

# karrierefuehrer



karrierefuehrer auch als iPad-App  
[www.karrierefuehrer.de](http://www.karrierefuehrer.de)  
Besuchen Sie uns bei Facebook & Twitter



Das Jobmagazin für Hochschulabsolventen  
112012 – 102013



# handel

## Themen und Menschen

Bioprodukte • Karriere in der Textilbranche • Fairer Handel • Internet-Shopping • Gesundes Essen • Kontaktlos bezahlen • Förderprogramme • Filmemacher Valentin Thurn • Multimediale Versandhändler

## Top-Interview

**Mathias Eckert**  
Managing Director  
bei s.Oliver

# Fair geht vor

## Transparenz und Ethik im Handel



Partner:



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

Jetzt bewerben: Aktuelle Firmenporträts



# Du bewegst.

320.000 Mitarbeiter  
523 Berufe  
1 Zukunft

## Gemeinsam nachhaltig zum Erfolg.

Denn bei der REWE Group, einem der führenden Handels- und Touristikkonzerne Europas, ist Bewegung drin. Dafür sorgen unsere 320.000 Mitarbeiter in 13 Ländern der Erde Tag für Tag: Sie liefern Tonnen von Waren, schicken Urlauber zu fernen Zielen oder verhandeln die günstigsten Preise. Sie halten die Welt am Laufen. Werden Sie Teil einer großen Gemeinschaft, die Großes bewirkt. Freuen Sie sich auf die Zusammenarbeit mit sympathischen Kollegen auf internationaler Ebene und erleben Sie, was Sie in unserer vielfältigen Marken- und Arbeitswelt bewegen können. Und durch individuelle Förderung bewegt sich auch Ihre Karriere, wohin immer Sie wollen. **Was bewegen Sie?**

[www.rewe-group.com/karriere](http://www.rewe-group.com/karriere)

[www.facebook.com/REWEGroupKarriere](https://www.facebook.com/REWEGroupKarriere)

**REWE** ■ ■ ■  
GROUP



# Liebe Leserinnen und Leser,

Köln im November 2012

wenn Kunden heute im Geschäft oder im Internet Geld ausgeben, dann wollen sie wissen, was sie dafür bekommen. Dabei ist ihnen die Qualität des Produkts wichtig, keine Frage. Für viele Kunden ist aber auch entscheidend, dass das Produkt ökologisch und fair hergestellt wurde. Sie achten auf entsprechende Siegel und interessieren sich für Lieferketten und Produktionsbedingungen.

Für den Handel beginnt damit die neue Ära des ethischen Konsums: Nicht mehr allein der Preis bestimmt das Geschäft, sondern das Vertrauen. Für Einsteiger ergeben sich in dieser Hinsicht sehr spannende Karrierechancen. Wer glaubt, der Handel suche vor allem Pfennigfuchser, muss umdenken: Gefragt sind Nachwuchskräfte, die ein Gespür dafür haben, was beim Kunden Vertrauen schafft – und was nicht. Lesen Sie in unserem Top-Thema ab Seite 8, wie ernst die großen Handelsunternehmen das Thema Ethik heute nehmen und welche Anforderungen sie an Einsteiger in diesem Bereich stellen.

Neue Impulse für ethische Fragen im Lebensmittelhandel gibt der Filmemacher Valentin Thurn, dessen Film „Taste the Waste“ sich mit den Mengen an genießbarer Nahrung beschäftigt, die in Deutschland täglich weggeschmissen werden. Seine Antwort auf die Frage, welche unternehmerische Idee man dieser Verschwendung entgegensetzen kann, lesen Sie im Handzeichen-Interview auf Seite 48.

Auch in der Modebranche spielt Ethik heute eine große Rolle. Was den Handel mit Bekleidung sonst noch auszeichnet, davon berichtet Mathias Eckert, Managing Director bei s.Oliver, im Top-Manager-Interview ab Seite 18. Sein Credo für die Aufsteiger von morgen: Voran geht es nur mit Leidenschaft. Wer diese mitbringt, dem stehen viele Türen offen.

Wir wünschen Ihnen viel Spaß beim Lesen,

## Ihr Karriereführer-Team

Impressum: **karrierefuehrer handel 2012.2013** 8. Jahrgang, 11.2012-10.2013 Das Jobmagazin für Hochschulabsolventen ISSN: 1864-6336 **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:** André Boße; Ulrike Gonder; Sabine Olschner; Christiane Siemann; Christiane Martin (verantwortlich), Wortfuchs, Text – Redaktion – Lektorat, Ottostr. 3, 50823 Köln **PR, Kooperationen, Hochschulkontakte:** Tanja Reder **Anzeigen:** Anna-Lena Ohm (verantw.), Transmedia Verlag GmbH & Co. KG, Weyertal 59, 50937 Köln **Anzeigendisposition und -technik:** Jessica Andritzky **Firmenporträts:** Jan Hiermann **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:** DaMonk/Fotolia **Inhalt:** Thongsee/Fotolia (1), Dmitri Mikitenko/Fotolia (2, 8, 9), s.Oliver (2, 18, 19, 20, 21), Miket (2, 26), Dmitry Naumov (3, 30), Mashe/Fotolia (3, 40), Brigitta Leber (3, 48), Jörg Beuge/Fotolia (10), Thomas Francois/Fotolia (10), Jörg Beuge/Fotolia (12), Inverto AG (14), Sirylok/Fotolia (16), Picsfive/Fotolia (16), Apple (20), Thomas Bonrath, Rewe (24), SXC (30), Netto Marken-Discount AG & Co. KG (32), Thongsee/Fotolia (34), Johannesspreter/Fotolia (35), Smileus/Fotolia (36), Kasia Bialasiewicz/Fotolia (38, 39), Photocrew/Fotolia (41), Natalia Klenova/Fotolia (41), Womue/Fotolia (42) **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 führungspeditionen: März **karrierefuehrer** wirtschaftswissenschaften: März und September **karrierefuehrer** ärzte: April **karrierefuehrer** ingenieure: April und Oktober **karrierefuehrer** consulting: Mai **karrierefuehrer** banken/versicherung: Mai **karrierefuehrer** green-tech: Juni **karrierefuehrer** naturwissenschaften: September **karrierefuehrer** hochschulen: Oktober **karrierefuehrer** informationstechnologie: Oktober **karrierefuehrer** handel: November **karrierefuehrer** bauingenieure: November. Der **karrierefuehrer handel** 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:



## Top-Thema

08

### Fair geht vor

Transparenz und Ethik im Handel.

10

### Wer, wie, was ...?

Die Kunden von heute wollen wissen, wo die Artikel herkommen und wie sie hergestellt wurden.

14

### „Transparenz ist enorm wichtig“

Im Interview: Frank Wierlemann, Gründer und Vorstand von Inverto, einem Consulting-Unternehmen, das Handelsunternehmen zu Themen wie Einkauf und Supply Chain berät.

## Top-Manager

18

### Mathias Eckert

Der Managing Director von s.Oliver im Interview.

## Einsteigen

22

### E-Mail für Dich

Claudia Kreutel schreibt an Studenten und Absolventen der Wirtschaftswissenschaften und erklärt, wie ihr Einstieg und erste Karriereschritte bei dm verliefen.

24

### Jung und erfolgreich bei: Rewe

Anne Lowitz berichtet von ihrem Karrierestart.

26

### Mehr als Schuhe

Produktmanager Raphael Koch über seinen Arbeitsalltag beim Onlinehändler Zalando.



## Jobware unplugged

28

### Online bewerben

So geht es richtig.

## Aufsteigen

30

### Aufgestiegen zur

### Gebietsverkaufsleiterin

Katrin Krückhans über ihren Weg nach oben bei Netto.

## Projekt

34

### Drahtlos bezahlen

Girogo – das neue Bezahlungssystem der deutschen Kreditwirtschaft.

36

### Zwei Herzen

Claudia Vinke-Fehlauer erzählt, was Absolventen beim multimedialen Versandhändler HSE24 erwartet.

38

### „Ein Vorreiter für Bio-Produkte“

Thomas Gutberlet, Vorstandsvorsitzender beim Handelsunternehmen Tegut, im Interview.

40

### Gesund essen: Bloß kein Stress!

Ernährungswissenschaftlerin Ulrike Gonder erklärt, wie gutes Essen zu einer guten Work-Life-Balance beiträgt.

## Handzeichen

48

### Valentin Thurn

Handschriftliches vom Macher des Films „Taste the Waste“.

## Service

01

### Editorial

01

### Impressum

02

### Inhalt

04

### Inserenten

06

### Kurz+knapp

42

### Checkliste Bewerbung

43

### Firmenporträts

### karrierefuehrer crossmedial

Diese Ausgabe erscheint als:

→ Printmedium

→ E-Paper

→ iPad-App



Hinweise darauf finden Sie auch

→ auf unserer Facebook-Fanpage

→ auf unserem Twitter-Kanal

→ über unsere iPhone-App

Mehr dazu: [www.karrierefuehrer.de](http://www.karrierefuehrer.de)



Inserenten



ALDI GmbH & Co. KG  
Unternehmensgruppe ALDI SÜD

5



bmv Consulting GmbH

33



Enterprise Autovermietung Deutschland GmbH

7



Entrepreneurs-Club

23



IQB Career Services AG

27



Jobware Online-Service GmbH

17



MSW & Partner Personalberatung für Führungsnachwuchs GmbH

37



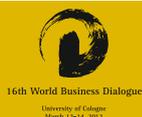
Netto Marken-Discount AG & Co. KG

U3



Norma Lebensmittelfilialbetrieb Stiftung & Co. KG

13



Organisationsforum Wirtschaftskongress e.V. (OFW)

15



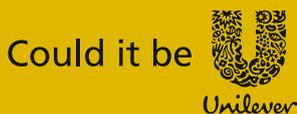
Peek&Cloppenburg KG Hamburg

7



REWE Group

U2



Unilever Deutschland GmbH

U4





## Weniger Umweg. Mehr Abkürzung.

### Oder warum eine Managementkarriere bei ALDI SÜD einfach eine gute Entscheidung ist.

Managementkarriere und ALDI SÜD? Wie passt das zusammen? Ganz einfach: indem die Grundprinzipien unseres Erfolges genauso für unser Kerngeschäft gelten wie auch für Ihre Karrierechancen: Beide sind geprägt durch Einfachheit, Konsequenz und Verantwortung. Das bedeutet, dass Sie bei uns den direkten Weg zur Verantwortung nehmen. Zielorientiert und ohne Umwege. Sie entscheiden 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](http://karriere.aldi-sued.de)

**Besuchen Sie uns auf dem Absolventenkongress:  
28. und 29. November 2012 in Köln**

Einfach. Erfolgreich.  
[karriere.aldi-sued.de](http://karriere.aldi-sued.de)



# Kurz+ knapp

von Christiane Martin

Zufriedenheit!

## HANDEL ALS GUTER ARBEITGEBER

Die Beschäftigten im deutschen Einzelhandel sind überwiegend mit ihren Arbeitgebern zufrieden. Das ist das Ergebnis einer aktuellen Studie, die der Präsident des Handelsverbands Deutschland (HDE), Josef Sanktjohanser, beim Parlamentarischen Abend des HDE im September 2012 in Berlin vorstellte. Die Studie zeigt, dass mehr als 80 Prozent der Mitarbeiter im Einzelhandel ihre Jobs gut finden. Insbesondere schätzen viele der Befragten die hohe Jobsicherheit im Handel. „Das Image der Arbeitsplätze im Einzelhandel gilt häufig als eher problematisch. Zu Unrecht, wie die Untersuchung zeigt: Denn die meisten Menschen arbeiten gerne im Handel“, so Josef Sanktjohanser. Pluspunkte bei den Jobs der Branche sind nach Angabe der Befragten vor allem das gute Arbeitsklima und die Möglichkeit, schnell Verantwortung zu übernehmen. Auch der alltägliche Kundenkontakt macht die Arbeit im Handel für viele spannend. Für die Studie zu den Beschäftigten im Einzelhandel befragte das Marktforschungsinstitut Manufacts je 500 Mitarbeiter und Kunden zu ihrer Meinung über Arbeitsplätze im Handel. [www.einzelhandel.de](http://www.einzelhandel.de)

Mobilität

## SHOPPEN PER SMARTPHONE

Die zunehmende Verbreitung von Smartphones eröffnet dem Einzelhandel neue Chancen. Immer mehr Kunden nutzen ihre Geräte entweder direkt zum Shoppen im Internet oder informieren sich per Smartphone über Produkte und Preise. Eine aktuelle Studie des ECC Handel am Institut für Handelsforschung Köln (IFH) in Zusammenarbeit mit PayPal und Shopgate zeigt, dass 43 Prozent der deutschen Smartphone-Besitzer ihre Geräte mehrmals pro Monat nutzen, um in den Geschäften vor Ort Preisinformationen abzurufen. Nach der Untersuchung verwendet mehr als ein Sechstel der Smartphone-Nutzer sein Gerät mehrmals pro Woche, um sich über lokale Händler zu informieren. Ein weiterer Trend wurde jetzt in den USA erkennbar: Smartphones und Tablet-PCs werden nicht mehr nur unterwegs, sondern immer mehr auch von zu Hause aus genutzt. Das zeigt eine Studie des Marktforschungsinstituts ABI Research. Ein weiteres Ergebnis der US-Untersuchung: 70 Prozent der Smartphone-Nutzer und sogar 80 Prozent der Tablet-PC-Nutzer kaufen über ihre Geräte ein. [www.ifhkoeln.de](http://www.ifhkoeln.de)

Komfort

## GENERATIONENGERECHTES EINKAUFEN

Mit dem vom Handelsverband Deutschland (HDE), dem Bundesfamilienministerium sowie weiteren Partnerinstitutionen ins Leben gerufene Qualitätszeichen „Generationenfreundliches Einkaufen“ werden Einzelhandelsunternehmen ausgezeichnet, die sich aktiv mit dem demografischen Wandel auseinandersetzen. Das sind Geschäfte, in denen der Einkauf für Menschen aller Altersgruppen so komfortabel und angenehm wie möglich ist. Anhand von insgesamt 58 Kriterien überprüfen geschulte Tester vor Ort, wer das Qualitätszeichen erhält. Kriterien sind zum Beispiel die Gestaltung des Eingangsbereichs, die Breite der Gänge, die Beschaffenheit des Bodens, die Höhe der Regale, die Gestaltung der Sortimente, die Beschaffenheit der Aufzüge, Treppen und Fahrtreppen, die Größe der Umkleidekabinen, die Beleuchtung, die Toiletten sowie die Lesbarkeit und Verständlichkeit von Preis- und Hinweisschildern. Seit Projektbeginn im März 2010 sind schon mehr als 2000 Einzelhandelsunternehmen bundesweit nach diesen Kriterien zertifiziert worden. [www.generationenfreundliches-einkaufen.de](http://www.generationenfreundliches-einkaufen.de)





Mit unserem Management-Trainee-Programm kommen Sie ganz groß raus.

### Enterprise Management-Trainee-Programm

Wenn Sie Ihre eigene Erfolgsgeschichte schreiben wollen, sollten Sie ein paar Seiten von unserer übernehmen – denn wir haben mit einem weltweiten Umsatz von über 12 Milliarden US-Dollar und mehr als 1.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern allein in Deutschland so einiges zu erzählen.

Auch unser Management-Trainee-Programm erregt Aufsehen. Es bietet Ihnen beste Chancen auf eine superschnelle Karriere und den direkten Weg in eine Führungsposition – in einem Unternehmen, das stolz darauf ist, seine Führungskräfte aus den eigenen Reihen zu rekrutieren. Fakt ist: Wenn Sie bei Enterprise erfolgreich mitarbeiten, können Sie nach nicht mal zwei Jahren die Leitung einer eigenen Filiale übernehmen.

So schnell? Allerdings. Und das geht? Mit Sicherheit. Unser Training und unsere Unterstützung sind erstklassig, und in unseren Filialen arbeiten Sie mit Kolleginnen und Kollegen zusammen, die am selben Strang ziehen und genau wie Sie auf große Ziele hinarbeiten – das ist Teamwork vom Feinsten. Auch wenn mal harte Herausforderungen anstehen, haben wir viel Spaß, denn eines ist klar: Wenn Sie sich bei uns wohlfühlen, lernen Sie mehr und kommen schneller voran.

Kommen Sie ganz groß raus unter [www.enterprisealive.de/karrierefuehrer](http://www.enterprisealive.de/karrierefuehrer) oder rufen Sie uns unter 0800 069 37 22 an.



Come alive



Die Peek&Cloppenburg KG Hamburg ist eines der führenden Modeunternehmen in Deutschland. International sind wir mit VAN GRAAF erfolgreich auf Expansionskurs. Im September haben wir mit unserer Tochterfirma VAN GRAAF GmbH unseren Online-Shop für Deutschland eröffnet.

Sie lieben Mode und überzeugen durch Stilsicherheit und Persönlichkeit? Sie suchen nach einem exzellenten Karriereestieg, der Ihnen eine schnelle Führungsverantwortung ermöglicht? Wachsen Sie mit uns.

**TRAINEE-PROGRAMM RETAIL (W/M)**

**FÜHRUNGSNACHWUCHSKRÄFTE (W/M)**

**STUDENTISCHE AUSHILFEN (W/M)**

**STUDENTISCHE PRAKTIKANTEN (W/M)**



Ihr Karriereestieg:  
[www.peek-und-cloppenburg.de](http://www.peek-und-cloppenburg.de)

Dies ist eine Anzeige der Peek&Cloppenburg KG Hamburg mit P&C Standorten in: Hamburg, Norderstedt, Kiel, Flensburg, Lübeck, Bremen, Lüneburg, Hannover, Braunschweig, Paderborn, Bielefeld, Osnabrück, Münster, Kassel, Magdeburg, Rostock, Stralsund, Dresden, Chemnitz und mit VAN GRAAF Standorten in Österreich, Ungarn, Tschechien, Polen und der Schweiz.

QUALITÄT ZIEHT AN.



**Peek&Cloppenburg KG**

Est. 1911

## Transparenz und Ethik im Handel

# Fair

A close-up photograph of a person's hand holding a branch of a tea plant. The hand is positioned in the lower-left quadrant, with fingers gently gripping the stem. The tea leaves are vibrant green and have a serrated edge. The background is a soft, out-of-focus green, suggesting a tea plantation. The overall lighting is bright and natural, highlighting the texture of the leaves and the skin of the hand.

**Zukunftsträchtig.** Längst führen Produkte mit Bio- oder Fair-Trade-Siegel kein Nischendasein mehr. Studien zeigen: Immer mehr Konsumenten legen höchsten Wert darauf, ihr Geld für ethisch einwandfreie Produkte auszugeben. Für Nachwuchskräfte im Handel ergeben sich daraus Chancen: Die Branche sucht Leute, die den bewussten Konsumenten und seine Wünsche einschätzen können. Entscheidend für den Einstieg: Ohne den Willen zur Transparenz geht es nicht.

## Top-Thema

10

### Wer, wie, was ...?

Der Preis eines Artikels ist längst nicht mehr der alleinbestimmende Faktor für eine Kaufentscheidung. Immer mehr Kunden stellen viele Fragen, bevor sie kaufen: zur Herkunft des Artikels, zu seiner Ökobilanz oder den verwendeten Rohstoffen.

14

### „Transparenz ist enorm wichtig“

Frank Wierlemann, Gründer und Vorstand von Inverto, einem Consulting-Unternehmen, das Handelsunternehmen zu Themen wie Einkauf und Supply Chain berät, erklärt im Interview, welche Bedeutung Ethik im Handel hat.

# geht vor





# Wer, wie, was ...

## ... wieso, weshalb, warum?

Transparenter Handel lebt von kritischen Fragen und ehrlichen Antworten. Letztere erwarten nicht nur die Konsumenten von ihrem Händler: Wer es als Handelsmanager mit Transparenz und Ethik ernst meint, muss faire Angebote machen und seine Lieferanten kennen.

Von **André Boße**



**Im Handel** ist der Kunde König. Das ist natürlich nicht neu. Aber doch immer wieder anders. Denn der Kunde wandelt sich – und damit auch seine Bedürfnisse und die Themen, die ihn beim Konsum beschäftigen und sein Kaufverhalten beeinflussen. Vor ein paar Jahren noch sollte alles möglichst günstig sein – und der Handel reagierte darauf. Er startete unzählige Billig-Kampagnen, von denen „Geiz ist geil“ die wohl bekannteste war. Wenn Markt- und Sozialforscher heute auf das schauen, was der Kunde möchte, ist von dieser Billig-Mentalität nicht mehr viel übrig geblieben. Klar, preisbewusst sind die Konsumenten noch immer. Aber die Frage, was ein Artikel kostet, ist längst nicht mehr der alleinbestimmende Faktor für die Kaufentscheidung. Seit einigen Jahren nimmt die Bedeutung des „ethischen Konsums“ zu. Sprich: Der Kunde möchte wissen, was er kauft. Ihn interessiert auch, woher die Rohstoffe für ein Produkt kommen, auf welchem Weg es zu ihm gekommen ist und wer es ihm verkauft. Auf den Preis schaut er auch. Aber eben nicht nur.

### **Fast alle kaufen ethisch**

„Das Interesse an ethischem Konsum wächst“, hat das Trendbüro des Hamburger Zukunftsforschers Peter Wip-

permann 2011 in seiner 3. Studie zum ethischen Konsum festgestellt. Bereits 2009 war das Interesse daran beachtlich: „67 Prozent der Befragten gaben damals an, häufig oder gelegentlich Produkte zu kaufen, die nach sozialen und ökologischen Kriterien hergestellt werden“, heißt es in der Studie. In der Studie von 2011 zeigt sich ein noch bemerkenswerteres Bild: „Heute kaufen 84 Prozent mindestens gelegentlich ethische Produkte. Der Anteil derjenigen, die angeben, häufig solche Produkte zu kaufen, ist von 26 Prozent im Jahre 2009 auf 41 Prozent im Jahre 2011 gestiegen.“ Gleichzeitig habe sich die Zahl der Selten- oder Nichtkäufer von solchen „ethischen Produkten“ beinahe halbiert. Konsumierte 2009 noch knapp ein Drittel der Befragten kaum oder gar nicht ethisch, sind es heute nur noch 17 Prozent.

Doch welche Faktoren bestimmen, ob die Kunden ein Produkt als „ethisch“ ansehen oder nicht? Auch hier hat das Trendbüro nachgefragt und herausgefunden, dass man ethischen Konsum differenziert betrachten muss: 92 Prozent der Befragten brachten menschenwürdige Arbeitsbedingungen mit Konsumethik in Verbindung. Auf hohe Werte kommen auch die Faktoren umweltfreundliche Herstellung

Konsumenten mit Utopien? Kein Widerspruch, sondern Wesensmerkmal der Nutzer von utopia.de, der selbsternannten Plattform für strategischen Konsum und Nachhaltigkeit. Seit 2007 funktioniert das Internetportal als eine Mischung aus Online-Magazin, Ratgeber und Community für ethische Konsumenten. Wer in die Handelsbranche einsteigen möchte, findet in den Foren, Artikeln oder Themendossiers wertvolle Informationen über die Bedürfnisse und Wünsche der neuen Generation von Kunden, die sehr bewusst konsumiert, dabei sehr hohe Ansprüche stellt, jedoch – wenn sie zufrieden ist – sehr viel Vertrauen zurückzahlt. [www.utopia.de](http://www.utopia.de)

(89 Prozent), fairer Handel (87 Prozent) sowie die soziale Verantwortung des Unternehmens (85 Prozent). Die biologische Erzeugung – die man durch die bekannten Bio-Siegel einfach auf den Produkten ausweisen kann – kommt dagegen auf vergleichsweise geringe 73 Prozent. Deutlich wird: Der „ethische Konsument“ gibt sich nicht mit Etiketten zufrieden. Ob ihn ein Produkt anspricht oder nicht, ist auch von Qualitäten abhängig, die für ihn unsichtbar bleiben. Denn noch gibt es kaum Siegel, die zweifelsfrei die ethische Qualität der gesamten Produktions- und Lieferkette bewerten. Umso wichtiger ist für den Handel heute das Thema Vertrauen: Es gewinnt, wer beim Konsumenten Glaubwürdigkeit genießt.

#### Grüner Anstrich reicht nicht

„Transparenz und Offenheit sind gefragt“, schließt Arne Herbst, Leiter Recruitment & Beratung Personal der Otto Group aus dieser Entwicklung. Der Einzelhandelskonzern ist Auftraggeber der Trendbüro-Studie und stellt sich der Aufgabe, ethischen Konsum für den Massenmarkt attraktiv zu gestalten. „Es ist wichtig, dem Kunden die Möglichkeit einer schnellen und einfachen Information zu dem jeweiligen Produkt und zum Engagement des Unternehmens zu geben“, sagt Herbst. Schließlich schauen die Kunden heute sehr genau hin, ob ein Unternehmen es wirklich ernst mit der Ethik meint – oder ob es sich nur einen grünen Anstrich verpasst. „Unternehmen, die bei diesem sogenannten Green-

washing erwischt werden, können in unserer Zeit, in der sich Informationen durch Internet und Social Media rasend schnell verbreiten, rasch ein Problem bekommen“, sagt der Personalverantwortliche. „Man muss daher als Unternehmen auch glaubhaft handeln. Tut man das nicht, verspielt man das Vertrauen der Kunden und sein Image als attraktiver Arbeitgeber.“ Wie man zusätzliches Vertrauen gewinnt? „Dabei gilt der Grundsatz, immer ein wenig mehr zu geben, als der Kunde erwartet.“

Damit dies gelingt, muss der Handel in vielen Bereichen neue Wege gehen. Er muss die Kunden noch besser kennen- und verstehen lernen – und muss differenzieren können, ob ein Konsument zum Beispiel eine besonders effiziente Waschmaschine ersteht, weil er möglichst reinen Gewissens waschen möchte, oder weil er sich von der Klasse A++ vor allem Einsparungen im Wasserverbrauch erhofft. Wer heute im Handel einsteigt, steht daher vor der Aufgabe, den Kunden genau dort abzuholen, wo er steht. „Neben fachlichem Know-how im jeweiligen Tätigkeitsbereich sind vor allem Selbstverantwortung, Eigenständigkeit, Einsatzbereitschaft sowie Mut und Motivation zum Beschreiten neuer Wege wichtig“, beschreibt Arne Herbst das Anforderungsprofil an Nachwuchskräfte – vergisst aber nicht zu erwähnen, dass auch die Handelskonzerne selbst in der Lieferpflicht stehen: „Absolventen sehen heute bei der Auswahl ihres

Arbeitgebers genau hin. Sie informieren sich umfassend und studieren aufmerksam Arbeitgeber-Rankings, die ja auch die diversen Corporate-Responsibility-Themen aufführen.“

#### Orientiert am Kunden, stark in der Kommunikation

Haben Nachwuchskraft und Unternehmen – gerade mit Blick auf die ethischen Haltungen – zusammengefunden, stehen die Chancen auf eine erfolgreiche Karriere ausgezeichnet, wie Wilfried Malcher, Experte für die Themen Ausbildung und Karriere beim Handelsverband Deutschland (HDE), sagt: „Mehr als 80 Prozent ihrer Führungskräfte generieren Handelsunternehmen aus den eigenen Reihen.“ Doch ein Kinderspiel ist der Aufstieg nicht. „Der Handelsmanager von heute muss auch einen hohen Grad an Kundenorientierung und Kommunikationsfähigkeit mitbringen“, sagt Malcher. Besonders wichtig: Wer den Handel transparent gestalten möchte, muss in der Lage sein, Fragen an die Zulieferer und Lieferanten zu stellen. „Die Bereitschaft und die Fähigkeit, immer wieder dazuzulernen, ist deshalb ebenfalls entscheidend“, sagt Malcher.

Mit Blick auf den Trend zum ethischen Konsum sieht der HDE-Experte zwei Entwicklungen, die für Nachwuchskräfte von besonderer Bedeutung sind: Zum einen stellen immer mehr große Handelsunternehmen Fachpersonal ein, das in den Konzernen für die Themen Ethik und Transparenz verant-





### SNEEP – NETZWERK FÜR WIRTSCHAFTSETHIK

Sneep steht für „Student Network for Ethics and Economics in Practice“ und versteht sich als Netzwerk für Wirtschafts- und Unternehmensethik. Interessant ist das Angebot insbesondere auch für Absolventen, denn Sneep ist ein praxisnahes Netzwerk, das Einsteigern Tipps und Impulse für einen Karriere-start im Handel oder anderen Bereichen gibt, bei dem die Nachwuchskraft ökonomisches Denken mit Ethik und Nachhaltigkeit verbindet. In den diversen Sneep-Projekten knüpfen Absolventen Kontakte mit Unternehmen. Zudem gibt es eine Stellenbörse, die auch Einsteiger-jobs vermittelt. [www.sneep.info](http://www.sneep.info)

wortlich ist und dafür Sorge trägt, dass die hohen Ansprüche nicht im täglichen Geschäfts verloren gehen. „Der Handel hat sich hier gut positioniert“, sagt Malcher. Wer also als Einsteiger mit dem konkreten Schwerpunkt „Ethik“ einsteigen möchte, findet in den großen Konzernen Abteilungen und Jobs zu diesem Thema. Ein zweiter Trend, der vor allem der jungen Generation Vorteile verschafft: Transparenz hat auch etwas mit den Themen soziale Medien und Vernetzung zu tun. Längst haben die Konsumenten selbst die Möglichkeit, Preise zu vergleichen oder Recherchen über die Produktionsprozesse zu starten. „Viele Einzelhändler haben heute die Chancen, die diese Technologien bieten, erkannt und sind mit ausgefeilten Multichannel-Strategien off- und online erreichbar“, sagt Malcher.

#### Eigene Überwachungsprogramme

So ist es heute weder ethisch vertretbar noch aus Handelssicht sinnvoll, Prozesse zu verschleiern oder die Kunden im Dunkeln zu lassen. Das gilt auch für die Bekleidungsbranche: Beim Düsseldorfer Einzel- und Großhandelsunternehmen Peek & Cloppenburg heißt es, man kenne die Problematik der Arbeitsbedingungen in manchen Produktionsländern, nehme seine Verantwortung als Händler wahr und wirke partnerschaftlich an der Sicherstellung guter Arbeitsbedingungen mit. Um diesen eigenen Anspruch zu erfüllen, hat das Unternehmen 1997 ein Überwachungsprogramm geschaf-

fen, in dem unabhängige Spezialisten die Produktionsbedingungen prüfen und – wenn Bedarf besteht – konkrete Verbesserungsvorschläge unterbreiten. Zudem beteiligt sich das Modehaus seit 2003 an der Initiative BSCI (Business Social Compliance Initiative) – einer Plattform, eingerichtet von europäischen Einzelhändlern, die es sich zur Aufgabe gemacht hat, die Standards der weltweiten Wertschöpfungskette zu überprüfen und zu verbessern. Bei Peek & Cloppenburg heißt es: Lieferant wird nur, wer vor der Zusammenarbeit den „Code of Conduct“ der Initiative unterzeichnet. Christina Kremer, im Düsseldorfer Unternehmen Leiterin Personalmarketing, setzt dabei auf den Input von neuen Mitarbeitern. „Dazu gehört selbstverständlich auch, dass Nachwuchskräfte bestehende Prozesse kritisch hinterfragen und neue Ideen austauschen.“

Von Einsteigern wird also nicht gewünscht, dass sie ihre ethischen Prinzipien mit dem Karrierestart beim Pförtner abgeben. Gefragt sind vielmehr Nachwuchskräfte, die ihr Unternehmen aktiv und ideenreich dabei unterstützen, das Kundenbedürfnis nach Fairness und Nachhaltigkeit im Handel zu erfüllen.

Wir zählen mit über 1.450 Filialen in Deutschland, Frankreich, Tschechien und Österreich seit vielen Jahren zu den erfolgreichsten und bedeutendsten deutschen Handelsunternehmen im Lebensmittel-Discountbereich.

Der kontinuierliche NORMA-Erfolg resultiert aus einer konsequenten Geschäftspolitik mit flachen Hierarchien, einem Top-Management, einer kompromisslosen Qualitätsphilosophie und dem enormen Engagement aller Mitarbeiter.

# Wir suchen Management- Nachwuchs (m/w)

## Wir suchen Sie

- **Sie** haben Ihr Studium an einer Hochschule, FH oder BA mit wirtschaftlicher Studienrichtung erfolgreich abgeschlossen
- **Sie** zeichnen sich durch Zielstrebigkeit, hohe Belastbarkeit und Leistungsbereitschaft aus
- **Sie** treten sicher auf, besitzen eine gute Auffassungsgabe und verfügen über eine ausgeprägte Kommunikationsfähigkeit
- **Sie** sind begeisterungsfähig und bereit, Führungsverantwortung zu übernehmen

## Davon profitieren Sie

- Sehr hohes Einstiegsgehalt
- Schnelle, hervorragende Aufstiegsmöglichkeiten in einem dynamischen Unternehmen
- Von Anfang an einen neutralen Firmenwagen, den Sie auch privat kostenlos nutzen können

## Wir bieten Ihnen

- **Sie** übernehmen bereits im 1. Jahr eine Führungsposition als leitende/r Angestellte/r mit verantwortlicher Leitung eines Verkaufsbezirkes in der Bereichsleitung
- **Sie** entscheiden in dieser eigenverantwortlichen Aufgabe über Personaleinstellung, -entwicklung und Einsatz Ihrer Mitarbeiter
- **Sie** sind verantwortlich für Planung, Organisation und Controlling in Ihrem Verkaufsbezirk und tragen mit Ihrer Arbeit entscheidend zum Erfolg unseres Unternehmens bei
- **Sie** erhalten eine praxisnahe und individuelle Einarbeitung mit entsprechender Betreuung durch erfahrene Kollegen im Rahmen Ihres Trainee-Programmes

Weitere Informationen unter [www.norma-online.de](http://www.norma-online.de)  
oder [www.karriere-bei-norma.de](http://www.karriere-bei-norma.de)



## Der Weg zum Erfolg

Wir freuen uns über die Zusendung Ihrer vollständigen Bewerbungsunterlagen an:

NORMA Lebensmittelfilialbetrieb Stiftung & Co. KG  
z. Hd. Frau Glaser, Kennziffer 80  
Würzburger Straße 205, 90766 Fürth  
oder an: [personalentwicklung@norma-online.de](mailto:personalentwicklung@norma-online.de)

# NORMA®

Ihr Lebensmittel-Discounter



# „Transparenz ist enorm wichtig“

**Frank Wierlemann** ist Gründer und Vorstand von Inverto, einem Consulting-Unternehmen, das seine Kunden aus dem Handel zu Themen wie Einkauf und Supply Chain berät. Ein Gespräch über die Bedeutung der Ethik im Handel und die Anforderungen an Nachwuchskräfte, die mit diesen Themen punkten möchten. Die Fragen stellte **André Boße**.

## **Herr Wierlemann, sehen Sie bei den Handelsunternehmen, die Sie beraten, einen Trend hin zum ethischen Einkauf?**

Es gibt heute eigentlich keinen Kunden im Handel mehr, der einen möglichst niedrigen Preis als allein glücklich machenden Faktor betrachtet. Die Unternehmen möchten eine transparente Wertschöpfung. Sie möchten wissen, wo die Waren herkommen, die sie verkaufen, und wie sie verarbeitet wurden. Außerdem trifft der Händler verstärkt nachhaltige Lieferantentscheidungen. Er schaut nicht mehr darauf, wer ihn jeweils am schnellsten und günstigsten beliefern kann, sondern achtet auf ein möglichst langfristiges Vertrauensverhältnis.

## **Gilt dieser Trend global? Also auch in den Schwellenländern, in denen es sich günstiger als in Westeuropa produzieren lässt?**

Die Forderungen nach sozialer und ökologischer Verträglichkeit werden über Standards wie Siegel und Zertifizierungen sowie über eigene Audits, die deutsche Unternehmen in Eigenregie durchführen, auch in die Produktionsländer außerhalb Europas über-

tragen. Für einen Lieferanten in Asien ist es dann zum Beispiel ein Muss, diese Standards auch zu erfüllen – selbst wenn in seinem Land eigentlich andere soziale und ökologische Maßstäbe gelten.

## **Die ethischen Ansprüche der Konsumenten steigen. Wie kann es einem Nachwuchsmanager im Handel gelingen, diesen gerecht zu werden?**

Die Situation ist ja die, dass der Kunde beides haben möchte: Auf der einen Seite sollen die Produkte sozial und ökologisch verträglich sein, auf der anderen Seite sind die Kunden aber kaum bereit, höhere Preise dafür zu bezahlen. Somit liegen die Grenzen der Verträglichkeit bei der Zahlungsbereitschaft des Kunden – und diese wird langfristig auch aus ökonomischer Sicht überzogene Forderungen regulieren. Ein Beispiel, um es konkret zu machen: In der Nestlé-Ernährungsstudie 2011 gaben rund zwei Drittel der Befragten an, dass sie Produkte fordern, die ohne Kinderarbeit hergestellt werden. Aus dieser Gruppe waren dann jedoch nur 30 Prozent bereit, für diese Produkte auch mehr zu bezahlen.



h World Business Dialogue  
DAIMLER

15th W

DAIMLER

## 16th World Business Dialogue

University of Cologne  
March 13-14, 2013

# Challenge Yourself

**Sich der Herausforderung stellen  
Die Brücke zwischen Theorie und Praxis schlagen  
Internationale Kontakte knüpfen  
Teamspirit erleben**

Für die Mitarbeit am World Business Dialogue gibt es viele Synonyme. Letztendlich geht es jedoch darum im Team den weltweit größten von Studenten organisierten Wirtschaftskongress auf die Beine zu stellen und dabei sich selbst und seine Fähigkeiten weiterzuentwickeln.

Wenn also auch Du schon mit Anfang 20 einen besonderen Beitrag zu unserem international renommierten Kongress leisten willst und die wirklich Großen der Wirtschaft treffen möchtest, dann bewirb Dich jetzt für unser Kongressteam und werde Teil dieses einzigartigen Projektes bei der studentischen Initiative *Organisationsforum Wirtschaftskongress e.V. (OFW)*

Ganz nach dem Motto:

**Das erste Mal Wirtschaft**

Mehr Informationen unter: [www.world-business-dialogue.de](http://www.world-business-dialogue.de)





### ZUR PERSON

Frank Wierlemann, Jahrgang 1964, hat BWL in Köln und Wuppertal studiert.

Nach dem Karriereestieg in einer Unternehmensberatung war er in einem Handelskonzern im Inhouse Consulting tätig, bevor er nach einem erfolgreichen Projekt zum Thema Einkauf und Supply Chain dort zum Einkaufsleiter aufstieg.

Seine Erfahrungen als Unternehmensberater und im Einkauf hat er kombiniert und im Juli 2000 zusammen mit zwei Partnern die Kölner Unternehmensberatung Inverto gegründet. Dort ist

Frank Wierlemann als Partner und Vorstand Spezialist für die Bereiche Handel, Konsumgüter und Pharmaindustrie. Er berät mittelständische Unternehmen und Konzerne in allen Fragen des Sourcing- und Supply-Management.

Ähnliches lässt sich auch in anderen Bereichen, wie etwa Textil, beobachten.

#### **Auf welche Haltungen zu den Themen Transparenz, Ethik und Ökologie trifft eine Nachwuchskraft in den Handelsunternehmen?**

Die meisten Unternehmen haben sich zumindest grundsätzlich mit diesen Themen auseinandergesetzt. Ein durch Zertifikate belegtes Mindestmaß an ethischen und ökologischen Standards fordert gerade in der Beschaffung heute fast jedes Unternehmen von seinen Lieferanten – schon allein um selber sozial und ethisch nicht angreifbar zu sein. Darüber hinaus hängt die Reaktion auf diese Themen stark von dem Selbstverständnis des Unternehmens ab. Ein Unternehmen, das sich über Qualität und Nachhaltigkeit von seinen Wettbewerbern abgrenzt, nimmt diese Themen eher als Chance wahr, als ein Unternehmen, das sich über den Preis im Markt positioniert.

#### **Wie wird sich der Handel in den kommenden Jahren mit Blick auf die Transparenz entwickeln? Es ist ja technisch möglich, den Weg eines Produktes digital zu dokumentieren.**

Diese technischen Möglichkeiten werden heute im Lebensmitteleinzelhandel schon weitreichend genutzt. Hier kann der Konsument zum Beispiel über die Etikettierung bei Eiern oder Rindfleisch ganz genau die Herkunft nachvollziehen. Aus Beschaffungssicht ist Transparenz über die gesamte Wertschöpfungskette enorm wichtig,

gerade im Hinblick auf ökologische und soziale Aspekte. In Asien kommt es beispielsweise nicht selten vor, dass ein Textillieferant mit zahlreichen Unterlieferanten arbeitet. Es ist dann nicht ganz einfach nachzuvollziehen, ob tatsächlich auch das letzte Glied in der Kette gemäß den gewünschten ethischen Standards produziert.

#### **Welche Eigenschaften benötigt man, um als Manager oder Berater eine Kompetenz zum ethischen Handel zu entwickeln?**

Man sollte generell neugierig und interessiert sein. Gerade mit Blick auf ethische Fragen ist Detailwissen gefragt. Als Handlungsexperte oder umsetzungsorientierter Berater sollte man sich tief in ein Thema einarbeiten, um wirklich alle Facetten und Konsequenzen zu überblicken – wobei insbesondere ökologische und soziale Themen oft zwei Seiten haben. Ein Beispiel: Für Tragetaschen aus Maisstärke wird beispielsweise kein Rohöl benötigt, was zunächst einmal ökologisch sinnvoll ist. Dafür geht jedoch der Mais, der zuvor als Grundnahrungsmittel in einem Schwellenland diente, nun in die Tütenproduktion ein – und ist für die Menschen dort plötzlich nicht mehr bezahlbar. Entscheidend ist, dass der Berater seinem Kunden diese möglichen Konsequenzen aufzeigt und dass sich Handelsmanager diesen Konsequenzen bewusst sind, bevor sie sich für ein Produkt wie die Tragetasche aus Maisstärke entscheiden.



# Nur die Besten für die Besten.

Jobware – Der Stellenmarkt für Fach- und Führungskräfte.

## Beste Einstellungschancen.

Unternehmen schätzen die über Jobware eingehenden Bewerbungen besonders.

## Täglich frische Anzeigen.

Alle bei Jobware angebotenen Positionen sind aktuell. Jede Bewerbung lohnt sich.

## Auch Dotierungen über 80.000 Euro ...

... über 100.000 Euro, über 120.000 Euro – und natürlich auch Einstiegspositionen.



WANTED!  
Junior-Sales-Manager

WANTED!  
Projekteinkäuferin

WANTED!  
Produktmanager

WANTED!  
Junior-Kundenberaterin

Top-Manager

Mitglied der Geschäftsführung bei s.Oliver

# Mathias Eckert

**Der Aufsteiger.** Vor 17 Jahren kam Mathias Eckert als Einsteiger zum Bekleidungs-hersteller und Franchise-Betreiber s.Oliver. Schritt für Schritt arbeitete er sich nach oben – und ist seit 2012 als Managing Director Teil der fünfköpfigen Geschäftsführung. Im Interview mit André Boße erzählt er, worauf es beim Aufstieg ankam und welche Trends die Textilbranche derzeit bestimmen.





„*Wenn man es bis zum Managing Director eines Konzerns schaffen will, braucht man neben einem Quäntchen Glück vor allem Zielstrebigkeit.*“

## Top-Manager

### **Herr Eckert, Sie arbeiten schon seit Ihrem ersten Praktikum in der Einzelhandels- und Textilbranche. Wussten Sie schon als junger Mann, dass diese Branche die richtige für Sie ist?**

Wenn ich ganz ehrlich bin, dann hat sich bei mir der Weg erst relativ spät gefestigt. Mit 16 wollte ich noch ganz sicher Architekt werden, und auch nach dem Abitur stand dieser Beruf für mich immer noch an absolut erster Stelle. In der Übergangsphase vor dem Antritt meiner Bundeswehrzeit habe ich dann neben meinem Aushilfsjob im Textileinzelhandel für einige Zeit bei einem renommierten Stricker in meiner schwäbischen Heimat gearbeitet. Hier habe ich die Branche kennen- und lieben gelernt. Vor allem das Thema Vertrieb war sofort meine große Leidenschaft. Nach der Bundeswehr stand also fest: Ich muss in die Textilbranche.

### **Was war beim Einstieg das wichtigste Sprungbrett?**

Die Ausbildung zum Industriekaufmann – und ein Quäntchen Glück. Bei meinem Aushilfsjob im Einzelhandel hatte ich den damaligen Handelsvertreter für s.Oliver in Baden-Württemberg kennengelernt, der mich direkt nach der Ausbildung mit auf die Herrenmodeweche nach Köln genommen hat. Das war natürlich ein Traumstart.

### **Erinnern Sie sich noch an Know-how, das Sie schon sehr früh in Ihrer Karriere gelernt haben – und das bis heute wichtig ist?**

Für mich waren die wichtigsten Aspekte: Offenheit für alles und alle. Sich für nichts zu schade sein. Kontakte knüpfen und pflegen – und sich Menschen suchen, an denen man sich orientieren kann, um damit seine eigene Leistungs-

fähigkeit auszuloten. Das ist wie im Sport: Wer stets mit einem Besseren spielt, lernt am meisten. Auch wenn sich das zunächst wie eine Niederlage anfühlt: Das sind die echten Gewinne – für den Job und für das Leben.

### **Welche weiteren Talente und Eigenschaften benötigt man, um zielstrebig den Weg vom Praktikanten und Lehrling bis zum Managing Director eines Konzerns zu gehen?**

Abgesehen von dem eben schon erwähnten Quäntchen Glück, das man in so einer Entwicklung auch benötigt, ist es sicher wichtig, Zielstrebigkeit mitzubringen. Man muss an sich und seine Talente glauben – und wenn man die Chance bekommt, sich zu beweisen, dann sollte man sie auch ergreifen. Wichtig ist dabei jedoch, dass man sich nicht überschätzt. Die Folge ist dann oft, dass man einen zu schnellen Schritt macht, und die Gefahr, sich auf dem Weg nach oben zu verbrennen, ist täglich gegeben.

### **Was ist denn Ihrer Meinung nach der richtige Zeitpunkt für den nächsten Schritt?**

Wenn man in seiner aktuellen Position ausreichend bewiesen hat, dass man es kann. Für mich war immer wichtig, dass ich die aktuelle Position und Situation für mich beherrschbar gemacht habe. Nur dann hatte ich genügend eigene Ressourcen, um mich für neue Aufgaben vorzubereiten.

### **Wie hat sich Ihrer Beobachtung nach die Einzelhandels- und Textilbranche seit Ihrem Einstieg Anfang der goer-Jahre verändert?**

Der Handel hat sich in vielen Punkten wesentlich gewandelt. Es ist alles

schneller geworden. Gerade die Entwicklung, pro Jahr zwölf Kollektionen zu präsentieren, hat eine unglaubliche Dynamik in unser Business gebracht. Ende der goer-Jahre kamen dann die „Vertikalen“ wie Zara und Co. massiv auf den europäischen Markt ...

### **... also die Ketten, die sämtliche Geschäftsstufen kontrollieren, vom Design bis zum Verkauf ...**

... und plötzlich schaute die ganze Branche auf diese Konkurrenz, die zugleich Feind- und Leitbild war. Die Industrie hat dann eigene „Retail Stores“ eröffnet und neue Franchise-Konzepte etabliert. Viele Fachhändler haben sich dagegen aus den großen Metropolen zurückgezogen. Es begann auch die Zeit stärkerer Kooperationen mit den Warenhäusern, um auf diesem Wege neue Verkaufsstellen zu erobern. Eine neue Herausforderung stellt heute das Online-Business dar. Hier liegt für uns die wesentliche Aufgabe darin, den noch vergleichsweise jungen Vertriebskanal harmonisch im Sinne eines Geschäfts mit vielen Kanälen in das heutige Vertriebsumfeld zu integrieren, um nutzbare Schnittstellen zum stationären Handel zu schaffen.

### **Wie haben sich in diesem Zuge die Erwartungen an Hochschulabsolventen geändert, die in Ihrer Branche einsteigen?**

Die Anforderungen haben sich wesentlich im Bereich Internationalität geändert. Wir sind in der Branche mehr denn je gefordert, uns auch im internationalen Geschäft aufzustellen und uns dort zu Hause zu fühlen. Eines jedoch ist immer noch unschlagbar wichtig: Das ist die Praxiserfahrung. Man muss die Branche kennenlernen, und das erreicht man nur, indem man sich in ihr

*„Man muss an sich und seine Talente glauben – und wenn man die Chance bekommt sich zu beweisen, dann sollte man sie auch ergreifen.“*



bewegt und in ihr lebt. Dafür ist es auch wichtig, gut vernetzt zu sein und viel zu kommunizieren. Gerade in Gesprächen erfährt man viele Dinge, die für den eigenen Weg sehr wichtig sind. Ich halte es da mit dem, was unser Inhaber Bernd Freier sagt: „Schlaue Freunde sind das Wichtigste.“

**Angenommen, Sie hätten einen Tag lang Zeit, um Hochschulabsolventen die Arbeitsrealität Ihrer Branche vor Augen zu führen. Was würden Sie mit dieser Gruppe unternehmen?**

Das ist natürlich eine große Herausforderung an einem einzigen Tag. Ich würde die Absolventen morgens in unserem Hauptquartier in Rottendorf empfangen, würde sie durch die einzelnen Abteilungen führen und die einzelnen Abläufe erklären, wie wir unsere Mode vom Designentwurf bis zu den ersten Mustern gestalten. Für einen kleinen Einblick in das Vertriebswesen zum Zeitpunkt der Order, wenn also unsere Stores und Großhandelspartner die neue Kollektionsware bestellen, würden wir in die Showrooms fahren, in denen wir die Waren unseren Kunden präsentieren. Das ist eine wichtige Erfahrung, weil hier deutlich wird, wie die Kunden denken und handeln und wie wir Ware gemeinsam steuern. Am Nachmittag würde ich ein Shoppingcenter in einer Innenstadt besuchen. Die Absolventen sollen spüren, was dort, direkt am Point of Sale, passiert. Am Abend würde ich mit den Absolventen, zwei bis drei Mitarbeitern sowie dem einen oder anderen Kunden gemeinsam Essen gehen, viel erzählen und alle Fragen beantworten.



**s.OLIVER**

Sein erstes Geschäft öffnete der Franke Bernd Freier unter dem Namen „Sir Oliver“ im Jahr 1969 in Würzburg. Aus markenrechtlichen Gründen folgte 1978 die Umbenennung in s.Oliver. Heute betreibt das Unternehmen mit Sitz in Rottendorf im Landkreis Würzburg 262 eigene Stores, die das Unternehmen auf eigene Rechnung führt, 323 Stores mit Partnern (also Franchise-Filialen) sowie im Großhandel 2724 Shops mit eigenem Ladenbau und 3394 Verkaufsflächen innerhalb von Warenhäusern. Der Bekleidungshersteller und Handelskettenbetreiber erwirtschaftete 2011 einen Rekordumsatz in Höhe von 1,48 Milliarden Euro. Der internationale Umsatzanteil liegt bei 27 Prozent. Produziert wird hauptsächlich in Asien sowie in West- und Osteuropa. Internationale Märkte für das Unternehmen sind unter anderem Indien, Frankreich, Italien, Russland oder Schweden. Für s.Oliver sind weltweit 7872 Mitarbeiter tätig, davon in Deutschland 5292 und alleine in der Unternehmenszentrale Rottendorf 1879. Die Geschäftsführung hat fünf Mitglieder, darunter der Gründer und heutige CEO Bernd Freier.

**MATHIAS ECKERT**

Der heute 42-Jährige startete 1992 seine Ausbildung zum Industriekaufmann in der Textilbranche. Zuvor hatte er den Handel durch Aushilfsjobs zwischen Abitur und Bundeswehrzeit sowie durch ein Praktikum kennengelernt. 1995 kam er dann zu s.Oliver und durchlief im Rhythmus von rund zwei Jahren diverse Stationen im Unternehmen – vom Abteilungsleiter Casual und Selection Men über den Gebietsverkaufsleiter Baden-Württemberg und Vertriebsleiter Wholesale Deutschland bis zum Vertriebsdirektor Global Wholesale. Nach vier Jahren in dieser Position stieg der zweifache Familienvater 2012 zum Managing Director der gesamten Markenwelt des Unternehmens auf und verantwortet den Bereich International Wholesale & Franchise. Dieser umfasst unter anderem die Vertriebsleitung, International Sales Organisation, Koordination der Regional Heads sowie Key Account Wholesale und Key Account Mail Order Department.



## E-Mail für Dich

## Einsteigen

**Von:** Claudia Kreutel  
**Gesendet:** Mittwoch, den 15. November 2012  
**An:** Studenten und Absolventen der Wirtschaftswissenschaften  
**Betreff:** Mit dualem Studiengang zur Filialleiterin bei dm



Liebe Leserinnen und Leser,  
ich habe vor vier Jahren Abitur gemacht. Was danach kommen sollte, musste ich mir nicht lange überlegen: Ich wollte im Handel arbeiten, genauer gesagt in der Drogeriemarktbranche. Warum ich mir da so sicher war? Meine Eltern haben ein eigenes Geschäft, das auch Drogeriewaren führt. Die Leidenschaft für dieses Sortiment wurde mir also schon in die Wiege gelegt.

Ich wollte aber mehr als „nur im Laden stehen“, sondern auch viele Hintergründe erfahren und mir ein breites Fachwissen aneignen – am besten durch ein Studium. Das Studienangebot von dm-drogerie markt mit Theoriephasen an der Dualen Hochschule in Karlsruhe war deshalb die perfekte Lösung für mich.

Betriebswirtschaftslehre in der Fachrichtung Handel mit dem Schwerpunkt Filiale hieß der Studiengang, für den ich mich mit 19 Jahren entschied. Heute bin ich 23 und als Filialleiterin für ein Team von zwölf Kollegen verantwortlich. Was dazwischen liegt? Vier Jahre Herausforderung – anstrengende, aber vor allem wahnsinnig spannende Zeiten. Unsere Studieninhalte waren vielfältig: Sie reichten von BWL-Fächern über VWL, Marketing und Wirtschaftsrecht bis hin zur Mitarbeiterführung.

Wenn man das Studium beginnt, muss man sich bewusst sein, dass man von mehreren Seiten gefordert wird. Auf der einen Seite gibt es die theoretischen Phasen an der Dualen Hochschule mit Projektarbeiten, Bachelorarbeit und intensiven Blockphasen. Auf der anderen Seite habe ich in einem dm-Markt gearbeitet und mich auf die Aufgaben einer Filialleiterin vorbereitet. Da bin ich auch schon mal an meine Grenzen gestoßen. Ich habe aber schnell gelernt, selbstständig zu arbeiten und durfte viel Verantwortung übernehmen. In den Praxisphasen habe ich unterschiedliche Märkte, aber auch Unternehmensbereiche außerhalb der Filiale kennengelernt. Dass man einen ganzheitlichen Einblick bekommt, ist wichtig. Nur dann kann man Zusammenhänge verstehen.

Noch während meines Studiums an der Dualen Hochschule habe ich die Leitung des Marktes im baden-württembergischen Meßkirch übernommen. Das ist nun ein halbes Jahr her. Oft werde ich gefragt, wie mein typischer Arbeitsalltag aussieht. Dazu kann ich nur sagen: Es gibt keinen. Und genau das liebe ich an meinem Beruf. Wenn ich morgens in den Markt komme, weiß ich manchmal nicht, was mich erwartet. Vielleicht hat mein Lehrling eine neue Idee, vielleicht ist ein Mitarbeiter krank, oder eine große Aktion für unsere Kunden steht an. Für mich heißt es jeden Tag, meinen eigenen Weg zu finden und schnell auf Situationen zu reagieren. Denn als Filialleiter gibt es kein Schema F, nach dem man sich in allen Fällen richten kann. Die größte Herausforderung ist es, Verantwortung für Mitarbeiter zu tragen. Man muss sich in andere hineindenken können, Finger-spitzengefühl entwickeln und immer wieder individuell auf sie eingehen können. Dann bekommt man auch was zurück: Wir sind einfach ein tolles Team.

Viel Erfolg und Spaß beim Berufseinstieg wünscht

Claudia Kreutel  
Filialleiterin  
dm-drogerie markt  
[www.dm.de](http://www.dm.de)



# KARRIERETAG FAMILIENUNTERNEHMEN

Die Recruiting- und Kontaktmesse für Ihre Karriere im Familienunternehmen und beim „Hidden Champion“

## Sprechen Sie direkt mit den Inhabern und Top-Entscheidern

- Konkrete Stellenangebote
- Internationale Einsatzmöglichkeiten
- Zukünftige Karriereperspektiven



[www.Karrieretag-Familienunternehmen.de](http://www.Karrieretag-Familienunternehmen.de)

ENTREPRENEURS



Stiftung  
Familienunternehmen

Lead-Medienpartner

Stiddeutsche Zeitung

Medienpartner

karriereführer



Schirmherrschaft



Bundesministerium  
für Wirtschaft  
und Technologie

**Name:** Anne Lowitz

**Position:** Projektassistentin der Geschäftsleitung

**Stadt:** Köln

Einsteigen

## Jung und erfolgreich bei: Rewe



**Alter:** 27 Jahre

**Studium:** BWL an der Universität zu Köln

**Spezialisierungen:** Controlling, Betriebliche Finanzierungslehre, Wirtschafts- und Sozialgeografie und Messewirtschaft

**Studienabschluss:** Diplom 2010

**Interessen:** Sport, Backen, Südafrika

**berufliches Ziel:** vertriebliche Führungskraft bei Rewe

**Wenn ich meinen** Freunden von meinem Job bei Rewe als Projektassistentin der Geschäftsleitung erzähle, fangen meine Augen an zu leuchten und ich komme so richtig in Fahrt. Ich erzähle dann von neuen Produkten, deren Einführung ich mitbegleiten durfte, von Special-Promotion-Aktionen, für die ich Infomappen erstellt habe, von neuen Konzeptmärkten, die ich besuchen durfte, und von vielem mehr. Ich denke, dass das Geheimnis darin liegt, dass ich einen Arbeitgeber gefunden habe, mit dem ich mich gut identifizieren kann.

Dass ich nach meinem BWL-Studium an der Universität zu Köln an einem Traineeprogramm teilnehmen wollte, war mir relativ schnell klar. Wo sonst hat man die Möglichkeit, in so viele Bereiche hineinzuschauen und ein Netzwerk an Kollegen und Wissen aufzubauen, das einen in der Zielposition weiterbringt? Aber die passende Branche musste ich erst noch finden. Hierbei halfen mir die Praktika in meiner Studentenzeit.

Von den Spezialisierungen „Controlling und Finanzierung“ unterstützt, versuchte ich es zunächst in der Wirtschaftsprüfung. Die kreative Erarbeitung von Lösungsansätzen und die Nähe zum Menschen fehlten mir jedoch. Mit einem Praktikum in der Messebranche kam ich dem Ganzen schon näher. Die Messewelt war damit heißer Favorit für meinen Berufsweg. Das Praktikum bei einem mittelständischen Einzelhändler legte dann allerdings den Grundstein für meine Karriere im Handel.

Vom Traineeprogramm bei Rewe erzählte mir ein Kommilitone. Der Blick in die Stellenbeschreibung zeigte mir, dass das Programm sehr generalistisch aufgebaut ist. Ich kann nahezu jede beliebige Abteilung aus jeder Vertriebslinie der Unternehmensgruppe wie Rewe, Pro Markt, Penny oder Toom Baumarkt als Station auswählen und verbringe drei Monate im Markt, um das Basisgeschäft kennenzulernen. Zusätzlich ist eine Station im Ausland geplant. Gelesen, beworben, Vertrag unterschrieben – die 18 Monate Traineezeit gingen schnell vorbei, und nun bin ich als Projektassistentin der Geschäftsleitung für den Vertrieb fest im Berufsleben angekommen. Besonders schön ist für mich, dass mir hier viele der Themen und Kollegen, mit denen ich in der Traineephase zu tun hatte, wieder begegnen. Und die Zeit, die ich im Supermarkt verbracht habe, ist Gold wert. Dank ihr habe ich einen viel besseren Blick auf das Geschehen im Markt und kann meine Projekte besser darauf abstimmen.

In etwa zwei Jahren geht es für mich weiter in die nächste Position. Wo ich dann landen werde, weiß ich noch nicht. Aber ich bin mir sicher, dass die Erfahrungen, die ich bis dahin sammeln werde, der Austausch mit meinen Kollegen und die Motivation, die ich aus meinen Projekten ziehe, mich zur richtigen Zeit zum richtigen Platz führen werden.



# karriereführer

Medien für Hochschulabsolventen



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



Projekt

# Mehr als Schuhe

Raphael Koch, 25 Jahre, hat Betriebswirtschaftslehre in Münster mit dem Schwerpunkt Logistik studiert. Heute arbeitet er als Produktmanager im Technology Team beim Online-Händler Zalando.

„Ich manage keine Schuhproduktion.“ Das ist wohl der häufigste Satz, den ich ehemaligen Kommilitonen entgegen muss, wenn sie meine Berufsbezeichnung hören. Als Produktmanager spezifiziere ich fachliche Anforderungen für unsere Software-Entwickler, die ich zusammen mit den jeweiligen Abteilungen abspreche und auf technische Umsetzbarkeit prüfe. Das eigentliche Produkt sind dabei die verschiedenen Anwendungen, wie beispielsweise das Programm, das der Customer Service nutzt, um Kundendaten abzufragen.

Wie kommt ein BWL-Student in die Technologie-Abteilung? Nach meinem abgeschlossenen Bachelor-Studium habe ich recht klassisch Praktika bei einer Tochterfirma der Lufthansa und bei einer Versicherung gemacht. Ganz unerfahren in Sachen IT war ich jedoch nicht. Ich habe neben dem Studium mit einem Kommilitonen eine Sportcommunity im Web aufgebaut. Dabei reizte mich vor allem die Möglichkeit, eigene Ideen umzusetzen. Zalando kannte ich bis dahin vor allem in Bezug auf vor Glück schreiende Frauen – aus der Werbung. Ich wusste aber auch, dass sie es als Start-Up in nur wenigen Jahren zu einem großen Anbieter für Schuhe und Fashion im Internet gebracht haben. Also habe ich mich einfach beworben – und war erfolgreich.

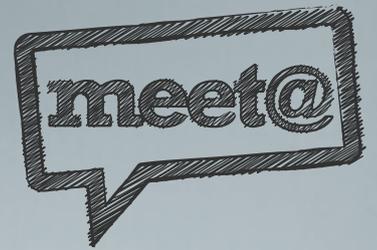
Das Erste, was mir nach meinem Start auffiel, war, dass im Unternehmen die

Start-up-Mentalität mit Blick auf die Hierarchien und die hohe Flexibilität nach wie vor vorhanden war. Ich wurde bereits nach den ersten Wochen in ein großes Projekt mit einbezogen, in dem es darum ging, nahezu alle Prozesse nach der Bestellung des Kunden auf neue IT-Komponenten umzustellen. Innerhalb des Projektes wurde mir frühzeitig Verantwortung übertragen, wodurch ich schnell viel Wissen aufbauen konnte, das mir noch heute in der täglichen Arbeit weiterhilft.

Es macht mir großen Spaß, mit einem jungen Team zusammenzuarbeiten. Die Atmosphäre ist dadurch sehr locker. Das hilft oft weiter und kommt mir bei technischen Fragen zugute. Auch bis hoch zu den Abteilungsleitern und zum Management hat niemand Berührungängste, mit einer guten Idee oder einer Frage auf einen Kollegen zuzugehen. Hier stehen nicht Hierarchien, sondern Pragmatismus im Vordergrund. Zur Lösung eines Problems werden dann auch mal bestehende Prozesse umgeworfen und neu aufgesetzt.

Heute bin ich Produktmanager im Order-Team. Dabei kümmere ich mich in Absprache mit dem technischen Leiter um die kontinuierliche Verbesserung der Plattform, wobei mir mein BWL-Studium hilft, Prioritäten zu setzen und abzuwägen, welche Änderungen den größten Einfluss auf den Unternehmenserfolg haben.

Die Karrieremesse auf deinem Campus



# Die besten Aussichten für deine Karriere

4. DEZEMBER 2012 · 10 – 16 UHR

[www.iqb.de/meet@uni-ffm](http://www.iqb.de/meet@uni-ffm)

**UNI FRANKFURT**  
Campus Westend | Hörsaalzentrum

Veranstalter:

GOETHE  
UNIVERSITÄT  
FRANKFURT AM MAIN



Infos und Bewerbungsservice unter:

[www.iqb.de/meet@uni-ffm](http://www.iqb.de/meet@uni-ffm)

Info-Telefon: 069 / 79 40 95-55

Organisation:

**IQB.de**  
CAREER SERVICES

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





Der Jobware-Ratgeber im **karrierefürher**

## Stichwortsuche

online bewerben



Von Christian Flesch

### WANN SOLLTEN SIE SICH BEVORZUGT ONLINE BEWERBEN?

- Wählen Sie die Online-Bewerbung, wenn das Unternehmen ausdrücklich darauf hinweist, dass es diese Form bevorzugt.
- Bewerben Sie sich auf jeden Fall auch online, wenn es sich um ein großes Unternehmen handelt, das ein einheitliches Bewerbersystem einsetzt. Hier gewinnen Sie mit einer Online-Bewerbung häufig die Chance, dass Ihre Bewerbung auch mit weiteren Positionen konzernweit abgeglichen wird, die für Sie interessant sein könnten.
- Wenn die Stelle frisch ausgeschrieben wurde und Sie die Chance haben, einer der ersten passenden Bewerber zu sein, bevorzugen Sie ebenfalls am besten die Online-Bewerbung.

### Liebe karrierefürher-Leserinnen und -Leser,

mehr als zwei Drittel aller Positionen werden mittlerweile über das Internet besetzt. Unternehmen bevorzugen immer häufiger Online-Bewerbungen, denn diese haben viele Vorteile und erreichen vor allem sofort den richtigen Ansprechpartner. Papierbewerbungen dagegen brauchen in der Regel zwei bis drei Werktage vom Bewerber bis auf den Tisch des zuständigen Bearbeiters und können auf diesem Weg sogar liegen bleiben oder verloren gehen. So schnell, direkt und vollständig wie eine Online-Bewerbung ist dagegen kaum eine andere Form der Bewerbung.

Sie haben noch nie auf eine Online-Stellenanzeige reagiert? Nichts einfacher als das! Online-Stellenangebote sind meist mit einem Bewerber-Managementsystem verknüpft. Wenn Sie den Button „Online bewerben“ anklicken, gelangen Sie automatisch in dieses System und werden dann durch das Menü geführt. Danach müssen Sie nur noch das Formular ausfüllen, was vom System vorgegeben wird. In der Regel werden zunächst die persönlichen Angaben abgefragt: Name, Adresse, Alter. Dann folgen Fragen zur Schulbildung, zum Studium, zu Praktika, Berufsausbildung, Berufstätigkeit und fachlichen Kompetenzen.

Unter dem Stichwort „formale Angaben“ geht es dann um den möglichen Eintrittstermin und die Gehaltsvorstellung. Am Ende haben Sie als Bewerber die Möglichkeit, Dokumente in das System hochzuladen, zum Beispiel ein individuell auf den Arbeitgeber zugeschnittenes Anschreiben, einen Lebenslauf mit integriertem Foto, gescannte Zeugnisse oder Urkunden. Schließlich schicken Sie die gesamte Bewerbung per Knopfdruck an das Unternehmen. Beachten Sie dabei, dass Unternehmen unter Umständen nur eine begrenzte Datengröße zulassen.

**IMMER UP-TO-DATE –  
DER JOBWARE-SERVICE FÜR IHRE KARRIERE:**



### Ihre Vorteile bei der Online-Bewerbung:

- Dank der Pflichtfelder sind die Informationen in Online-Bewerbungen immer vollständig, bei Papier und E-Mail-Bewerbungen können wichtige Informationen vergessen werden.
- Eingehende Bewerbungen kann der Personaler schnell mit dem Stellenprofil abgleichen. Der ganze Prozess beschleunigt sich, und die Wartezeit wird geringer.
- Schreibt ein Personalreferent eine Stelle neu aus, wird er automatisch informiert, wenn schon passende Bewerber im System vorliegen.
- Manche Unternehmen senden eingehende Papier- und E-Mail-Bewerbungen einfach an den Bewerber zurück, da ihnen die Integration dieser Bewerbungen in den dargestellten Prozess zu aufwendig ist. Nur wenn die Papierbewerbung eines Kandidaten sehr vielversprechend ist, wird sie zur Weiterverwendung im elektronischen Prozess digitalisiert, sie ist dann aber häufig deutlich weniger ansprechend als eine „echte“ Online-Bewerbung.

In den vergangenen Jahren hat sich die Online-Bewerbung immer stärker durchgesetzt. Die meisten Unternehmen sind dennoch auf der Hut, dass ihnen gesuchte Fach- und Führungskräfte nicht deshalb durch die Lappen gehen, weil diese sich auf anderem Wege bewerben wollen. Auch die Papier- oder E-Mail-Bewerbung kann also noch immer zum Ziel führen. Letztlich müssen Sie also entscheiden, mit welchem Bewerbungsmedium Sie sich am wohlsten fühlen.

### WANN SOLLTEN SIE EINER ONLINE-BEWERBUNG KRITISCH GEGENÜBERSTEHEN?

- Sie finden keine Datenschutzerklärung.
- Die Online-Bewerbung stürzt ab oder macht einen unprofessionellen Eindruck.
- Sie haben bereits eine Papierbewerbung verschickt. Bewerben Sie sich nicht doppelt!
- Innerhalb der Online-Bewerbung erhalten Sie keine Möglichkeit, eigene Dokumente wie zum Beispiel den Lebenslauf oder ein Anschreiben hochzuladen.
- Sie begegnen in der Online-Bewerbung stellenspezifischen Fragen, die Sie nicht positiv beantworten können. Werden Sie zum Beispiel gefragt, ob Sie ein spezielles Softwaremodul beherrschen, können Sie bei einer Online-Bewerbung kaum ausweichen. Hier erhöht vielleicht eine andere Form der Bewerbung Ihre Chancen, wenn Sie Alternativen anbieten können.

**Jobs per Mail** – Verpassen Sie keine Offerte.

**Facebook** – Werden Sie Fan unserer Facebook-Seite.

**Kandidaten-Netzwerk** – Überzeugen Sie unsere Personalberater und sichern Sie sich Zugang zu exklusiven Karrierechancen.

**iPhone-/iPad-App** – Lesen Sie aktuelle Stellenanzeigen auch unterwegs.



Ihr Log-Mittel: [www.jobware.de](http://www.jobware.de)



Aufgestiegen zur

# Gebiets- verkaufsleiterin

Ein Erfahrungsbericht von  
**Katrin Krückhans, 31 Jahre**

duales Studium Wirtschaft  
**eingestiegen 2004**  
als Trainee bei  
Netto Marken-Discount  
**aufgestiegen 2009**  
zur Gebietsverkaufsleiterin

**Während meiner Schulzeit** habe ich bei einem Lebensmittelunternehmen gearbeitet, um nebenbei etwas dazuzuverdienen. Während viele Mitschüler ihre Nebenjobs häufig wechselten, hat mich die Arbeit rund um Lebensmittel direkt angesprochen und meinen Karriereweg bis heute geprägt. Nach dem Abitur entschied ich mich für eine betriebswirtschaftliche Ausbildung mit konkretem Praxisbezug: ein duales Studium Wirtschaft mit Schwerpunkt Handel an der Berufsakademie Mosbach und in einem Lebensmittelunternehmen in Heilbronn. Die Aussicht, neben den theoretischen Seminaren direkt in die Arbeitsabläufe eines Lebensmittelunternehmens eingebunden zu sein, hat mich gereizt.

#### **Begeisterung für den Vertrieb**

Während des Studiums habe ich meine Vorliebe für den Vertrieb entdeckt. Die gemeinsame Entwicklung von Konzepten, die Verantwortung für die Umsatzentwicklung und der Kontakt mit Kollegen haben mir große Freude bereitet. Besonders motivierend war es für mich, dass ich die erlernte Theorie aus dem Studium in den Praxisblöcken im Unternehmen direkt umsetzen

konnte. Meine Kommilitonen haben ihre Praxisphasen bei Handelsunternehmen absolviert und mir viel von ihren Eindrücken erzählt. Auf diese Weise habe ich erstmals Einblicke in die Welt der Lebensmitteleinzelhandelsbranche bekommen – und war begeistert. Die Schnelligkeit der Entscheidungswege und die vertrieblichen Abläufe waren genau mein Ding, und mein Berufswunsch bekam immer stärkere Konturen. Nach einigen Recherchen und Gesprächen mit verschiedenen Personalern stand mein Entschluss fest, nach dem Studium bei Netto Marken-Discount zu arbeiten. Mein erster Impuls war, nach dem Abschluss den Direkteinstieg zu wählen. Aber nach einem Beratungsgespräch mit der Personalabteilung habe ich mich für ein Traineeprogramm entschieden. Im Nachhinein kann ich diesen JobEinstieg jedem empfehlen.

#### **KariereEinstieg als Trainee**

Während der Traineezeit habe ich viele Erfahrungen gesammelt, die mir noch heute hilfreich sind. Mein erster Einsatz war in den Märkten – verbunden mit vielen neuen Eindrücken und Erfahrungen. In den ersten Wochen habe ich



Seien Sie anspruchsvoll.

Süddeutsche Zeitung



# BERUF SZIEL

Eine Verlagsbeilage in der Süddeutschen Zeitung

Der mediale Mentor für Young Professionals  
Print + App + E-Paper + Social-Media-Präsenz

Jetzt schon  
Ausgabe 01.13  
buchen!

Erscheinungstermine:

01.13 Samstag, 16.03.2013

02.13 Samstag, 21.09.2013

Kontakt: Transmedia Verlag GmbH & Co. KG  
Fon: 0221/4722-300 | Fax: 0221/4722-370  
[www.berufsziel.de](http://www.berufsziel.de) | [info@berufsziel.de](mailto:info@berufsziel.de)

## Aufsteigen

**KATRIN KRÜCKHANS**  
hat nach ihrem dualen  
Wirtschaftsstudium bei Netto Marken-  
Discount als Trainee angefangen und arbeitet  
dort jetzt als Gebietsverkaufsleiterin.



*„Besonders freut mich, dass ich durch den Kontakt mit vielen Kollegen und Kunden meine Menschenkenntnis verbessern konnte.“*

somit direkt an der Basis die Grundkenntnisse des Filialgeschäfts erlernt: von der Warenbestellung über Kundenkontakt bis hin zur Warensortierung. Diese Zeit war ganz schön herausfordernd, aber nach ein paar Wochen konnte ich die Abläufe aus dem Effeff.

Vor meiner ersten Urlaubsvertretung als Marktleiterin war ich ziemlich aufgeregt: Plötzlich war ich als stellvertretende Chefin für über zehn Mitarbeiter und für den Umsatz verantwortlich. Aber an diesen neuen Aufgaben bin ich gewachsen. Nach einiger Zeit konnte ich schon den Verkaufsleitern zuarbeiten und habe sie dabei unterstützt, die Unternehmensziele umzusetzen. Unsere Verkaufsleiter sind für den Erfolg von mehreren Filialen einer Region verantwortlich. Durch die Zusammenarbeit mit den Vertriebskollegen habe ich immer mehr über die Abläufe im Unternehmen gelernt. Als ich das erste Mal einen Verkaufsleiter vertreten habe, war ich schon stolz, dass alles so gut geklappt hat.

### **Gute Menschenkenntnis**

Besonders freut mich, dass ich durch den Kontakt mit vielen Kollegen und Kunden meine Menschenkenntnis verbessern konnte. In den Monaten als Trainee habe ich gemerkt, wie sehr mir die zwischenmenschliche Zusammenarbeit liegt. Insbesondere die Förderung und Entwicklung von Mitarbeitern machte mir bereits in dieser intensiven

Einarbeitungsphase viel Spaß. Insgesamt war es ein spannendes Jahr, das meinen Blick für meine heutigen Aufgaben verbessert hat.

Nach dem Traineeprogramm startet jeder Absolvent bei Netto Marken-Discount als Verkaufsleiter und ist für sechs bis acht Filialen verantwortlich. Ab dem ersten Tag stand ich meinen Filialteams beratend zur Seite und half bei Personalfragen und Umsatzentwicklung genauso wie bei Frischeckontrollen, Revisionen und weiteren Fragen, die sich immer wieder aus dem Tagesgeschäft neu ergeben. Das Tolle an dem Job ist, dass jeder Tag neue Herausforderungen bringt. Als Verkaufsleiterin konnte ich schon sehr jung Verantwortung übernehmen. Gleichzeitig hatte ich durch den engen Kontakt mit dem Gebietsverkaufsleiter ein „Sicherheitsnetz“ bei Herausforderungen, die noch ein Stück zu groß für mich waren. Gemeinsam haben wir uns auch kreative Vertriebsideen ausgedacht und verschiedene Filialevents umgesetzt. Der gute Draht zu den eigenen Mitarbeitern ist als Vertriebler das A und O. Darum ist es aus meiner Sicht wichtig, eine gewisse Mobilität mitzubringen, um regelmäßig die Filialen zu besuchen.

Ich schätze an meinem Arbeitgeber, dass jeder Mitarbeiter gefördert wird, der sich engagiert einsetzt. Diese Chance habe ich genutzt, und 2009

bin ich zur Gebietsverkaufsleiterin aufgestiegen. In dieser Führungsposition bin ich für über 60 Filialen und fast 650 Mitarbeiter verantwortlich. Heute betreue ich unter anderem die jungen Akademiker und Teilnehmer des dualen Studiums, die frisch nach der Uni bei uns anfangen oder ihre Ausbildung bei uns absolvieren, und vermittele ihnen das nötige Know-how für die täglichen vertrieblichen Aufgaben.

### **Positives Arbeitsklima**

Mir macht mein Beruf große Freude und ich setze mich besonders gerne für die Ausbildung und Weiterentwicklung aller meiner Mitarbeiter ein. Mir ist wichtig, dass die Zusammenarbeit im Team partnerschaftlich ist. Zudem lege ich großen Wert auf einen engen Kontakt zu den Verkaufsleitern, Marktleitern und Filialmitarbeitern – nur so kann ich erfolgreich die Unternehmensziele mit meinem Team umsetzen. Gemeinsam mit weiteren Gebietsverkaufsleitern tausche ich mich regelmäßig aus, sodass wir uns gegenseitig mit unseren Erfahrungen unterstützen. Und wenn ich dann doch mal eine Frage habe, kann ich mich jederzeit an meinen Vorgesetzten wenden. Das gute Arbeitsklima und die Möglichkeit, in Eigenverantwortung ein so großes Team zu führen, bestätigen mich täglich aufs Neue, den richtigen Beruf gewählt zu haben.



# DU WILLST NACH HAMBURG?



# WIR HABEN DEN JOB!

DEIN PREMIUM-EINSTIEG IN DIE IT-/STRATEGIEBERATUNG. IN NORDDEUTSCHLAND.

Überzeuge in kleiner und ausgewählter Runde 10 Top Beratungshäuser von deinen Fähigkeiten und deiner Persönlichkeit. Führe an zwei Tagen intensive Jobgespräche und beweise in Workshops Expertise und Können. Hier knüpfst du engen und zielführenden Kontakt für deine Karriere.



► Jetzt anmelden und Premium-Service mit kostenloser Übernachtung, Reisekostenzuschuss u.v.m. sichern! Erfahre mehr unter [talents.de](http://talents.de)

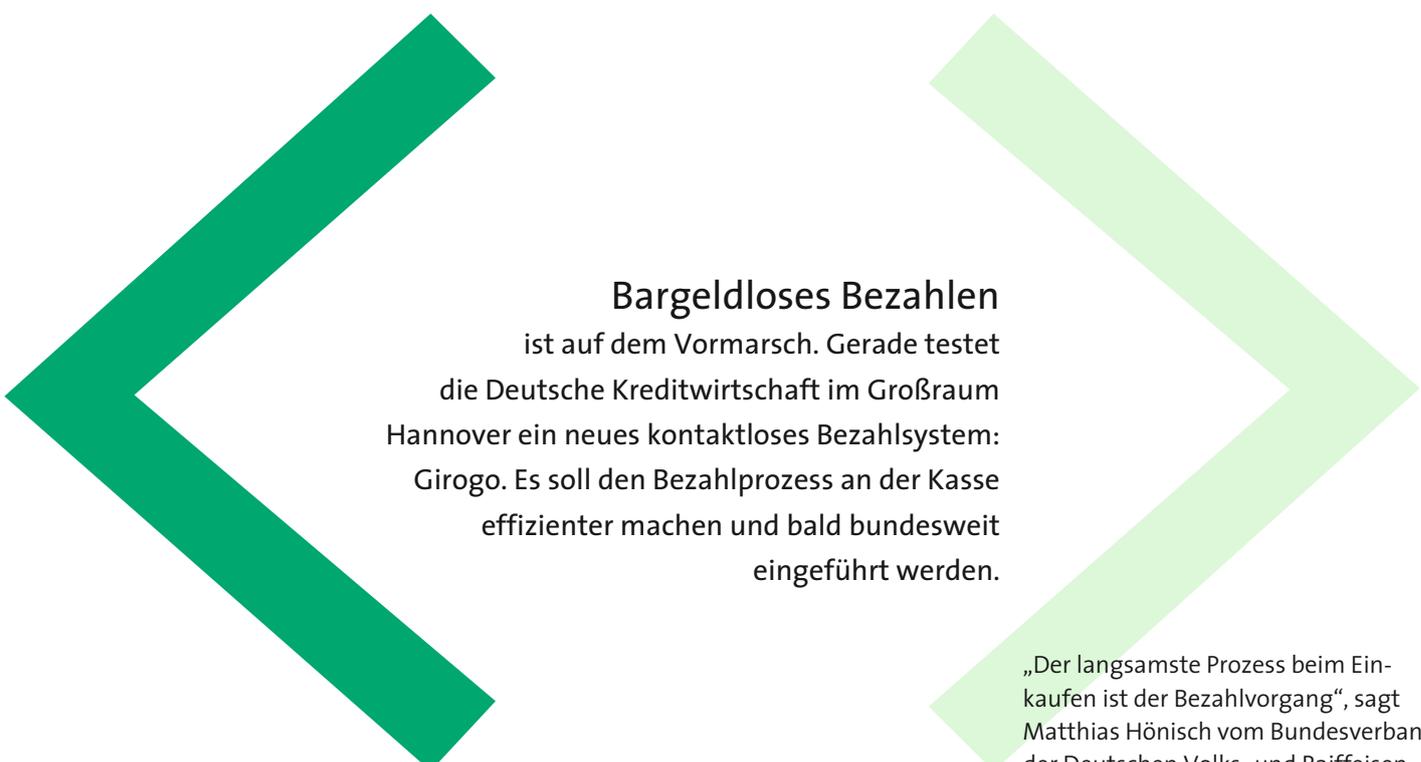
TALENTS für Hamburg, IT-/Strategieberatung,  
**am 18. und 19. April 2013**

Mövenpick Hotel im Wasserturm, Hamburg

**TALENTS**  
für HAMBURG

IT-/Strategieberatung

# Drahtlos bezahlen



**Bargeldloses Bezahlen**  
ist auf dem Vormarsch. Gerade testet die Deutsche Kreditwirtschaft im Großraum Hannover ein neues kontaktloses Bezahlssystem: Girogo. Es soll den Bezahlprozess an der Kasse effizienter machen und bald bundesweit eingeführt werden.

Von **Christiane Martin**

„Der langsamste Prozess beim Einkaufen ist der Bezahlvorgang“, sagt Matthias Hönisch vom Bundesverband der Deutschen Volks- und Raiffeisenbanken (BVR). „Dem ständigen Optimierungsbedarf in diesem Bereich begegnen wir jetzt mit unserem neuen System Girogo.“ Dahinter verbirgt sich eine sogenannte kontaktlose Bezahlfunktion, die von der Deutschen Kreditwirtschaft entwickelt wurde. „Der BVR gehört neben vier weiteren Spitzenverbänden zur Deutschen Kreditwirtschaft, und eine unserer Aufgaben ist es, im Zahlungsverkehr für einheitliche und immer bessere Infrastrukturen zu sorgen“, erklärt der Zahlungsverkehrsexperte. Girogo werde als neue Möglichkeit zurzeit in einem Pilotprojekt im Raum Hannover getestet.

#### **Funktechnologie im Einsatz**

Und so geht's: Der Kunde lädt auf seine Girocard einen Geldbetrag von bis zu 200 Euro. Die teilnehmenden Handelsunternehmen sind mit speziellen Terminals ausgestattet. Der





Kunde hält seine Girocard vor das Lesegerät des Terminals – ohne sie in ein Gerät einführen zu müssen, also kontaktlos –, und der zu zahlende Betrag im Wert von bis zu 20 Euro wird von seiner Karte abgebucht. Die dabei genutzte Technologie ist eine Kurzstreckenfunkübertragung, genauer gesagt eine Art RFID (Radio Frequency Identification). Das ist ein drahtloses Datenübertragungssystem, bei dem beliebige Objekte mit einem kleinen Chip versehen werden, auf dem Daten gespeichert sind. Mit speziellen Lesegeräten können diese ausgelesen werden. „Verwendet wird diese Technologie beispielsweise in Stadien für die Zutrittskontrolle, aber auch für den Getränkeverkauf“, erklärt Matthias Hönisch. Das System eigne sich hervorragend auch für Girogo und komme deshalb hier zum Einsatz.

Seit April 2012 läuft nun das Pilotprojekt, um Girogo auf Praxistauglichkeit zu testen. Im Raum Hannover wurden dazu 1,3 Millionen Kunden von zehn Sparkassen und einigen Ortsbanken mit der richtigen Karte ausgerüstet. In bestimmten Filialen der teilnehmenden Unternehmen wie Edeka, dm oder Esso können sie nun kontakt- und bargeldlos Beträge bis zu 20 Euro bezahlen.

#### **Sicherheit gewährleistet**

„Die Terminals sind wenig stör anfällig, und die Übertragung ist sicher,“ verspricht Matthias Hönisch. „Das kontaktlose Bezahlen mit Girogo ent-

spricht den hohen Sicherheits- und Datenschutzstandards der Deutschen Kreditwirtschaft. Es ist eine Prepaid-Lösung, das heißt, dass beim Bezahlen lediglich auf das zuvor vom Kunden geladene Prepaid-Guthaben auf der elektronischen Geldbörse zugegriffen wird. Bei einer kontaktlosen Transaktion mit Girogo werden also keine Beträge vom Girokonto des Kunden gebucht.“ Sofern beim Bezahlen an der Kasse eine Karte versehentlich mehrmals hintereinander an das Bezahlterminal gehalten wird, löse nur das erste Signal eine Transaktion aus. Zum Bezahlen mit Girogo benötige der Händler außerdem ein Sicherheitsmodul, die sogenannte Händlerkarte. „Alle für die Transaktion benötigten Daten werden auf Basis internationaler Sicherheitsvorgaben verschlüsselt an das Händlerterminal übertragen“, so Matthias Hönisch weiter. Den wesentlichen Vorteil für den Kunden fasst er so zusammen: „Der Kunde kann schneller bezahlen und muss nicht warten.“ Wer also nur mal schnell ein Getränk oder einen Schokoriegel im Supermarkt um die Ecke holen will, dürfte mit dem neuen Bezahlssystem tatsächlich gut dran sein.

#### **Bargeldlos ist einfacher**

„Es geht aber auch darum, den bargeldlosen Zahlungsverkehr weiter auszudehnen“, erklärt Alexandra Antonatus von Edeka. Und da ist gerade bei den Einkäufen, deren Wert unter 20 Euro liegt, ein großes Potenzial – werden diese doch zu 98 Prozent bisher

mit Münzen und Scheinen beglichen. Für die Handelsunternehmen ist das Be- und Entsorgen von Bargeld aber eine aufwändige Angelegenheit. „Da freut man sich über jeden, der mit Karte bezahlt. Mit Girogo kommt eine weitere Möglichkeit hinzu, die wir für sehr erfolversprechend halten.“ Edeka nimmt deshalb auch am laufenden Pilotprojekt mit etwa 250 Filialen teil. „Nicht zuletzt natürlich auch, weil wir unseren Kunden mit der schnelleren Abfertigung an der Kasse mehr Service bieten wollen.“

Ein abschließendes Urteil über das Pilotprojekt möchte man noch nicht abgeben. „Da muss man erst einmal bis zum Ende im April 2013 warten“, sagt Alexandra Antonatus. Einen Verbesserungsvorschlag hat sie aber schon: „Der Betrag von 20 Euro, bis zu dem man mit Girogo bezahlen kann, sollte erhöht werden.“

#### **Bald bundesweit**

Nach Auslaufen des Pilotprojekts ist der bundesweite Einsatz von Girogo geplant. Die Sparkassen in Deutschland rüsten dazu bereits jetzt ihre Girocards – die frühen EC-Karten – mit dem entsprechenden Chip aus. In den kommenden Jahren sollen sämtliche 45 Millionen Karten der Sparkassen-Finanzgruppe mit der neuen Funktion ausgestattet werden. Das entspricht der Hälfte aller im Markt befindlichen Girokarten.



# Zwei Herzen

**Claudia Vinke-Fehlauer,**  
33 Jahre, hat Betriebswirtschaft  
an der Universität Hamburg mit  
dem Schwerpunkt Marketing  
studiert. Heute arbeitet sie  
als Business Engineer CRM  
im Bereich Service & Operations  
beim multimedialen  
Versandhändler HSE24.

**Auch heute noch** schlagen zwei Herzen in mir: Ich habe eine sehr pragmatische, analytische Seite, und gleichzeitig bin ich kommunikativ, kreativ und probiere gern Neues aus. Mit meinem Studium der Betriebswirtschaftslehre und dem Schwerpunkt Marketing konnte ich genau diese beiden Seiten abdecken.

Ich entschied mich nach dem Uni-Abschluss dann zunächst für ein Traineeprogramm bei einem Möbelhersteller. Besonders die Wochen in der Produktion und die Kundenbesuche mit den Vertrieblern waren unglaublich lehrreich. Hier habe ich gemerkt, dass mein persönliches Interesse an interdisziplinärem Arbeiten auch eine meiner Stärken ist. Eine Personalberatung hat mich damals angesprochen und mir eine Stelle bei HSE24 angeboten, einem multimedialen Handelshaus, das über TV, Internet und Mobile Devices ein breites Produktsortiment vertreibt.

Die Stelle im Customer Relationship Management (CRM) war genau das, was ich gesucht hatte und bot gleichzeitig eine logische berufliche Weiterentwicklung. Denn CRM verbindet die Teildisziplinen Marketing, Vertrieb und Service miteinander und bietet gleichzeitig die Möglichkeit, wirklich übergreifend und vernetzt zu arbeiten. Unter CRM verstehen wir eine Unternehmensstrategie, die auf den

systematischen Aufbau und die Pflege dauerhafter und profitabler Kundenbeziehungen zielt. In unserer Abteilung entwickeln wir dazu kontinuierlich neue Konzepte, nehmen Prozessoptimierungen vor und setzen diese direkt in den Projekten um. Damit unterstützen wir aktiv die operativen Bereiche und schaffen auch neue Wachstumsmöglichkeiten.

Ein Beispiel: Ein großer Erfolg der letzten Monate war die Einführung eines unternehmensweiten Kundenmanagements. Getreu der Aussage von Henry Ford „Der Verkauf eines Produktes ist nicht der Abschluss eines Geschäftes, sondern der Beginn einer Beziehung“ wurden Maßnahmen entwickelt, die eine abteilungsübergreifende Sicht auf den Kunden und anschließend den gezielten Aufbau nachhaltiger und wertorientierter Kundenbeziehungen ermöglichen. Schon der Projekttitel MARIA zeigt, dass hier der Kunde im Mittelpunkt steht, denn Maria ist der häufigste Kundename bei uns.

Insgesamt kommen bei meinem derzeitigen Aufgabenprofil auch meine Fähigkeiten als Wirtschaftswissenschaftlerin zum Einsatz. Zu sehen, wie sich aus einem ersten Gedanken eine Idee formt und diese Idee langsam, aber stetig konkrete Formen annimmt, auch andere Abteilungen überzeugt und schließlich in die Umsetzung geht, macht mir am meisten Spaß.

## Haben Sie das Berater-Gen?

Top-Unternehmen treffen Top-Kandidaten

Exklusive Recruiting-Veranstaltung mit Einzelinterviews



Auszug unserer Referenzen:

 **accenture**  
High performance. Delivered.

**Basycon**

Deutsche Post DHL  
INHOUSE  
CONSULTING

**d-fine**  
we define consulting

 EBNER  
STOLZ  
MÖNNING  
BACHEM

 **FINBRIDGE**  
based on competence and commitment

 **INVERTO**

 **PPI** AG

 **pwc**

 **SENACOR**

 **SimCorp**





## Thomas Gutberlet:

# Ein Vorreiter für Bio-Produkte“

Thomas Gutberlet führt in dritter Generation das Handelsunternehmen Tegut, das rund 300 Lebensmittelmärkte betreibt. Das Besondere: ein reichhaltiges Bio-Sortiment. Über die Tegut-Philosophie, die dahintersteckt, sprach mit ihm Christiane Siemann.



**Herr Gutberlet, Sie führen die Handelsgruppe Tegut, die als erste Produkte aus der biologisch-dynamischen Landwirtschaft vertrieb.**

**Wie kam es dazu?**

In der Nachkriegszeit hat mein Großvater das Unternehmen gegründet, und seine christlich-katholischen Werte sind in die Unternehmenskultur eingegangen. Mein Vater hat 30 Jahre später diese Werte in moderner anthroposophischer Form interpretiert. Das heißt unter anderem: Ein denkender und handelnder Mensch ist auch für die Entwicklung von Körper und Geist verantwortlich. Auf der Suche nach Lebensmitteln, die den Lebensbedingungen der Menschen entsprechen, ist mein Vater dann auf das gestoßen, was man heute kurz als „Bio“ bezeichnet. Er begann, sich für die Grundlagen zu interessieren, und hat ein Bio-Sortiment etabliert. Auf diesem Weg wurden wir ein echter Vorreiter für Bio-Produkte.

**Haben die Verbraucher von damals „Bio“ akzeptiert?**

Obwohl die biologisch-dynamische Landwirtschaft bereits mehr als 100 Jahre alt ist, hat sie für den Verbraucher viele Jahrzehnte keine maßgebliche Rolle gespielt. Das Angebot von Tegut wurde als sehr exotisch empfunden. Das war die Zeit, als in Großstädten die ersten Müsli-Läden eröffneten, die häufig belächelt wurden. Damals wussten wenige Kunden Bio-Produkte zu schätzen, aber sie haben dann jedes Jahr mehr Freunde gefunden. Heute beträgt unser Umsatzanteil aus dem Bio-Sortiment rund 25 Prozent.

**Machen Ihnen die Bio-Sortimente anderer Supermärkte heute Konkurrenz?**

Nein, nicht wirklich. Uns unterscheidet von anderen, dass wir absolute Spezialisten beim Handel mit nachhaltigen Lebensmitteln sind. Von unseren 3000 Bio-Artikeln gibt es viele, die auch in den nächsten zehn Jahren in keinem Supermarkt, die in der Regel zehn



Thomas Gutberlet leitet das Handelsunternehmen Tegut mit Hauptsitz in Fulda.

Prozent davon führen, zu finden sein werden. Es ist jedoch nicht nur eine Frage der Menge: Zu unserer Philosophie gehört beispielsweise auch, dass wir Wert auf Saatgut aus biologischer Züchtung legen. Für uns bedeutet biologische Nachhaltigkeit überdies der Verzicht auf Gentechnik, die Förderung des ökologischen und traditionellen Landbaus und die Schonung natürlicher Ressourcen. Beispielsweise nutzen wir seit mehr als zehn Jahren FSC-zertifiziertes Papier. Das Logo des Forest Stewardship Council – kurz FSC – signalisiert, dass es sich um Holzprodukte handelt, die aus nachhaltiger Waldnutzung stammen. Die Ressourcen werden geschont, und bei der Waldbewirtschaftung wird das soziale und ökonomische Wohlergehen der Waldarbeiter und der lokalen Bevölkerung langfristig erhalten und vergrößert. Bei der Herstellung von Recyclingpapier lassen sich im Vergleich zu Frischfaserpapier jeweils rund 60 Prozent Energie und Wasser einsparen. Durch die Verwendung von Recyclingpapier kann Tegut pro Jahr 359 Tonnen Frischholz einsparen.

#### **Müssen BWL-Absolventen, die bei Tegut arbeiten wollen, die Grundsätze der Nachhaltigkeit „inhaliert“ haben?**

Wir ziehen als Unternehmen Mitarbeitende an, die eine Affinität zum Thema Bio und Nachhaltigkeit haben. Es kommen natürlich auch andere, die erst bei uns darauf aufmerksam werden und sich in Schulungen und Weiterbildungen damit auseinandersetzen. Genauso wichtig wie die Aner-

kennung unserer Philosophie ist für uns als Handelsunternehmen generell Reaktionsschnelligkeit und Freude am selbstständigen Arbeiten mit der Lust, Ideen einzubringen, für die es auch den Freiraum zur Umsetzung gibt. Natürlich müssen unsere Mitarbeitenden den Kontakt mit Menschen lieben. Handel bedeutet nicht, im stillen Kämmerlein Analysen zu erstellen, sondern mit Kunden ebenso wie mit den Kolleginnen und Kollegen der zentralen Dienste, der Produktionsbetriebe und der Märkte zu arbeiten.

#### **Zeigt sich die Nachhaltigkeit auch in der Personalentwicklung?**

Mit dem Eintrittsdatum ins Unternehmen werden Absolventen in das Tegut-Förderprogramm aufgenommen. Der Förderzeitraum ist abhängig von der Funktion, die sie anstreben. Sie werden vor Ort von einem Ausbilder begleitet, und die Weiterbildung erfolgt in der Tegut-Akademie. Wer den Weg als Nachwuchsführungskraft gehen möchte, wird gründlich vorbereitet und qualifiziert. Beispielsweise lernen Berufseinsteiger in Seminaren Führungskultur, Mitarbeiterkoordination, betriebswirtschaftliche Kennziffern, Warensteuerung sowie Verantwortung für Warenfächer.

#### **ZUR PERSON**

Der Enkel von Theo Gutberlet ist seit Ende August 2009 Vorstandsvorsitzender der Tegut Gutberlet Stiftung & Co. KG. Ins Unternehmen stieg er vor rund 15 Jahren mit der Leitung des Bereichs „Marketing & Merchandising“ ein, später verantwortete er „Finanzen & Rechnungswesen“ und seit November 2002 als Vorstand den Bereich Sortiment & Marketing. Thomas Gutberlet ist verheiratet und hat zwei Kinder.

#### **ÜBER TEGUT**

Das Handelsunternehmen wurde 1947 von Theo Gutberlet unter dem Namen „Thegu“ gegründet. Sein Sohn Wolfgang erweiterte als einer der ersten Unternehmer im großen Stil die Warenpalette der Supermärkte um Bio-Produkte. Heute hat die Handelsguppe rund 300 Märkte und ist in Hessen, Thüringen, Nordbayern sowie in Göttingen und Mainz zu finden. Derzeit sind 6353 Mitarbeitende für Tegut tätig. Das Unternehmen befindet sich in dritter Generation im Besitz der Familie Gutberlet sowie der Gutberlet-Familienstiftung. Im Oktober 2012 wurde vereinbart, dass die Migros Genossenschaft Zürich das Handelsgeschäft der Tegut Gutberlet Stiftung & Co. KG zum 1. Januar 2013 übernehmen wird. Tegut wird weiterhin mit seinem Namen und derselben strategischen Ausrichtung sowie unter der Leitung von Thomas Gutberlet weitergeführt werden.

*„Genauso wichtig wie die Anerkennung unserer Philosophie ist für uns Reaktionsschnelligkeit und Freude am selbstständigen Arbeiten mit der Lust, Ideen einzubringen.“*



## Projekt

Das Motto für alle, die fit und leistungsfähig bleiben wollen, lautet: Gesund und mit Genuss essen. Aber wie geht das? Wir zeigen Ihnen in diesem Special-Artikel, wie man die Work-Life-Balance hält und was man dazu braucht – zum Beispiel ein wenig Zeit und Ruhe, aber auch gute Produkte, die viele Handelsunternehmen anbieten.

Von **Ulrike Gonder**, Ernährungswissenschaftlerin und Autorin



# Gesund essen: Bloß kein Stress!

„Essen und Trinken hält Leib und Seele zusammen“ heißt es in einem Opernlibretto von 1690 – mittlerweile ist daraus ein bekanntes Sprichwort geworden. Und die Ernährungswissenschaft bestätigt: Es stimmt. Essen entspannt. Die gütige Natur hat das Essen mit Lustgefühlen gekoppelt, die dafür sorgen, dass wir es immer wieder tun. Zur Entspannung kommt die Aktivierung der Belohnungszentren in unserem Hirn, die besonders auf süß und fettig stehen. Dass in stressigen und frustrierenden Zeiten vermehrt zur Schokolade gegriffen wird, erklärt sich damit von selbst. Doch wollten wir nicht auch gesund essen?

Wer kleine Mengen Süßes oder Salziges knabbert, braucht sich nicht zu sorgen. Das ist völlig in Ordnung. Wer jedoch von Schokolade, Gummibärchen, Rosinenschnecken, Pizza oder Chips lebt, versorgt seinen Körper nicht gut. Selbst wenn die Kalorienbilanz stimmt, kommen damit zu wenige wichtige Nährstoffe rein: zu wenig Magnesium, ein Mineralstoff, der bei Stress vermehrt verbraucht wird. Zu wenig Eiweiß, das die nötigen Bausteine für stimmungsaufhellende und leistungsfördernde Botenstoffe liefert. Zu wenig hochwertige Fette, die unser Hirn zur Signalverarbeitung braucht. Um es kurz zu machen: Vor allem bei hoher Arbeitsbelastung sollte die Nährstoffversorgung exzellent sein.

Lebensmittel, die besonders viele Nährstoffe enthalten, sind nicht etwa nur Gemüse, Salate und Obst, sondern auch Fisch, Fleisch, Nüsse, Eier, Milch und Milchprodukte, Butter und gute Öle. Ideal ist es, täglich drei Handvoll Gemüse und Salat, zubereitet mit gutem Öl, zwei Handvoll Obst und zu jeder Mahlzeit eine Portion Eiweiß in Form von Fisch, Fleisch, Eiern, Käse oder Nüssen zu essen. Das ist die Basis für nährstoffreiche Mahlzeiten. Alles, was dazu kommt, sind „Luxuskalorien“. Und bitte das Wassertrinken nicht vergessen, es ist die einfachste und billigste Maßnahme gegen Kopfschmerzen und Leistungseinbußen.

Wer Glück hat, kann dort, wo er arbeitet, eine gute Kantine besuchen. Kommt nach dem Mittagessen die „Fressnarkose“, hat man zu üppig gegessen. Dann kann es hilfreich sein, weniger Nudeln, Kartoffeln, Reis, Knödel und Pudding zu essen und dafür mehr Gemüse, Milchprodukte oder Obst zu nehmen. Wem das Kantinenessen nicht schmeckt, der sollte sich etwas Leckeres von zu Hause oder unterwegs mitbringen und sich ein ruhiges Plätzchen zum Essen suchen. Denn vor dem PC Verschlungenes rauscht an den Geschmackspapillen fast unerkannt vorbei. Man merkt auch nicht richtig, wann und ob man satt ist.



Für Notfälle sollten in irgendeiner Schublade Nüsse, Studentenfutter, Eiweißriegel oder Eiweißpulver für einen schnellen Drink liegen. Diese „Notlösungen“ sind allemal besser als Weingummis oder Kekse. Sie sind nahrhafter und nährstoffreicher, sättigen besser und länger und sind doch ebenso schnell gefuttert. Sein Gemüse kann man dann auch abends noch essen, denn es ist egal, ob abends oder mittags warm gegessen wird.

Zum Abendessen passt dann auch ein Glas Wein oder Bier. Alkoholisches entspannt, die Kunst liegt jedoch gerade hier im Maßhalten. Viele Studien haben gezeigt, dass maßvoller Genuss mit einer besseren Herz- und Gefäßgesundheit einhergeht. Maßvoll bedeutet für Männer eine Alkoholmenge, wie sie etwa in 0,2 bis 0,4 Litern Wein steckt, und für Frauen entsprechend 0,1 bis 0,2 Liter Wein. Mehr ist schädlich, auch das ist gut untersucht. Und wem der Stress bereits den Blutdruck in die Höhe getrieben hat, muss ganz besonders aufpassen und weniger trinken. Übrigens ist Alkohol kein gutes Schlafmittel. Er mag beim Einschlafen helfen, stört aber das Durchschlafen und damit einen der besten Stresskiller, den wir haben: einen erholsamen Nachtschlaf.

Wer morgens keinen Bissen runterbekommt, sollte wenigstens etwas Nahrhaftes trinken, also einen Kakao, ein Milchmixgetränk, ein paar Instanthaferflocken mit Saft oder einen Smoothie. Außerdem ist es wichtig,

etwas Nahrhaftes zur Hand zu haben, wenn der Hunger dann zuschlägt, sonst wird man unleidlich. Womit wir beim Thema Planung wären: Wer weiß, dass stressige Zeiten kommen, sollte vorher einkaufen gehen und sich Kühl- und Tiefkühlschrank vollpacken: mit Gemüse, Obst und Fisch, Milchprodukten und Selbstgekochem. Auch gute Fertigprodukte sind sinnvoll, wenn sie aus Grundnahrungsmitteln hergestellt sind und ohne Aromen und Geschmacksverstärker auskommen – und die eine oder andere Pizza ist auch in Ordnung. Übrigens ist Stress ein schlechter Begleiter bei Tisch: Ein gestresster Körper ist hormonell auf Flucht oder Kampf eingestellt, wie soll er da eine Mahlzeit verdauen? Stresshormone blockieren die Verdauung und sorgen dafür, dass die Muskeln gut mit Energie und Sauerstoff versorgt werden. Deswegen ist körperliche Bewegung ideal zum Stressabbau, es ist die effektivste und natürlichste Antistressmaßnahme. Also: Erst einmal eine Runde um den Block marschieren oder beim Sport abreagieren und dann in Ruhe essen – mit Genuss und ohne schlechtes Gewissen.

**Ulrike Gonder** ist Diplom-Ökotrophologin. Sie arbeitet als freie Wissenschaftsjournalistin, Referentin und Dozentin und hat zahlreiche Bücher geschrieben. Eine Übersicht über ihre Veröffentlichungen sowie Infos und Artikel finden Sie auf ihrer Website [www.ernaehrgesund.de](http://www.ernaehrgesund.de) und bei Facebook unter [www.facebook.com/Ernaehrung.kontrovers](https://www.facebook.com/Ernaehrung.kontrovers).

## BUCHTIPPS

Sogenanntes „Functional Food“ tut nicht nur Gutes. Hans-Ulrich Grimm zeigt in seinem neuen Buch, wann Kalzium, Vitamine und andere Zusatzstoffe der Gesundheit wirklich nutzen und wann sie eher schaden.

Hans-Ulrich Grimm: Vom Verzehr wird abgeraten: Wie uns die Industrie mit Gesundheitsnahrung krank macht. Droemer 2012. ISBN 978-3426275566. 18,00 Euro [www.food-detektiv.de](http://www.food-detektiv.de)

Als Allgemeinarzt kennt Dr. Gunter Frank die Probleme, die viele Menschen mit ihrem Gewicht haben. In seinem Buch zeigt er: Am gesündesten und am besten für die Figur ist es, das zu essen, worauf man am meisten Appetit hat.

Gunter Frank: Lizenz zum Essen. Stressfrei essen, Gewichtssorgen vergessen. Piper 2009. ISBN 978-3492253703. 9,99 Euro [www.lizenz-zum-essen.de](http://www.lizenz-zum-essen.de)

Christian Rach ist Koch, Coach, Restauranttester und Buchautor. In seinem neuesten Kochbuch hat er Rezepte für eine gesunde und ausgewogene Ernährung zusammengestellt. Auf [www.christianrach.de](http://www.christianrach.de) und bei Facebook unter „Rach getestet“ leistet er zusammen mit dem SGS Institut Fresenius einen Beitrag zu gesünderer Ernährung und hilft Verbrauchern bei der Auswahl hochwertiger Lebensmittel.

Christian Rach: Besser: besser essen. Edel 2011. ISBN 978-3841901354. 19,99 Euro



# Checkliste Bewerbung

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](http://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 beigefügt?
- 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 beigefügt?
- 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 beigefügten Kopien in einer angemessenen Qualität?



## ALDI GmbH & Co. KG Unternehmensgruppe ALDI SÜD

Am Seegraben 16  
63505 Langenselbold  
Internet: [karriere.aldi-sued.de](http://karriere.aldi-sued.de)

### Kontakt

Annika Jung  
Fon: 06184 804-223  
E-Mail: [karriere@aldi-sued.de](mailto: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 1800 Filialen in West- und Süddeutschland. Hinzu kommen 46 internationale Gesellschaften mit über 2770 Filialen – und es werden national und international stetig mehr.

### Anzahl der MitarbeiterInnen

31.700

### Bedarf an HochschulabsolventInnen

70 bis 100 im Jahr 2012

### 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 statt. Termine und Bewerbungen unter [karriere.aldi-sued.de](http://karriere.aldi-sued.de)

Siehe Anzeige Seite 5





## Enterprise Autovermietung Deutschland GmbH

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

### Kontakt

Recruiting-Mitarbeiter/innen 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

7600 Standorte in Deutschland, Großbritannien, Irland, den USA und Kanada, davon 180 Standorte in Deutschland

### Jahresumsatz

Über 14,1 Mrd. US-Dollar (Geschäftsjahr 2011)

### Anzahl der MitarbeiterInnen

Über 70.000 weltweit, davon ca. 1300 in Deutschland

### Bedarf an HochschulabsolventInnen

Wir suchen frischgebackene Hochschulabsolventen (m/w) oder auch gestandene Profis (m/w) aus der Dienstleistungs- oder Vertriebsbranche.

### Gesuchte Fachrichtungen

Bevorzugt Wirtschaftswissenschaften, aber auch Offenheit gegenüber anderen Fachrichtungen

### Einsatzmöglichkeiten

Deutschlandweit – in den Bereichen Vertrieb, Kundenservice, Direktmarketing, Management, Personalwesen, Finanzen und Controlling

### Einstiegsprogramme

Management-Traineeprogramm

### Mögliche Einstiegstermine

Ganzjährig

### Auswahlverfahren

Mehrstufiges Bewerbungsverfahren mit Assessment Center

### Angebote für StudentInnen

Einstieg über Management-Traineeprogramm, Praktikum, Werkstudententätigkeit

Siehe Anzeige Seite 7



## Netto Marken-Discount AG & Co. KG

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

### Kontakt

Martina Zwack  
Fon: 09471 320-340  
Fax: 09471 320-6339

### Branche

Lebensmitteleinzelhandel

### Anzahl der Standorte

Bundesweit 18 Standorte; Unternehmenszentrale: Ponholz (15 km nördlich von Regensburg); Niederlassungen: Kitzingen, Dettingen, Tübingen, Berlin, Coswig, Thiendorf, Erfurt, Guteborn, Wörth, Worms, Kerpen, Bottrop, Krefeld, Verden, Hodenhagen, Bielefeld und Hamm

### Jahresumsatz

10 Mrd. Euro

### Anzahl der MitarbeiterInnen

Über 65.500 Mitarbeiter

### Bedarf an HochschulabsolventInnen

Ca. 70 pro Jahr

### Gesuchte Fachrichtungen

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

### Einsatzmöglichkeiten

Vertriebsaußendienst; verschiedene Bereiche der Verwaltung

### Einstiegsprogramme

Traineeprogramm zum Verkaufsleiter (m/w) sowie verschiedene Traineeprogramme in der Verwaltung; Direkteinstieg im Vertrieb und in der Verwaltung

### Mögliche Einstiegstermine

Traineeprogramme zum 01.01., 01.04., 01.07., 01.10. eines Jahres; Direkteinstieg laufend möglich

### Auswahlverfahren

Mehrstufiges Auswahlverfahren mit Fokus auf das persönliche Gespräch, kein AC

### Angebote für StudentInnen

Praktika, Abschlussarbeiten mit Themenvorschlägen

Siehe Anzeige Umschlagseite 3



## Norma Lebensmittelfilialbetrieb Stiftung & Co. KG

Heisterstraße 4  
90441 Nürnberg  
Internet: www.karriere-bei-norma.de

### Kontakt

Frau Glaser  
Fon: 0911 97190-32  
Fax: 0911 97190-44  
E-Mail: personalentwicklung@norma-online.de

### Branche

Lebensmitteldiscount

### Produkte/Dienstleistungen

Food- und Nonfood-Artikel

### Anzahl der Standorte

16 Niederlassungen in Deutschland, Frankreich, Tschechien und Österreich

### Gesuchte Fachrichtungen

Wirtschaftswissenschaften, Wirtschaftsingenieurwesen

### Einsatzmöglichkeiten

Leitung eines Verkaufsbezirkes

### Einstiegsprogramme

Training-on-the-Job, ca. 9 Monate

### Mögliche Einstiegstermine

Laufend

### Auslandstätigkeit

Möglich, entsprechende Fremdsprachenkenntnisse erforderlich

Siehe Anzeige Seite 13

**Peek & Cloppenburg KG**

Est. 1911

### Peek&Cloppenburg KG Hamburg

Mönckebergstraße 8  
20095 Hamburg  
Internet: [www.peek-und-cloppenburg.de](http://www.peek-und-cloppenburg.de)

#### Kontakt

Julia Pauly  
Fon: 040 33967-181  
E-Mail: [julia.pauly@peek-und-cloppenburg.de](mailto:julia.pauly@peek-und-cloppenburg.de)

#### Branche

Textiler Einzelhandel

#### Produkte/Dienstleistungen

Bekleidung

#### Anzahl der Standorte

25 Inland, 10 Ausland

#### Anzahl der MitarbeiterInnen

Ca. 4000 im In- und Ausland

#### Bedarf an HochschulabsolventInnen

Ca. 5 Trainees für den Retail sowie weitere Kandidaten für Zentralpositionen

#### Gesuchte Fachrichtungen

Überwiegend Betriebswirtschaft; IT, Jura u. a. nach Bedarf

#### Einsatzmöglichkeiten

Retail, E-Commerce, Einkauf, Personal u. a.

#### Einstiegsprogramme

Traineeprogramm Retail, Führungsnachwuchspositionen im Retail, Direkteinstieg in zentrale Junior-Positionen

#### Mögliche Einstiegstermine

Traineeprogramm: jeweils zum 01. April und 01. Oktober; Direkteinstieg nach Bedarf, jederzeit

#### Auswahlverfahren

Persönliche Einzelgespräche

#### Auslandstätigkeit

Ja, ist möglich und individuell zu vereinbaren

#### Angebote für StudentInnen

Praktika, Abschlussarbeiten, Aushilfstätigkeiten im Retail in den Häusern, Werkstudententätigkeiten in der Zentrale

Siehe Anzeige Seite 7

**REWE**  
GROUP

### REWE Group

Domstraße 20  
50668 Köln  
Internet: [www.rewe-group.com](http://www.rewe-group.com), [www.rewe-group.com/karriere](http://www.rewe-group.com/karriere), [www.facebook.com/REWEGroupkarriere](https://www.facebook.com/REWEGroupkarriere)

#### Kontakt

Traineeprogramme, duales Studium:  
Martina Jalloh  
Fon: 0221 149-1866  
E-Mail: [martina.jalloh@rewe-group.com](mailto:martina.jalloh@rewe-group.com)

Praktika, Abschlussarbeiten:

Stefanie Lohmann

Fon: 0221 149-1936

E-Mail: [stefanie.lohmann@rewe-group.com](mailto:stefanie.lohmann@rewe-group.com)

#### Branche

Handel, Touristik

#### Jahresumsatz

Rund 48 Mrd. Euro

#### Anzahl der MitarbeiterInnen

Insgesamt beschäftigen wir weltweit über 320.000 Mitarbeiter in 13 Ländern, die in unterschiedlichsten Funktionen und Geschäftsbereichen täglich ihren Beitrag zu unserem Unternehmenserfolg leisten.

#### Gesuchte Fachrichtungen

Wirtschaftswissenschaften, (Wirtschafts-)Informatik, Handelsmanagement, Tourismusmanagement, BWL sowie weitere Fachrichtungen mit Handels- und/oder Touristikbezug

#### Einsatzmöglichkeiten

Wir bieten interessante Einsatzmöglichkeiten in vielfältigen Geschäftsbereichen, vom Einzelhandel über Bau- und Elektromärkte bis hin zur Touristik.

#### Einstiegsprogramme

- Abiturienten: Ausbildung in vielen verschiedenen Berufsbildern, Duales Studium mit verschiedenen Schwerpunkten, Abiturientenprogramme
- Studierende: Praktika, Werkstudententätigkeiten, Abschlussarbeiten
- Hochschulabsolventen: Traineeprogramme, Direkteinstieg. Besonders interessant sind unser Bereichstraineeprogramm, das REWE Group Traineeprogramm sowie unsere Programme in der Touristik, in unseren REWE Supermärkten, bei PENNY oder bei toom Baumarkt.

#### Mögliche Einstiegstermine

Jederzeit

#### Auswahlverfahren

Einzelinterview, AC

#### Einstiegsgehalt

Je nach Einstiegsposition

#### Auslandstätigkeit

Je nach Position möglich

#### Angebote für StudentInnen

Praktika, Abschlussarbeiten

Siehe Anzeige Umschlagseite 2

Could it be



### Unilever Deutschland GmbH

PeopleLink  
Strandkai 1  
20457 Hamburg  
Internet: [www.unilever.de](http://www.unilever.de)

#### Kontakt

Fon: 0800 000-7530 (für allgemeine Anfragen)  
E-Mail: [recruitment.de@unileverservices.com](mailto:recruitment.de@unileverservices.com) (für allgemeine Anfragen)

#### Branche

Konsumgüter

#### Produkte/Dienstleistungen

Geschäftsfelder: Foods, Personal Care, Home Care, Refreshments

#### Anzahl der Standorte

Unilever ist in über 100 Ländern vertreten. Die Hauptsitze des Konzerns befinden sich in Rotterdam und London, für Deutschland, Österreich und die Schweiz in Hamburg.

#### Jahresumsatz

46,5 Mrd. Euro

#### Anzahl der MitarbeiterInnen

171.000

#### Bedarf an HochschulabsolventInnen

25 bis 30 pro Jahr

#### Gesuchte Fachrichtungen

Wirtschaftswissenschaften, Wirtschaftsingenieurwesen, Maschinenbau, Verfahrenstechnik, Lebensmitteltechnologie, Lebensmittelchemie, Chemie, Chemieingenieurwesen und artverwandte Studiengänge

#### Einsatzmöglichkeiten

Marketing, Customer Development, Controlling/Finanzmanagement, Research & Development, Supply Chain Management oder Technisches Management

#### Einstiegsprogramme

Unilever Future Leaders Programme (24-monatiges Management-Nachwuchsprogramm) sowie Direkteinstieg für AbsolventInnen technischer und naturwissenschaftlicher Studiengänge

#### Mögliche Einstiegstermine

Das ganze Jahr über

#### Auswahlverfahren

Vierstufiges Auswahlverfahren:

1. Online-Bewerbung
2. eTest
3. Telefoninterview
4. Assessment Center

#### Einstiegsgehalt

Ab 45.000 Euro im Jahr (Trainees)

#### Auslandstätigkeit

Innerhalb des Unilever Future Leaders Programme sind Auslandsaufenthalte möglich.

#### Angebote für StudentInnen

Unilever bietet jährlich ca. 300 Praktikumsstellen in den Bereichen Marketing, Customer Marketing, Finance/Controlling, Supply Chain, Research & Development sowie Technisches Management an. Die Praktikumsdauer beträgt zwischen 2 und 6 Monaten. Studenten haben zudem die Möglichkeit, eine praxisorientierte Abschlussarbeit bei Unilever zu schreiben.

Siehe Anzeige Umschlagseite 4

# Sprechen Sie Ihre Zielgruppe direkt an!

Mit spezialisierten Titeln als Printmedium,  
E-Paper & i-Pad App!





# karrierefuehrer

Profitieren Sie von 25 Jahren Erfahrung im Hochschulmarketing.  
Wir unterstützen Sie gerne bei der gezielten Ansprache von Nachwuchsführungskräften.  
Transmedia Verlag GmbH & Co. KG. Sie erreichen uns unter der Telefonnummer: **0221/4722-300**  
[www.karrierefuehrer.de](http://www.karrierefuehrer.de) / [info@karrierefuehrer.de](mailto:info@karrierefuehrer.de)  
**Mediadaten** unter: [www.karrierefuehrer.de/mediadaten](http://www.karrierefuehrer.de/mediadaten)





Handzeichen

Seit mehr als 20 Jahren gehören die Dokumentationen und Beiträge von Valentin Thurn zum Spannendsten, was man im öffentlich-rechtlichen Fernsehen oder Kino zu sehen bekommt. Der 49-Jährige besuchte Menschen, die jahrelang unschuldig im Knast saßen, oder widmete sich dem Kampf gegen Super-Bakterien in Krankenhäusern. In seinem jüngsten Werk „Taste the Waste“ recherchierte er zur globalen Verschwendung von Lebensmitteln, mit dem Film ist der Diplom-Geograf regelmäßig auf Vortragsreise. Infos unter: [www.tastethewaste.com](http://www.tastethewaste.com)

## Valentin Thurn

Dokumentationsfilmer

1. Was zeichnet für Sie ein gut geführtes Lebensmittelgeschäft aus?

Weniger ist mehr: Produkte am besten aus der Region, den Kunden informieren, woher sie kommen, von welchem Erzeuger, das schafft Vertrauen.

2. Was wünschen Sie sich von Supermärkten und vom Einzelhandel, damit weniger genießbare Waren im Müll landen?

Regale mit nicht normgerechtem Gemüse, leicht verbilligt. Automatisierte Rabattierung von Produkten kurz vor Ablauf (Mindesthaltbarkeitsdatum in den Barcode integrieren).

3. Was entgegnen Sie einem Kunden, der sagt, bei ihm hätten nur vollrote und makellose Tomaten eine Chance?

Geschmack hat oft nichts mit dem Aussehen zu tun – wer nur nach Optik auswählt lässt oft die besten Sachen liegen und isst unreifes Obst.

4. Können Sie beschreiben, wie sich der weltweite Handel in Ihren Augen verändern muss?

Die Zukunft sehe ich in regionalen Lieferketten, heute ist der Transport zu billig und trägt kräftig zur Klima-Erwärmung bei. Das wird sich so oder so ändern.

5. Was erhoffen Sie sich von Einsteigern, die im Bereich Handel ihre Karriere beginnen?

Neue Geschäftsmodelle entwickeln wie die regionale Vermarktung von "krummen Gurken", und Zweitmärkte für abgelaufene Ware.

6. Auf welchen Standard in Supermärkten würden Sie lieber heute als morgen verzichten?

Weg mit der Bleichschaltung bei Größen und Formen von Obst und Gemüse. Der Verbraucher soll wieder die ganze Vielfalt sehen.

7. Was hingegen sollte ab sofort Standard werden?

Das Verbrauchsdatum (gesundheit-relevant) sollte optisch klar unterscheidbar sein vom Mindesthaltbarkeitsdatum (nicht gesundheits-relevant bzw. Verderb leicht erkennbar).

8. Welche wichtige Erkenntnis haben Sie für sich persönlich durch die Arbeiten an Ihrem Film „Taste the Waste“ gewonnen?

Dass es Wahrheiten gibt, die in uns schlummern und die keiner wahrhaben will. Ich sehe es als meine vornehmste Aufgabe an, diese innere Weisheit "heraus zu kitzeln".

9. Viele Nahrungsmittel, die wir wegschmeißen, besitzen ja noch einen Wert. Welche unternehmerische Idee, diesen Wert zu nutzen, fasziniert Sie am meisten?

Der Mainzer Koch Uwe Becker will mit seinem Projekt "Gemüsefan" das verarbeiten, was die Landwirte sonst aussortieren müssen.

10. Viele Berufseinsteiger führen nach den WG-Jahren als Studenten beim Antritt des ersten Jobs zum ersten Mal einen eigenen Haushalt. Ihr Tipp: Wie kann es gelingen, früh so zu planen und einzukaufen, dass wenig im Müll landet?

Ofter einkaufen als nur einmal in der Woche, dann lässt es sich leichter planen. Und Wochen können, damit man auch die Reste weiter verarbeiten kann.

# Netto

## Marken-Discount

# STARTEN SIE IHRE KARRIERE

## Expandieren Sie mit uns!

Als stark expandierendes Unternehmen der Lebensmittelbranche bieten wir unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern einen zukunftsorientierten Arbeitsplatz mit optimalen Karrierechancen.

Wir suchen laufend Hochschulabsolventen (m/w) für unsere

**Trainee-Programme** und für den  
**Direkteinstieg** in vielen Bereichen:

- **Verkaufsleitung**
- **Einkauf**
- **Logistik**
- **Recht**
- **Management und Entwicklung unseres Onlineshops**
- **Zentralvertrieb**
- **Unternehmensentwicklung**
- **Projektierung IT und Organisation**
- **Personaladministration**

Wenn Sie Ihr Hochschulstudium mit einem überdurchschnittlich guten Ergebnis abgeschlossen haben und idealerweise über erste praktische Erfahrung im Handel verfügen, freuen wir uns auf Sie!



### Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung!

Netto Marken-Discount AG & Co. KG  
Abteilung: Personal & Recht  
Industriepark Ponholz 1  
93142 Maxhütte-Haidhof

oder online unter [www.nettodrom.de](http://www.nettodrom.de)



[www.nettodrom.de](http://www.nettodrom.de)

# FOR WANT OF A BETTER WORLD

WE MAKE DOVE LÄTTA RAMA  
DÜSCHDAS AXE LANGNESE KNORR

IT TAKES A CLEVER PERSON TO FIGURE OUT HOW TO INCREASE THE FIGURES BY 30 %. IT TAKES EXTRA GENIUS AND INGENUITY TO DO IT WITHOUT DOING 30 % MORE DAMAGE TO THE PLANET. THE THINGS YOU CAN LEARN ON THIS GRADUATE PROGRAMME WILL MAKE YOU A BETTER LEADER FOR A BETTER FUTURE.



WANT MORE  
[WWW.UNILEVER.DE/KARRIERE](http://WWW.UNILEVER.DE/KARRIERE)

Could it be   
Unilever