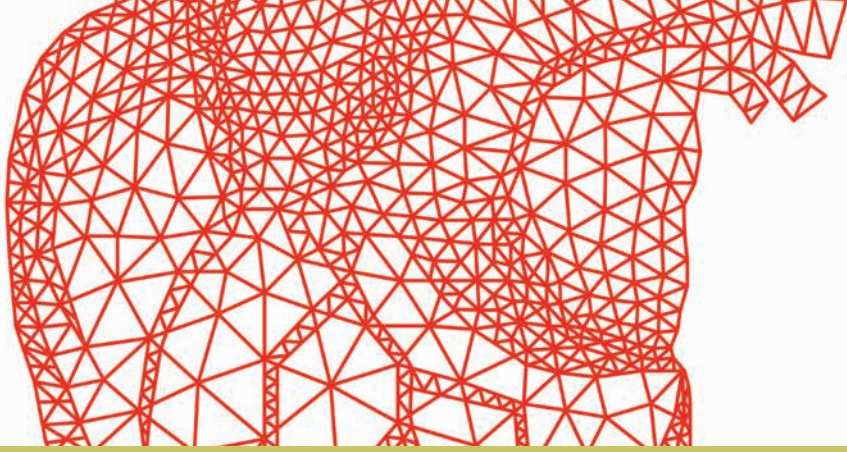
- 44 Checkliste
- 46 Firmenporträts

karrierefuehrer crossmedial

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



Hinweise darauf finden Sie auch u.a.
 → auf unserer Facebook-Fanpage
 → auf unserem Twitter-Kanal
 → auf unserer Google+-Seite
 Mehr dazu: www.karrierefuehrer.de



Inserenten



Aldi GmbH & Co. KG
Unternehmensgruppe ALDI SÜD

U4



bmv Consulting GmbH

33



Deloitte

U2



Der Entrepreneurs Club

25



Enterprise Autovermietung Deutschland GmbH

5



Hays AG

13



HFH • Hamburger Fern-Hochschule gem. GmbH

15



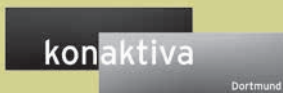
IQB Career Services AG

U3



Jobware Online-Service GmbH

31



konaktiva Dortmund GbR

23



Südwestdeutsche Medienholding GmbH

45



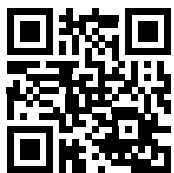
TEMA Technologie Marketing AG

7



WAS UNTERSCHIEDET EINEN BEWERBER_{M/W} MIT AKADE- MISCHEM ABSCHLUSS VON EINEM MANAGER_{M/W}? UNGEFÄHR ZWEI JAHRE.

Bei uns kommen Sie mit zahlreichen Facetten des Geschäfts in Berührung und erhalten dabei jede Menge Training. Da ist es nicht überraschend, dass Sie in nur zwei Jahren Ihre eigene Enterprise Rent-A-Car-Filiale führen können. Und dank unserer internen Beförderungspraxis können Sie danach direkt durchstarten und Ihre Karriere in alle erdenklichen Richtungen innerhalb unseres Unternehmens weiterentwickeln. Mehr Informationen hierzu finden Sie auf www.enterprisealive.de/karrierefuehrer



Kurz+ knapp

von Anna Beutel

Abwechslungsreich

MIT FRAUEN IM TOP-MANAGEMENT PUNKTEN

Eine aktuelle Studie von Fabienne Gaberle, Studentin im Master-Programm in Management (M.Sc.) der HHL Leipzig Graduate School of Management, und des Employer-Branding-Beratungsunternehmens Universum zeigt, dass Unternehmen, deren Top-Management auch von Frauen besetzt ist, bei jungen Talenten punkten. Die Arbeitgeberattraktivität werde also von der Diversität in Vorstandsgremien beeinflusst, so die Studie. Die stärksten Faktoren seien laut Jun.-Prof. Dr. Tobias Dauth, an dessen Lehrstuhl für Internationales Management die Studie verfasst wurde, Geschlecht und Nationalität. Natürlich sollte seitens der Unternehmen auch anderen Aspekten der Vielfalt Beachtung geschenkt werden. Die Studie zeigt jedoch, dass Unternehmen, die insbesondere die Geschlechterdiversität innerhalb ihres Top-Managements aktiv vorantreiben, sowohl bei weiblichen als auch bei männlichen Bewerbern an Attraktivität gewinnen. Weitere Informationen unter: www.employerbrandingtoday.com und www.hhl.de.

Originell!

NEUE MULTIMEDIALE BUCHREIHE FÜR YOUNG PROFESSIONALS

Die „Generation Y“ hat andere Vorstellungen als ihre Vorgängergeneration davon, wie sie leben und arbeiten will. Die heute circa 20- bis 30-jährigen Absolventen und Berufseinsteiger sind gut ausgebildet, freiheitsliebend, zielstrebig, international, vernetzt und medienerfahren. Eine Karriere auf Kosten von Privatleben und Lebensfreude kommt für sie nicht infrage. Für diese Generation startet der Verlag Campus eine neue Karrierereihe: campus smart. Sie ist zugeschnitten auf die Bedürfnisse der Zielgruppe und geschrieben von Autoren, die größtenteils selber Teil der „Gen Y“ sind. Die Bücher sind mit E-Books ausgestattet, und mit jedem Buchkauf erhalten die Leser einen Zugangscode, der ihnen die Teilnahme an einem interaktiven Webinar kostenfrei ermöglicht. Einer der ersten Titel lautet: Elke Zuchowski: Besser ich. Von Anfang an richtig gut im Job. Campus Verlag 2014. ISBN 978-3593501307. 17,99 Euro.

ABC DER WORK-LIFE-BALANCE

Das E-Booklet zum **karriere**fürher hochschulen work-life-balance 2014/2015 bietet den Lesern mit seinem praktischen und zeitgemäßen Format ein besonderes Leseerlebnis. Unter dem Titel „ABC der Work-Life-Balance“ werden von Achtsamkeit bis Zen viele interessante Informationen zum Thema Work-Life-Balance vorgestellt – inklusive praktischer Tipps von Autoren, Psychologen und Coaches sowie weiterführender Links. Das E-Booklet ist kostenfrei unter dem QR-Code erhältlich:



Inspirierend



Foto: Olaf Meyer



NACHT der
UNTERNEHMEN

VOLLGAS zum Job

Per **Bus** zu
TOP-Arbeitgebern
in der **Region**



Erlangen	22. Oktober 2014
Braunschweig	04. November 2014
Aachen	06. November 2014
Stuttgart	06. November 2014
Mannheim	13. November 2014
Münster	21. Januar 2015

Hier findest du uns auf Facebook:
www.facebook.com/ndu.karriere



 **TEMA**

Eine Veranstaltung der www.tema.de

www.nachtderunternehmen.de

Ausgezeichnete Aussichten für Wirtschaftsprüfer und Steuerberater



Schnüffeln

Gespür. Wirtschaftsprüfer und Steuerberater dringen bis in das Herz der Unternehmen ihrer Mandanten vor. Ihre Aufgabe: Das Unternehmen mit all seinen Abläufen zu verstehen und auch hinter die Zahlen zu blicken. Dabei kommt es darauf an, exzellente Fachkenntnisse mit detektivischem Spürsinn zu verbinden.

Top-Thema

10

Der Kunde will mehr

Wirtschaftsprüfer sind heute nicht nur Belegprüfer – indem sie sich mit den komplexen Prozessen des Unternehmens beschäftigen, unterstützen sie es in seiner Entwicklung.

14

„Ein Top-Job mit Anspruch“

Wirtschaftsprüfer werden zum Kenner der Unternehmen – und zu einem unverzichtbaren Gesprächspartner für die Entscheider. Ein Interview mit Brigitte Rothkegel-Hoffmeister.

erlaubt!



Der Kunde will mehr

Ob Einstieg bei den großen Vier der Branche oder in einer mittelständischen Gesellschaft: Als Wirtschaftsprüfer oder Steuerberater besitzt man sehr gute berufliche Karten, weil die Unternehmen nicht nur die konventionellen Prüfungen nachfragen, sondern auch großen Beratungsbedarf haben.

Von **André Boße**

Wie ermittelt man den Wert eines Pinguins? Und kann man ein Zebra abschreiben? Ein Team von der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Deloitte erhielt vor einiger Zeit den Auftrag, einen Zoo zu prüfen. Also mussten sich die Profis mit einigen ungewöhnlichen Aspekten beschäftigen, die auch für einen perfekt ausgebildeten Wirtschaftsprüfer absolutes Neuland bedeuteten. Nun ist die Prüfung eines Zoos ein sehr besonderer Auftrag. Doch auf Überraschungen und Ungewöhnlichkeiten sollten sich Wirtschaftsprüfer und Steuerberater heute immer einstellen. „Jeder Mandant und jede Branche ist unterschiedlich“, sagt Alexandra Hövel aus dem Team Personalmarketing von Deloitte Deutschland. Sich auf diverse Menschen und Themen einzustellen – das gehört für sie daher zu den wichtigsten Karrierefaktoren im Bereich der Wirtschaftsprüfung und Steuerberatung.

Geschäfte gehen gut

Bei Absolventen der Wirtschaftswissenschaften wird diese Branche zunehmend beliebter. Egal, ob der Einstieg bei einer der vier großen Gesellschaften, den sogenannten „Big 4“ Deloitte, PricewaterhouseCoopers, Ernst & Young und KPMG, oder bei einer der vielen mittelständischen

Gesellschaften: Die Geschäfte der Wirtschaftsprüfer und Steuerberater gehen gut, weil der Beratungs- und Prüfungsbedarf der Unternehmen in einer komplexer werdenden Wirtschaftswelt weiter steigt, wie Alexandra Hövel sagt: „Global operierende und kapitalmarktorientierte deutsche Mittelständler suchen verstärkt Unterstützung bei großen internationalen Prüfungsgesellschaften.“

Doch nicht nur die Auftragsbücher sind voll, auch die Arbeitsweise ändert sich. „Das Bild vom Wirtschaftsprüfer und Steuerberater im stillen Kämmerlein entspricht nicht dem heutigen Arbeitsalltag“, sagt Sarah Düvel, Personalentwicklerin bei BDO, in Deutschland die größte Wirtschaftsprüfungsgesellschaft jenseits der Big 4. Geprägt wird der Job heute von der interdisziplinären Zusammenarbeit in häufig internationalen Projekten. Von wegen trockenes Themengebiet: Es ist an der Zeit, sich von dem Klischee der wenig aufregenden Branche zu verabschieden. „Berufseinsteiger stehen mit Mandanten aus ganz unterschiedlichen Branchen in Kontakt, lernen verschiedene Wirtschaftsbereiche und Unternehmenskulturen kennen und erhalten somit tiefe Einblicke in die Strukturen von Unternehmen“, verdeutlicht Sarah Düvel.

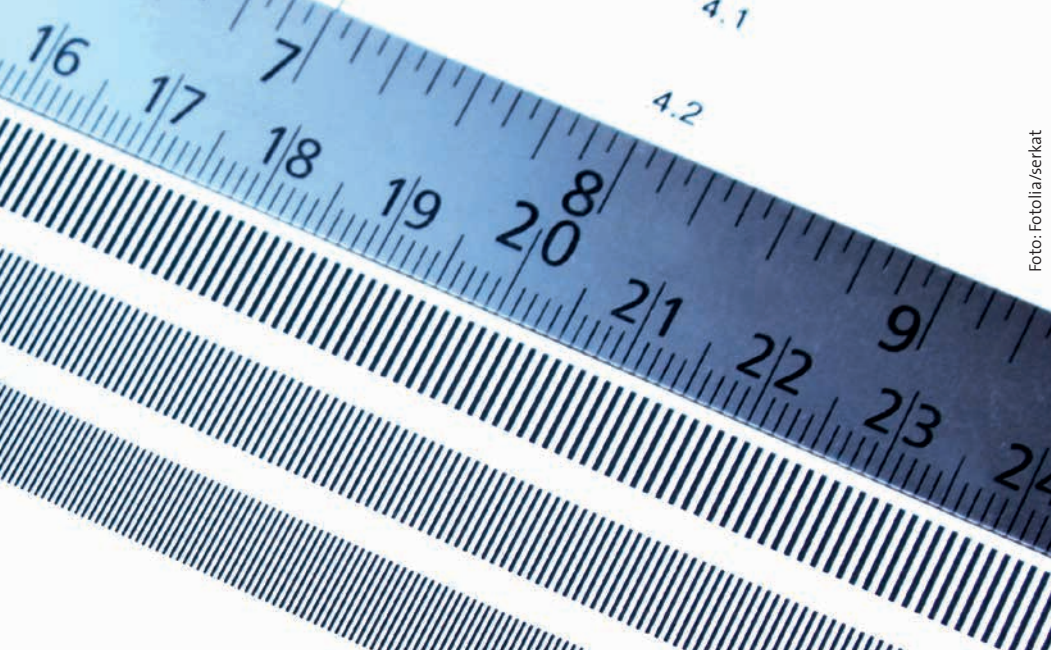


Foto: Fotolia/serkat

DER WEG ZUM WIRTSCHAFTSPRÜFER ODER STEUERBERATER

Nicht nur Prüfer, auch Berater

Diese Eindrücke sind spannend, aber Wirtschaftsprüfer und Steuerberater müssen heute auch etwas aus diesem Wissen machen. Wer sich mit eingengtem Blick in die Arbeit stürzt, wird nicht glücklich werden. „Die Mandanten erwarten, dass ihr Prüfer und Berater nicht nur Experte in seiner Fachdisziplin ist, sondern mit Hilfe der Kollegen im In- und Ausland eine umfassende Beratung anbietet“, sagt Dr. Michael Rödl, Personalleiter der Gesellschaft Rödl & Partner aus Nürnberg. Daher stehen Wirtschaftsprüfer und Steuerberater heute im ständigen Dialog mit dem Top-Management der Unternehmen, für die sie arbeiten. Denn nur dann sind sie in der Lage, die Mandanten bei allen relevanten Fragestellungen zu unterstützen.

Damit wandelt sich das Aufgabenfeld der Prüfer und Berater: „Unter Wahrung der Unabhängigkeit sind sie vertrauensvolle Ansprechpartner, Ratgeber und Coaches“, definiert Michael Rödl das Spektrum. Aus den Menschen für die Zahlen werden also wertvolle Wegbegleiter, was nicht ohne eine Vielzahl von Fähigkeiten funktioniert, die in dieser Branche immer wichtiger werden. „Der Wirtschaftsprüfer ist heute nicht nur Belegprüfer, sondern muss sich mit den komplexen Prozessen des Unternehmens beschäftigen“, sagt Rödl. „Schließlich kann er mit Hinweisen zur Verbesserung der internen Prozesse

das Unternehmen in seiner Entwicklung unterstützen.“ Zum Beispiel sei es vor allem für Wirtschaftsprüfer wichtig, die internen Kontroll- und IT-Systeme des Mandanten zu verstehen – was dazu führt, dass die Gesellschaften verstärkt an Informatikern interessiert sind und die klassisch ausgebildeten Wirtschaftsprüfer und Steuerberater mit diesen neuen Kollegen im Team arbeiten.

Teamarbeiter gefragt

Generell steige die Nachfrage nach multifunktionalen und industriespezifischen Dienstleistungen, wie Alexandra Hövel von Deloitte erläutert. „Immer häufiger erarbeiten Teams aus verschiedenen Fachbereichen Lösungen und Konzepte. So wird beispielsweise die Expertise von Mitarbeitern aus den Bereichen Beratung, Versicherung und Steuern kombiniert.“ Wirtschaftsprüfer und Steuerberater müssen also in der Lage sein, sich in andere Disziplinen hineinzudenken, von den Rechtswissenschaften bis hin zur Informatik. Dieser Trend macht das Berufsbild komplexer. Und es geht noch weiter: Da die Kommunikation und Verarbeitung der Informationen heute durchweg digital funktioniert, können Wirtschaftsprüfer und Steuerberater heute effizienter denn je arbeiten. „Zum einen entlastet diese Entwicklung, zum anderen jedoch ist sie für immer kürzere Bearbeitungszeiten und höhere Geschwindigkeiten verantwort-



Folgende Wege in den Beruf sind laut den Personalverantwortlichen der befragten Unternehmen besonders erfolgversprechend:

- **Grundlage:** Bachelor in den Fachdisziplinen BWL, VWL, Controlling oder Wirtschaftsrecht.
- **Vertiefung:** während des Masters in den Fächern Rechnungslegung/Wirtschaftsprüfung, Steuerberatung und Wirtschaftsrecht.
- **Zusatzqualifikationen:** Praxiserfahrungen in Unternehmen im In- und Ausland, zweite Fremdsprache neben dem obligatorischen Englisch, sehr sicherer Umgang mit Office-Software.
- **Quereinsteiger:** Gefragt sind Juristen (Schwerpunkt: Steuer- und Gesellschaftsrecht) und Informatiker oder Mathematiker (Schwerpunkt: Wirtschafts- und Versicherungsmathematik).

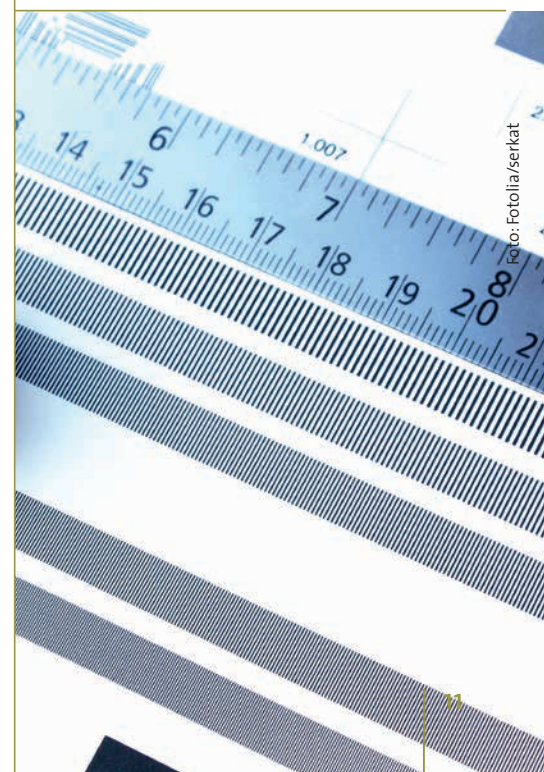


Foto: Fotolia/serkat



Foto: Fotolia/sudokri

EXAMEN ZUM WIRTSCHAFTSPRÜFER

Nach dem Studium (Master oder Bachelor) und ersten praktischen Erfahrungen ist das Examen für Wirtschaftsprüfer der dritte Karriereschritt. Das Examen ist anspruchsvoll und nicht ohne Vorbereitung nebenbei zu absolvieren. Derzeit sieben Hochschulen in Deutschland bieten einen speziellen Masterstudiengang für angehende Wirtschaftsprüfer an, der auf das Wirtschaftsprüferexamen vorbereitet. In diesen berufs begleitenden Studiengängen wechseln sich Studien- und Praxisphasen ab, sodass das theoretische Wissen unmittelbar in der Praxis umgesetzt wird. Wer diesen Master absolviert, kann das Wirtschaftsprüferexamen bereits nach dem Studium ablegen. Die nötige Praxis muss er erst vor seiner Bestellung zum Wirtschaftsprüfer nachweisen. Infos zu diesem Master über das Institut der Wirtschaftsprüfer IDW (www.idw.de).



QR-Code scannen und die Webseite des Instituts der Wirtschaftsprüfer IDW besuchen.

lich, wobei die Qualitätsanforderungen der Mandanten unverändert hoch bleiben“, erläutert Stephan Michels, Geschäftsführender Gesellschafter der mittelständischen Gesellschaft Dornbach aus Koblenz.

Die Folge ist auch bei den kleineren Gesellschaften ein starker Trend zur Spezialisierung – „vor allem, wenn man berücksichtigt, dass insbesondere im Steuerrecht die Halbwertszeiten von Kenntnissen immer kürzer werden“, so Michels. Einsteigern werde viel geboten, „aber es werden auch hohe Ansprüche gestellt“. Bei den Bewerbern achtet Stephan Michels auf eine breite, bevorzugt betriebswirtschaftliche Ausbildung. „Man kann ein Unternehmen nur prüfen und beraten, wenn man seine Geschäftsmodelle versteht.“ Dabei sei exzellentes Fachwissen natürlich die Grundlage. „Dieses Wissen muss allerdings in einem zweiten Schritt in- und extern vermittelt und schließlich durchgesetzt werden.“

Hinter die Zahlen schauen

Diesen Anspruch formulieren auch die großen Arbeitgeber. „Neugierde und Spaß an der Arbeit mit Menschen sind genauso wichtig wie die Affinität zu Zahlen. Im Arbeitsalltag hat die Beratung unserer Mandanten, der persönliche Austausch zu Sachfragen und die Lösung schwieriger Probleme im Team eine ganz besondere Bedeutung. Fachkenntnisse sind dann ‚nur‘ die Grundlage der Arbeit“, sagt Dr. Folke Werner, Leiter Employer Branding, Personalmarketing & Recruiting bei Pricewater-

houseCoopers (PwC) Deutschland. Besonders wichtig ist der Spaß am Umgang mit Menschen im Bereich der Compliance: Da die geschäftlichen und gesetzlichen Rahmenbedingungen für Unternehmen immer komplexer und globaler werden, stehen die Wirtschaftsprüfer und Steuerberater immer häufiger vor der Aufgabe, genau hinzuschauen, ob der Mandant innerhalb der Regeln handelt. „Um zu klären, ob die Zahlenwerke der Unternehmen den Regeln entsprechen, müssen die Wirtschaftsprüfer hinter die Zahlen blicken“, so Folke Werner. „Dazu müssen sie die Geschäftsabläufe verstehen und die jeweilige Branche kennen. Um eventuelle Manipulationen entdecken zu können, braucht es nicht nur Fachkenntnisse, sondern auch viel Kreativität und detektivischen Spürsinn.“ Ähnlich formuliert es Sarah Düvel von BDO: „Es geht darum, ein Gespür zu entwickeln, wo Fehler auftreten könnten.“

Arbeitsreiche Zeiten in der Busy Season

Ob als Einsteiger in einem großen Prüfungs- und Beratungsunternehmen oder in einer mittelständischen Gesellschaft: Keiner der Personalexperten verhehlt, dass der Karrierestart anspruchsvoll ist. Thematisch – aber auch mit Blick auf die Arbeitszeiten. Das gilt besonders für die sogenannte Busy Season, die Zeit zwischen Oktober und April, wenn bei den Mandanten die Jahresabschlussprüfungen anstehen. „Wer sich für den Beruf des Wirtschaftsprüfers entscheidet, weiß in der Regel, dass ihn kein Nine-to-Five-Job erwartet“, sagt Alexandra Hövel



von Deloitte. Jedoch wissen die Gesellschaften sehr genau, dass es nach der besonders stressigen Zeit einen Ausgleich geben muss. Daher führen die Arbeitgeber in der Regel Jahresarbeitszeitkonten mit der Möglichkeit, die Bilanz zwischen Arbeits- und Freizeit in den Sommermonaten auszugleichen. „Die Flexibilität, die unsere Mitarbeiter

zeigen müssen, zeigen wir auch als Arbeitgeber“, sagt PwC-Recruiting-Chef Folke Werner stellvertretend für die Branche. Und weil es immer gut ist, wenn ein Personalverantwortlicher mit gutem Beispiel voran geht, rät Michael Rödl von Rödl & Partner jungen Kollegen, die Möglichkeiten für den inneren Ausgleich zu nutzen. „Da es sich bei

unserem Beruf um eine sitzende Büro-tätigkeit handelt, ist für mich persönlich Bewegung, sei es ein Waldlauf am Abend oder ein Spaziergang in der Mittagspause, sehr wichtig.“ Und wer Arbeit und Entspannung verbinden möchte, kann ja auch in den Zoo gehen und versuchen, den Wert eines Pinguins zu ermitteln.

EINSTEIGEN BEI HAYS

HAYS Recruiting experts worldwide

ERFOLG IST EINSTELLUNGSSACHE DU HAST ES IN DER HAND

Bereit für echte Verantwortung?

Dein Herz schlägt schneller. Das erste Meeting beim Kunden. Selbstbewusst erklärst Du dem Geschäftsführer und Personalchef, wie wir von Hays helfen können: die passenden Experten finden, neue Projekte flexibel besetzen ... Überzeugt. Wow, drei neue Anfragen! Ein fester Händedruck zum Abschied. Zurück im Büro gemeinsam mit den Recruiting-Kollegen die Ärmel hochkrepeln und Kandidaten auswählen. Der Kunde wartet schon auf Vorschläge. Und abends dann entspannt mit dem Team anstoßen.

Könnte das zu Dir passen? Dann bewirb Dich jetzt unter:
www.hayscareer.net

Besuche uns auch auf: facebook.com/hayscareer.net



Verschaffe Dir einen persönlichen Eindruck mit unseren Videos!

ACCOUNTANCY & MA/CONSTRUCTI
CONTACT CENTR
ATIONS/EDUCATI
INDUSTRY/LEGAL
SAFETY/POLICY &
OURCES & MINING
NGINEERING/HU
LOGISTICS/FACILITIES MANAGEMENT/FINANCIAL
CIAL SERVICES/SOCIAL CARE/SALES & MARKETI
ING/ENERGY/OFFICE SUPPORT/RESPONSE MANA
HEALTH CARE/OIL & GAS/ARCHITECTURE/ASSESS
& DEVELOPMENT/PUBLIC SERVICES/ACCOUNTAN
CY & FINANCE/EDUCATION/PHARMA/CONSTRU
RESTRUCTION & PROPERTY/RESOURCE MANAGER
MENT/MANUFACTURING & OPERATIONS/RETAIL/I
NFORMATION TECHNOLOGY/SALES & MARKETING
BATELY/BANKING
MARKETING/ENGINE
HUMAN/RESOURC
TECH/PHARMACE
PHARMA/MANUF
HEALTHCARE/H
PROCUREMENT/H

UCATION/PHARM
TY/CONTACT CEN
URING & OPERATI
ON TECHNOLOGY
N/HEALTH & SAF
NKNING/RESOURC
INSURANCE/ENG
RESOURCES/LOG
RESOURCES/LOG
MANAGEMENT/FINANCIAL
SALES & MARKETI
NG/ENERGY/OFFICE SUPPORT/RESPONSE MANA
HEALTH CARE/OIL & GAS/ARCHITECTURE/ASSESS
& DEVELOPMENT/PUBLIC SERVICES/ACCOUNTAN
CY & FINANCE/EDUCATION/PHARMA/CONSTRU
RESTRUCTION & PROPERTY/RESOURCE MANAGER
MENT/MANUFACTURING & OPERATIONS/RETAIL/I
NFORMATION TECHNOLOGY/SALES & MARKETING
BATELY/BANKING
MARKETING/ENGINE
HUMAN/RESOURC
TECH/PHARMACE
PHARMA/MANUF
HEALTHCARE/H
PROCUREMENT/H

PUBLIC SERVICES
RESOURCES/PH
ENGINEERING/H
CONTACT CENTR
ES/SOCIAL CARE
NG/ENERGY/HEA
OFFICE SUPPORT
LEGAL/OIL & GAS



Philipp aus Frankfurt



Foto: Rothkegel-Hoffmeister

„Ein Top-Job mit Anspruch“

ZUR PERSON

Brigitte Rothkegel-Hoffmeister war nach dem Studium der Betriebswirtschaftslehre mehrere Jahre bei einer internationalen Wirtschaftsprüfungsgesellschaft tätig. Seit 1992 ist sie Leiterin Aus- und Fortbildung beim Institut der Wirtschaftsprüfer in Deutschland (IDW). Der Verein ist eine freiwillige Vereinigung der deutschen Wirtschaftsprüfungsgesellschaften. Zu seinen Aufgaben zählen Aus- und Weiterbildungsprogramme, die fachliche Unterstützung der Mitglieder sowie die Entwicklung fachlicher Regeln für den Arbeitsalltag. Zudem unterstützt der IDW über sein Infocenter auch angehende Wirtschaftsprüfer. www.idw.de

Als Leiterin der Aus- und Fortbildung des Instituts der Wirtschaftsprüfer (IDW) kennt Brigitte Rothkegel-Hoffmeister die Branche und die Anforderungen an Einsteiger. Ihr Rat: Je weiter der Horizont, desto besser die Karrierechancen. Die Fragen stellte André Boße

Frau Rothkegel-Hoffmeister, wie hat sich der Beruf des Wirtschaftsprüfers in den vergangenen Jahren gewandelt?

Einem Irrtum unterliegt, wer glaubt, Wirtschaftsprüfer prüfen nur Jahres- und Konzernabschlüsse. Ihre Tätigkeiten sind viel breiter gefächert: Zunehmende Bedeutung kommt den sonstigen Prüfungen – ob auf gesetzlicher Grundlage oder freiwillig – sowie der Beratungstätigkeit zu.

Was genau wird geprüft?

Zum Beispiel die Wirtschaftlichkeit, die Kontroll- und IT-Systeme oder auch die Risikomanagementsysteme von Unternehmen. Beim Kauf oder Verkauf von Unternehmen oder Unternehmensanteilen nehmen Wirtschaftsprüfer Bewertungen vor. Außerdem beraten sie Unternehmen in vielen Fragen: im Steuerrecht, bei der Unternehmensführung und Organisation, bei der Finanzierung oder auch bei der Unternehmensnachfolge.

Werden Wirtschaftsprüfer somit zu echten Kennern der Unternehmen, für

die sie arbeiten?

Das müssen sie, denn nur so können sie prüfen, ob das Unternehmen in seinem Jahresabschluss richtige Angaben gemacht hat. Die Jahresabschlussprüfung von Unternehmen ist per Gesetz ausschließlich den Wirtschaftsprüfern und vereidigten Buchprüfern vorbehalten. Die dabei erlangten Einblicke – vereint mit einem breiten Wissen über Zusammenhänge und Entwicklungen der Wirtschaft – machen Wirtschaftsprüfer zu einem unverzichtbaren Gesprächspartner für die Entscheidungsträger im Unternehmen.

Warum ist Wirtschaftsprüfung ein gutes Feld für Berufseinsteiger?

Wirtschaftsprüfung ist ein Job mit Zukunft. Der Beruf bietet ein breites Einsatzgebiet. Prüfer sind vom mittelständischen Familienunternehmen ebenso gefragt wie von der öffentlichen Hand oder den börsennotierten Unternehmen aus jeder Branche. Zudem sind die Karriere- und Entwicklungsmöglichkeiten in der Wirtschaftsprüfung für leistungsorientierte Men-



schen hervorragend, zumal sich Wirtschaftsprüfern auch Karriereoptionen in Unternehmen bieten.

Wo sind sie dort besonders gefragt?

Sie können Spitzenpositionen in der Industrie, in Banken oder Versicherungen bekleiden, zum Beispiel als Leiter des Finanz- und Rechnungswesens, des Beteiligungscontrollings oder der internen Revision. Den Titel Wirtschaftsprüfer dürfen sie dann allerdings nicht mehr führen, da eine weisungsgebundene Tätigkeit in einem Unternehmen mit der den Beruf prägenden Unabhängigkeit unvereinbar ist.

Was ist in Ihren Augen der Königsweg zu einer erfolgreichen Karriere als Wirtschaftsprüfer?

Um Wirtschaftsprüfer zu werden, ist keine bestimmte Studienrichtung vorgeschrieben. Es empfiehlt sich aber ein BWL-Studium, weil der Beruf ein umfassendes betriebswirtschaftliches Wissen erfordert. Ebenfalls gut geeignet sind Studiengänge wie Volkswirtschaftslehre, Jura oder IT. Gefragt sind sowohl Bachelor- als auch Masterabsolventen. Die nächste Etappe sind praktische Erfahrungen bei einer Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, wobei der Tätigkeitsschwerpunkt auf der Teilnahme an Jahresabschluss- und Konzernabschlussprüfungen liegt. Am Ende des Weges folgt das Examen als Wirtschaftsprüfer, das aufgrund der hohen Verantwortung des Wirtschaftsprüfers anspruchsvoll ist. Die Prüfungsgebiete sind aus dem Berufsbild des Wirtschaftsprüfers abgeleitet:

wirtschaftliches Prüfungswesen, angewandte BWL und VWL, Steuer- und Wirtschaftsrecht.

Ihr Tipp für Absolventen für den Karrierestart?

Nutzen Sie alle Möglichkeiten, Ihren Horizont zu erweitern. Am besten

durch branchen- und themenübergreifende Einsätze, auch im Ausland. Und entwickeln Sie sich auch außerhalb Ihrer beruflichen Tätigkeit weiter, zum Beispiel durch Schulungen oder berufsbegleitende Masterprogramme.

Anzeige

An der HFH berufsbegleitend studieren



HAMBURGER · FERN-HOCHSCHULE
HFH · UNIVERSITY
OF APPLIED SCIENCES



www.hfh-fernstudium.de

**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)



Der Konzernpersonalchef von Bertelsmann im Interview

Dr. Immanuel Hermreck

Der Medienmanager. Bertelsmann zählt zu den weltweit größten Medienkonzernen. Dort ist Dr. Immanuel Hermreck als Konzernpersonalchef für die Mitarbeiter verantwortlich. Im Interview beschreibt der Wirtschaftswissenschaftler, worauf es bei einem Unternehmen dieser Branche heute ankommt, und erläutert, welche besonderen Hoffnungen er in die Nachwuchskräfte setzt. Die Fragen stellte André Boße.



”*Medienkonzerne dürfen nicht statisch sein, sondern müssen den Wandel mitgehen und mitgestalten.*“

Herr Dr. Hermreck, was zeichnet einen modernen Medienkonzern aus?

Medienkonzerne sind in erster Linie Vermittler von Inhalten. Das war gestern so. Und das wird auch morgen so sein. Was sich ändert, sind die Kanäle, über die wir diese Inhalte vermitteln, diese werden digitaler und fragmentierter. Kern unserer Arbeit ist jedoch weiterhin, die nötige Kreativität zu entwickeln, damit diese Inhalte entstehen.

Dennoch hat sich die Medienlandschaft in den vergangenen Jahren sehr stark gewandelt.

Rund um diesen Kern, ja. Deshalb dürfen Medienkonzerne nicht statisch sein, sondern müssen den Wandel mitgehen und mitgestalten. Aber noch einmal: Was für uns im Kern wichtig bleibt, sind qualitativ hochwertige Inhalte. Hier können wir uns zum Beispiel gegenüber Unternehmen aus dem Silicon Valley wie Google oder Facebook positionieren. Wir haben diese Firmen vor Kurzem besucht, und uns ist dort einmal mehr bescheinigt worden, dass kreative Inhalte essenziell für das digitale Zeitalter sind.

Sie sprachen bereits von Facebook und Google. Diese neuen Medienunternehmen sind eine Konkurrenz für Sie, wenn es darum geht, die besten Talente der jungen Generation zu gewinnen. Was können Sie bieten, was diese Unternehmen nicht bieten können?

Wir sind hier selbstbewusst und scheuen den Vergleich nicht. Bertelsmann ist bereits heute mehr als ein klassisches Medienunternehmen, denken Sie an unsere Dienstleistungssparte Arvato oder unsere Aktivitäten im Bereich Bil-

dung, die wir in den kommenden Jahren weiter ausbauen werden. Dazu kommt, dass die neue Generation ganz andere Ansprüche mit in die Konzerne bringt: Junge Nachwuchskräfte wollen kreativ arbeiten, wollen Freiräume – und möchten möglichst unternehmerisch denken können. Genau diesen Ansprüchen werden wir gerecht.

Was macht Ihr Unternehmen in dieser Hinsicht speziell?

Wir sind als Konzern kein Monolith, sondern bestehen aus vielen kleinen Unternehmungen, die den Mitarbeitern und auch schon den Nachwuchskräften die Freiräume geben, die sie suchen. Gleichzeitig genießen unsere Mitarbeiter die großen Vorteile eines Konzerns, darunter beispielsweise international geprägte Netzwerke. Und nicht zuletzt bieten wir etwas, was in heutiger Zeit immer häufiger auch von Nachwuchskräften nachgefragt wird, nämlich Sicherheit.

Sie sprachen gerade von vielen kleineren Unternehmen unter dem Dach eines Konzerns. Wie wirkt sich diese Besonderheit im Arbeitsalltag aus?

Wir sprechen hier von einem „Small Company Feeling“. Dazu zählt zum Beispiel, die Bürokratie möglichst klein zu halten. Man kommt bei uns schnell in Kontakt mit dem Top-Management und erhält von dort auch Rückmeldungen. Wir ermuntern unsere neuen Mitarbeiter dazu, Aufgaben möglichst selbstständig zu lösen. Es gibt keine vorgestanzten Wege, an die man sich zu halten hat. Daher erhalten auch Nachwuchskräfte sehr schnell Verantwortung für Geschäfte – und für Menschen.

Was müssen denn die Einsteiger ins Medienmanagement mitbringen, damit sie dieser Verantwortung und diesen Freiräumen auch gerecht werden?

Es ist gut, wenn Kandidaten wissen, was sie erreichen wollen. Wenn sie wissen, was sie antreibt und für was sie eine Leidenschaft entwickeln. Natürlich müssen Bewerber bestimmte fachliche Fähigkeiten sowie passende Abschlüsse mitbringen. Auch eine gewisse Medienaffinität ist in vielen unserer Geschäfte von Vorteil.

Wie vereinbaren Sie diesen hohen Anspruch mit dem Thema Work-Life-Balance, das für die junge Generation von großer Bedeutung ist?

Ich sehe uns hier gut aufgestellt, und zwar nicht, weil wir irgendwo besondere Leitlinien für die Work-Life-Balance festgeschrieben haben, sondern weil wir den Begriff Freiraum ernst nehmen: In allen Abteilungen, und zwar nicht nur bei den sogenannten Kreativen, sondern auch in allen Managementbereichen, genießen unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sehr viel Freiraum. Man sollte ihn natürlich nutzen. Und zwar eben auch für sich persönlich.

Dann müssten sie von der Generation Y also begeistert sein, die ja nicht nur diesen Freiraum fordert und nutzt, sondern obendrein noch Kompetenzen für die digitalen Medien mitbringt.

Ganz genau. Wir setzen große Hoffnungen in den Nachwuchs, weil wir in der Breite gelebtes Unternehmertum und Kreativität benötigen. Denn eines ist klar: Am Ende entstehen die besten Ideen und damit auch die stärksten Innovationen genau dort, wo Mitarbeiter – und zwar Junge wie Erfahrene, Frauen wie Männer – mit ihren diver-

„Am Ende entstehen die besten Ideen und die stärksten Innovationen genau dort, wo Mitarbeiter mit ihren diversen Stärken zusammenkommen. Also in der Mitte des Unternehmens.“

sen Stärken zusammenkommen. Also in der Mitte des Unternehmens. Je besser es uns gelingt, diese Leute zu gewinnen und zu verbinden, desto stärker sind wir als Konzern aufgestellt.

Welche Strategie empfehlen Sie einem Absolventen der Wirtschaftswissenschaften, der sich für Ihren Konzern interessiert: Sollte er sich zunächst einen Bereich suchen und sich gezielt bewerben? Oder darf er sagen: „Das bin ich“ – um dann gemeinsam mit Ihnen auf die Suche zu gehen?

Letzteres, eindeutig. Wir suchen keine Leute, die sich in eine Aufgabe hineindefinieren. Wir möchten, dass die Bewerber uns erzählen, was sie begeistert, was sie können und was sie erreichen wollen. Und dann reden wir gemeinsam darüber, wo es im Konzern eine passende Einstiegsmöglichkeit für diese Person gibt. Hier ist vom Trainee-programm über eine Assistenzstelle bis hin zu einer Aufgabe als Referent für ein bestimmtes Thema sehr viel möglich.

Ist die Anforderung an den Nachwuchs, sich früh zu spezialisieren, damit nicht mehr zeitgemäß?

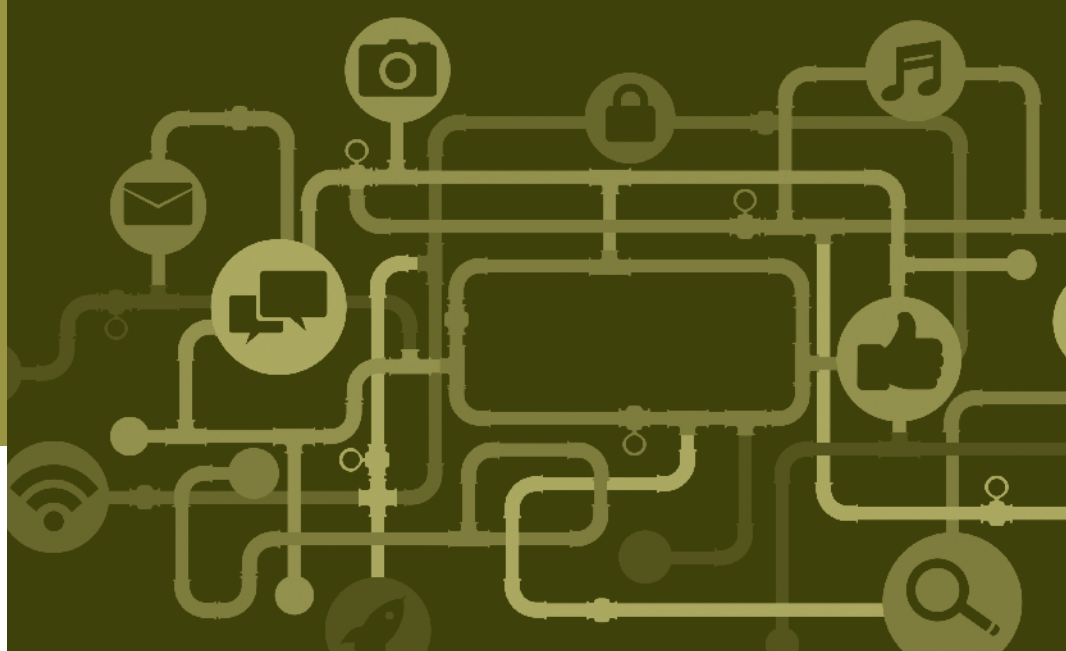
Das hat sich tatsächlich gewandelt, wobei hier natürlich auch die geänderte Erwartungshaltung der Kandidaten eine Rolle spielt, die sich eben vielfach nicht in eine Funktion hineinpressen lassen wollen. Ich empfinde das als sehr inspirierend, weil schon im Bewerbungsprozess spannende Ideen entstehen. Wir führen häufig genug keine formalisierten Gespräche mehr, sondern reden über persönliche Stärken und Leidenschaften. Es geht um Inhalte. Und weil wir als moderner Medienkonzern genau diese benötigen, bin ich von diesem Wandel sehr angetan.

ZUR PERSON

Dr. Immanuel Hermreck, geboren am 22. März 1969 in Rheda-Wiedenbrück, studierte Wirtschafts- und Kommunikationswissenschaften in München, Münster sowie an der kalifornischen Stanford University. Seine Promotion schloss er 1998 ab. Als Berufseinsteiger startete er seine Karriere zunächst bei der Bertelsmann Stiftung, wo er das Team Medienwirtschaft leitete. Von 2000 bis 2006 war er Leiter der Bertelsmann University, einer der ersten deutschen Unternehmensuniversitäten. Nach sechs Jahren in dieser Position wurde er 2006 im Alter von 37 Jahren zum Personalchef des Konzerns ernannt, nachdem er schon seit 2005 Aufgaben in der Managemententwicklung wahrgenommen hatte.

ZUM UNTERNEHMEN

Der internationale Medienkonzern Bertelsmann zeichnet sich im Bereich der klassischen Medien durch seine starken Marken aus: Die RTL Group gehört zum Konzern, aber auch die weltweit größte Publikumsverlagsgruppe Penguin Random House sowie der Zeitschriftenverlag Gruner + Jahr. Teil des Unternehmens sind aber auch der Business-IT-Dienstleister Arvato, die Druckereigruppe Be Printers sowie verschiedene zentral geführte Geschäfte, darunter das Musikrechteunternehmen BMG. Die Strategie von Bertelsmann basiert auf vier Stoßrichtungen: Neben der Stärkung des Kerngeschäftes sowie der Transformation von Medien- und Servicegeschäften in die digitale Welt definiert der Konzern neue Geschäftsfelder wie zum Beispiel das Wachstumsfeld Education. Zudem fokussiert sich der Konzern auf die internationalen Wachstumsmärkte Brasilien, Indien und China.



Transfer zur Crossmedialität

Was bedeutet Crossmedia eigentlich für Absolventen, die in die Medienbranche einsteigen wollen?

Welche Berufsfelder entwickeln sich dadurch, dass Verlage, Fernsehsender und Hörfunkanstalten ihre Zielgruppen auch im Web erreichen wollen? Wir haben uns bei großen Medienunternehmen umgehört.

Von **Anna Beutel**

Medien werden nach wie vor gerne und häufig konsumiert: sowohl offline als auch online. Laut der Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse (agma) bleibt die Zeitschriftennutzung in Deutschland im Juli 2014 im Vergleich zur letzten Analyse im Januar 2014 auf hohem Niveau fast stabil. 91,3 Prozent der über 14-Jährigen lesen Zeitschriften, das sind mehr als 64 Millionen Leser.

Die aktuelle ARD/ZDF-Onlinestudie 2014 besagt, dass der Durchschnittsnutzer täglich 166 Minuten im Netz ist – damit ist die Dauer stabil. Zum Vergleich: Im Vorjahr waren es 169 Minuten. Dafür hat sich die Unterwegs-Nutzung in den vergangenen zwei Jahren mehr als verdoppelt: Lag der Anteil der Onliner, die unterwegs surfen, 2012 noch bei 23 Prozent, ist er aktuell auf 50 Prozent gestiegen. Treiber für die Ausweitung sind vor allem Tablet-PCs, Smartphones und andere mobile Geräte. Video- und Fernsehhalte im Netz werden immer beliebter. Die Nutzung der Mediatheken der Fernsehsender stieg von 28 Prozent (2013) auf 32 Prozent (2014). Bereits heute macht der Fernsehkonsum über das Internet rund 8 Minuten der gesamten TV-Nutzung (248 Minuten) aus, das sind drei Prozent des täglichen Fernsehkonsums. 2013 waren es 5 Minuten bei einem Anteil von zwei Prozent.

Unternehmen in der Medienbranche bleiben also auch in Zukunft unersetzbar. Die Gründe: ihre große Reichweite und eine über Jahre etablierte Fachkompetenz. Aber es findet ein Transfer zur Crossmedialität statt. Das heißt, dass Inhalte aus den klassischen Medien auch im Web in Aktion treten. Doch was bedeutet der Transfer für moderne Medienunternehmen?

Die meisten Verlage, Fernsehsender und Hörfunkanstalten setzen darauf, neue Medienkanäle zu nutzen, ohne die alten Stärken zu vergessen. Für die Bauer Media Group mit Sitz in Hamburg zum Beispiel ist ein solcher crossmedialer Ansatz entscheidend. „Auf der einen Seite stehen die Stärkung bestehender Printtitel und Investitionen in innovative Zeitschriftenkonzepte – auf der anderen Seite eine Ausweitung der Printinhalte in digitale Medien sowie die Entwicklung eigener Digitalformate in den Bereichen Online und Mobile“, erläutert PR-Referentin Anika Otto.

Auch Hubert Burda Media hat das Privatkundengeschäft im Internet früh als wichtiges Standbein für das Medienhaus identifiziert und für sich erschlossen. „Wir setzen auf die Entwicklung von Digitalprodukten und Beteiligungen an Internet-Firmen wie Xing, Zooplus, Cyberport oder Holidaycheck“, erläutert Marianne Lena Reif, Manager Corporate PR.



Foto: Fotolia/Rawpixel

Wichtig sei es, so Ulrich Bensel, Leiter des Konzernbereichs Personal bei der Südwestdeutschen Medienholding GmbH mit Sitz in Stuttgart, dem steten Wandel unserer Märkte nicht mit Nervosität und Furcht zu begegnen. Den sich ständig wechselnden Herausforderungen in Sachen Innovations- und Gestaltungskraft sollten wir vielmehr mit wachsender Begeisterung entgegen treten.

IT-Affinität mit Vertriebsgen

Starke Marken können sich also auch im Netz behaupten. Doch was bedeutet die crossmediale Aufbereitung von Inhalten für Berufseinsteiger in die Medienbranche? Welches Know-how müssen Hochschulabsolventen mitbringen? Für Studenten der Betriebs- und Volkswirtschaftslehre sowie Wirtschaftsinformatiker, die sich im Studium mit Sachverhalten und Vorgängen innerhalb eines Unternehmens, dessen wirtschaftlicher Entwicklung und IT-Strategien beschäftigen, eröffnet sich hier ein interessantes Arbeitsfeld. Mit ihrer Fachkompetenz sind sie beispielsweise in den Bereichen Marktforschung, Marketing, Vertrieb oder Statistik wertvolle Mitarbeiter.

„Gesucht wird, wer mit der deutschen Sprache umzugehen weiß, eine sehr hohe IT-Affinität mitbringt und aus Zahlen die richtigen Schlüsse zu ziehen weiß“, so Dr. Wolfgang Achilles, Geschäftsführer von Jobware, einer Jobbörse für Fach- und Führungskräfte. „Wer dann noch ein Vertriebsgen mitbringt, wird sich umworben fühlen.“ Marianne Lena Reif wiederum sagt zu

den gesuchten Qualifikationen: „Von speziellem Interesse sind Berufseinsteiger, die in einem journalistischen, grafischen, kaufmännischen oder technischen Bereich ihre ersten beruflichen Erfahrungen sammeln wollen.“ In den vergangenen Jahren sind die Erwartungen an das technische und analytische Verständnis bei neuen Fachkräften deutlich gestiegen. Die IT liefert „Big Data“, also riesige Datensammlungen und -auswertungen. Die Analyse dieser Informationen helfen dem Unternehmen bei rationalen Entscheidungen.

Ein riesiges Feld

Zunächst sollten sich Berufseinsteiger darüber klar werden, in welchen Bereich sie einsteigen möchten. Schließlich ist „die Medienbranche“ ein riesiges Feld. Pflicht-Praktika während des Studiums führen die Absolventen in ein erstes berufliches Netzwerk, sagt Ulrich Bensel. „Danach gibt es immer wieder Chancen für Werkstudent-Tätigkeiten, die weitere praktische Erfahrungen bieten.“

In Zukunft, davon ist Ulrich Bensel überzeugt, werden wir weiterhin mit einer Mischung unterschiedlicher Mediengattungen leben. Die Vielfalt der Kanäle erfordere mehrdimensionale Produktantworten, was der Medienbranche ungeahnte Möglichkeiten eröffne. „In diesem Sinne“, so Bensels Einschätzung, „werden Medienunternehmen sich zu agilen und sehr viel flexibleren, aber für Absolventen sehr spannenden Unternehmen wandeln müssen. Wir freuen uns auf die Zukunft.“



BUCHTIPP

Noch nie gab es eine solche Menge an Daten, und noch nie bot sich die Chance, in der Datenflut konkrete Zusammenhänge zu entschlüsseln. Die Autoren Viktor Mayer-Schönberger und Kenneth Cukier beschreiben in ihrem Buch, was Big Data ist, welche Möglichkeiten sich eröffnen und welche Risiken damit verbunden sind.

Viktor Mayer-Schönberger, Kenneth Cukier: Big Data: Die Revolution, die unser Leben verändern wird.

Redline Verlag 2013.
ISBN 978-3868815061.
24,99 Euro

LINKTIPPS

www.medien-studieren.net
www.hochschulkompass.de

Eine Auswahl zu Masterstudiengängen sowie Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten in der Medienbranche gibt's unter diesem QR-Code:





Foto: Caroline Scharff

„Nun fangt doch erstmal an!“

ZUR PERSON

Monika Schulz-Strelow ist Unternehmensberaterin sowie Gründungsmitglied und Präsidentin des Vereins Frauen in die Aufsichtsräte – FidAR, einem der einflussreichsten Frauennetzwerke Deutschlands. Seit 2011 gibt FidAR den Women-on-Board-Index heraus, in dem die 160 größten börsennotierten Unternehmen nach dem Frauenanteil in Aufsichtsrat und Vorstand gerankt werden.

www.fidar.de/wob-index

WEBADRESSEN

www.pro-quote.de
www.buecherfrauen.de
www.journalistinnen.de

FRAUEN IN FÜHRUNG

Das aktuelle kress-Ranking:
die Top Ten der besten
Medienmanagerinnen:
www.kress.de

Als meinungsstarke Lobbyistin für mehr Frauen in Führungspositionen und Gründerin des Vereins FidAR (Frauen in die Aufsichtsräte), hat die Unternehmensberaterin Monika Schulz-Strelow in den vergangenen Jahren einiges bewegt. Ihr Rat an Einsteigerinnen in die Medienbranche: Ein scharfer Blick bei der Wahl des Arbeitgebers und kein unnötiges Zögern beim Karrierestart. Die Fragen stellte **André Boße**.

Frau Schulz-Strelow, wie steht es um die Chancen für Frauen, in Medienunternehmen in Führungspositionen zu gelangen?

Gäbe es ausreichend Chancen für Frauen in der Medienbranche, hätte sich nicht ein Verein wie „Pro Quote Medien“ gründen müssen, der eine verbindliche Frauenquote von 30 Prozent in allen Print- und Onlinemedien sowie im Fernsehen und Radio auf allen Führungsebenen bis 2017 fordert.

Woran erkennt man Medienunternehmen, die es nicht ernst damit meinen, mehr Frauen in Führungspositionen zu bringen?

Ein Medienkonzern, der bis heute noch immer keine Frau im Vorstand oder auf der Anteilseignerseite des Aufsichtsrats hat, hat die Zeichen der Zeit noch nicht erkannt. Ich würde mir als interessierte Berufseinsteigerin, die Karriere machen möchte, daher die Führungsgremien genau anschauen. Auch ein Blick in die Medien ist hilfreich, weil ich hier erkennen kann, welche Medienhäuser sich

im Bereich Diversity offen engagieren. Viele Unternehmen haben keine Frauen in den Führungsgremien und beteiligen sich nicht an der gesellschaftlichen Diskussion, behaupten aber, sie würden ausschließlich nach Qualifikation besetzen.

Was tun Unternehmen, um Frauen zu fördern?

Frauen werden heute in den Unternehmen durch zahlreiche Frauenförderpläne und Mentorenprogramme gefördert. Wesentlich ist jedoch dabei, dass sie befördert werden. Allen Förderprogrammen haftet sonst der Beigeschmack von Defizitbeseitigung an. Jedoch reicht es mit dem Jobeinstieg nicht mehr aus, sich als junge Frau allein auf das eigene Können zu verlassen. Wer nicht rechtzeitig auf sich aufmerksam macht, wird bei Beförderungen schnell übersehen. Junge Frauen nehmen ihr Selbstmarketing häufig viel zu wenig in die Hand. Sich selbst frühzeitig zu positionieren ist wichtig. Gerade in der Medienbranche, wo



konaktiva Dortmund

Unternehmenskontaktmesse

Studenten
treffen
Unternehmen

**EINTRITT
FREI!**

11. bis 13. November 2014

konaktiva

Dortmund

täglich von 9:30 bis 16:30 Uhr
Messe Westfalenhallen Dortmund
Strobelallee 45, 44139 Dortmund

www.konaktiva.de

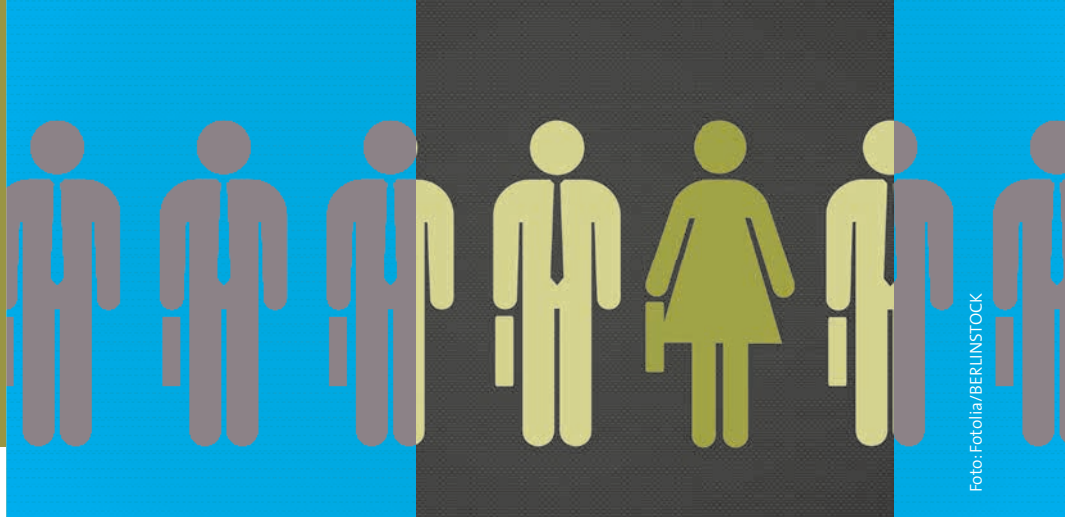


Foto: Fotolia/BERLINSTOCK

BUCHTIPPS DER REDAKTION



Insa Sjurts:
Frauenkarrieren in der Medienbranche: Auf was es ankommt.
Springer Gabler 2014.
ISBN 978-3658023812.
39,99 Euro

Arianna Huffington:
Die Neuerfindung des Erfolgs: Weisheit, Staunen, Großzügigkeit – Was uns wirklich weiter bringt.



Riemann Verlag 2014.
ISBN 978-3570501733.
19,99 Euro

WEITERLESEN:

karrierefürher frauen in führungspositionen
Ausgabe 2014/2015 inklusive Linktipps
zu Netzwerken und Mentoringprogrammen
kostenfrei als iOS- und Android-App
und unter www.karrierefuehrer.de oder
diesem QR-Code.



Kommunikation und Marketing zu den Kernthemen zählen. Darauf zu warten, dass irgendwann das Talent entdeckt wird, führt selten zum Ziel. Die Vorgesetzten können junge Frauen nur sinnvoll fördern, wenn sie wissen, wo diese hinwollen. Zudem ist aus meiner Sicht aktives Netzwerken erforderlich – wiederum ein besonders wichtiger Aspekt in Medienberufen. Wer Karriere machen will, muss seine Freizeit zumindest gelegentlich bei beruflichen Netzwerktreffen verbringen. Niemand kommt isoliert an die Spitze. Es braucht immer Ranghöhere, die einen fördern. Für junge Frauen bedeutet das, dass sie auf Events wie der Weihnachtsfeier oder einem Firmenlauf nicht fehlen sollten. Gleichzeitig rate ich Einsteigerinnen, Treffen von Menschen aus der Medienbranche in der Stadt oder in der Region ausfindig zu machen und sich dort mit Kollegen und Kolleginnen außerhalb des eigenen Unternehmens zu vernetzen.

Nun möchten einige junge Frauen vielleicht zeigen, dass es auch anders geht. Dass sie keine Quote nötig haben, dass sie es doch alleine über die Qualifikation schaffen können.

Was sagen Sie solchen Frauen?
Ich gönne den jungen Frauen diese Sichtweise. Auch viele Frauen meiner Generation haben so gedacht, und nicht wenige von denen haben es ohne Förderung bis nach oben geschafft, doch es war ein sehr hürdenreicher Weg. Was man jedoch als junge Frau unbedingt beachten muss: Die Durststrecken kommen nicht direkt nach dem Einstieg in ein Unternehmen. Die Ernüchterung setzt meistens in der zweiten Karrierephase ein, wenn sie sehen, dass Männer schneller voran-

kommen als sie selber, und sich akut die Frage nach der Gründung einer Familie stellt. In dieser Phase verringert sich für viele Frauen die Karriereschwindigkeit, während viele Männer weiterhin unbeirrt nach oben steuern.

Was wäre eine falsche Reaktion auf diese drohende Durststrecke?

Apathie. Ich war vor Kurzem auf einem Karrieretag und war überrascht, wie viele Frauen vor dieser Bürde, Beruf und Familie in Einklang zu bringen, hockten wie ein hypnotisiertes Kaninchen. Eine Teilnehmerin aus dem Kreis sagte dann: „Nun fangt doch erst einmal an!“ Ich beobachte bei vielen jungen Frauen heute ein größeres Moment des Zögerns. Man kann bei- nahe von einer Generation der Zweiflerinnen sprechen.

Woran machen Sie das fest?

Bei einigen jungen Frauen fehlt mir der Hunger, nach der Uni zu sagen: „Jetzt geht’s los, jetzt will ich was schaffen.“ Sie sind häufig sehr gut ausgestattet, weil sie zur Zeit des Abiturs und auch in der Studienzeit eine komfortable Unterstützung durch die Eltern erfahren haben. Dieses Leben in der Komfortzone kann träge machen und verhindern, dass die Frauen sagen: „Ich nutze meine gute Ausgangsposition, um nun die Schranken, die sich mir in den Weg stellen, zu überwinden.“ Hindernisse sind die Härte des Lebens – und mir fällt auf, dass viele Einsteigerinnen überrascht sind, wenn sie auf diese treffen. Denn trotz aller Maßnahmen zur Work-Life-Balance und aller Forderungen, die junge Frauen und Männer der Generation Y in dieser Hinsicht an ihren Arbeitgeber stellen: Unternehmen sind keine Salons.

14. 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



14. November 2014
Mülheim an der Ruhr

Bewerbungsschluss 29. September 2014

www.Karrieretag-Familienunternehmen.de



Lead-Medienpartner

Süddeutsche Zeitung

Medienpartner

karriereführer



Schirmherrschaft



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Energie



DER ENTREPRENEURS CLUB



Stiftung
Familienunternehmen



Foto: Photocase/Jürgen W.

Blickpunkt:

Social-Media-Bewerbung

Nach dem Studium stellt sich für Hochschulabsolventen die Frage: Wie knüpfe ich erfolgreich Kontakt zu interessanten Arbeitgebern? Eine mögliche Antwort darauf lautet: über Social Media. Denn das Recruiting über soziale Netzwerke liegt gerade voll im Trend. Wir zeigen, worauf Bewerber bei der zeitgemäßen Bewerbung über Xing, Twitter oder Facebook achten müssen.

Von **Leonie Pohlmann**

LINKTIPP

Wie Unternehmen heute ihr Personal beschaffen, zeigt die Studie „Recruiting Trends 2014“: www.uni-bamberg.de/fileadmin/uni/fakultaeten/wiai_lehrstuehle/isdl/RecruitingTrends_2014.pdf

Die meisten Unternehmen präsentieren sich mittlerweile über soziale Netzwerke ihren Kunden. Auch das Recruiting-Verhalten der Personaler hat sich in diesem Zuge verändert: Laut der Studie „Recruiting Trends 2014“ des Centre of Human Resources Information Systems (CHRIS) der Universitäten Bamberg und Frankfurt am Main werden mittlerweile zwei von zehn Stellen über Social Media ausgeschrieben. Dabei werden nicht mehr nur Business-Portale wie Xing oder LinkedIn für das Recruiting genutzt, sondern auch die privaten Kanäle wie Facebook und Twitter. Immer mehr Unternehmen richten dort eigene Karriereseiten ein. Für die Bewerber bietet diese Entwicklung viele Vorteile: Über Social Media können sie nach Stellenanzeigen suchen, und ein gelungenes und gut verlinktes Profil kann schnell die Aufmerksamkeit von Personalern auf sich ziehen. Das

Social Web kann so den Weg zum Traumjob eröffnen. Aber wie macht man Unternehmen in sozialen Netzwerken auf sich aufmerksam?

Eine digitale Visitenkarte erstellen

Die Studie des CHRIS zeigt, dass vor allem Xing, LinkedIn, Twitter und Facebook von den Unternehmen für das Recruiting genutzt werden. Die Karrierenetzwerke Xing und LinkedIn haben eine besonders hohe Suchmaschinenrelevanz – wer hier ein Profil hat, den finden Personaler schneller. Um darüber hinaus möglichst präsent zu sein und im Social Web einen bleibenden Eindruck zu hinterlassen, lohnt es sich, alle angelegten Profile, also auch die der privaten Netzwerke, miteinander zu verlinken. So erstellt man sich eine digitale Visitenkarte, die schnell zur Initiativbewerbung werden kann. Wichtig ist dabei: Die Profile müssen miteinander



Foto: Photocase/Brian Jackson

Blickrichtung Social Media:

www.socialmedialernen.com

www.socialmediafuehrerschein.de

übereinstimmen, aktuell und seriös sein – das gilt für Pinterest und den eigenen Blog genauso wie für Xing, denn auch eine Bewerbung über Social Media bleibt eine Bewerbung. Es gilt also, die Profile auf Vordermann zu bringen. Dabei muss man sich die Frage stellen, welche persönlichen Informationen man öffentlich preisgeben möchte – Urlaubs- und Partyfotos sollten nicht für jedermann zugänglich sein. Also: Auf die Privateinstellungen achten!

Auch bei Postings und Tweets ist Vorsicht geboten – inhaltlich und sprachlich, denn Personaler achten auch auf Rechtschreibung und Ausdrucksweise. Absolut tabu sind Lästerattacken gegen Arbeitgeber. Generell gilt: Wer sich online an Diskussionen beteiligt, sollte immer sachlich argumentieren und freundlich bleiben – alles andere wirkt unprofessionell. Auch zu viel Aktivität vermittelt schnell einen falschen Eindruck – während der Arbeitszeit also lieber mit Kommentaren zurückhalten.

Ein Bewerbungsprofil mit Stil

Wer diese Social-Media-Fallen umgehen möchte, kann in den privaten Netzwerken ein extra Bewerberprofil anle-

gen, auf dem ausschließlich karriere-relevante Informationen veröffentlicht werden. Hier sind dann alle Gepflogenheiten zu beachten, die auch bei schriftlichen Bewerbungen üblich sind: Späßnamen sind unangebracht und ein seriöses Bewerbungsfoto als Profilbild ist ein Muss. Das Bewerbungsprofil muss aber nicht völlig steril bleiben, Interessen und Eigenschaften sind dann erwünscht, wenn sie den Kandidaten von anderen Bewerbern abheben und die eigenen Kompetenzen positiv unterstreichen. Zur Ergänzung können Unterlagen, zum Beispiel ein Lebenslauf und Arbeitszeugnisse, zum Download bereitgestellt werden. Damit kann man sich dann auf ausgeschriebene Stellen direkt bewerben. Wenn man das Profil mit Karriereseiten von poten-

ziellen Arbeitgebern verlinkt, kann man es auch als Initiativbewerbung nutzen: Man kann entweder die Personaler direkt anschreiben oder mit qualitativen Kommentaren auf den Seiten auf sich aufmerksam machen. Das können beispielsweise interessante Anmerkungen zu Entwicklungen im gewünschten Berufsfeld sein. Aber auch hier gilt: auf Stil und Inhalt achten. Nur weil es sich um ein privates Netzwerk handelt, können nicht alle Personaler automatisch geduldet werden. Der Grad der Förmlichkeit hängt vom Unternehmen ab, aber die Ansprache sollte in jedem Fall höflich sein.

Mit diesen Tipps im Gepäck steht der erfolgreichen Social-Media-Bewerbung nichts mehr im Weg.

BUCHTIPP

„Das Buch zur Jobsuche im Social Web“ zeigt, wie und welche Social-Media-Kanäle man gezielt für die Jobsuche nutzen kann. Mit konkreten Anleitungen und Expertentipps aus der Praxis für Bewerbungen in jeder Branche.

Larissa Vassilian und Christine Dingler: Das Buch zur Jobsuche im Social Web. Personal Branding mit Blogs, Twitter, Pinterest & Co. O'Reilly 2013. ISBN 978-3955615024. 19,90 Euro





Foto: adidas Gruppe

Einsteigen

Was macht eigentlich ein Social Media

Carsten Wenzel,
42 Jahre,
Senior IT Recruiter bei der
adidas Gruppe

Dafür, dass Social Media Recruiting erfolgreich funktioniert, bin ich selbst das beste Beispiel: Vor sechs Jahren wurde ich von der adidas Gruppe über den Social-Media-Dienst Xing angesprochen und habe mich daraufhin per E-Mail beworben. Seit meinem Einstieg arbeite ich im Talent Acquisition Team und habe noch immer viel Freude an meiner Arbeit, unter anderem als Social Media Recruiter.

Ich muss mich ständig auf neue Anforderungen einstellen und organisatorische Änderungen und deren Auswirkungen auf den zukünftigen Personalbedarf verstehen und entsprechend handeln. Ich manage mehrere Kommunikationsströme gleichzeitig, nutze meine Urteilskraft und mein Gespür, um für uns interessante Kandidaten zu finden und diese für unser Unternehmen zu gewinnen.

Gemeinsam mit einer Recruitment-Kollegin betreue ich die Global-IT-Abteilung. Unser Talent Acquisition Team besteht aus etwa 15 Recruitern für die verschiedenen Funktionen wie Finance, Design oder IT. Gerade werde ich mit mehr Führungsverantwortung vertraut und führe eine Kollegin und einen Praktikanten. Das ist eine schöne Herausforderung, weil ich damit mehr Verantwortung übernehmen darf. Unser Unternehmen ist dafür bekannt, jungen Talenten rasch Führungsverantwortung zu übertragen. Es werden hier umfangreiche Trainings- und Mentoring-Programme erfahrener Führungskräfte angeboten, in denen man lernt, in Führungspositionen hineinzuwachsen.

Wer mit Social Media zu tun hat, verbringt natürlich viel Zeit im Internet, doch ich sitze nicht den ganzen Tag nur vor dem Bildschirm: Fast täglich finden Briefings oder Meetings mit Kollegen statt, in denen wir neue Strategien besprechen, uns über neue Bewerber austauschen oder die Einstellung neuer Mitarbeiter mit den Hiring-Managern abstimmen. Pro Jahr stellen wir etwa 100 bis 120 Mitarbeiter für unsere IT ein, von denen etwas mehr als die Hälfte aktiv via Social Media angesprochen werden, zum Beispiel über LinkedIn, Xing, Fachforen und themenspezialisierte Webseiten. Meine Aufgabe ist es, geeignete Bewerber zu recherchieren, zu kontaktieren und zu interviewen. Ich erstelle Kandidatenlisten, sogenannte „short lists“, arrangiere Online-Video-Interviews und werte Bewerberinterviews aus. Außerdem stehe ich in direktem Kontakt mit Bewerbern, wenn zum Beispiel Fragen auftreten, und berate die Vorgesetzten hinsichtlich Kandidatenmarkt und Gehaltsgefüge.

In meinem Job helfen mir unter anderem die Kenntnisse, die ich während meines Studiums der Betriebswirtschaftslehre mit dem Schwerpunkt Personalwesen erlangen konnte und die ich bei der Suche und Auswahl neuer Bewerbungskandidaten gut anwenden kann: analytische Fähigkeiten, Recherchemethoden und die Fähigkeit, Aufgaben und Methoden richtig zu priorisieren.

Berufseinsteiger, die sich bewerben wollen, müssen keine Angst haben,



Foto: adidas Gruppe

Recruiter, Herr Wenzel?

aufgrund ihres privaten Social-Media-Profiles keine Einladung zum Bewerbungsgespräch zu bekommen. Private Fotos oder Pinnwandeinträge bei Facebook respektieren wir als private Äußerungen, welche keinen Einfluss auf eine Einstellungsentscheidung haben sollten. Ein Recruiter betreut circa 20 bis 30 Stellenausschreibungen mit teilweise Hunderten Bewerbungen. Angesichts dessen bleibt auch keine Zeit für eine umfangreiche Recherche, Live-Interviews sind weitaus besser geeignet, um eine Wahl zu treffen. In erster Linie zählt die fachliche Qualifikation des Bewerbers. Darüber hinaus muss ein Bewerber zu uns und unserer Unternehmenskultur passen und eine Leidenschaft für den Sport haben. Für eine Stelle als Social Media Recruiter gehören dazu idealerweise erste Recruitment-Erfahrung, eine ausgeprägte Kommunikationsfähigkeit auf parallelen Kanälen in Social Media, E-Mail, Telefon und Skype, und natürlich Affinität und große Stärke im Recherchieren in Social-Media-Portalen, dem Internet und Datenbanken.

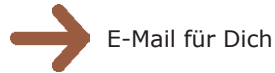
Die Organisation in unserem Unternehmen ist sehr dynamisch, was mir zusagt. Durch die sich stets weiterentwickelnden Social Media Tools hat sich die Geschwindigkeit der Kommunikation erheblich erhöht, die Transparenz ist größer und der Zugang zu den fachlich geeigneten Kandidaten wird einfacher. Aber auch der Wettbewerb der Unternehmen um Talente, sowie auch der Bewerber untereinander, ist stärker geworden.

Social Media Recruitment ist für Unternehmen unabdingbar geworden, bei der adidas Gruppe setzen wir diese Form der Talentgewinnung seit 2008 ein. Die Social-Media-Plattformen entwickeln sich kontinuierlich weiter, und wir haben den Anspruch, stets Vorreiter zu sein. Wir haben eine offene Unternehmenskultur, bei der Hierarchien eine geringere Rolle spielen. In Zukunft möchte ich weiterhin im Bereich Social Media Talent Acquisition tätig sein. Es macht mir viel Freude, für brandneue Business Trends zu rekrutieren und meinen Beitrag zum Erfolg des Unternehmens zu leisten. Die nächsten Karriereschritte könnten eine Position als People Manager (Personalmanager) oder eine Expertenrolle sein. Da sich bei uns im Unternehmen vieles rasch ändert, werden sich sicherlich Möglichkeiten ergeben.

Job-Steckbrief

Social Media Recruiter

Anforderungen:	Wirtschaftswissenschaften, aber auch andere Studiengänge sind möglich. Kommunikations-, Marketing- und Vertriebsfähigkeiten, IT- und Technologie-Kenntnisse, Kompetenz für Personaldiagnostik und das Bewerber-Relationship-Management
Einstiegs-möglichkeiten:	Als HR-Trainee oder Direkteinstieg möglich
Arbeitsbereiche:	Inhouse-Recruiter, Personalberater/-vermittler, Interims-Recruiter, Recruiter bei RPO-Dienstleister (RPO: Recruitment Process Outsourcing)
Aufgaben:	Marktbeobachtung, Bewerbernetzwerk, Bewerberansprache, Bewerber-Präsentation, Auswahlverfahren und Entscheidungsfindung
Vergütung:	Branchenübliches Gehalt
Informationen:	www.competitiverecruiting.de/Recruiter20.html www.rekrutierungserfolg.de



Von: Dem Organisationsteam des World Business Dialogue 2015
Gesendet: Montag, 18. August 2014, 11:39
Dringlichkeit: hoch
An: Studenten mit Zielen
Betreff: Der Startschuss zu Eurer Karriere?

Einsteigen



Hallo,

wir sind das Organisationsforum Wirtschaftskongress (OFW), die Veranstalter des „World Business Dialogue“. Als Mitarbeiter im OFW opfern wir ein Semester unseres Studiums, um den weltgrößten von Studenten organisierten Wirtschaftskongress auf die Beine zu stellen. Man könnte jetzt beschreiben, wie viel Arbeit das ist und wie unfassbar belastet wir sind – das ist für Euch aber natürlich völlig uninteressant.

Viel wichtiger ist, wo Ihr ins Spiel kommt! Zusätzlich zum „World Business Dialogue“ wird es sogenannte „Dialogue Projects“ geben. Unternehmen kaufen ein solches Projekt bei uns mit der Bitte, eine Lösung für ein aktuelles oder zukünftiges Problem zu finden. Und das wird Eure Aufgabe sein. Ihr bewirbt Euch bei uns und dürft in einem kleinen internationalen Team eines der Projekte mit den Unternehmen bearbeiten.

Was springt für Euch dabei raus? Natürlich lassen wir niemanden ohne Gegenleistung arbeiten! Vom 8. bis 13. März 2015 findet der „World Business Dialogue“ in Köln statt. Ihr werdet mit Eurem ganzen Team dazu eingeladen, könnt Euer Konzept präsentieren und Hunderte Kontakte knüpfen. Anreise und Unterkunft gehen natürlich komplett auf uns.

Und was passiert in Köln? Unser Kongress ist älter als die meisten von Euch. Dieses Jahr wird er bereits 30 Jahre alt, und daher planen wir jetzt seine Zukunft. Passend dazu wird unser Motto „Future Work“ sein. Klingt doch spannend, oder? Wir werden versuchen, diesem Thema mit Euch und Vertretern aus Wirtschaft und Wissenschaft auf den Grund zu gehen. Und wer weiß, vielleicht stattet Bill Gates uns auch mal wieder einen Besuch ab und steuert seine Meinung bei. Alles schon passiert. Ach ja, nebenbei könnt Ihr natürlich noch feiern und eine grandiose Woche in unserer Domstadt erleben.

Warum sollte Euch das interessieren? Wir bieten eine einmalige Erfahrung. Im Verlauf Eures „Projects“ knüpft Ihr einen engen Kontakt zu einem global agierenden Unternehmen. Nicht selten war dieser der Startschuss zu großen Karrieren. Ihr könnt praktische Erfahrung sammeln und mit dem Ergebnis einen beruflichen Erfolg nachweisen. Die Teilnahme am Kongress krönt Euer Engagement. Wir bieten Euch eine faszinierende Woche in Köln mit Persönlichkeiten aus Wirtschaft und Wissenschaft sowie Hunderten anderen Studenten aus der ganzen Welt.

Wie kommt Ihr dorthin? Weitere Informationen und das Bewerbungsformular findet Ihr unter www.ofw.de. Wir freuen uns auf Eure Bewerbungen!

Viele Grüße



Das Organisationsteam des World Business Dialogue 2015
OFW Organisationsforum Wirtschaftskongress gemeinnützige GmbH
Salierring 48, 50677 Köln
Tel. 0221/921-826-50 – www.world-business-dialogue.com

In fünf Minuten zum perfekten Anschreiben.



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



ANSCHREIBEN2GO.DE

ERFOLGREICH BEWERBEN!

Name: Louisa Hüttemann

Position: Key Account Managerin

Stadt: München

Jung und erfolgreich bei: **Payback**



Alter: 25 Jahre

Studium: Bachelor of Science

Abschlussjahr: 2012

Interessen: Reisen, Kickboxen und
DSC Arminia Bielefeld

Ziel: Im Ausland leben und arbeiten

Seit fast 15 Jahren belohnt Payback als das größte deutsche Bonusprogramm seine Kunden fürs Einkaufen. Bei über 600 Partnern, unter anderem Aral, dm-drogerie markt, Rewe, aber auch Online bei eBay, Zalando und im Tchibo Online Shop können mit jedem Einkauf Punkte gesammelt werden. Als Key Account Managerin für Digitales Partnermanagement dreht sich für mich dabei alles um das Thema Online-Shopping über unsere Homepage.

Bereits während meines BWL-Studiums in Ingolstadt habe ich 2011 ein zweimonatiges Praktikum mit anschließender zehnmonatiger Werkstudententätigkeit bei meinem heutigen Arbeitsgeber absolviert. Ich wollte raus aus der Uni, weg von der Theorie. Von Payback war ich von Beginn an begeistert. Hier erfüllten sich alle meine Erwartungen an ein Unternehmen und die Arbeitsatmosphäre. Nette Kollegen, mit denen man super zusammenarbeiten kann, immer neue Herausforderungen und selbstverantwortliches Arbeiten. Nicht zuletzt der tägliche Kundenkontakt.

Im Studium lag mein Schwerpunkt auf Informationsmanagement. Als reine Programmiererin wollte ich aber nicht arbeiten. Nach der Uni war ich zunächst ein halbes Jahr im Ausland und arbeitete anschließend als Praktikantin bei der SevenOne Media, der Vermarktungsfirma der ProSiebenSat.1 Group. Doch schnell zog es mich zurück zu Payback.

Seit April 2013 arbeite ich als Key Account Managerin wieder im Bereich Digitales Partnermanagement, im gleichen Team wie zuvor. Dadurch hatte ich alle Vorteile auf meiner Seite, ich kannte die Aufgaben, Kollegen und die Prozesse. Meine Schwerpunkte liegen bei der Planung von Marketingkampagnen für unsere Online-Shops, bei Steuerung und Controlling sowie bei Up- und Cross-Selling. Ich bin also für die Rundumbetreuung unserer Partner zuständig.

Dabei ist kein Tag wie der andere, es ist auch nicht alles im Voraus planbar. Meine Arbeitstage sind geprägt durch viele Überraschungen, die den Tag spannend machen. Dazu gehören natürlich auch Meetings mit den anderen Teams, Abstimmungen zu einzelnen Maßnahmen und Aktionen, viel Kundenkontakt per Telefon und oft auch vor Ort. Besonders viel Freude bereitet mir, dass das Unternehmen immer internationaler wird. Wir sind in Indien, Polen, Mexiko und Italien vertreten.

Vor den Herausforderungen meiner Arbeit empfinde ich keine Angst. Ich bin generell ein sehr positiv eingestellter Mensch. Zeigt eine Marketingkampagne zum Beispiel nicht den gewünschten Erfolg, greife ich ein und optimiere oder ziehe daraus Erfahrungen für die nächsten Kampagnen. Eine glücklich verlaufene Marketingaktion oder ein erfolgreicher Projektabschluss sind auch meine persönlichen Erfolge. Ebenso der Teamgeist. Im Grunde ist bis heute mein Start im Unternehmen mein größtes Erfolgsmoment.



**VERGISS
JOBMESSEN,
WIE DU
SIE KENNST!
KOMM ZUR TALENTS.
GEH MIT JOB!**

talents.de

17.+ 18. APRIL 2015
SpOrt Stuttgart, im NeckarPark

Hauptmedienpartner:

**STUTTGARTER
ZEITUNG**

**STUTTGARTER
NACHRICHTEN**

Fachpartner:



TALENTS
DIE JOBMESSE

Aufsteigen

Aufgestiegen zum

Financial Controller

Ein Erfahrungsbericht von
Ertan Kurtyener, 38 Jahre

Studium BWL mit Schwerpunkt
Controlling an der TU-Berlin
eingestiegen 2006
als Managementtrainee, Enterprise
Rent-A-Car Deutschland
aufgestiegen 2013
zum Financial Controller

Einige meiner Schulfreunde hatten sich nach der Schule gegen ein Studium entschieden, verdienten also schon gutes Geld und fuhren ihr eigenes Auto, während ich BWL mit dem Schwerpunkt Controlling an der TU Berlin studierte. Ab und zu stellte ich mir daher die Frage, ob ich den zeitlichen Rückstand aufgrund des Studiums wieder aufholen könnte. Als es gegen Ende des Studiums dann darum ging, die Fühler Richtung potenzieller Arbeitgeber auszustrecken, stand für mich eines ganz klar fest: Ich wollte für ein Unternehmen arbeiten, das mir die Möglichkeit bietet, schnell Karriere zu machen.

Durch Zufall stieß ich auf Enterprise Rent-A-Car. Ein ehemaliger Kommilitone, mit dem ich Controlling belegte, arbeitete bereits bei dem Autovermieter. Er erzählte mir von dem Management-Trainee-Programm und dem Prinzip des Unternehmens, Managementpositionen nur intern zu besetzen. Es schien perfekt zu passen: Beförderung nach Leistung und unabhängig davon, wie lange man schon dabei ist.

Ich bewarb mich und bekam nach dem mehrstufigen Auswahlverfahren eine

Zusage. Ich startete also als Managementtrainee und konnte mich voll darauf konzentrieren, meinen Plan Wirklichkeit werden zu lassen. Bereits zehn Monate später schloss ich das Traineeprogramm ab. In dem vertriebsorientierten Vermietgeschäft fühlte ich mich sehr wohl. Ich erzielte sehr gute Zahlen und feilte schon an den nächsten Karriereschritten in Richtung Filial- und dann Gebietsleitung. Parallel erhielt ich allerdings die Möglichkeit, ins Controlling zu wechseln. Und eine Karriere im Bereich Controlling schien mir aufgrund meines Studiums dann doch passender zu sein, zumal ich meine bisherigen operativen Erfahrungen im Unternehmen optimal mit meinem Controlling-Wissen kombinieren konnte.

Im Controlling konzentrierte ich mich neben meinen neuen Aufgaben darauf, möglichst viel über das Geschäft zu lernen. Besondere Anerkennung erfuhr ich aufgrund zahlreicher Kostensparprojekte und neuartiger Reportings. Sieben Jahre und vier Beförderungen später ergab sich die Möglichkeit, nach Frankfurt zu ziehen und als Financial Controller im nahegelegenen Eschborn zu arbeiten. Als ich von der Stelle erfuhr, musste ich nicht lange überlegen. Dies war mein



ERTAN KURTYENER

„Man braucht immer einen Antrieb, um gute Arbeit zu leisten.“

Foto: Enterprise Rent-A-Car

Ziel, seitdem ich mich für Enterprise entschieden hatte. Also bewarb ich mich sofort und erhielt dann auch die Zusage.

In meiner heutigen Position arbeite ich mit allen Abteilungen eng zusammen. Als „Navigator“ der Business Unit und rechte Hand des Geschäftsführers ist es unter anderem meine Aufgabe, alle Abteilungen im Blick zu behalten und frühzeitig potenzielle Risiken zu erkennen und zu verhindern. Dabei gleicht kaum ein Tag dem anderen, was die Arbeit umso spannender macht. An einigen Tagen fahre ich raus in die Filialen, um mir ein Bild von dem operativen Geschäft vor Ort zu machen. Dabei schaue ich immer wieder in verwunderte Gesichter, wenn ich als Controller von Investitionen rede. Offenbar erwartet man von einem Controller eher Ideen, wie man weniger Geld ausgibt, aber das ist tatsächlich nur eine Facette von vielen in dem Job.

An den Tagen, die ich in meinem Büro verbringe, analysiere ich natürlich kontinuierlich die Kosten und leite aus den Erkenntnissen Handlungsempfehlungen ab. Dabei profitiere ich sehr von meinem Studium. Die Erkenntnisse sind allerdings der leichtere Teil meiner Arbeit,

herausfordernder gestalten sich die Entwicklung einer Handlungsempfehlung und die anschließende Umsetzung.

Wenn ich Einsparungspotenzial in einem Bereich erkenne, analysiere ich alle Details. Das Ziel ist es natürlich, die Auslöser zu finden, die die Kosten hochtreiben. Sind diese identifiziert, gilt es, Alternativen zu entwickeln, die den operativen Anforderungen nach wie vor entsprechen und gleichzeitig die Kosten reduzieren. Dann müssen die Mitarbeiter ins Boot geholt werden. Dabei ist Fingerspitzengefühl gefragt, denn ohne die Akzeptanz der Mitarbeiter ist die Umsetzung entwickelter Ideen häufig zum Scheitern verurteilt.

Mein aktuelles Ziel ist, meine Business Unit möglichst rentabel zu machen. Daher konzentriere ich mich jeden Tag auf die Entwicklung der Mitarbeiter. Ich bin der Meinung, dass die eigene Leistung auch an den Mitarbeitern gemessen wird. Dabei ist es wichtig, dass ich mich nicht nur auf meine direkten Kollegen konzentriere. Der Ausbau der kaufmännischen Abteilung hilft mir dabei, meine Ziele als Controller schneller zu erreichen und die Effektivität zu steigern. Die Entwicklung der Mitarbei-

ter im operativen Geschäft ist für mich aber genauso wichtig. Wenn es gelingt, den Controller in jedem Filialleiter zu wecken, werden diese auch aus Controlling-Sicht die richtigen Entscheidungen treffen. Dies ist in unserem Unternehmen besonders wichtig, da die Filialleiter einen großen Entscheidungsspielraum haben.

Meiner Meinung nach braucht man immer einen Antrieb, um gute Arbeit zu leisten. Wer sich mit dem Glauben zurücklehnt, genug erreicht zu haben, ruft nicht mehr hundert Prozent seiner Leistung ab. Mich persönlich treibt an, dass es noch weitere Karrierestufen und Entwicklungsmöglichkeiten für mich im Unternehmen gibt.

Hat es sich nun für mich gelohnt, nach dem Studium zu Enterprise Rent-A-Car zu gehen, und konnte ich den damals gefühlten Vorsprung meiner Mitschüler einholen? Heute kann ich sagen, dass ich sowohl in Bezug auf das Studium als auch bei der Wahl meines Arbeitgebers die für mich richtige Entscheidung getroffen habe. Ich gehe morgens sehr gerne zur Arbeit und habe jeden Tag das Gefühl, etwas bewegt zu haben. Und zur Arbeit fahre ich mit meinem Firmenwagen.

Heldenhaft ins Berufsleben

Das Hochschulzeugnis ist in der Tasche, doch wie werde ich der Held meines eigenen Berufslebens? Wie starte ich am besten durch? Motivationspsychologe **Dr. Marc Stollreiter** erklärt in seinem Gastbeitrag, warum es wichtig ist, seine Ziele im Blick zu behalten und weshalb nichts im Berufsleben bloßer „Zeitvertreib“ sein darf.

Was bedeutet es, heldenhaft ins Berufsleben zu starten? Es bedeutet, dass Sie nicht bloß nach irgendeinem „Job“ suchen, sondern nach einem Beruf, in dem Sie sich als Persönlichkeit maximal entfalten können. Sie wollen keinen „Brötchengeber“, der Ihnen hilft zu überleben, sondern Sie suchen nach einem Umfeld, in dem Sie Ihre Lebensaufgabe erfüllen können.

Wenn Sie intelligent sind, machen Sie Ihre Leidenschaft zum Beruf: Sie halten sich an genau das, was Sie wirklich interessiert. Denn nur dann werden Sie bereit sein, heldenhaft die viel gerühmte Extrameile zu laufen. Diese Extrameile, jeden Tag gerannt – aus Eigenmotivation und Freude – lässt Sie die Konkurrenz meilenweit abhängen.

Nichts in Ihrem Berufsleben darf bloßer Zeitvertreib sein. Übergangslösungen sind in Ordnung, doch nur solange Sie Ihre Lebensziele im Auge behalten. Das A und O besteht darin, dass Sie kontinuierlich wachsen, dass Sie stets neugierig sind, bereit, alles, was Sie im Studium (oder Selbststudium) je gelernt haben, zu hinterfragen und auf eine neue Stufe der Erkenntnis zu heben.

Je neugieriger Sie durchs Leben gehen, desto charismatischer werden Sie – man sieht Ihnen Ihren offenen, aufgeschlossenen Geist förmlich an. Dadurch wiederum werden Arbeitgeber und Kunden auf Sie aufmerksam. Sie stehen ganz einfach aus der Masse heraus.

Betrachten Sie ab sofort alles, was Sie jemals getan haben, tun und tun werden, als Teil Ihrer Karriere, als Teil Ihrer Heldenreise:

- Falls Sie Kinder bekommen: Wunderbar, Sie lernen mehr über Menschenführung und nachhaltiges Wachstum als in jedem Postgraduate-Studium über Personal- und Organisationsentwicklung.
- Falls Sie leidenschaftlich einen Sport betreiben: Erkennen Sie die Prinzipien, die Erfolg von Misserfolg trennen. Ihre Erkenntnisse können Sie auf alle anderen Lebensbereiche übertragen.
- Falls Sie nach dem Studium längere Zeit keinen Job finden sollten: Nutzen Sie selbst diese Situation für sich, indem Sie die Kunst der Selbstmotivation unter schwierigsten Umständen erlernen.

Für Sie als Held Ihres Lebensfilms ist keine Erfahrung je umsonst! Sie wachsen mit den Rückschlägen. Ich weiß, ich weiß: Die eigentliche Herausforderung für viele Berufseinsteiger besteht darin, eine gewisse Durststrecke zu überbrücken, denn wahrscheinlich ...

- hat man auch Sie in Schule und Studium nur sehr selten gefragt „Was wollen Sie eigentlich wirklich?“ Und nun müssen Sie es von der Pike auf neu erlernen.
- sind auch Sie geprägt von „vermeintlichen Expertenansichten“ über Karriere- und Marktchancen.



Foto: Fotolia/EpicStockMedia

starten



Foto: Marcus Oberländer

Motivationspsychologe Dr. Marc Stollreiter

- haben Sie Ihre Energie jahrelang vernachlässigt und müssen jetzt erst lernen, sich nicht hängen zu lassen, sondern konsequent Ihren inneren Power-Knopf einzuschalten.

Heldenhaft durchstarten können Sie nicht in einem Job, der Sie nicht inspiriert und fasziniert. Meine Erfahrung ist, dass ein Beruf, der meine Berufung darstellt, das Beste in mir zu Tage fördert. Jeder braucht etwas, wofür es sich lohnt, über sich selbst hinauszuwachsen.

Heldenhaft in die Arbeitswelt durchstarten bedeutet also, dass Sie dafür sorgen, täglich mehr Energie zur Verfügung zu haben. Dies geschieht, indem Sie Ihre Lebensträume verwirklichen. Der Lohn? Wenn Sie Ihre Lebensgeister dauerhaft wecken, dann ist für Sie weder Kundenbetreuung noch Mitarbeiterführung noch Kindererziehung anstrengend.

Heuern Sie nirgendwo an, wo man von Ihnen erwartet, sich einfach unterzuordnen oder Ihr kreatives, selbstständiges Denken aufzugeben. Der Preis ist zu hoch. Sie brauchen später Jahre, um Ihre psychischen Kräfte wieder zu mobilisieren. Drehen Sie den Spieß um, und überlegen Sie sich, wen es alles gibt, der sich glücklich schätzen wird, SIE als Mitarbeiter gewinnen zu können. Betrachten Sie sich keinesfalls als Bittsteller. Betrachten Sie sich nicht nur als die Person, die Sie heute sind. Machen Sie sich jenseits Ihrer derzeiti-

gen Qualifikation bewusst, was alles in Ihnen steckt und wer Sie mit entsprechender Berufserfahrung sein werden. Als diese Person bewerben Sie sich.

Oder Sie bewerben sich bei sich selbst: Haben Sie schon einmal eine Selbstständigkeit in Betracht gezogen? Vielleicht haben Sie nicht den Mut, augenblicklich Ihr eigenes Unternehmen zu gründen. Doch auch als mittelfristige Perspektive dient Ihnen die Selbstständigkeit: Ihnen ist bewusst, dass Sie alles, was Sie an Ihrem Arbeitsplatz lernen, einmal selbst gebrauchen könnten. Stellen Sie sich nur einmal vor, wie ein kellnernder Student sich überlegt, eines schönen Tages sein eigenes Café zu eröffnen – er wird über seinen Tellerand hinaussehen und sich für praktisch alles interessieren. Er entwickelt unternehmerisches Denken.

Worauf will ich hinaus? Wenn Sie sich bewusst machen, dass Sie einzigartig sind und daran arbeiten, Ihr Original immer weiter herauszuschälen, dann ergeben sich zwangsläufig auch ungeahnte, einmalige Karrierechancen – ob als Angestellter oder Selbstständiger.

Schwimmen Sie nicht mit dem Strom, aber schwimmen Sie auch nicht gegen den Strom. Denn in beiden Fällen verlieren Sie Ihr Original – und letztlich kann Sie nichts glücklicher machen, als Sie selbst zu sein.

ÜBER DEN AUTOR

Motivationspsychologe Dr. Marc Stollreiter studierte in Wien und bildet heute in der Stollreiter Academy Coaches und Mentaltrainer aus. Außerdem wirkt er erfolgreich als Trainer, Buchautor, Musiker und Familienmensch.

BUCHTIPP

Marc Stollreiter:
Act Big! Das oscarverdächtige Programm für mehr Glück und Erfolg. Campus Verlag 2014.
ISBN 978-3593399287. 19,99 Euro.



Foto: campus Verlag

IM INTERNET

www.stollreiter-academy.com und
www.facebook.com/stollreiter

Eigener YouTube-Channel:
Marc Stollreiter



Balance macht zufrieden

Es sind nicht die Gehälter und Aufstiegschancen allein, die dafür sorgen, dass sich Mitarbeiter in einem Unternehmen wohlfühlen. Besonders die junge Generation bringt den Anspruch mit, Arbeit und Leben so in Einklang zu bringen, das sich beides befruchtet. Die Unternehmen haben das erkannt und bieten heute eine Vielzahl von Maßnahmen.

Von **André Boße**

Mehr zum Thema Work-Life-Balance finden Sie auch in unserer neuesten Ausgabe **karrierefürher hochschulen work-life-balance 2014.2015** und unter www.karrierefuehrer.de.



Der Begriff Work-Life-Balance ist sowohl schwer in Mode als auch schwer in der Kritik. Fast jedes Unternehmen bietet seinen Mitarbeitern Maßnahmen zur Work-Life-Balance. Auf der anderen Seite sagen Kritiker, es sei sinnlos, die Arbeit vom Leben zu entkoppeln. Worum also geht es bei der Work-Life-Balance eigentlich? Eine, die es wissen muss, ist Dagmar Terbeznik, Beraterin zu dem Thema aus Berlin. Wenn sie den Begriff erklären möchte, schreibt sie vier Wörter auf einen Zettel: Leistung, Kontakt, Körper und Sinn. „Für jeden dieser Bereiche kann ich in einem Sterndiagramm eintragen, wie zufrieden ich bin. Wenn ich die Punkte anschließend verbinde, ist schnell ersichtlich, wie ausgewogen das System ist und wo Handlungsbedarf besteht.“ Eine zweite Methode, die sie häufig mit ihren Klienten durchführt, ist der „Energie-Check“, bei dem sie im Gespräch untersucht, welche Aktivitäten in welchem Umfang Energie zuführen und welche Energie verbrauchen. „Es ist für viele schon ein Aha-Erlebnis zu erkennen, dass es Aktivitäten gibt,

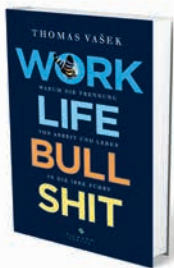
die Energie spenden, und andere, die Energie verbrauchen.“ Dadurch lässt sich schnell erkennen, was die Balance gefährdet.

Sterndiagramme zum persönlichen Wohlbefinden oder individuelle „Energie-Checks“ – bis vor Kurzem waren das Methoden, die einen Arbeitgeber eher wenig interessierten. Wer bei seinen Eltern und Großeltern nachfragt, wird oft erfahren, dass früher die Arbeit und das Privatleben tatsächlich strikt getrennt waren: Die beiden Sphären berührten sich kaum. Das hat sich heute stark verändert. Ein Unternehmen, das es mit seinen Angeboten zur Work-Life-Balance nicht ernst nimmt, steht vor einem Problem. Eine weltweite Untersuchung der Personalberatung Hay Group hat ergeben: Ein Viertel der Mitarbeiter, die bei einem Unternehmen tätig sind, das sich wenig um eine gute Work-Life-Balance der Belegschaft bemüht, hat die Absicht, seinen Arbeitgeber in den kommenden zwei Jahren zu verlassen. Die Mitarbeiter wollen also, dass sich ihr Unternehmen engagiert, wobei es aus ihrer Sicht einiges nachzubessern gibt: Laut Hay-Group-Studie empfinden knapp 40 Prozent der Mitarbeiter ihre persönliche Work-Life-Balance als unbefriedigend – wobei mehr als jeder Zweite von seinem Arbeitgeber zu wenig Unterstützung verspürt, um eine positive Änderung zu erwirken.

Zahlen wie diese belegen: Work-Life-Balance ist das Top-Personalthema dieser Tage. Einen großen Anteil an dieser

Entwicklung hat die sogenannte Generation Y, die heute in die Unternehmen einsteigt oder bereits auf dem Weg ist, dort Führungspositionen einzunehmen. Was die jungen Menschen dieser Generation kennzeichnet: Sie haben als Teenager erlebt, wie Internet und Handys die Kommunikation revolutionierten. Sie haben von Beginn an mitbekommen, wie sich durch diese Technik das Leben verändert, im Privaten wie im Beruflichen, positiv wie negativ. Zudem wurden sie eben noch in eine Welt hineingeboren, in der sich das Leben der Arbeit unterordnete, wie die Work-Life-Balance-Beraterin Dagmar Terbeznik sagt. „In dieser Welt ging es mehr ums Äußere als ums Innere. Mehr um Konkurrenz als um Kooperation. Mehr um Status als um Inhalt. Mehr um Individualität als um Kollektivität.“ Nun möchten selbstbewusste Vertreter der Generation Y diese Aspekte umdrehen – und zwar auch, weil sie erkennen, dass eine zu große Belastung häufig zu seelischen Erkrankungen führt.

BUCHTIPP



Thomas Vašek: Work-Life-Bullshit. Warum die Trennung von Arbeit und Leben in die Irre führt. Riemann 2013. ISBN 978-3570501535. 16,99 Euro

Ein Interview mit dem Autor finden Sie auch im **karriere**fürher hochschulen work-life-balance 2014.2015 oder direkt hier:



Jedoch darf man ein Problem mit der Work-Life-Balance nicht mit einer psychischen Erkrankung gleichsetzen. „Bei einer Work-Life-Balance-Problematik kommt es zu einer Unzufriedenheit, weil die Lebensbereiche nicht in der notwendigen Balance sind“, definiert Dagmar Terbeznik. „Das kann zu Stress und damit auch zu einer Krise führen, muss es aber nicht.“ Wenn also ein Einsteiger früh spürt, dass die Bereiche Arbeit und Privatleben nicht in Balance stehen, erkennt er damit einen möglichen Ursprung einer späteren Krise.

Wer sich um die eigene Balance kümmert, betreibt damit eine Art Vorsorge, um nicht früh schlappzumachen oder sogar auszubrennen. Daher ist das Thema Work-Life-Balance gerade für junge Menschen so wichtig: Wer früh an der Balance arbeitet, schützt sich selber vor der Krise, und die Arbeit macht deutlich mehr Spaß.

PERFEKTER TAG IN BALANCE

Wie sieht ein perfekter Tag aus, an dem man trotz vieler Herausforderungen die Familie, das Freizeitvergnügen und nicht zuletzt seine eigene Produktivität so managt, dass man am Abend mit innerer Balance einschläft? Auf einer TED-Konferenz hat der australische Work-Life-Balance-Experte Nigel Marsh einen sehr inspirierenden Kurzvortrag zu dem Thema gehalten und zur Eigenverantwortlichkeit gemahnt, denn: Das Thema Gleichgewicht ist viel zu wichtig, um es alleine dem Arbeitgeber zu überlassen.

DER VORTRAG ALS VIDEO:

www.ted.com/talks/nigel_marsh_how_to_make_work_life_balance_work



STUDY-LIFE-BERATUNG

Für Studierende kurz vor den Prüfungen oder Einsteiger mit Bachelor, die nun ein berufsbegleitendes Masterstudium beginnen, steht vor allem eine ausgeglichene Study-Life-Balance im Fokus. An vielen Hochschulen gibt es heute Kontaktstellen, die zu dem Thema beraten und konkrete Hilfe anbieten. Zudem bieten viele Unis und Fachhochschulen Seminare für Studenten an. Auf der Homepage der Krankenkasse AOK gibt es zudem einen Balance-Test sowie Anti-Stress-Tipps. www.aok-on.de/studierende/stimmt-ihre-study-life-balance



Reportage:

Hello London! Hallo London!



Foto: Frank Mari

Steffen Knieling, 33 Jahre, arbeitet im Department Global Financial Solutions bei GE Capital in London. Er studierte Wirtschaftsinformatik in Berlin und erwarb seinen MBA an der EBS-Universität in Oestrich-Winkel sowie an der Tsinghua Universität in Peking.

Trafalgar Square, das Westend, die Queen – London ist eine pulsierende Metropole und zählt zu den wichtigsten Kultur-, Finanz- und Handelszentren der Welt. Für viele Wirtschaftswissenschaftler steht die Hauptstadt des Vereinigten Königreichs auf der Wunschliste für den Arbeitsplatz ganz oben – Steffen Knieling hat es dorthin geschafft. Aufgezeichnet von **Theresa Hupp**.

Im Sommer 2012 begann ich in Frankfurt am Main bei GE (General Electric). Hier durchlaufe ich das zweijährige Experienced Commercial Leadership Program (ECLP), das mich im Februar 2013 nach London geführt hat. Zunächst war ich in der Abteilung Healthcare Financial Solutions tätig, in der wir Finanzierungspläne für Einrichtungen des Gesundheitswesens, zum Beispiel Krankenhäuser, erstellen. Ich war vor allem damit betraut, neue Beziehungen aufzubauen und Kunden neue Finanzierungskonzepte zu unterbreiten. Dann bin ich in die Abteilung Global Financial Solutions gewechselt, dort arbeite ich in der Geschäftsentwicklung und im Vertrieb. Diesen relativ neuen Bereich baue ich mit meinen Kollegen derzeit auf und aus. Zunächst

schaffen wir neue Beziehungen zu Großkonzernen und erarbeiten dann strukturierte Finanzierungslösungen. Das geschieht über sogenannte Cross-Border-Deals, grenzüberschreitende Handelsabkommen, bei denen also mehrere Länder involviert sind, oft sogar über unterschiedliche Kontinente hinweg.

London bietet sich für diese Abteilung sehr an, weil es mit das wichtigste Zentrum Europas im Finanzbereich ist. Die Stadt ist sehr international, und man trifft gerade in meinem Bereich Konzernvertreter aus aller Welt. Da sich die Abteilung noch im Aufbau befindet, ist derzeit speziell der sogenannte „Roll Out“ wichtig, in dem wir unsere Fähigkeiten sowohl intern als



Landesinformation

Größe: 243.820 qkm
Einwohner: 63,8 Mio.
Hauptstadt: London (circa 8,2 Mio. Einwohner)
Klima: Durchschnittstemperatur
London: Januar 6° C/Juli: 22° C
Landessprache: Englisch

Währung

Pfund Sterling
1 Euro = 0,7974 GBP (Stand: 11.8.2014)

Flugdauer Direktflug.

Frankfurt Main – London:
1 Stunde 45 Minuten
Kosten: ab ca. 70 Euro

Essen

Die Briten mögen deftige Hausmannskost. Traditionelle Gerichte wie Fish & Chips oder Shepherds Pie bekommt man in den zahlreichen Pubs für vergleichsweise wenig Geld. Ein Hauptgericht erhält man meist für unter 10 Pfund, ein Bier kostet im Schnitt 3 bis 4 Pfund. London zeichnet sich außerdem durch seine kulinarische Vielfalt aus und verfügt über eine facettenreiche und renommierte internationale Restaurant-Szene.

Wohnen

London zählt zu den teuersten Städten der Welt, die Mieten sind entsprechend hoch. Achtung: Mietpreise werden in der Regel pro Woche berechnet und angegeben. Für **Studenten** gibt es günstigere Alternativen:

www.student-housesharing.com
www.ish.org.uk/accommodation

Das Vereinigte Königreich

Foto: Fotolia/white

auch extern bekanntmachen und neue Partnerschaften und Beziehungen weiterentwickeln. Natürlich wird aber auch nicht alles in London entschieden. Sobald erste Kontakte geschaffen sind, geht es oft für weitere Verhandlungen in andere Länder, meist zum Stammsitz des Kunden. Dementsprechend nutze ich die verschiedenen Flughäfen der britischen Hauptstadt auch recht häufig.

Neben meinem Studium der Wirtschaftsinformatik und dem Vollzeit-MBA brauche ich für meine Tätigkeit vor allem Soft Skills. Es ist extrem wichtig, sowohl unternehmensintern als auch -extern politisch geschickt zu agieren, da wir uns in einer ständigen Konkurrenzsituation mit Wettbewerbern befinden. Zudem muss man kommunikationsstark und ein guter Netzwerker sein sowie schnell reagieren können.

Durch die Branche, in der ich arbeite, bekomme ich vor allem die Internationalität Londons zu spüren – und das ausnehmend positiv: Das Arbeitsumfeld ist geprägt von der intensiven Zusammenarbeit mit Menschen aus unterschiedlichen Nationen. Ich arbeite zwar auch mit Briten zusammen, aber grundsätzlich kommen meine Kollegen aus aller Welt unter dem amerikanischen Dach von GE zusammen. Das führt zu einem sehr offenen, dynamischen und lockeren Arbeitsumfeld.

London ist mit über acht Millionen Einwohnern eine pulsierende Metropole, und es ist immer und überall etwas los. Ein Event jagt das nächste, es gibt ein vielfältiges und erstklassiges kulturelles Angebot. Hier muss man überall reservieren, und wenn man nicht Schlange stehen will, sollte man nur auf Events mit persönlicher Einladung gehen. London bleibt spannend: Durch seine interkulturelle Prägung begegnen mir ständig neue Facetten, in der Arbeit ebenso wie im privaten Umfeld, und ich bleibe so ständig in Bewegung. Bei aller Hektik und Geschäftigkeit ist die Stadt sehr aufgeschlossen und wohlwollend. Niemand muss sich hier fremd fühlen, die Atmosphäre, die die Stadt ausstrahlt, ist freundlich und sicher.

Eine Herausforderung ist es, eine Wohnung in London zu finden. Ich habe das Glück, dass mein Arbeitgeber mich hier sehr unterstützt hat. So wohne ich jetzt in Kensington, direkt um die Ecke befindet sich der wunderschöne Hyde Park, in dem ich regelmäßig joggen gehe. Im Sommer finden hier auch größere Konzerte statt. Ein weiteres Highlight Londons ist die internationale Küche und die daraus resultieren-

de Fusionsküche. Hier findet man alles, was man will – und das für jeden Geldbeutel. Besonders gern gehe ich in der Berkeley Street asiatisch essen oder genehmige mir im Ritz Carlton den besten Burger der Stadt. Und auch für Feierabend-Drinks gibt es natürlich ein riesiges Angebot. Meist treffe ich mich mit Freunden und Arbeitskollegen in einer der vielen schönen Bars in Chelsea.

Im Sommer dieses Jahres werde ich das Experienced Commercial Leadership Program abschließen, und oft ist es so, dass die letzte Station im Programm direkt in die feste „Post-Graduate“-Rolle übergeht. In meinem Fall kann das deswegen anders ausfallen, weil meine Tätigkeit nicht an einen Ort gebunden ist. Während die Aufgaben also gleich bleiben, ist der Standort flexibel. Es kann in London weitergehen, aber auch Hongkong ist möglich. Der Job fordert diesbezüglich viel ein – an Zeit und Flexibilität. Da mir die Tätigkeit aber trotz des hohen Pensums viel Spaß macht und ich die Arbeit in anderen Ländern und Märkten genieße, kann ich mich in meiner Position perfekt beruflich und privat weiterentwickeln.

„Das Arbeitsumfeld ist geprägt von der intensiven Zusammenarbeit mit Menschen aus unterschiedlichen Nationen.“

Verbindungen fürs Leben



Kopf:

Dr. Christine Wichert

Die Gründerin und Geschäftsführerin
der Markenberatung Logibrand
sowie Gründerin und Erste
Vorsitzende des Vereins Wahlver-
wandtschaften im Gespräch.

Von **Kerstin Neurohr**

Mit Mitte dreißig hat Christine Wichert bereits eine beachtliche Karriere hingelegt: BWL-Studium in Frankfurt und den USA, Promotion in Ökonometrie. Anschließend Einstieg bei Boston Consulting, wo sie schnell befördert wird und in Seoul/Korea weitere Auslandserfahrung sammeln kann. Dann wechselt sie zu BMW, wo sie als Abteilungsleiterin für Internationale Markt- und Trendforschung Verantwortung für sechs Marken trägt und ein zweistelliges Millionenbudget verantwortet. Allerdings muss Christine Wichert in dieser Zeit gleich mehrere Schicksalsschläge verkraften: Zuerst stirbt ihre Halbschwester an Epilepsie, dann erleidet ihr Vater einen tödlichen Segelunfall, und wenige Jahre später verliert sie ihre Mutter, die an Lungenkrebs erkrankt war. Weitere Verwandte hat sie nicht.

1991 und 1992 nimmt Christine Wichert eine Auszeit, eine große Reise führt sie nach Südostasien, Australien, Neuseeland und durch die Südsee. Und in China kommt das Schicksal wieder ins Spiel – diesmal im positiven Sinne: Die damals 36-Jährige lernt zwei ältere Damen aus Deutschland kennen, die ebenfalls auf Reisen sind. Ada und Ilse heißen sie, sind beide 71 Jahre alt, könnten also ihre Mütter sein. Aus der Reisebekanntschaft wird schnell eine enge Freundschaft. Zurück in Deutschland sehen die drei sich weiterhin, der Kontakt wird intensiver, geht über eine Freundschaft hinaus – ein Mutter-Tochter-Verhältnis entwickelt sich. „Das war für mich ein riesiges, unverhofftes Glück“, sagt Christine Wichert. „Bei Ada und Ilse habe ich Geborgenheit gefunden, Akzeptanz erfahren und mich tatsächlich bedingungslos geliebt gefühlt.“

Diese Erfahrung lässt bei Christine Wichert die Idee entstehen, dem Zufall nachzuhelfen und es auch anderen Menschen zu ermöglichen, „Wahlverwandtschaften“ zu finden. „Ich war schon eine Weile auf der Suche nach einem sinnvollen Ehrenamt, ich wollte mehr tun, als Geld an eine Organisation zu überweisen“, erinnert sie sich. 2005 krepelt die Unternehmensberaterin die Ärmel hoch und ruft die Organisation Wahlverwandtschaften ins Leben, die 2009 als gemeinnütziger Verein anerkannt wird: Männer und Frauen aller Altersgruppen können sich in einer Online-Community registrieren, um andere kennenzulernen. Außerdem gibt es lokale Veranstaltungen, bei denen Interessenten Kontakte knüpfen können – bisher in Krefeld und Mönchengladbach, demnächst auch in Stuttgart und weiteren Städten. Manche Menschen, die Wahlverwandte suchen, sind einsam, andere haben viele Kontakte, sehnen sich aber nach engeren Bindungen – eben so, wie es sie in Familien häufig gibt. Wahlverwandtschaften gehen oft weit über Freundschaften hinaus: Sie sind verbindlich, auf Dauer angelegt, und sie sind vielseitig. Während viele Freundschaften auf bestimmte Lebensbereiche beschränkt sind – mit einem Kumpel geht man zum Sport, mit einem anderen auf Partys – sind Wahlverwandtschaften umfassender.



Dr. Christine Wichert,
Gründerin und Erste Vorsitzende
des Vereins Wahlverwandtschaften.

Foto: Studio 22 - Lustenau, A.

WEITERE INFOS:

www.wahlverwandtschaften.org,
bei Facebook: Wahlverwandtschaften e.V.

„Am häufigsten melden sich Frauen an, die eine Schwester suchen“, weiß die Vereinsgründerin zu berichten. Sie kennt aber auch ein Vater-Tochter-Duo, das sich gefunden hat – ein großes Glück für den Mann, dessen leibliche Tochter jung gestorben ist. Und eine junge Frau ist ihr in Erinnerung geblieben, die Kontakt zu ihr aufnahm, nachdem sie einen Fernsehbericht über Wahlverwandtschaften gesehen hatte: Eine ältere Frau war ihr in dem Beitrag als besonders sympathisch aufgefallen. Christine Wichert vermittelte den Kontakt, und daraus ist eine Mutter-Tochter-Wahlverwandtschaft gewachsen. „Wie viele solcher Verbindungen mittlerweile zustande gekommen sind, weiß ich gar nicht“, erklärt Christine Wichert. „Manchmal bekomme ich Briefe, in denen Leute sich bedanken, weil sie über den Verein Kontakt zu Wahlverwandten gefunden haben, aber die Dunkelziffer ist hoch – da haben sich schon viele Kontakte entwickelt, von denen ich nichts weiß.“

Heute, dreizehn Jahre nach ihrer ersten Begegnung in China, sind die Bande zwischen Christine Wichert und ihren Wahlmüttern weiterhin fest und das Vertrauen groß. „Meine Mütter sind jetzt beide Mitte achtzig, und mir ist es wichtig, für sie da zu sein und Verantwortung zu übernehmen, auch wenn zum Beispiel eine krank ist“, sagt Christine Wichert. „Und der Verein ist für mich wie ein Kind“, ergänzt sie. „Ich freue mich, ihn wachsen zu sehen, die Arbeit erfüllt mich, und ich habe das Gefühl, etwas Gutes zu tun.“

ZUR PERSON

Christine Wichert wurde am 15. Oktober 1964 in Freiburg i.Br. geboren. Ihren Schulabschluss machte sie 1983 in Darmstadt, 1991 folgt der Abschluss des Promotionsstudiums in Ökonometrie über multivariate Verfahren mit „magna cum laude“. Ihre berufliche Laufbahn beginnt sie bei der Boston Consulting Group, später arbeitet sie unter anderem bei BMW, bei Airbus in Toulouse und bis heute als Gründerin und Geschäftsführerin der Firma Logibrand. Zu ihren Interessen zählen Individualreisen, aktiver Berg- und Wassersport in vielen Variationen, Essen, Lesen und Schreiben. Unter anderem sind zwei Bücher veröffentlicht: „Die Logik der Marke“ und gemeinsam mit Michael Meier: „Erfolgsgeheimnisse des Marketingmanagers“.



Foto: Fotolia/Denis Rudyi



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

Wir sind groß.

Wir sind 7.000.

Wir sind digital.

Wir sind Zeitung.

Wir sind Zukunft.

Wir sind in Deiner Hand.

Wir sind direkt neben Dir.

Gleichzeitig sind wir überall in der Welt.

Wir sind viele Marken.

Wir sind die

SWMH

Südwestdeutsche Medienholding

Wir suchen Fach- und Führungskräfte,
Praktikanten, Young Professionals,
Trainees, Studenten, Auszubildende.

Wir suchen Dich!

Wir sind hier: www.swmh.de/karriere



Deloitte.

ALDI GmbH & Co. KG Unternehmensgruppe ALDI SÜD

Am Seegraben 16
63505 Langenselbold
Internet: www.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 1830 Filialen in West- und Süddeutschland. Hinzu kommen 47 internationale Gesellschaften mit über 3030 Filialen – und es werden national und international stetig mehr.

Anzahl der MitarbeiterInnen
35.000 in Deutschland

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)

Mögliche Einstiegstermine
Jederzeit

Auswahlverfahren
Einzelgespräche

Einstiegsgehalt
63.000 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 Hochschulabsolventen statt. Termine und Bewerbungen unter www.karriere.aldi-sued.de.

Siehe Anzeige Umschlagseite 4

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
682 Mio. Euro in Deutschland,
32,4 Mrd. US-Dollar international

Anzahl der MitarbeiterInnen
5000 in Deutschland,
ca. 200.000 weltweit

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

Gesuchte Fachrichtungen
Wirtschaftswissenschaften, (Wirtschafts-)Ingenieurwesen, Jura mit Schwerpunkt Steuer- oder Gesellschaftsrecht, Wirtschaftsinformatik, Wirtschaftsmathematik

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, Bewerbungsbote 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

Firmenporträts

Foto: Fotolia/andreas reimann



Enterprise Autovermietung Deutschland GmbH

Mergenthaler Allee 35-37
65760 Eschborn
Internet: www.enterprisealive.de/karrierefuehrer

Kontakt

Recruiting-MitarbeiterInnen der jeweiligen Region
Fon: 0800 0693722

Branche

Dienstleistung/Autovermietung

Produkte/Dienstleistungen

Enterprise Rent-A-Car ist einer der größten und erfolgreichsten internationalen Autovermieter mit einem Multi-Milliarden-Dollar-Umsatz.

Anzahl der Standorte

8200 Standorte in Deutschland, Großbritannien, Irland, den USA und Kanada, davon 190 Standorte in Deutschland

Jahresumsatz

Über 16,4 Mrd. US-Dollar

Anzahl der MitarbeiterInnen

Weltweit rund 78.000 Mitarbeiter circa 1200 Mitarbeiter in Deutschland

Bedarf an HochschulabsolventInnen

Wir suchen Hochschulabsolventen (m/w) oder auch gestandene Profis (m/w) aus der Dienstleistungs- oder Vertriebsbranche. Dauer: 8 bis 12 Monate, Stellen pro Jahr: 120 (bundesweit)

Gesuchte Fachrichtungen

Bevorzugt Wirtschaftswissenschaften, aber auch Offenheit gegenüber anderen Fachrichtungen

Einsatzmöglichkeiten

Durch das Management-Traineeprogramm bundesweit Einsatzmöglichkeiten in den Bereichen Vertrieb, Kundenservice, Direktmarketing, Management, Personalwesen, Finanzen und Controlling

Einstiegsprogramme

Management-Traineeprogramm
Accounting-Traineeprogramm

Mögliche Einstiegstermine

Ganzjährig

Auswahlverfahren

Mehrstufiges Bewerbungsverfahren mit Assessment Center

Einstiegsgehalt

Branchenüblich

Angebote für StudentInnen

Einstieg über Management-Traineeprogramm, Praktikum, Werkstudententätigkeit

Siehe Anzeige Seite 5

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
www.jobs-im-vertrieb-bei-hays.net

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-Region: 17
Weltweit: 239 Büros in 33 Ländern

Jahresumsatz

D-A-CH-Region: über 1,1 Mrd. Euro
Weltweit: 4,49 Mrd. Euro

Anzahl der MitarbeiterInnen

D-A-CH-Region: ca. 1500
Weltweit: ca. 7850

Bedarf an HochschulabsolventInnen

260 bis 310

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 13



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.)
- Facility Management (B.Eng.)
- 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 15

Ulf Brandes, unterstützt Unternehmen dabei, fortschrittliche Organisationsmodelle in ihre bestehende Kultur zu integrieren. Nach dem Physik- und VWL-Studium war er zunächst im internationalen Management bei Procter & Gamble und später bei eBay tätig. Seit einem Lehrgang bei Don Tapscott dem Autor und Professor für Managementlehre im Jahre 1998 befasst er sich mit modernen Innovationsansätzen und Online-Plattformen sowie emergenten Entwicklungs- und Entscheidungsprozessen. Ulf Brandes ist Mitglied der britischen Royal Society (RSA) und zertifizierter Scrum Master, Product Owner, Projektleiter, UML Designer und IT-Architekt. Mit seiner Frau und seinen drei Kindern lebt er in Berlin.

Ulf Brandes

Diplom-Physiker

1. Was zeichnet für Sie einen attraktiven Arbeitgeber aus?

Freiräume für Eigenverantwortung und Entfaltung; ebuliche Kollegen; und das ernsthafte Bemühen aller, um den Stück der Welt mehr Nutzen als Schaden zu berechnen.

2. Und was macht einen Arbeitgeber für Sie sofort unattraktiv?

Strukturen, die menschliche Zöpfe erschweren statt fördern: Abteilungen, die nur sich selbst dienen; das Prinzip "teile und herrsche"; Mikrostrukturen, individuelle Boh: und Silo-Decken.

3. Können Sie die Generation Y mit einem Satz beschreiben?

Über einen Kamm scheren kann man sie so wenig wie die Nachkriegsgenerationen — doch vielen scheint tiefere Werte wie Echtheit, Gemeinschaft und Nachhaltigkeit mehr zu bedeuten als der Welllauf um Privilegien wie Dienstwagen, Dienstwagen und Kellerschwimmbad.

4. „Management Y“ ist für Sie die Kombination aus klassischem Management und den Ideen der Generation Y. Ist das nicht so, als wolle man sich mit einem analogen Modem ins Breitbandinternet einwählen?

Auch damit ist man zumindest im Netz, das ist viel wert. Entscheidend ist der Versuch, eine Brücke zu bauen statt die alte Welt zu verwerfen oder sich in ihr zu verbammeln.

5. Sie möchten Firmen dabei helfen, attraktiv und zukunftsfähig zu werden. Aber mal ehrlich, wie soll denn Arbeit jemals attraktiv werden?

Viele flüchten sich in Freizeit, dabei könnten wir uns beim Arbeiten ebenso sinnvoll einbringen und entfalten. Die Praxisbeispiele im Buch zeigen, dass das geht.

6. Welche Unternehmen sind in Ihren Augen da vorbildlich?

Gerade vielen Mittelständlern liegt es ehrlich am Herzen, dass ihre Mitarbeiter ihren Job und ihre Kunden lieben können. Im Buch stellen wir vor, wie das bei einigen aussieht.

7. In welchen Momenten hilft es Ihnen, auch im Job Ihre eigene Persönlichkeit einzubringen?

Sobald wir meinen, unsere Persönlichkeit nicht einbringen zu können, machen wir uns entweder zu klein, oder wir entdecken unsere Grenzen... Beides ist ein schöner Anlass zur Reflexion!

8. Nach Y kommt Z: Wagon Sie einen Ausblick, wie die Generation Z das Management Z wandeln wird?

Die Idee von "Verbundenheit statt Rivalität" wird sich weiter verbreiten. Management Z: Das wird nach dem "Wertewandel Y" die Kunst sein, eine hochproduktive Gemeinschaft zu kultivieren.

9. Und was kommt danach ...?

Nach "Z"? Wow... Wenn ich mich frage, was uns Menschen immer erfüllt hat und was nicht: vielleicht eine post-materialische Renaissance der Beziehungsgenialität? Mit weniger Ressourcen unser Glück in tieferen Erlebnissen statt in dünnen Ersparsnissen suchen?

Ulf Brandes, Pascal Gemmer, Holger Koschek, Lydia Schültken:

Management Y. Campus Verlag 2014.

ISBN 978-3593501581. 34,99 Euro



Deine Jobsuche: ungeahnte Möglichkeiten



Bei uns dreht sich alles um deine berufliche Zukunft:

- Profitiere von unserem praktischen Online-Karriere-Portal!
- Triff auf unseren Karriere-Events viele attraktive Arbeitgeber!
- Informiere dich über interessante Stellenangebote!
- Hole dir nützliche Bewerbungstipps von Experten!

Infos und Bewerbungsservice unter: www.iqb.de

Join us on Facebook: [f/iqb.de](https://www.facebook.com/iqb.de)

IQB.de
CAREER SERVICES



... 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

