

Das Jobmagazin für Hochschulabsolvent*innen

karrierefuehrer handel/e-commerce



Vol. 2022.2023 11.2022–10.2023

Update: www.karrierefuehrer.de/handel

Follow: @karrierefuehrer

News: www.karrierefuehrer.de

#kf_handel

#kf_handel

Diversity

Lieferdienste

Stille Stunde

Bewerbungsverfahren

Künstliche Intelligenz

New Work

Nachhaltigkeit

Homeoffice

Food-Netzwerk

Faire Woche

Spendenaktion

Prof. Dr. Stephan Rüschen
Professor für Lebensmittelhandel

Thomas Röttcher
Geschäftsführer Rewe-Markt

Unterstützung für den Menschen

Einsatz von Künstlicher Intelligenz



Ihr Herz schlägt für große Herausforderungen und super Lebensmittel?

Bei uns haben Sie die Chance, in einer dynamischen Branche an spannenden Herausforderungen zu wachsen. Wenn Sie gern Engagement zeigen und Lust auf verantwortungsvolle Aufgaben haben, dann sind Sie bei uns an der richtigen Stelle.

Entdecken Sie unsere vielfältigen Einstiegsmöglichkeiten vom Praktikum über unser Traineeprogramm bis hin zum Direkteinstieg auf www.karriere.edeka



Wir ♥ Lebensmittel.



Willkommen.

Liebe Leser*innen,

die Megatrends der Digitalisierung, des demografischen Wandels und des Klimaschutzes machen auch vor der Handelsbranche nicht Halt. Doch worauf kommt es hier besonders an? Wie werden die damit einhergehenden Umbrüche erfolgreich gemanagt? Was kann die viel gepriesene Künstliche Intelligenz wirklich leisten? Und wann bleibt der Mensch unverzichtbar? Antworten auf diese essenziellen Fragen gibt Ihnen die vorliegende Ausgabe des „karrierefürer handel/e-commerce“.

Der karrierefürer erforscht die Arbeitswelt und durchdringt die schwierigsten Dynamiken. Wir begleiten die Transformation medial und wollen Ihnen unsere Inhalte analog und digital auf allen Kanälen optimal anbieten. Natürlich sind wir auch im Netz für Sie aktiv – als Chronist, Trendscanner, Coach und Kurator. Lesen Sie unsere News und Dossiers zur Vertiefung, spannende Erfahrungsberichte und inspirierende Interviews. Mobilisten empfehlen wir ergänzend dazu unsere kostenfreie App. Diskutieren Sie mit uns in den sozialen Netzwerken unter dem Hashtag #kf_handel und lassen Sie uns an Ihren Erfahrungen teilhaben.

Wir wünschen Ihnen eine anregende Lektüre
Ihr karrierefürer-Team



Impressum: karrierefürer handel/e-commerce 2022.2023 18. Jahrgang, 11.2022–10.2023 Das Jobmagazin für Hochschulabsolventen ISSN: 1619-0025
Verlagsleitung karrierefürer und Redaktionskonzept: Viola Strüder (verantwort.) **Redaktionsanschrift:** Verlagsbereich karrierefürer in der Walhalla u. Praetoria Verlag GmbH & Co. KG, Weyertal 59, 50937 Köln, Fon: 0221/4722-300; E-Mail: info@karrierefuehrer.de; **Redaktion dieser Ausgabe:** Christiane Martin (verantwort.), Wortfuchs, Ottostr. 3, 50823 Köln
Freie Mitarbeit: Christoph Berger, André Boße, Kerstin Neurohr **Anzeigen:** Viola Strüder (verantwort.) **Anzeigendisposition und -technik:** Verlag Loss Jonn Meike Goldmann, Neufelder Straße 18, 51067 Köln, Fon: 0221 6161-267 **Onlineauftritt:** www.karrierefuehrer.de **Grafik:** Olaf Meyer Gestaltung, Köln **DTP/Lithografie:** Köllen Druck+Verlag GmbH, Bonn+Berlin
Druck: westermann DRUCK | pva, Georg-Westermann-Allee 66, 38104 Braunschweig **Coverfoto:** AdobeStock/Connect world **Herausgeber:** Walhalla u. Praetoria Verlag GmbH & Co. KG, Haus an der Eisernen Brücke, 93042 Regensburg, Fon: 0941 5684-0 Fax: 0941 5684-111 Web: www.walhalla.de **Verlag:** Walhalla u. Praetoria Verlag GmbH & Co. KG, Haus an der Eisernen Brücke, 93042 Regensburg, Fon: 0941 5684-0 Fax: 0941 5684-111 E-Mail: walhalla@walhalla.de Web: www.walhalla.de **Geschäftsführer:** Johannes Höfer (V.i.S.d.P.). Der karrierefürer handel/e-commerce wird auf 100 % chlorfrei gebleichtem Papier gedruckt. **Copyright:** © Walhalla u. Praetoria Verlag GmbH & Co. KG, Regensburg. Alle Rechte vorbehalten. Auszüge dürfen nicht ohne schriftliche Genehmigung des Verlages vervielfältigt oder verbreitet werden. Dies gilt auch für die Vervielfältigung per Kopie oder auf CD-ROM sowie die Aufnahme in elektronische Datenbanken.

making of ...



08

Dem Menschen Aufwind geben

Künstliche Intelligenz ist überall dort sinnvoll, wo Menschen die Komplexität an Daten nicht mehr durchschauen, zum Beispiel bei den Lieferketten in Handelsunternehmen. KI gibt hier die Chance, diese zu analysieren und tatsächlich nachhaltig und fair zu gestalten. #kf_handel

14

Prof. Dr. Stephan Rüschen

Der Professor für Lebensmittelhandel erforscht Zukunftsszenarien und analysiert den aktuellen Zustand der deutschen Supermärkte. Im Interview sagt er, der Lebensmittelhandel gibt Menschen Jobs, die Eigenverantwortung, Umgang mit Daten und Kontakt zu Menschen schätzen.



PODCAST-TIPP

Über Wandelpunkte im Leben

Julia Auer und Josh Wilkins führen in ihrem Podcast „Wandelpunkt“ Interviews mit Leuten, die die Nachhaltigkeit vorantreiben. Sie sprechen mit ihnen darüber, warum sie sich entschlossen haben, aktiv etwas gegen die Wegwerfgesellschaft zu tun – politisch, wirtschaftlich oder durch die Umgestaltung des Lebensstils. www.wandelpunkt-podcast.de

20

KI im Bewerbungsverfahren

Künstliche Intelligenz kommt immer häufiger im Bewerbungsverfahren zum Einsatz. Doch das ist nicht unumstritten und auch mit einer Menge Problemen behaftet.



BEHIND THE SCENE

Wie rasant sich der Handel wandelt, zeigt sich auch auf den Straßen: Waren Lieferdienste im Lebensmittelbereich lange Nischenangebote (z. B. für Bio-Kund*innen), ist die Vielfalt der Angebote zuletzt deutlich gestiegen: Ob schnelle Services oder umfassende Lieferdienste – dem Konzept ist in Deutschland der Durchbruch gelungen. Wie's weitergeht? Mit neuen Kooperationen und spannenden Innovationen. So, wie es im Handel üblich ist.

Dossiers:

Transformation der Arbeitswelt

KI und Ethik

Nachhaltigkeit

Kulturwandel

Frauen in Führung

Weiterlesen unter www.karrierefuehrer.de

THE MISSION

Die Herausforderungen der Zukunft stehen vor allem mit einem Begriff in einem engen Zusammenhang: Nachhaltigkeit. Deshalb hat Bain & Company zusammen mit anderen Unternehmen und Institutionen die Initiative The Mission gegründet. In drei Jahren bearbeiten Teams aus Young Professionals insgesamt zwölf Zukunftsthemen, unter anderem Bildung, Mobilität, Konsum oder Green Banking.

www.bain.com/de/ueber-uns/the-mission

ERLEBEN

In Deutschland gibt es eine Reihe von Museen, die sich dem Thema Essen verschrieben haben und alles, was damit zu tun hat, zeigen: Wo unsere Lebensmittel herkommen, wie daraus Speisen werden und wer wann was in diesem Bereich erfunden hat. Die interessantesten Food-Museen in Deutschland zusammengestellt finden sich hier:

www.varta-guide.de

BEYOND

Seit 1973 existiert in New York die „Park Slope Food Coop“, der erfolgreichste kooperative Supermarkt weltweit – ein Supermarkt, der seinen Mitgliedern gehört und sich für soziale Gerechtigkeit engagiert. Seinen 17.000 Mitgliedern bietet die Kooperative eine preiswerte und nachhaltige Alternative zu großen Supermarktketten. Das Geheimnis? Die aktive Partizipation der Mitglieder, die drei Stunden pro Monat im Supermarkt mithelfen. Dadurch wird es möglich, gute (hauptsächlich faire, lokale und biologische) Produkte zu erschwinglichen Preisen anzubieten. Mit der Filmpremiere von „Food Coop“, die das New Yorker Modell porträtiert, kam die Idee auch nach Deutschland und im September 2021 eröffnete der erste SuperCoop in Berlin.

 www.supercoop.de



06 Eintauchen

08 Top-Thema

Dem Menschen Aufwind geben

14 Top-Interview

Unser Gespräch mit Prof. Dr. Stephan Rüschen

Professor für Lebensmittelhandel

Trend

18 New Work im Handel

Studie zur Handelswelt von morgen

Einsteigen

20 KI im Bewerbungsverfahren

Kann KI hier wirklich sinnvoll und vor allem sicher eingesetzt werden?

Nachhaltigkeit

24 E-Mail für Dich

Nachhaltigkeit als Top-Thema

26 Telegramm

28 Inspiration

Warenkorb

Kultur-, Buch- und Linktipps

32 Das letzte Wort

... hat Thomas Röttcher. Er leitet als Geschäftsführer den Rewe-Markt im nordrhein-westfälischen Kaarst und hat jetzt als Vorreiter eine vegane Fleischtheke eingeführt.

01 Digitalior 01 Impressum 02 Inhalt 04 Inserenten

30 Firmenprofile



Den **karrierefuehrer handel/e-commerce** gibt es als Print-Version, E-Magazin, in der App und im Web.

Gefällt mir? – Folgen Sie uns!

Facebook: facebook.com/karrierefuehrer

Twitter: twitter.com/karrierefuehrer

Instagram: instagram.com/karrierefuehrer

Unternehmen



Edeka zentrale Stiftung & Co. KG

IQB.de

IQB Career Services GmbH

**KARRIERETAG
FAMILIENUNTERNEHMEN**

Deutschlands Familienunternehmen treffen Tech- und Führungskräfte

Karrieretag Familienunternehmen



Kaufland



messe.rocks GmbH

metropolitan.

metropolitan Verlag
c/o Walhalla u. Praetoria Verlag GmbH & Co. KG

CAREER Venture

MSW & Partner Personalberatung für Führungsnachwuchs GmbH

**STUDY
TOGETHER**

PlusPeter GmbH



QS Quacquarelli Symonds Ltd



STUDY
TOGETHER

Join the largest global student community.

Study together online and say goodbye
to your lack of motivation.

+ 675.000 members

+ 60.000 online



Supportive community

Mental **breaks** with
meditation videos

Helpful **events &**
discussion rounds

Tutor Channels



Join for free!
studytogether.com

Eintauchen

von Christiane Martin

LIEBE ZUM HOMEOFFICE

Überall auf der Welt sind Büros wieder offen: Auch in Deutschland gehört die Homeoffice-Pflicht der Vergangenheit an und viele Unternehmen scheinen zu erwarten, dass ihre Mitarbeiter ins Büro zurückkehren. Doch laut einer neuen weltweiten Studie von OnePoll, im Auftrag von Citrix, ist dieser Weg nicht unbedingt der Richtige. Denn Arbeitnehmer sind nicht bereit, die neue Freiheit aufzugeben. Die Mehrheit genießt die Flexibilität, die es ihnen ermöglicht, von überall aus zu arbeiten, und ist auch bereit, ihren Arbeitsplatz aufzugeben, um diese Flexibilität zu erhalten. Zahlen zeigen das: 77 Prozent der Büroangestellten geben an, dass ihr Büro wieder geöffnet ist, aber lediglich 5 Prozent sind zu 5 Tagen pro Woche im Büro zurückgekehrt.

➔ www.citrix.de

STUDIE ZU DIVERSITY

Diversity, Equity und Inclusion (DEI) gewinnt für Handelsunternehmen in Deutschland zunehmend an Bedeutung. Das zeigt eine gemeinsame Studie des Handelsverbands Deutschland (HDE), der Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsgesellschaft PwC Deutschland und Google Deutschland aus dem Jahr 2022. Während DEI-Konzepte im Mittelstand noch wenig Verbreitung gefunden haben, bestehen in vielen Großunternehmen bereits entsprechende Initiativen. Vor allem mit Blick auf die bereichsübergreifende Verankerung von DEI zeigt die Studie Handlungsbedarf auf und gibt darüber hinaus Empfehlungen für die Praxis. Von den 334 befragten kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) erwarten 55 Prozent, dass Diversität für ihr eigenes Unternehmen in Zukunft ein immer wichtigeres Thema werden wird. Für 37 Prozent der Teilnehmenden sind DEI schon heute von Bedeutung, während 30 Prozent dem Konzept gegenüber neutral eingestellt sind. Nur ein knappes Drittel gab an, Diversität habe keine Relevanz für ihren Betrieb.

➔ www.einzelhandel.de

VIELFALT AN LIEFERDIENSTEN

Immer mehr Lieferdienste schießen nun auch in deutschen Städten wie Pilze aus dem Boden. Während die einen mit blitzschnellen Lieferzeiten werben, setzen andere eher auf Nachhaltigkeit und Regionalität. Und wer nur das Einkaufen scheut, aber seine Mahlzeit trotzdem lieber selbst zubereitet, wird auch fündig – bei meist jungen Start-ups wie beispielsweise dem Kölner Unternehmen Kochtiger. Hier bestellt man Kochboxen mit Zutaten für ayurvedische, vegetarische, vegane oder glutenfreie Gerichte. Eine detaillierte Anleitung zur Zubereitung liegt bei. Das Portfolio reicht von Mexikanischer Bohnen-Bowl über Pitabrot mit Ofengemüse bis zu Risotto mit schwarzem Reis und Zucchini-Minz-Crème.

➔ www.kochtiger.de



EDDI

THAT'S

IT

MOIN. Wir sind **EDEKA DIGITAL**. Aber sag ruhig **EDDI** zu uns. Als zentraler IT-Experte des EDEKA-Verbunds bieten wir eine der größten Bandbreiten an IT-Projekten: von SAP über BI & Analytics bis hin zu Web- und Mobile-App-Entwicklung. Komm ins Team EDDI und gestalte mit uns die Zukunft für den Einzel- und Großhandel sowie für die EDEKA-Zentrale und ihre Tochtergesellschaften. **EDDI WILL CHANGE IT.**

KOMM IN UNSER TEAM:

- ◆ Mache ein 3- bis 6-monatiges Praktikum.
- ◆ Arbeite als Werkstudent:in an spannenden Projekten mit.
- ◆ Schreibe deine Abschlussarbeit gemeinsam mit EDDI.
- ◆ Starte in einer Direkteinstiegsposition.
- ◆ Werde Trainee (m/w/d) im Bereich IT-Beratung.

WAS WIR DIR BIETEN:

- ◆ Spannende Aufgaben und Projekte
- ◆ Interessante Karriereperspektiven
- ◆ Zahlreiche Weiterbildungsmöglichkeiten
- ◆ Flexible Arbeitszeiten
- ◆ Ausgezeichnetes Gesundheitsmanagement
- ◆ Attraktive Standorte in Berlin, Hamburg und Mannheim



EDDI
EDEKA DIGITAL



Jetzt bewerben unter
digital.edeka

Dem Menschen Aufwind geben

Der Einsatz von Systemen mit Künstlicher Intelligenz ist überall dort sinnvoll, wo Menschen die Komplexität an Daten nicht mehr durchschauen. Dies ist zum Beispiel bei den Lieferketten in Handelsunternehmen der Fall: KI gibt die Chance, diese zu analysieren und tatsächlich nachhaltig und fair zu gestalten. Aber Achtung: Da die KI von Menschen gestaltet wird, stecken die menschlichen Vorurteile auch in den Systemen.

Ein Essay von **André Boße**





KI IM HANDEL

Laut einer Studie des Handelsverbands Deutschland (HDE) sind zu hohe Kosten das Haupthindernis, in KI-Systeme zu investieren. „Der Einsatz von Künstlicher Intelligenz ist in vielen Bereichen des Handels eine wichtige Investition in die Zukunftsfähigkeit. Unsere Studie zeigt aber, dass der mittelständische Handel in Deutschland vor den damit verbundenen Investitionen oft zurückschreckt“, wird Stephan Tromp, stellvertretender HDE-Hauptgeschäftsführer, in einer Pressemitteilung zur Studie zitiert. Aus der Studie von HDE und „Safaric Consulting geht hervor, dass KI-Projekte in rund 37 Prozent der befragten Handelsunternehmen einen mittleren Stellenwert haben: Sie führen konkrete Projekte durch, um einzelne Prozesse zu unterstützen. Zwar sei das Interesse am Einsatz von KI im Vergleich zum Vorjahr gewachsen, doch nur 2,5 Prozent der Befragten wendeten KI unternehmensübergreifend an. Bei 10,6 Prozent komme sie in einzelnen Bereichen zum Einsatz. Genutzt wird KI vor allem in Form von Kamerasystemen zum Diebstahlschutz, zur Klassifizierung von Produktgruppen sowie zur automatisierten Sortimentsüberarbeitung und somit insgesamt im Rahmen einfacher Anwendungsfälle.

Foto: AdobeStock/Marco

Die US-Digitalexpertin und Autorin Frederike Kaltheuner hat eine Anthologie über die Künstliche Intelligenz geschrieben, die den für diese Zukunftstechnik wenig schmeichelhaften Titel „Fake AI“ trägt. Für das im Netz frei zugängliche Buch (zu finden unter: fakeaibook.com) haben diverse Autor*innen über die KI geschrieben, zum Einstieg hat Frederike Kaltheuner den Informatik-Professor Arvind Narayanan interviewt, Hochschullehrer in Princeton, laut Ranking weltweit die elft-wichtigste Hochschule im Bereich „Computer Science“. Wer hier lehrt, der beherrscht also sein Fach.

Recruiting ist ein Stochern im Nebel – umso begieriger greife man zum „Snake Oil“ in der Hoffnung, dass die KI diesen Nebel lichten möge. Was sie natürlich nicht könne.

Im Interview sagt der Princeton-Professor einen bemerkenswerten Satz, im englischen Original lautet er: „Much of what is sold commercially today as ‘AI’ is what I call ‘snake oil’.“ Auf Deutsch: Vieles von dem, was heute unter dem Label KI verkauft werde, bezeichne er als „Schlangöl“. Gemeint ist öliges Zeug, das zur Zeit des Wilden Westens von vermeintlichen Wunderheilern bei ihren „Medicine Shows“ verscherbelt wurde, gekoppelt an das Versprechen, diese Tinkturen würden gegen diverse Leiden helfen. Der Begriff hat es viele Jahre später von der Prairie in die Welt der Software geschafft, als „snake oil“ werden IT-Produkte bezeichnet, die Bemerkenswertes versprechen, davon jedoch fast nichts halten, zum Beispiel in der Praxis nutzlose Antiviren-, Festplattenaufräum- oder Arbeitsspeicherverdoppelungsprogramme. Arvind Narayanan trifft also ein hartes Urteil über viele der Versprechen der KI, macht aber eine wichtige Differenzierung: „Some are not snake oil.“ Einige Künstliche Intelligenzen wirkten, andere nicht. Wo also liegt der Unterschied?

Superintelligenz? Schlangöl!

Seine Kritik fokussiert Arvind Narayanan auf eine „Artificial General Intelligence“ (AGI), eine Allgemeine Künstliche Intelligenz, die in der Lage sei, nahezu jede intellektuelle Aufgabe

zu erlernen. Eine solche Superintelligenz würde also das Problembewusstsein eines Menschen mit der Rechengeschwindigkeit von Supercomputern kombinieren; sie arbeite damit nicht mehr aufgabenspezifisch, sondern generell. Umfragen zeigten, sagt Narayanan, dass viele Menschen glaubten, diese Form von AGI stehe kurz vor der Realisation – womit ein Wendepunkt der menschlichen Zivilisation kurz bevorstehe. „I don’t think that’s true at all“, hält Narayanan dagegen. Er beschreibt die Vorstellung, die aktuellen Fortschritte im Bereich der Künstlichen Intelligenz könnten zu einer solchen „Artificial General Intelligence“ führen, mit dem Versuch, eine immer längere Leiter zu bauen, um damit den Mond zu erreichen. Kurz: Die Vorstellung einer AGI sei „absurd.“

Bei den Bereichen, in denen die Menschen laut Arvind Narayanan besonders anfällig für „Schlangöl-KI“ seien, steche eines besonders hervor: das Recruiting. Dass man hier auf Künstliche Intelligenz hoffe, liege daran, dass die Not besonders groß sei – weil halt niemand vorhersagen könne, ob eine neu eingestellte Person tatsächlich in einem Job etwa in der Handelsbranche überzeugen werde oder nicht. Recruiting ist ein Stochern im Nebel – umso begieriger greife man zum „Snake Oil“, in der Hoffnung, dass die KI diesen Nebel lichten möge. Was sie natürlich nicht könne: Es gebe, sagt Arvind Narayanan im Interview im Buch „Fake AI“, mittlerweile eine Reihe wissenschaftlicher Studien, die gründlich der Frage nachgegangen seien, wie gut KI-Systeme darin sind, soziale Folgen von Entscheidungen abzuschätzen, zum Beispiel der, wen man für einen neuen Job einstellt und wen nicht. Das Ergebnis: „Die KI schneidet so gerade bei besser als der Zufall ab.“

Recruiting führt KI an die Grenzen

Eine Meldung zu den Human Ressource-Trends für das Jahr 2022 des Talent-Lösungs-Anbieters Robert Half scheint dieser Ansicht zu widersprechen. KI werde „bei der Suche nach geeigneten Bewerber*innen eine unterstützende Rolle spielen“, wird Sven Hennige, Senior Managing Director Central Europe bei Robert Half, in einer Pressemeldung zur Vorstellung der aktuellen Arbeitsmarktstudie 2021 zitiert. Basis der Analyse ist die Befragung von 300 Manager*innen mit Personalverantwortung in kleinen, mittelgroßen und großen deutschen

KI IN DER LEHRE

Die Friedrich-Schiller-Universität Jena und die Technische Universität Ilmenau starteten Ende 2021 ein Forschungsprojekt, das es ihren Studierenden und Lehrenden ermöglicht, Kenntnisse und Fähigkeiten über Künstliche Intelligenz zu erlangen. „Angesichts der zunehmenden Durchdringung nahezu aller Bereiche der Gesellschaft mit Künstlicher Intelligenz, werden KI-Angebote nicht nur für MINT-Studiengänge, sondern für das gesamte Studienangebot der beiden Universitäten entwickelt“, heißt es in einer gemeinsamen Pressemitteilung der Hochschulen. Bislang seien solche Verfahren vor allem in der Informatik und in ingenieurtechnischen Fachbereichen entwickelt und eingesetzt, „doch sind Kenntnisse und Fähigkeiten über Künstliche Intelligenz auch in naturwissenschaftlichen und zunehmend in geistes- und sozialwissenschaftlichen Bereichen nützlich und künftig immer notwendiger. Daher werden für Universitätsabsolventen und -absolventinnen KI-Kompetenzen in Zukunft wichtige Voraussetzung für einen erfolgreichen Karriereanstieg sein. Und diese sorgen wiederum dafür, dass KI-Kenntnisse verstärkt in Wirtschaft und Gesellschaft transferiert werden“, wird der Ansatz des Pilotprojekts erklärt.



Foto: AdobeStock/Happy Art



Foto: AdobeStock/polkadot

„KI soll Bewerbungsverfahren bestenfalls fairer machen. Denn: Menschen sind nicht immer vorurteilsfrei.“

Unternehmen, darunter auch Handelsunternehmen. Dabei zeigen sich zwei Einsatzgebiete der Systeme: Zum einen setzen Personalabteilungen sie ein, um Termine für Bewerbungsgespräche zu koordinieren oder formale Anforderungen in den Unterlagen prüfen, um so den Kreis der Kandidat*innen zu definieren. Das sind alles Routinearbeiten im Vorfeld, hier übernimmt die Künstliche Intelligenz eine Reihe von Prozessen, die den Menschen viel Zeit kosten. Der positive Effekt: Die HR-Spezialisten können sich auf ihre wahre Arbeit fokussieren. Kein „snake oil“, sondern echte Hilfe.

Doch die Befragten nannten noch ein weiteres Einsatzfeld für die KI im Bereich des Recruiting: Sie könne auch dafür genutzt werden, auf Basis einer passenden Datenbasis zu entscheiden, ob jemand anhand der fachlichen Skills für einen Job in einem Handelsunternehmen geeignet sei – und zwar

unabhängig von den sonstigen Merkmalen dieser Person. „Die Entscheidung richtet sich dann zum Beispiel nicht danach, ob es sich bei dem Bewerber um einen Mann oder eine Frau handelt“, so Hennige in der Pressemeldung. Seine Schlussfolgerung: „KI soll Bewerbungsverfahren bestenfalls auch fairer machen. Denn: Menschen sind nicht immer vorurteilsfrei.“ Das stimmt. Der Haken an der Sache ist nur: Das stimmt dann aber auch für die Künstliche Intelligenz. Schließlich wird sie von den vorurteilsbehafteten Menschen gestaltet.

KI im Handel: Muster erkennen

Ein Blick in die Praxis zeigt, wo Künstliche Intelligenz aktuell in den großen deutschen Unternehmen zum Einsatz kommt. Siemens vermeldet in einem Preetext, die KI gestalte die Produktion in der Industrie „effizienter, flexibler und zuverlässiger“. Konkrete Anwendungen seien „Spracherkennung zum Bearbeiten einfacher Aufträge, das Erfassen von Umgebungen mittels Kameras, Laser- oder Röntgenstrahlen bis hin zu virtuellen persönlichen Assistenten in der Logistik“, heißt es in der Meldung zu den industriellen Anwendungsfeldern der KI.

MAGAZIN ZU KI-GESTALTUNGEN UND -ERFAHRUNGEN

„TATuP – Zeitschrift für Technikfolgenabschätzung in Theorie und Praxis“ nennt sich ein Open-Access-Zeitschriftenprojekt des Instituts für Technikfolgenabschätzung und Systemanalyse (ITAS). Es erscheint beim Oekom-Verlag, der PDF-Zugriff ist gratis. Die Ausgabe 30, erschienen Ende 2021, widmet sich dem Thema „KI-Systeme gestalten und erfahren“ – ein Titel, der impliziert, dass es Menschen sind, die bei der Entwicklung der KI-Systeme die Gestaltungsrolle übernehmen. In ihren Texten betrachten die Autor*innen u. a. die juristischen oder demokratietheoretischen Rahmenbedingungen von KI sowie die Frage, wie sich solche Systeme in Hinblick auf Akzeptanz und Vertrauen mitarbeiterfreundlich implementieren lassen.



 www.tatup.de



Foto: AdobeStock/panuwat

„Computer sind unschlagbar im Rechnen und in der Mustererkennung, doch nur Menschen können denken, fühlen, Kontexte erfassen und kreativ schöpferisch sein.“

Bei Audi setzt man laut Pressmeldung aus dem Sommer 2021 darauf, KI-Methoden für einen besonders komplexen Bereich einzusetzen, der auch für den Handel von großer Bedeutung ist: den Einblick in die Lieferkette. Gerade diese Komplexität sorgt dafür, dass es wichtig sei, „mögliche Risiken zu verstehen und Zusammenhänge frühzeitig herzustellen“, heißt es in der Pressmeldung. Im Herbst 2020 startete Audi ein Pilotprojekt: In weltweit rund 150 Ländern analysieren intelligente Algorithmen Nachrichten über Lieferant*innen aus online zugänglichen öffentlichen Medien und sozialen Netzwerken. „Geprüft werden Nachhaltigkeitskriterien wie Umweltverschmutzung, Menschenrechtsverstöße und Korruption. Besteht der Verdacht auf potenzielle Nachhaltig-

keitsverstöße, schlägt die Künstliche Intelligenz Alarm“, heißt es in der Pressmeldung. Entwickelt wurde die dafür eingesetzte KI vom österreichischen Start-up Prewave. „Machine Learning und automatisierte Sprachverarbeitung machen so möglich, was manuell ein Ding der Unmöglichkeit wäre: kontinuierliche Risikoabschätzungen über die gesamte Lieferkette hinweg, mit denen die Beschaffung dann proaktiv auf die Lieferant*innen zugehen kann“, wird Harald Nitschinger, CEO von Prewave, in der Audi-Pressmeldung zitiert.

Die Fallbeispiele aus der Praxis zeigen: Zum Einsatz kommt Künstliche Intelligenz in den Unternehmen vor allem dort, wo die Menge und Tiefe an Informationen das menschliche Gehirn komplett überfordert. Welche dieser Daten relevant sind und welche nicht – diese Regeln gibt weiterhin der Mensch vor. Das muss er auch, denn eine KI weiß von sich aus nichts über Menschenrechte oder das Fehlverhalten der Korruption. Daraus folgen zwei Dinge: Erstens bleibt der Mensch das bestimmende Element, zweitens bringt er damit weiterhin seine moralischen Vorstellungen, aber auch Vorurteile ins Spiel. Darauf zu bauen, die KI könnte sich aus eigener Motivation heraus zu einer fairen, gerechten oder sogar moralischen Instanz entwickeln, ist der Glaube ans „snake oil“.

Menschen machen Maschinen

Was die KI-Systeme aber durchaus leisten können: Prozesse in Gang zu setzen, die den Menschen dabei helfen, unfaire und ungerechte Strukturen offensichtlich zu machen – in den Lieferketten der Handelsunternehmen. Aber eben auch in einem Bereich wie dem Recruiting, wo die KI fehlende Diversity erkennbar machen kann. „Entscheidend ist dabei ein Verständnis der verschiedenen ‚Superkompetenzen‘ von Mensch und Maschine“, schreiben die Trendforscher*innen vom Zukunftsinstitut in ihrem „Trendausblick 2022“. „Computer sind unschlagbar im Rechnen und in der Mustererkennung, doch nur Menschen können denken, fühlen, Kontexte erfassen und kreativ schöpferisch sein.“ Die eigentliche Zukunftsbestimmung intelligenter Technologien werde deshalb darin bestehen, die Erschließung dieser genuin menschlichen Potenziale zu unterstützen. Kurz: Der Job der Künstlichen Intelligenz sollte es sein, dem denkenden Menschen Aufwind zu geben.

Triff attraktive Arbeitgeber auf unseren Karriere-Events



Fakultätskarrieretag
Bremen
09.11.2022

Jobcon Finance
Frankfurt
30.11.2022

Arbeit der Zukunft
meet@uni-marburg
24.11.2022

meet@hochschule-
rheinmain, Wiesbaden
09./10.11.2022

meet@campus-mainz
Universität Mainz
07.12.2022

meet@TUM
School of Management
09.11.2022

meet@h_da
Hochschule Darmstadt
16./17.11.2022



DER SUPERMARKT-EXPERTE

Der Supermarkt der Zukunft? Im Kassenbereich ist kein Personal mehr nötig, alles läuft digital ab. Dafür gibt es Bedientheken, an denen Mitarbeiter*innen die Kund*innen beraten. Lieferservices gibt es auch, auf Wunsch rasend schnell, bei Bedarf aber auch mit einem Vollsortiment im Angebot. Prof. Dr. Stephan Rüschen, Professor für Lebensmittelhandel, erforscht solche Szenarien und analysiert den aktuellen Zustand in den deutschen Supermärkten. Sein Credo: Der Lebensmittelhandel gibt Menschen Jobs, die Eigenverantwortung, Umgang mit Daten und Kontakt zu Menschen schätzen.

Das Interview führte
André Boße.

„Das Handelsgeschäft ist in den Zentralen zunehmend datengetrieben. Ein Grundverständnis von Daten und Zusammenhängen sollte man daher mitbringen.“

Prof. Dr. Stephan
Rüschen





Foto: DHEW, Heilbronn

„Die Kundenbedürfnisse werden immer differenzierter, in der Folge sind Supermärkte deutlich größer als vor 15 Jahren, da die Sortimente deutlich größer und vielfältiger geworden sind: vegan, vegetarisch, glutenfrei, laktosefrei, regional, lokal und so weiter.“

Herr Prof. Rüschen, im Zuge der Pandemie waren Supermärkte die einzigen Orte, an denen man konsumieren konnte. Zählen daher Supermärkte zu den Gewinnern der Pandemie?

Ja, Supermärkte wie Rewe und Edeka waren die sogenannte Pandemie-Gewinner, da Menschen bei geschlossenen Restaurants und beim Arbeiten im Home-Office sich beim Einkauf von Essen etwas leisten wollten und daher das One-Stop-Shopping im Supermarkt dem Discounter vorgezogen haben. Positive Umsätze haben aber alle Lebensmittelhändler in dieser Zeit verzeichnen können. Während der Lockdowns wurden die Mitarbeiter*innen in den Lebensmittelgeschäften tatsächlich zum Teil als Corona-Held*innen angesehen. Allerdings vergessen wird doch sehr schnell: Von dieser besonderen Wertschätzung gegenüber den Mitarbeiter*innen ist ehrlich gesagt nicht mehr viel zu spüren. Inflationssorgen und sinkende Kaufkraft stehen heute mehr im Fokus als die Systemrelevanz des Lebensmittelhandels.

Ein weiterer Effekt der Pandemie war der Zulauf für Lieferdienste. Warum tat sich Deutschland bisher beim Thema

Lebensmittellieferung eigentlich so schwer?

Deutschland hat eine der höchsten Filialdichten in Europa. Die überwiegende Anzahl an Kund*innen ist in diesem Land maximal fünf Minuten vom nächsten Lebensmittelgeschäft entfernt. Daher drängt sich der Bedarf nach Lebensmittellieferungen für Kund*innen nicht unbedingt auf. Außerdem wollen wir frische Lebensmittel wie Obst und Gemüse oder Fleisch lieber selbst auswählen. Die Mentalität in Deutschland ist auch davon geprägt, neue Entwicklungen nicht unbedingt als Erste auszuprobieren. Auch sind wir sehr preissensibel. Lebensmittellieferungen sind etwas teurer als der stationäre Einzelhandel, daher wollen viele Kund*innen lieber im stationären Handel die Produkte selbst aussuchen – und dabei möglichst noch ein Schnäppchen machen.

Ist den Lieferdiensten nun der nachhaltige Durchbruch gelungen?

Ja, auf alle Fälle. Die Lieferdienste hätten im Zuge der Pandemie noch deutlich mehr Umsatz gemacht, wenn sie die plötzlich nachgefragten Lieferkapazitäten gehabt hätten. Viele Kund*innen

haben die Belieferung mit Lebensmitteln in der Pandemiezeit ausprobiert und realisiert, dass es funktioniert. Daher sind viele dageblieben. Außerdem war die steigende Nachfrage der Nährboden für die Entstehung vieler neuer Anbieter und Konzepte. Die Quick-Commerce-Anbieter wie Gorillas, Getir, Flink und einige andere sind in der Pandemie entstanden und sehr schnell gewachsen. So schnell, dass wir bereits jetzt eine erste Konsolidierung im Markt sehen.

Wie wird sich dieser Markt entwickeln?

Es gibt bei der Belieferung mit Lebensmitteln unterschiedliche Zielgruppen, daher werden aus meiner Sicht mehrere verschiedenen Modelle ihre Berechtigung haben. Zum einen die erwähnten Quick-Commerce-Anbieter, die innerhalb kürzester Zeit, rund zehn Minuten, eine beschränkte Anzahl an Produkten liefern können, zum anderen die Vollsortimenter, die auch einen kompletten Wochenendeinkauf aus einem großen Sortiment mit mehr als 10 000 Artikeln abdecken können. Wobei die Lieferung dann eben etwas länger dauert. Dazu kommen noch Spezialisten für Tiernahrung oder Bio-Kisten. Wir werden also ein vielfältiges Angebot vorfinden, zumindest in Städten.

Wer wird den Markt bestimmen, neue Player oder etablierte Händler?

Es sind zwar einige Start-ups in den Markt eingestiegen, aber letztlich werden die etablierten Lebensmittelhändler den Markt bestimmen, in dem sie zum Beispiel Kooperationen eingehen, wie wir dies bereits bei Flink und Rewe oder Edeka und Picnic beobachten können. Lebensmittellieferdienste benötigen starke Partner, zum Beispiel, um ihnen Produkte zu einem günstigen Preis beschaffen oder auch Eigenmarken zur Verfügung zu stellen.

Wenn Sie neu entstehende Filialen in den Supermärkten mit solchen vergleichen, die vor 10 bis 15 Jahren eröffnet haben, welche Veränderungen fallen Ihnen auf?

Die Kundenbedürfnisse werden immer differenzierter, in der Folge sind Supermärkte deutlich größer als vor 15 Jahren, da die Sortimente deutlich größer und vielfältiger geworden sind: vegan, vege-

„Wer also Verantwortung für Menschen und Entscheidungen übernehmen will, **der ist im Handel hervorragend aufgehoben.**“

tarisch, glutenfrei, laktosefrei, regional, lokal und so weiter. Außerdem erleben wir bei den Supermärkten ein Trading-up in der Ladengestaltung: Es macht heute mehr Spaß und Freude, in einem Supermarkt einzukaufen. Und: Die Digitalisierung hält auch Einzug in die Märkte, zum Beispiel mit Selfcheckouts und Elektronischen Preisschildern.

Sie forschen auf Ihrem Campus zu personallosen Läden. Wie weit sind wir bei der Entwicklung von Märkten, die ohne Personal funktionieren und in dem die Abläufe automatisch ablaufen?

Abhängig vom System funktioniert das bereits sehr gut. Kassen-Selfcheckout und Smartphone-Scanning funktionieren ohne Probleme. Das von Künstlicher Intelligenz getriebene „Grab & Go-Prinzip“ wird noch ein paar Jahre dauern, bis es wirklich für deutsche Supermärkte marktreif sein wird.

Gemeint sind Supermärkte, in denen Kund*innen ihre Produkte einpacken und das Bezahlen über automatische digitale Systeme funktioniert.

Bisher werden nur sehr kleine Märkte betrieben, mit einer Fläche bis zu 200 Quadratmetern. Die Anzahl derjenigen Händler, die hier Tests durchführen, und auch die Anzahl der technologischen Anbieter steigt jedoch rasant. Aktuell werden über 50 Tests solcher weitestgehend unbemannter Stores in Deutschland durchgeführt. Hinzu kommt: Die KI-Technologie hinter Grab & Go wird jeden Tag ein bisschen schlauer. Allerdings müssen auch die Kund*innen mitspielen.

In welcher Hinsicht?

Wie schon erwähnt: Wir sind in Deutschland in der Nutzung funktionierender Technologien dem europäischen Ausland hinterher. Der Blick nach England zeigt, dass solche Systeme nicht nur marktreif sein, sondern auch von den Kund*innen akzeptiert werden müssen.

Auf der anderen Seite gibt es in vielen Märkten eine Art Renaissance der Bera-

tung, auch hier scheint es großen Bedarf zu geben. Ist das ein Widerspruch zur Entwicklung vollautomatisierter Märkte?

Nein, nicht unbedingt. Händler wollen vor allem den Kassivorgang sowie die internen Abläufe, wie Bestellung von Ware, automatisieren. Das hat aber keinen Einfluss auf die Bedientheken. Jedoch wird es immer schwieriger, Fachpersonal für diese Theken zu gewinnen. Supermärkte wollen Bedientheken auch langfristig behalten, einige haben sogar Bedienungen bei Obst und Gemüse wieder eingeführt. Man braucht dafür aber qualifizierte Mitarbeiter*innen.

Mit Blick auf Nachwuchskräfte, die eine Karriere im Lebensmittelhandel anstreben: Welche Skills und Eigenschaften sind generell wichtig, um hier Spaß zu haben und erfolgreich zu sein?

Das Handelsgeschäft ist in den Zentren zunehmend datengetrieben. Ein Grundverständnis von Daten und Zusammenhängen sollte man daher mitbringen, dazu Spaß daran, sich mit Umsatz- und Kundendaten zu beschäftigen. Im Vertrieb wird auch in Zukunft die Interaktion mit Menschen, sei es mit Mitarbeiter*innen oder Kund*innen, im Vordergrund stehen. Wer Menschen mag, der mag auch den Handel. Generell unterscheidet sich der Handel in Sachen Schnellebigkeit von anderen Branchen: Man kann sehr schnell den Erfolg seiner eigenen Entscheidungen sehen und messen. Wer also Verantwortung für Menschen und Entscheidungen übernehmen will, der ist im Handel hervorragend aufgehoben. Zumal die Verantwortung in den Filialen weiter wachsen wird, da immer mehr Daten zur Verfügung stehen, die bei der Entscheidungsfindung Unterstützung bieten.

Bitte vervollständigen Sie zum Abschluss folgenden Satz: Der Supermarkt der Zukunft wird ein ganz neues Einkaufserlebnis bieten, weil ...

... er viele Einkaufsvorgänge digital unterstützt und trotzdem der Mensch noch den Unterschied machen wird.

ZUR PERSON

Prof. Dr. Stephan Rüschen ist seit 2013 Professor für Lebensmittelhandel und Studiengangsleiter an der Dualen Hochschule Baden-Württemberg in Heilbronn. Nach einer Ausbildung zum Bankkaufmann studierte er BWL und promovierte 1996 in München. Seine Karriere im Handel startete er 1996 als Senior Associate in der Unternehmensentwicklung bei der Tengelmann Group. 2000 wechselte er zur Metro Group, wo er zunächst als Head of Portalmanagement des Tochterunternehmens Dayconomy tätig war. Bei Metro Cash & Carry stieg er bis 2012 zum Customer Management Director auf, bevor er 2013 in die Wissenschaft wechselte.

GRAB & GO IM SUPERMARKT

In „Grab & Go“-Supermärkten ermöglicht die sogenannte Just-Walkout-Technologie durch KI-Systeme zur Bilderkennung, Computer und „Sensor Fusion“ in den Regalen ein reibungsloses Einkaufserlebnis für die Kund*innen, „Frictionless Shopping“ genannt. In Seattle eröffnete Amazon bereits 2016 den ersten Store dieser Art. Es dauerte einige Jahre, bis die Technologie mit weiteren Technologieanbietern und Händlern auch in Europa Einzug gehalten hat, das polnische Handelsunternehmen Zappka betreibt mittlerweile mehr als 50 solcher „Smart Stores“, den Markteintritt in Deutschland wagte das Unternehmen im Sommer 2022 in der „Tesla Gigafactory“ im brandenburgischen Grünheide.

New Work im Handel

Eine Studie untersucht, wie Arbeiten in der Handelswelt von morgen aussehen wird.

Von Kerstin Neurohr



EINE REISE DURCH DIE WICHTIGSTEN KONZEPTE UND METHODEN VON NEW WORK

Wie können wir Arbeit so gestalten, dass sie Menschen stärkt, Organisationen resilienter macht und zur Lösung gesellschaftlicher Probleme beiträgt? Darum geht es im Buch „On the Way to New Work“, basierend auf über 300 Podcast-Gesprächen zum Thema sowie den Erfahrungen der Autor*innen aus Beratungsmandaten, Coachings und den eigenen Erfahrungen mit Unternehmensaufbau und Führung. Swantje Allmers, Michael Trautmann und Christoph Magnussen: On the Way to New Work. Wenn Arbeit zu etwas wird, was Menschen stärkt. Vahlen 2022. 24,90 Euro.

Die Arbeitswelt wandelt sich radikal – neue Arbeitsmethoden und Organisationsmodelle werden ausprobiert, Home-Office-Modelle lösen die Arbeit in Präsenz ab, die Sinnhaftigkeit der Arbeit und das Wohlbefinden der Mitarbeitenden rücken in den Fokus. New Work ist der Begriff für diese Methode, begründet von dem Sozialphilosophen und Anthropologen Frithjof Bergmann (1930-2021). In vielen Start-ups wird New Work bereits gelebt, doch auch traditionellere Branchen und Unternehmen orientieren sich mittlerweile an den Ideen.

Eine Studie des EHI Retail Institute beschäftigt sich mit New Work im Handel. Sie geht der Frage nach, wie Personalverantwortliche der Handelsbranche die Relevanz von New Work für das eigene Unternehmen und für die Branche insgesamt einschätzen und zeigt auf, welche Aspekte und Maßnahmen von New Work in den Handelszentralen bereits verbreitet und umgesetzt sind – im Fokus steht dabei die Situation in den Zentralen, nicht in den Filialen.

Die Befragung zeigt: Die Notwendigkeit von New Work für die Branche wird recht eindeutig mit Ja beantwortet. 71 Prozent der Befragten betrachten New Work für den Handel als „Must have“, nur gut ein Viertel sieht in den neuen Arbeitsformen ein „Nice to have“. Entsprechend haben die Unternehmen sich auf den Weg gemacht. **Die Mehrheit befindet sich bereits in einem New-Work-Transformationsprozess oder plant entsprechende Maßnahmen in den nächsten zwei Jahren.** Am häufigsten genannt wurden die Flexibilisierung von Arbeitsort und -zeit sowie die Digitalisierung von Prozessen.

Umgesetzt werden bisher vor allem flexible Arbeitszeitmodelle, beispielsweise Vertrauensarbeitszeit oder Gleitzeit. Auch eine flexible Wahl des Arbeitsortes ist für Mitarbeitende in den Headquartern schon vielerorts möglich. Und auch, wenn die meisten der befragten Handelsunternehmen eher klassisch hierarchisch aufgebaut sind: Bei einem Großteil wird zumindest in einigen Abteilungen, Bereichen oder Projekten mit agilen Methoden und Prozessen gearbeitet, und zumindest auf Abteilungebene werden bei einer knappen Mehrheit der an der Studie beteiligten Handelsunternehmen die Mitarbeiter*innen bereits an der Entwicklung strategischer Ziele beteiligt.

Die Studie: EHI-Whitepaper New Work in Retail 2021. Kostenloser Download: www.ehi.org/produkt/whitepaper-new-work-in-retail-2021



CAREER Venture



Recruiting-Events für Absolventen



Bewirb Dich fürs Consulting!



Foto: AdobeStock/denisimgilov

KI im Bewerbungsverfahren

Künstliche Intelligenz kommt immer häufiger im Bewerbungsverfahren zum Einsatz. Eingehende Bewerber*innen-Daten werden durch die Technik gefiltert und geordnet. Doch diese Vorgehensweise ist nicht unumstritten und mit einer Menge Problemen behaftet. Lernen die Algorithmen doch mit vorhandenen Daten.

von **Christoph Berger**

Europäische Union: Excellence and trust in artificial intelligence.

<https://bit.ly/3HToViv>

Es ist ein großes Versprechen, dass Entwickler von Künstlicher Intelligenz machen: Durch ihren Einsatz soll es zu weit besseren Entscheidungen kommen als wenn diese Menschen treffen würden. Die Entscheidungen würden zudem effizient und transparent getroffen. Dies gelte auch bei der Auswahl von Kandidat*innen für zu besetzende Stellen in Unternehmen. Doch sind solche „Bewerbungsalgorithmen“ tatsächlich frei von Diskriminierungen? „Die Gefahr einer solchen Diskriminierung besteht bei Bewerbungsalgorithmen ganz klar“, sagt Prof. Dr. Tobias Matzner, Professor für Medien, Algorithmen und Gesellschaft an der Universität Paderborn. „Geht es direkt um die Bewertung, müssen Beispiele für „gute Mitarbeiter“ oder „qualifizierte Mitarbeiter“ gefunden werden. Schon die Kriterien hierfür können verzerrend sein, wenn zum Beispiel bestimmte Verhaltensweisen oder kulturelle Codes implizit vorausgesetzt werden“, erklärt Matzner weiter. Selbst wenn sich hier einigermaßen objektive Kriterien zur Bewertung finden lassen könnten, sei das Problem, dass die Beispiele, die es schon gebe, existierende Diskriminierungen abbilden würden. In einem Betrieb, der tendenziell mehr Männer einstelle, werde die Mehrheit

der Hochqualifizierten männlich sein, so der Wissenschaftler.

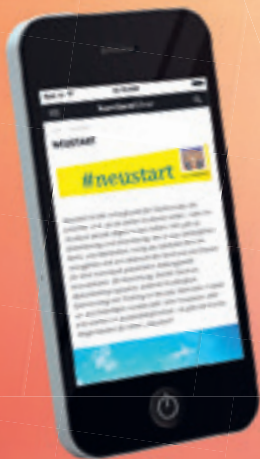
Auch Dr. Jessica Heesen, Leiterin des Forschungsschwerpunkts Medienethik und Informationstechnik am Internationalen Zentrum für Ethik in den Wissenschaften der Eberhard Karls Universität Tübingen erkennt ein reales Risiko für Diskriminierungen durch den Einsatz von Algorithmen für die Personalauswahl. „Zum Beispiel kann es sein, dass es „Lücken“ in einem beruflichen Lebenslauf gibt aufgrund von Betreuungszeiten für Kinder oder kranke Verwandte. Diese Lücke kann durch einen Bewerbungsalgorithmus detektiert und schlecht bewertet werden, ohne den Kontext zu kennen.“ Das könne auch passieren, wenn eine menschliche Personalverantwortliche die Entscheidung treffe, ergänzt sie. „Aber hier gibt es doch eine bessere Chance, den Kontext in den Blick zu nehmen und gegebenenfalls gerade einen solchen Aspekt positiv oder zumindest nicht negativ zu bewerten.“

Transparenz gewährleisten

Sollte KI im Kontext dieser Argumente gänzlich aus dem Bewerbungsprozess rausgehalten werden? „Um einer ungerechtfertigten Schlechterstellung von Menschen durch Algorithmen vorzu-

#Karriere-Freeclimber?

- Unsicher, ob du weiter studieren willst?
- Vom 1. Zweifel zur 2. Chance: Entdecke neue Möglichkeiten.
- Du hast dein Studium bereits abgebrochen?
- Für deinen persönlichen Neustart:
www.karrierefuehrer.de/neustart



kf





„Das zentrale Problem ist nicht, dass Algorithmen mehr oder weniger **diskriminieren als Menschen, sondern anders.**“

beugen, gibt es verschiedene Maßnahmen. Dazu gehören die Sicherstellung einer hohen Qualität der Trainingsdaten, die Durchführung von Überprüfungen durch zum Beispiel Audits und entsprechend die rechtlichen Regulierungsanforderungen, um diese Maßnahmen in der Praxis verpflichtend zu machen“, sagt Jessica Heesen. Vor diesem Hintergrund sei es gut möglich, ADM-Systeme (ADM – Algorithmic Decision Making) bei der Personalauswahl zu nutzen, die menschliche Entscheidungen besser machen könnten. Doch: Die Auswahl sollte nie nur auf ein ADM-System zurückgehen. Und wenn ein solches System einbezogen werde, sollten die Bewerber*innen darüber in Kenntnis gesetzt werden.

Weniger optimistisch bewertet Tobias Matzner den KI-Einsatz: „Das zentrale Problem ist nicht, dass Algorithmen mehr oder weniger diskriminieren als Menschen, sondern anders.“ Zwar würden sich mittels Algorithmen tatsächlich einige Probleme, so man sie denn bedenkt, gut ausblenden lassen. Dafür würden neue auftreten. Matzner sagt: „In ADS (algorithmic decision-making systems) entstehen zum Beispiel oft sogenannte Stellvertreter-Merkmale

(proxies). Hier korrelieren Zusammensetzungen von diversen, vermeintlich harmlosen Merkmalen mit gesetzlich geschützten Eigenschaften wie Geschlecht oder Herkunft. Oft sind diese Kombinationen aber so komplex, dass sie von Menschen nur schwer als diskriminierend zu durchschauen sind.“ Zudem hätten Algorithmen einen anderen Impact: Beispielsweise habe ein sexistischer Personaler nur Einfluss auf die Entscheidungen, die über seinen Tisch gehen würden. Ein sexistischer Algorithmus betreffe hingegen das gesamte Unternehmen. Oder je nach Verbreitung sogar viele Unternehmen.

Zwingende Überprüfungen

Tobias Matzner hält eine unabhängige Überprüfung der Algorithmen daher für zwingend erforderlich. Eine Auditierung müsse alle Elemente – Grundannahmen, Modell, Einsatzformen und so weiter – in Zusammenhang stellen. Er sagt: „Dazu kommt: Gerade datengetriebene Systeme können während der Anwendung diskriminierende Eigenschaften entwickeln. Ein Audit a priori kann also nur einen Teil der Probleme erfassen. Deshalb muss eine solche Maßnahme immer ergänzt werden mit einem Recht auf Auskunft, Beschwerdestellen oder

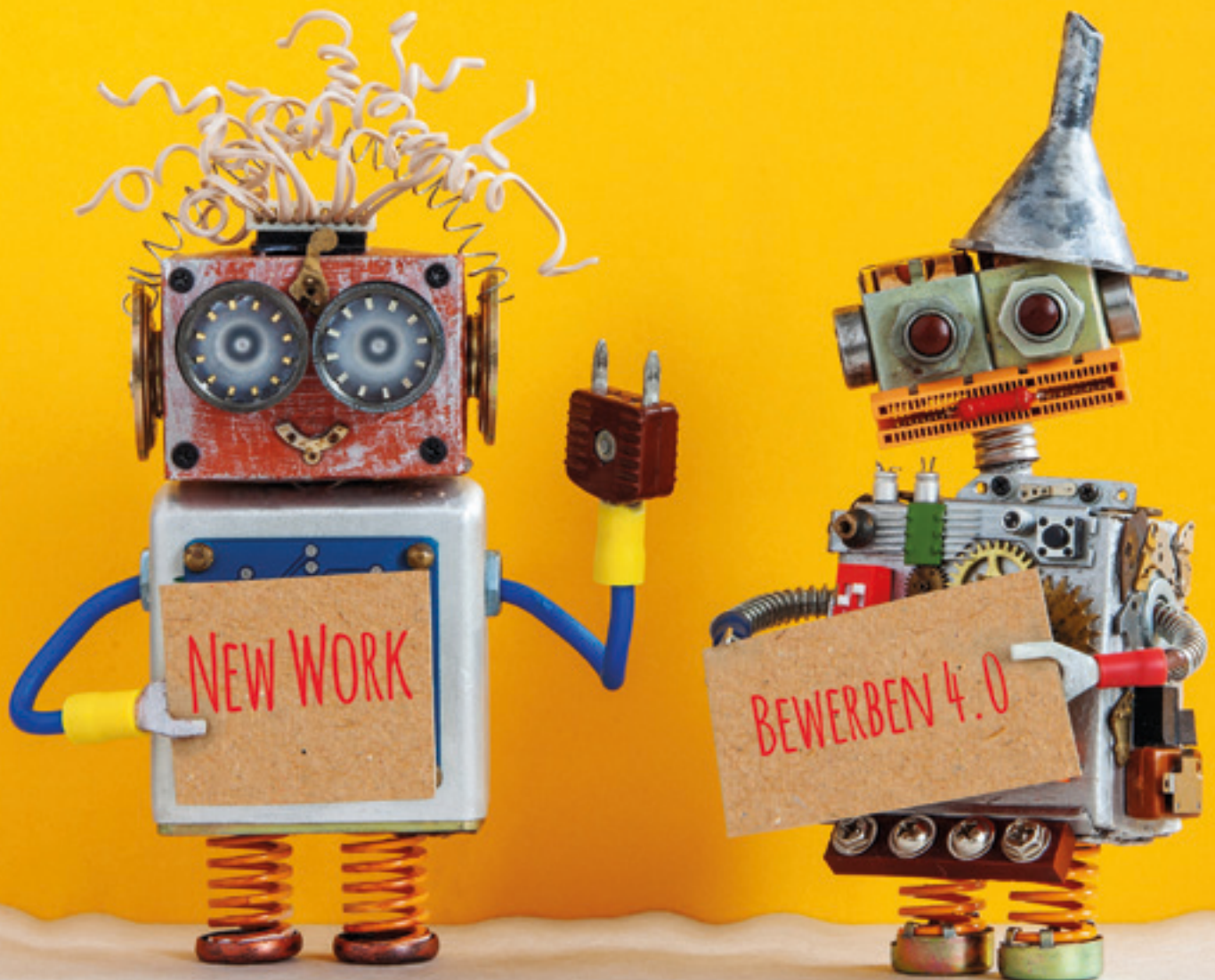
andere Maßnahmen, an die sich potenziell Betroffene wenden können.“

Auch Jessica Heesen fordert eine transparente und nachvollziehbare Auditierung. Sie erklärt: „Im Regulierungsvorschlag für Künstliche Intelligenz (KI) der EU vom April 2021 werden vier Risikokategorien zur Klassifizierung von KI vorgeschlagen. Algorithmische Entscheidungssysteme werden sehr häufig mit KI-Anwendungen kombiniert. Die Nutzung von KI im Personalmanagement wird hier explizit als „hohes Risiko“ eingestuft, weil es hierbei um die Realisierung von Lebenschancen geht.“ KI-Anwendungen mit einem hohen Risiko würden nach diesem Regulierungsvorschlag einer Konformitätsbewertung unterliegen und müssen registriert werden. Für diese Bewertung kämen dann unabhängige Stellen in Frage, aber auch eine Durchführung der Überprüfung in eigener Verantwortung sei denkbar. Laut Heesen sei der Vorschlag hier noch nicht eindeutig. „Welche Modelle für die Auditierung genutzt werden sollten, kann jetzt noch nicht zufriedenstellend beantwortet werden. Dazu brauchen wir noch weitere Diskussionen in Wissenschaft und Gesellschaft sowie Regulierungs- und Standardisierungseinrichtungen.“

metropolitan.

FINDE DEINE STÄRKEN

#PERSÖNLICHKEIT #JOB #ZUKUNFT



www.metropolitan.de



metropolitan Verlag



metropolitan Verlag



@met_verlag



metropolitan Verlag



met_verlag

Von: Christoph Berger
Gesendet: 28. April 2022
An: Berufseinsteiger*innen in Handel und E-Commerce
Betreff: Nachhaltigkeit ist Top-Thema

Liebe Leserinnen und Leser,

laut einer aktuellen Studie beginnen Unternehmen, das Thema Nachhaltigkeit strategisch anzugehen. So wollen sie ihre „Licence to operate“ erhalten, einen Mehrwert für die Gesellschaft schaffen und neue Chancen erschließen.

So haben das Futurist Institute for Sustainable Transformation, das Potsdam-Institut für Klimafolgenforschung und die Unternehmensberatung Bain & Company in einer gemeinsam erstellten Studie herausgefunden, dass es ein neues Top-Thema auf der Agenda der CEOs gibt: die Nachhaltigkeit. Die Digitalisierung verlässt damit die Spitzenposition und wechselt auf Rang 2. Die Studienergebnisse zeigen, dass neun von zehn Top-Führungskräften Nachhaltigkeit in den kommenden fünf Jahren für mindestens genauso wichtig halten wie die Digitalisierung, nahezu die Hälfte erachtet sie sogar als bedeutender. Die Führungskräfte verfolgen dabei das Ziel, ihre Unternehmen klimaneutral zu machen und entlang der drei Nachhaltigkeitsdimensionen Umwelt, Soziales und Governance zu transformieren.

Die Studie „Von Haltung zu Handlung: Wie Deutschlands CEOs ihre Unternehmen auf Nachhaltigkeitskurs bringen“ offenbart aber auch einen Zielkonflikt, für den viele der Unternehmenslenker*innen noch keine Lösung gefunden zu haben scheinen: Nachhaltigkeit und Wirtschaftlichkeit stellt sich für sie noch als ein Gegensatz dar. Doch Bain-Deutschlandchef Walter Sinn ist überzeugt, dass sich dieser Konflikt in den kommenden Jahren auflösen wird: „Etliche Nachhaltigkeitsprojekte gerade im Bereich Umwelt rechnen sich bereits. Und die Wirtschaft steht erst am Anfang der ökologischen Transformation. In Zukunft werden die Kosten für mehr Nachhaltigkeit in vielen Fällen deutlich geringer sein als die Chancen auf zusätzliche Umsätze. Wenn Unternehmen gerade die Dekarbonisierung strategisch klug aufsetzen, werden sich ihnen bereits in dieser Dekade bedeutende Wachstumschancen bieten.“

Nun gelte es vor allem, die entsprechenden Schritte als Teil der Unternehmensstrategie und die Nachhaltigkeitsziele in die operative Steuerung zu integrieren, ergänzt Stefan Wörner, bei Bain verantwortlich für das Thema Sustainability & Corporate Responsibility in der DACH-Region. Dafür sei entschlossenes Handeln gefragt.

Wie sehr das Thema Nachhaltigkeit die Unternehmen beschäftigt, zeigen auch Ergebnisse einer PwC-Studie, nach der weltweit immer mehr Unternehmen einen Chief Sustainability Officer (CSO) ernennen. Diese personelle Verankerung in der obersten Führungsebene zeigt zum einen, wie komplex das ESG-Themenfeld ist – ESG steht für Environmental Social Governance, zum anderen würden CSOs die nachhaltigen Veränderungen in den Unternehmen vorantreiben und die Visibilität und Verbindlichkeit bei dem Thema erhöhen.

Mit herzlichen Grüßen

Christoph Berger

E-Mail für dich

Foto: Fotolia/satapatms

28. KARRIERETAG FAMILIENUNTERNEHMEN

Deutschlands FamilienunternehmerInnen treffen Fach- und Führungskräfte

Die Recruiting- und Kontaktmesse für Ihre Karriere im Familienunternehmen

Sprechen Sie direkt mit den InhaberInnen und Top-EntscheiderInnen

- Konkrete Stellenangebote
- Internationale Einsatzmöglichkeiten
- Zukünftige Karriereperspektiven

Ausrichter



25. November 2022

Klingenberg am Main

Bewerbungsschluss 17. Oktober 2022

www.Karrieretag-Familienunternehmen.de



DER ENTREPRENEURS CLUB



Stiftung
Familienunternehmen

Lead-Medienpartner

Frankfurter Allgemeine
ZEITUNG FÜR DEUTSCHLAND

Medienpartner

karrierefürer



Schirmherrschaft



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Klimaschutz

telegramm

Neues aus Unternehmen

Foto: Fotolia/warmworld

Foto: AdobeStock/Combatec

Foto: AdobeStock/blankstock

Foto: AdobeStock/Chief Design



Stille Stunde im Supermarkt

Die Stadt Bergisch Gladbach in NRW hat im März 2022 gemeinsam mit zwei Filialen der Unternehmen Rewe und Edeka die Initiative „Stille Stunde“ gestartet. Hintergrund: Der alltägliche Einkauf ist in heutiger Zeit von ständiger Reizüberflutung geprägt. Die Beleuchtung ist grell, Musik dudelt im Hintergrund und Mitarbeiter wuseln mit ausladenden Rollcontainern hin und her, um die Regale aufzufüllen. An der Kasse erfasst der Scanner jeden Artikel mit schrillum Piepton und während des Bezahlvorgangs unterhalten sich andere Kunden lautstark. All dies ist Alltag für die Mehrheitsgesellschaft, aber es gibt auch Menschen, bei denen allein die Vorstellung bereits großen Stress auslöst. Das sind insbesondere für Personen mit Autismus oder Reizverarbeitungsschwierigkeiten. Deshalb möchte die „Stille Stunde“ den Kundinnen und Kunden eine reizreduzierte Zeit zum Einkaufen anbieten, bei der Augen und Ohren geschont und die Ablenkung im Geschäft minimiert werden soll. Dazu gehört auch, dass in dieser Zeit Assistenzhunde dort, wo es möglich ist, in den Geschäften willkommen sind.

➔ www.bergischgladbach.de



Spende gegen Pfand

Unter dem Motto „Bring dich ein für deinen Verein“ hat Netto die zeitgleiche Unterstützung von bundesweit über 2400 regionalen Vereinen ermöglicht. Von September bis November 2022 konnten Kund*innen an den Kassen und Pfandautomaten von 48 Filialen spenden. Mit den Worten „Einfach Aufrunden“ können Kundinnen und Kunden an der Kasse ihre Einkaufssumme auf den nächsten 10-Cent-Betrag erhöhen und die Differenz an den teilnehmenden Verein ihrer Filiale spenden. Auch eine Pfandspende am Leergutautomaten ist per Knopfdruck möglich. Im Vorfeld zum Spendenstart hatten gemeinnützigen Vereine die Möglichkeit, sich für die Teilnahme zu bewerben. Über 5000 Vereine nahmen diese Chance wahr. Durch ein anschließendes Kundenvoting wurden die teilnehmenden Vereine ausgewählt



Oben wohnen, unten einkaufen

Lidl und Aldi hatten bereits vor einigen Jahren angekündigt, eigene Wohnungen zu bauen und zu vermieten. Bereits 2020 starteten sie in Berlin mit eigenen Wohnbauprojekten. In Köln hat Aldi Süd nun ein eigenes Projektentwicklungsbüro eröffnet, um solche Vorhaben weiter voranzutreiben. Auch auf der Messe EXPO REAL 2022 in München, der größten Fachmesse für Immobilien in Europa, präsentierte sich Aldi Süd als Mitaussteller an Ständen von Partnern und unterstrich damit sein Interesse an städtebaulicher Entwicklung. ➔ www.aldi-sued.de



Neu:
karriereführer
Künstliche Intelligenz

karriereführer

Medien für Hochschulabsolvent*innen



kf



- **Print:** hochspezialisierte karriereführer-Jobmagazine bundesweit an Hochschulen
- **Online:** das Karriereportal www.karrierefuehrer.de
- **Mobil:** kostenfreie Apps
- Folgen Sie uns auf Facebook, Twitter, Instagram
- Arbeitgeber-Videos in unserem YouTube-Channel

Warenkorb

Kultur-, Buch- und Linktipps



Foto: Fotolia/lan 2010

FAIRE WOCHE

Im September jeden Jahres findet seit 2001 die Faire Woche statt: 2022 drehte sich unter dem Motto „Fair steht dir – #fairhandeln für Menschenrechte weltweit“ alles um das Thema Textilien. Veranstalter der fairen Woche sind das Forum Fairer Handel e. V. in Kooperation mit Fairtrade Deutschland e. V. und dem Weltladen-Dachverband e. V. www.futurefoodstudio.at

FOOD REPORT 2023

Hanni Rützlers Food Report 2023 ist eine Jubiläumsausgabe und bietet einen Einblick in die neuesten Entwicklungen der Lebensmittelbranche in Zeiten multipler Krisen. Die österreichische Ernährungswissenschaftlerin und Foodtrendforscherin analysiert die systemrelevante Food-Branche mit gewohnter Finesse und Expertise. Sie beschäftigt sich mit dem Wandel des Konsumverhaltens – wie immer veranschaulicht durch Best-Practice-Beispiele, Zahlen und Fakten. www.futurefoodstudio.at



TIPPS VOM BUNDESUMWELTAMT

Fast ein Drittel der produzierten Lebensmittel landen im Müll. Lebenswichtige Ressourcen wie Ackerflächen und Wasser werden unnötig verschwendet, vermeidbare Treibhausgase entstehen. Dabei ist vieles, was auf dem Müll landet, eigentlich noch genießbar. Das Bundesumweltamt gibt Tipps, um Lebensmittelabfälle zu vermeiden: vom gut geplanten Einkauf über die kreative Verwertung von Resten bis zur richtigen Lagerung. www.umweltbundesamt.de

„DIE KRAFT DER REUE“



Daniel H. Pink führt in seinem New-York-Times-Bestseller „Die Kraft der Reue“, dessen deutsche Übersetzung im Oktober 2022 erschienen ist, vor Augen, wie wichtig Reue für unser persönliches Vorankommen ist. Dabei geht er auf die unterschiedlichen Formen von Reue ein und zeigt anhand neuester psychologischer Erkenntnisse, wie etwas zu bereuen uns dabei helfen kann, künftig bessere Entscheidungen zu treffen. Damit stellt Pink in seinem Buch die häufig unterschätzte Emotion in ein völlig neues, positives Licht und plädiert für einen anderen Umgang mit Reue in unserer Gesellschaft. So kann Reue letztlich dazu beitragen, unserem Leben einen größeren Sinn zu verleihen: in der Gegenwart und in der Zukunft. Daniel H. Pink: Die Kraft der Reue. Wie der Blick zurück uns hilft, nach vorne zu schauen. Allegria 2022. ISBN: 978-3-7934-2449-9. 22,99 Euro.

„EIN LEBEN FÜR DEN GUTEN GESCHMACK“

Johann Lafer liefert mit „Ein Leben für den guten Geschmack“ eine Autobiografie in Rezepten, angefangen in seiner steirischen Heimat, die seine Kochphilosophie bis heute prägt. Er erzählt über seine ersten Kochversuche, die Bedeutung des Essens im Alltag und bei Familienfeiern und präsentiert die Gerichte, die für ihn kindheitsprägend waren. Es folgen alle Stationen – von der Lehre bis zur Eröffnung der Stromburg mit den jeweils prägenden Rezepten – und bietet eine kleine Zeitreise in die 1980er-Jahre und die Nouvelle Cuisine, bis hin zu Lafers heutiger Philosophie der einfachen Küche. Johann Lafer: Ein Leben für den guten Geschmack. Erzählt von Jan Hofer. GU 2022. ISBN 978-3-8338-8282-1. 26 Euro.



SICHT IM LABEL-DSCHUNDEL

Labels dienen Verbraucherinnen und Verbrauchern als praktischer Rat beim Einkauf. Unter „Label“ oder auch „Siegel“ versteht man allerdings verschiedene Informationssysteme und Managementinstrumente. Die Plattform „label-online“ stellt Label-Arten, von Regionallabels über Gütezeichen bis zu Prüflabels und Clean Labels vor. www.label-online.de



Foto: AdobeStock/Aquair

NETZWERK DER FOODBRANCHE

Das Frauenforum Foodservice findet jährlich im November statt und bringt seit acht Jahren hochkarätige Speakerinnen aus der Food- und Gastronomiebranche auf die Bühne und gilt als eines der wichtigsten Networkingevents der Branche. Initiator ist der Verein Frauennetzwerk Foodservice e. V. mit 1500 Netzwerkerinnen und über 150 Members. www.frauennetzwerk-foodservice.de

DAS LEBEN IST EINFACH ...

Der erfahrene Psychotherapeut Holger Kuntze erklärt in seinem neuen Buch, warum wir persönlichen Krisen nicht hilflos ausgeliefert sind – und warum sie manchmal geradezu sinnvoll sein können. Er gewährt uns mithilfe moderner Verhaltenstherapie sowie neuester Erkenntnisse der Neurowissenschaft und Evolutionsforschung einen Blick hinter die Kulissen unseres eigenen Fühlens und Denkens. Mit kleinen Notfallinterventionen und zwanzig Begriffspaaren, die das Leben leichter machen, öffnet er einen Zugang zu unseren inneren Freiräumen. Konkret und mit Beispielen aus seiner eigenen Praxis benennt er Ressourcen, die uns auf der Basis akzeptanzbasierter Strategien ermöglichen, die Zumutungen des Lebens anzuerkennen und uns mit ihnen auseinanderzusetzen. Holger Kuntze: Das Leben ist einfach, wenn du verstehst, warum es so schwierig ist.

Kösel 2021. 18 Euro.



Bookmarks



EDEKA Zentrale Stiftung & Co. KG.

New-York-Ring 6
22297 Hamburg

Karriere-Website:
www.karriere.edeka
Internet: www.edeka.de

Ann-Sophie Büntgen
Personalmarketing
Fon: +49 40 6377-5467

Ausführliches Firmenprofil unter
www.karrierefuehrer.de/Firmenprofil



karrierefuehrer-Service:

Checkliste Bewerbung:
<http://bit.ly/2oRpOAN>

Kompaktkurs Bewerbung –
von Online- bis Video-Bewerbung:
[www.karrierefuehrer.de/
bewerben/kompaktkurs](http://www.karrierefuehrer.de/bewerben/kompaktkurs)



Boo



“

*E-Paper, App, Podcasts, Videos?
Alles rund um die Bewerbung?
Schauen Sie bei
www.karrierefuehrer.de*

”

karrierefuehrer

- * recht
- * wirtschaftswissenschaften
- * frauen in führungspositionen
- * ingenieure
- * consulting
- * digital
- * naturwissenschaften
- * ärzte
- * informationstechnologie
- * handel/e-commerce
- * bauingenieure
- * künstliche intelligenz
- * neustart

km arks



Foto: Fotolia/fotofabrik



Foto: privat

Thomas Röttcher

Geschäftsführer Rewe-Markt

Wie sind Sie auf die Idee gekommen, eine eigene Theke für vegane Produkte einzuführen?

Seit vielen Jahren orientiere ich mich an den Wünschen, an der Nachfrage der Kunden. Schon im letzten Jahr, als wir unseren Markt renoviert haben, konnte ich die steigende Nachfrage nach veganen Lebensmitteln erkennen. So habe ich im Umbau in der Obst- und Gemüseabteilung eine größere Fläche für vegane Selbstbedienungsprodukte zur Verfügung gestellt. Zunächst war die Fläche zu groß, aber im Laufe des Jahres füllte sich das Regal immer mehr, bis zu dem Tag, da das Regal zu klein war. Dann hörte ich von einem Projekt beim Unternehmen Rewe, bei dem eine vegane Bedienungstheke in die Märkte integriert werden sollte und schrie ganz laut „hier“.

Wie viele und welche Produkte führen Sie und wo stammen die her?

Derzeit bieten wir 35 Produkte an, die an das Zentrallager von Rewe geliefert werden und dann von uns aus dem Lager bezogen werden können. Es handelt sich um vegane Alternativen von: Schnittkäse, Weichkäse, Camembert, Salami, Lyoner, Fisch, Huhn, Rind, Schwein in verschiedenen Ausformungen und Salate.

Was glauben Sie: Ist vegane Ernährung nur ein Hype oder wird sich diese Ernährungsweise weiter verbreiten?

Ich denke, dass es kein Trend mehr ist, sondern eine Entwicklung. Die Flamme ist noch klein, aber wenn man den Umfragen glauben darf, entscheiden sich 37 Prozent der Kinder im Alter von 13 Jahren für den veganen Weg. Es gibt viele gute Gründe zumindest hin und wieder auf eine pflanzliche Alternative zurückzugreifen.

Wie ernähren Sie sich?

Ich ernähre mich omnivor. Ich esse gerne Fleisch, aber ich esse nicht jeden Tag Fleisch. Die Artikel, die wir jetzt in der veganen Theke führen, schmecken so verwechselbar nach dem Original, das ich davon regelmäßig essen werde.

Welchen Ratschlag können Sie jungen Menschen, die am Anfang ihrer beruflichen Karriere stehen, mit auf den Weg geben?

Wichtig ist, dass die jungen Menschen herausfinden, was ihnen Spaß macht und welche Tätigkeiten ihnen liegen. Was ihnen schwer fällt, sollten Sie lieber sein lassen, denn Sie müssen es dann ja gegebenenfalls ihr Leben lang machen. Denn: Nur wer mit Spaß eine Arbeit macht, die ihm leichtfällt, macht die Arbeit gut und gerne.

Thomas Röttcher ist 52 Jahre alt und leitet als Geschäftsführer seit 2011 den Rewe-Markt im nordrhein-westfälischen Kaarst. Das Familienunternehmen geht mit dem Trend und hat jetzt als Vorreiter eine vegane Fleischtheke eingeführt.

Die Fragen stellte **Christiane Martin**

“Every new adventure
requires a first step.”

Cheshire Cat

Your first step
for a new job:



JETZT VORMERKEN

herCAREER-EXPO | 5./6. OKTOBER 2023 | MOC, MÜNCHEN

ZEIT FÜR WAS NEUES: EINSTEIGEN. DURCHSTARTEN. WEITERKOMMEN.



Du möchtest die Berufswelt erobern und so richtig was bewegen? Starte mit einem Traineeprogramm oder einem Direkteinstieg bei uns durch und bring deine Karriere auf das nächste Level.

Bewirb dich unter
[kaufland.de/durchstarter](https://www.kaufland.de/durchstarter)

