



karriereführer auch als iPad-App
www.karrierefuehrer.de
Besuchen Sie den karriereführer auch auf:



Das Jobmagazin für Hochschulabsolventen
092012 – 022013

karriereführer

→ wirtschaftswissenschaften

Themen und Menschen

Thema: Marktforschung • Arbeiten in New York

Im Gespräch: Prof. Dr. Walter Smerling • Ex-Stabhochspringer
Danny Ecker

Top-Interview

Gregor Pillen

IBM-Geschäftsführer

Jetzt in die Medien!

Einsteiger begleiten den digitalen Wandel



Partner:



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

Jetzt bewerben: Aktuelle Firmenporträts





Wir lassen Sie laufen. Wo auch immer Sie hin wollen.

Entscheiden Sie selbst, welches Ziel Sie als nächstes verfolgen möchten.

Bei Deloitte erwarten Sie anspruchsvolle Projekte und Kollegen, die Sie fachlich fordern und menschlich begeistern werden. Ob Sie heute noch mitten im Studium stehen, sich kurz vor dem Abschluss befinden oder schon über Berufserfahrung verfügen – in unseren Bereichen Wirtschaftsprüfung, Steuerberatung, Consulting und Corporate Finance stehen Ihnen alle Wege offen.

Es ist Ihre Zukunft. Wie weit wollen Sie kommen?



Entdecken Sie mehr Möglichkeiten
unter www.deloitte.com/careers

Liebe Leserinnen und Leser,

Köln im September 2012

spricht man von den Motoren der deutschen Wirtschaft, werden in der Regel die klassischen Industriesektoren wie die Automobil- oder die Chemieindustrie genannt. Die Kultur- und Kreativwirtschaft, zu der auch die meisten Unternehmen der Medienbranche zählen, steht ein wenig im Schatten. Zu Unrecht: Im Jahr 2009 trug die Kultur- und Kreativwirtschaft laut Analyse des Bundeswirtschaftsministeriums rund 63 Milliarden Euro zur Bruttowertschöpfung Deutschlands bei – Tendenz steigend. Interessant wird es, wenn man die Industrien miteinander vergleicht: Die Chemieindustrie kam 2009 gerade mal auf die Hälfte (32 Milliarden), auch die Energieversorgung (54 Milliarden) und sogar die Automobilindustrie (55 Milliarden) hinkten hinterher.

Wertschöpfung schön und gut, aber wie ist die Lage bei den Arbeitsplätzen? Wer vermutet, die Kultur- und Kreativwirtschaft werde hier schwächeln, täuscht sich erneut: Im Jahr 2009 zählte die Branche 723.000 Arbeitsplätze – nur knapp weniger als die Automobilindustrie (781.000) und wiederum deutlich mehr als die Chemieindustrie (434.000). Zählt man die rund 155.000 Beschäftigten in der Druckindustrie dazu, ergibt sich ein beeindruckendes Bild: Medien erwirtschaften enorme Umsätze, schaffen Jobs – und gestalten Karrieren. Worauf es für Wirtschaftswissenschaftler beim Karrierestart in den Medien ankommt, zeigen wir im Top-Thema, in dem wir das Verlags- und Medienmanagement sowie die Film- und Fernsehbranche beleuchten.

Dass Kreativität auch in ganz anderen Branchen zu finden ist, erzählte uns Gregor Pillen, Geschäftsführer von IBM Deutschland. In den Teams des IT-Riesen haben Jams und Grooves die schnöde Powerpoint-Präsentation abgelöst. Wie das geht, erfahren Sie im Top-Manager-Interview. Oder haben Sie Lust auf einen Abstecher nach New York? Drei Young Professionals berichten, wie es ihnen gelungen ist, einen Job in Manhattan zu ergattern.

Wir wünschen Ihnen viel Spaß beim Lesen,

Ihr Karriereführer-Team



Impressum: **karrierefuehrer wirtschaftswissenschaften** 2.12 3. Jahrgang, 09.2012-02.2013 Das Jobmagazin für Hochschulabsolventen ISSN: 1869-7747 **Herausgeber:** Transmedia Verlag GmbH & Co. KG, Weyertal 59, 50937 Köln **Fon:** 0221 4722-300 **Fax:** 0221 4722-370 **E-Mail:** info@karrierefuehrer.de **Web:** www.karrierefuehrer.de **Redaktionskonzept:** Viola Strüder, Transmedia Verlag GmbH & Co. KG **Redaktion dieser Ausgabe:** Nina Augustat, André Boße, Wolf Alexander Hanisch, Sabine Olschner, Leonie Pohlmann, Kerstin Neurohr & Franziska André (verantwortlich), neurohr & andré GbR, Dillenburger Straße 75, 51105 Köln **PR, Kooperationen, Hochschulkontakte:** Tanja Reder **Anzeigen:** Anna-Lena Ohm (verantwortl.), Transmedia Verlag GmbH & Co. KG, Weyertal 59, 50937 Köln **Anzeigendisposition und -technik:** Jessica Andritzky **Firmenporträts:** Jan Hiermann **Onlineauftritt** www.karrierefuehrer.de **Thomas Böttcher** (verantwortl.) **Grafik:** Olaf Meyer, Köln **DTP/Lithografie:** Köllen Druck+Verlag GmbH, Bonn+Berlin **Druck:** westermann druck GmbH, Georg-Westermann-Allee 66, 38104 Braunschweig, **Fon:** 0531 708-501, **Fax:** 0531 708-599 **Fotos:** **Cover:** Fotolia/pixel 66, Fotolia/Thomas Jansa **Inhalt:** Fotolia/Eisenhans (1), Olaf Meyer (6), Fotolia/violetkaipa (8,9), Fotolia/bloomua (10), Fotolia/rangizz (10), Fotolia/kurhan (12), Hamburg Media School/Katrin Gebbe (12), SWHG (14), Fotolia/Marco2811 (14), Fotolia/Ssogras (14), Fotolia/Ruggiero Scardigno (16), Beck Verlag (16), IBM (18, 19, 20, 21), Fotolia/Gina Sanders (22), Kamila Artymko (22), Paul Lidke (24), SCX (26), Fotolia/Jeanette Dietl (26, 28), Katrin Glasner (28), Thomas Lienbacher (30, 31), Fotolia/Claudia Paulussen (30, 31), Daria-Maria Konopka (32), Fotolia/Dreaming Andy (32), Fotolia/pressmaster (34), Museu Wertpapierwelt (36), Fotolia/D.aniel (38), Sandra Kraus (38), Tobias Meyer (38), Fotolia/vturovsky (39), Fotolia/lilufoto (48) **Verlag:** Transmedia Verlag GmbH & Co. KG, Weyertal 59, 50937 Köln, **Fon:** 0221 4722-300, **Fax:** 0221 4722-370 **Geschäftsführerin:** Viola Strüder. In der **karrierefuehrer-Reihe** erscheinen in der Transmedia Verlag GmbH & Co. KG, Köln, die Publikationen: **karrierefuehrer** recht: März und September **karrierefuehrer frauen** in führungspositionen: März **karrierefuehrer wirtschaftswissenschaften:** März und September **karrierefuehrer ärzte:** April **karrierefuehrer ingenieure:** April und Oktober **karrierefuehrer consulting:** Mai **karrierefuehrer banken/versicherungen:** Mai **karrierefuehrer green-tech:** Juni **karrierefuehrer naturwissenschaften:** September **karrierefuehrer hochschulen:** Oktober **karrierefuehrer informationstechnologie:** Oktober **karrierefuehrer handel:** November **karrierefuehrer bauingenieure:** November. Der **karrierefuehrer wirtschaftswissenschaften** wird auf 100 % chlorfrei gebleichtem Papier gedruckt. Alle Rechte vorbehalten. Auszüge dürfen nicht ohne schriftliche Genehmigung des Verlages vervielfältigt oder verbreitet werden. Dies gilt auch für die Vervielfältigung per Kopie oder auf CD-ROM sowie die Aufnahme in elektronische Datenbanken.

Inhalt:



Top-Thema

8

Jetzt in die Medien!

Für Digital Natives bieten sich exzellente Jobchancen.

10

Tradition trifft Wandel

Die Medienbranche steht vor der Aufgabe, ihre traditionellen Kernkompetenzen ins digitale Zeitalter zu transferieren.

14

„Verlagsmanager sind Gestalter“

Ulrich Bensel, Konzernpersonalleiter der Südwestdeutschen Medien Holding, über Entwicklungen und Karrierechancen im Verlagswesen.

Top-Manager

18

Gregor Pillen

Der Geschäftsführer von IBM Deutschland über Anforderungen an Berufseinsteiger und neue Methoden in der IT-Branche.

Bewerben

22

Mein Bewerbungsgespräch bei: DB Schenker Rail

Kamila Artymko ging gut vorbereitet in ihr Bewerbungsgespräch und hatte Erfolg: Jetzt arbeitet sie beim Güterbahn-Unternehmen DB Schenker Rail.

Einsteigen

24

Jung und erfolgreich bei: Merck

Paul Lidke über seine ebenso vielseitigen wie interessanten Aufgaben im Controlling.

Der **karrierefuehrer**
unterstützt den 16th
World Business Dialogue
13.-14.03.2013, Uni Köln
www.world-business-dialogue.de



Prof. Dr. Walter Smerling



Aufsteigen

26

Aufgestiegen zum Abteilungsleiter

Marc-Oliver Matthias ist als Trainee bei R+V eingestiegen, als Abteilungsleiter beschäftigt er sich nun mit allen Themen rund um die Kfz-Versicherung.

30

„Ohne Kunst ist unsere Welt nicht denkbar“

Der Betriebswirtschaftler und Museumsdirektor Prof. Dr. h.c. Walter Smerling über moderne Kunst und die Rolle von Unternehmen im Kunstbetrieb.

32

Was macht eigentlich eine Marktforscherin?

Daria-Maria Konopka berichtet von ihrer Arbeit bei der GfK und erklärt, wie wichtig Teamarbeit, Kreativität und Neugier sind.

Projekt

36

Wertpapiergeschichte aus weiblicher Perspektive

Eine Ausstellung im Museum „Wertpapierwelt“ im schweizerischen Olten zeigt, dass Frauen im Aktiengeschäft von Beginn an eine bedeutende Rolle spielten.

Ausland

38

Hello New York! Hallo New York!

Sandra Kraus, Tobias Meyer und Christian Braun verbringen für die Wirtschaftsprüfungsgesellschaft KPMG einige Zeit in der Stadt, die niemals schläft.

Jobware unplugged

40

Online bewerben

So geht es richtig.

Sichtweise

48

Danny Ecker

Handschriftliches von Danny Ecker, der Karriere als Stabhochspringer gemacht hat und heute BWL an der Fernuniversität Hagen studiert.

Service

- 01 Editorial
- 01 Impressum
- 02 Inhalt
- 04 Inserenten
- 06 Kurz + knapp
- 42 Checkliste Bewerbung
- 44 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





Inserenten

	ALDI GmbH & Co. KG Unternehmensgruppe ALDI SÜD	11
BERTELSMANN	Bertelsmann SE & Co. KGaA	U3
Deloitte.	Deloitte	U2
	Enterprise Autovermietung Deutschland GmbH	17
	Entrepreneurs-Club	33
HAYS Recruiting experts worldwide	Hays AG	13
	FHF • Hamburger Fern-Hochschule gem. GmbH	31
IQB.de CAREER SERVICES	IQB Career Services AG	29
	Jobware Online-Service GmbH	27
	konaktiva Dortmund GbR	37
	MAG IAS GmbH	5
Munich RE 	Münchener Rückversicherungs-Gesellschaft AG	7
	Norma Lebensmittelfilialbetrieb Stiftung & Co. KG	15
	Organisationsforum Wirtschaftskongress e.V. (OFW)	23
	R+V Versicherung	17
	TEMA Technologie Marketing AG	35
	Vodafone D2 GmbH	U4



Mehr Potenzial für Ihre Karriere!



Sie stehen vor Ihrem Studienabschluss und sind auf der Suche nach einer spannenden beruflichen Herausforderung?

Sie möchten sich beruflich verändern oder den nächsten Karriereschritt gehen?

Dann freuen wir uns auf Sie!

Als innovativer Partner der internationalen Automobil- und Luft- und Raumfahrtindustrie, der Industriegüterbranche, Energieerzeuger und deren Zulieferer bietet MAG maßgeschneiderte Maschinen- und Systemlösungen auf höchstem technischen Niveau. Um uns auf diesem sich rasch entwickelnden Weltmarkt weiterhin so erfolgreich positionieren zu können, legen wir großen Wert auf gezielte Förderung und Forderung unseres Fach- und Führungskräftenachwuchses. Werden Sie Teil von MAG und entdecken Sie die Herausforderungen und Möglichkeiten in einem internationalen und dynamischen Unternehmens- und Marktumfeld.

Unsere Technologie ist unsere Kompetenz:

- > Drehen
- > Fräsen
- > Automotive Systems
- > Verzahnentechnik
- > Verbundstoffbearbeitung

Profitieren Sie von unseren interessanten Benefits:

- > Attraktive Gehälter, Bonussysteme und Sozialleistungen
- > Vereinbarkeit von Familie und Beruf durch flexible Arbeitszeitgestaltung
- > Interessante Karrieremöglichkeiten
- > Technische und kaufmännische Traineeprogramme

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann senden Sie uns Ihre Bewerbungsunterlagen oder informieren Sie sich auf unserer Website über unsere Produkte, Technologien und aktuelle Stellenangebote.

MAG IAS GmbH | Standort Göppingen
Stuttgarter Str. 50 | 73033 Göppingen | Germany | Tel. + 49 7161 201-294
jobs@mag-ias.com | www.karriere-bei-MAG.de

Ihre Vorteile:

- > Erkennen Sie Ihr Potenzial: Unsere Mitarbeiter sind unser wichtigster Erfolgsfaktor! Dieses Prinzip garantiert Ihnen gezielte Personalentwicklung zur regelmäßigen Verbesserung Ihrer persönlichen und fachlichen Kompetenzen.
- > Leben Sie Ihre Ideen: Unsere Arbeit zeichnet sich durch hohe Kreativität, Autonomie und Flexibilität aus. MAG fördert die Ideen seiner Mitarbeiter und setzt erfolgreiche Konzepte um. Die weltweit erfolgreichsten Projekte werden jährlich mit dem MAG Award prämiert. Erleben Sie, wie motivierend es sein kann, aktiv am Erfolg Ihres Unternehmens mitzuwirken!
- > Erweitern Sie Ihren Horizont: MAG bietet als international ausgerichteter Konzern weltweite Berufs- und Entwicklungschancen. Ob in Festanstellung oder als Expatriate – entdecken Sie mit MAG die Welt!



Kurz+ knapp

von Nina Augustat

Hinterfragt!

LOKALE WIRTSCHAFT – FÜR EINE BESSERE ZUKUNFT

In „The Economics of Happiness“, einem mehrfach preisgekrönten Dokumentarfilm der gemeinnützigen Organisation International Society for Ecology and Culture, erheben 24 Wissenschaftler und Aktivisten aus sechs Kontinenten ihre Stimme für einen wirtschaftlichen Wandel. Der Weg zu einer demokratischeren, menschlicheren und vor allem lokalisierten Ökonomie – einer Ökonomie des Glücks – wird durch zahlreiche Beispiele illustriert. Dieser Wandel soll Faktoren wie Arbeitslosigkeit, Klimawandel und den auf der Gesellschaft lastenden Erfolgsdruck verringern. Die Dokumentation will den Zuschauer zum Nachdenken über sein wirtschaftliches Handeln bewegen und somit zu einer besseren Welt beitragen. Weitere Informationen gibt es unter www.theeconomicsofhappiness.org und bei Facebook: www.facebook.com/TheEconomicsofhappiness. Die DVD kann man für circa 20 Euro auf der Homepage bestellen.

Mitgedacht

DER NOTIZBLOCK DES 21. JAHRHUNDERTS

Wer kennt das nicht: Man sitzt in Bus oder Bahn und plötzlich schießen einem die besten Ideen in den Kopf. Jedoch hat man meistens weder PC, noch Zettel und Stift direkt zur Hand. Die Smartphone-App Evernote bietet die Lösung: Dank der übersichtlichen Menüführung lassen sich Ideen mithilfe von Notizen, Sprachmemos oder Fotos schnell und unkompliziert auf dem Smartphone oder Tablet-PC festhalten. Besonders praktisch: Handy und Tablet können mit dem PC synchronisiert werden, so dass die Daten von jedem Gerät abgerufen und aktualisiert werden können. Die Möglichkeit, verschiedene Notizbücher anzulegen, hält das Ganze übersichtlich. Falls doch einmal etwas unfindbar scheint, hilft die praktische Suchfunktion. Die App kann kostenlos im iTunes-Store, Android-Market oder direkt unter www.evernote.com heruntergeladen werden.

Negweisend

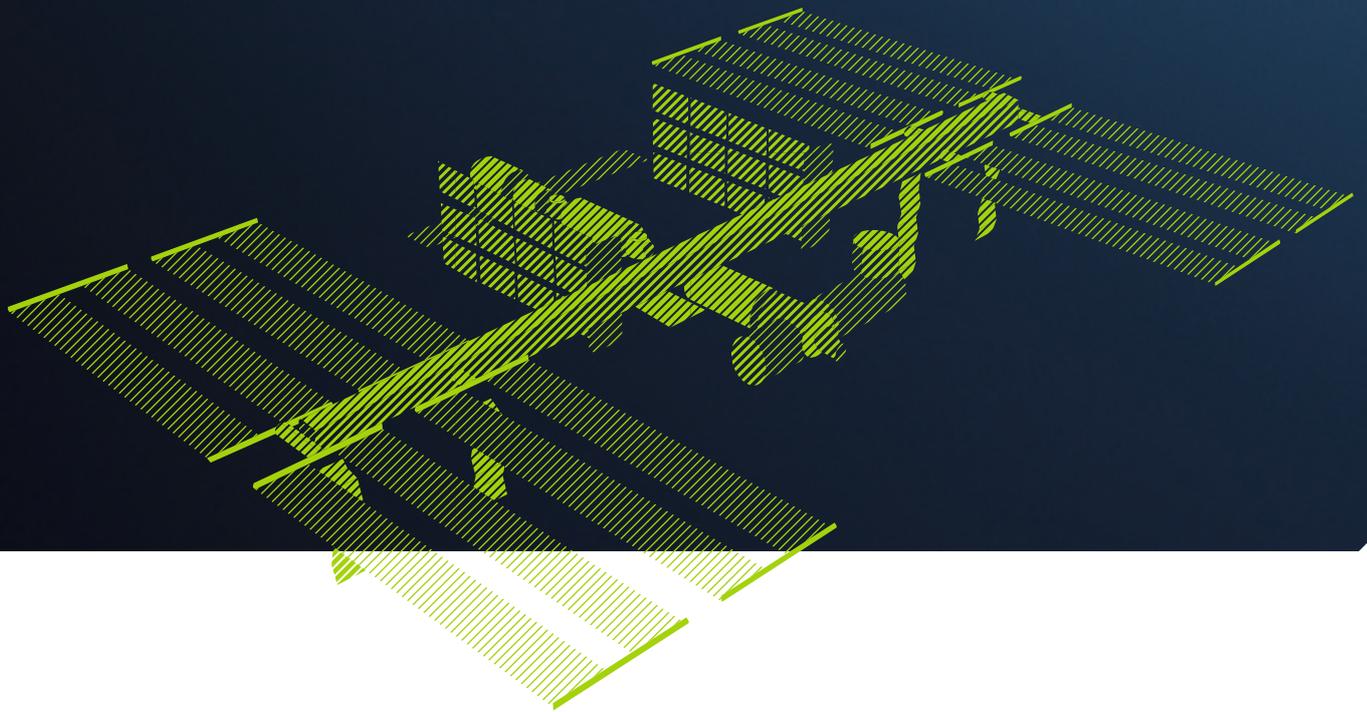
DER WEG ZUM TRAUMJOB

Oft ist zu Beginn des Studiums noch gar nicht ganz klar, welche berufliche Richtung man einschlagen möchte – denn die Interessen und Möglichkeiten sind oft vielfältig. Jahrelang half die Diplom-Psychologin und Leiterin der Ganzheitlichen Coaching Akademie Angelika Gulder mit Einzel-Coachings und Workshops Berufseinsteigern, den beruflichen Weg zu finden, der nicht nur glücklich, sondern auch erfolgreich macht. Wie man sich seiner Talente und Ziele bewusst wird, zeigt sie auch in ihrem Buch, einem renommierten Klassiker zur Berufswahl. Besonders hilfreich ist der sogenannte Karrierenavigator: ein in neun Teile untergliederter Fragen- und Aufgabenkatalog zur Selbstreflexion und des Selbstbewusstwerdens. Angelika Gulder: Finde den Job, der dich glücklich macht. Von der Berufung zum Beruf. Campus Verlag 2007. ISBN 978-3593383903. 19,90 Euro. Weitere Informationen unter www.karriere-navigator.com



Wie könnten Sie Ihrer Karriere Flügel verleihen?

- Wenn Sie sich den großen Herausforderungen der Welt stellen
- Indem Sie dabei helfen, Satelliten ins All zu schicken
- In Brainstormings mit Ingenieuren, Mathematikern und Risikomanagern
- Mit neuen Ideen zur Eindämmung des Ozonlochs
- Durch alle der genannten Punkte



Unsere Stärke liegt im Wissen unserer interdisziplinären Teams. Wissen, mit dem wir komplexe Herausforderungen aus allen Bereichen der Wirtschaft und Gesellschaft meistern, von Großbauprojekten über den Klimawandel bis hin zur Raumfahrt. So entwickeln wir maßgeschneiderte Lösungen für Risiken, die die Menschheit heute und in Zukunft beschäftigen. Wenn Sie gemeinsam mit 11.000 Kollegen Projekte von globaler Tragweite bewegen wollen, freuen wir uns über Ihre Bewerbung.

Was wir im Rahmen unseres Traineeprogramms von Ihnen erwarten und welche Chancen wir Ihnen bieten, erfahren Sie unter munichre.com/karriere

Karriere in der Medienbranche

A man in a dark suit, white shirt, and patterned tie is holding a smartphone. The screen of the phone displays a glowing blue network icon with white nodes and connecting lines. The background is a dark, textured grey.

Jetzt in die

Crossmedial. In den großen Medienhäusern herrscht Aufbruchstimmung: Digitale und soziale Medien werden mit den Kerngeschäften verknüpft. An den Schnittstellen entstehen neue Jobs für Medienmanager – mit klaren Vorteilen für die Generation der Digital Natives. Wer wirtschaftswissenschaftliches Know-how mitbringt, kreativ und engagiert ist, kann die Erlösmodelle von morgen mitgestalten.

Top-Thema

10

Tradition trifft Wandel

Die Medien müssen ihre Kernkompetenzen in die digitale Welt übertragen – Einsteiger mit betriebswirtschaftlichem Know-how, Kreativität und einem Händchen für digitale Geschäftsmodelle haben glänzende Karrierechancen.

14

„Verlagsmanager sind Gestalter“

Ulrich Bensele, Konzernpersonalleiter der Südwestdeutschen Medien Holding, im Interview.

Medien!





Top-Thema



Tradition trifft Wandel

Verlage wollen auch in Zukunft drucken, TV-Firmen Filme produzieren. Aber eben nicht nur: Die Medienbranche macht sich fit für die Zukunft, indem sie ihre Kernkompetenzen ins digitale Zeitalter transferiert. Dabei sollen ihnen Manager helfen, die wirtschaftliches Know-how mit einem Sinn für Inhalte und Kreativität verknüpfen.

Von **André Boße**

QR-Code scannen und weiterführende Informationen zur Aus- und Weiterbildung in der Medienbranche lesen.



„Irgendwas mit Medien.“ Ein Klassiker. Man bekommt diese Antwort noch immer sehr häufig, wenn man frischgebackene Abiturienten nach ihrem Berufsziel fragt. Ist ja auch verlockend. Erstens, weil so ziemlich alle Menschen Medien nutzen: Eine Studie von ARD und ZDF zählt auf, dass der Deutsche im Jahr 2012 durchschnittlich pro Tag 242 Minuten fernsieht, 83 Minuten im Internet verbringt und 191 Minuten lang Radio hört. Macht pro Tag 8,6 Medienstunden. Zweitens, weil die Branche nicht nur für Kreativität steht, sondern auch für Stars und schillernde Karrieren. Zuletzt gab es aber auch Gegenwind. Insbesondere das Internet stellt Medienkonzerne auf die Probe: Die Online-Nutzer sind es gewohnt, Inhalte kostenlos angeboten zu bekommen. Stellt sich für die Unternehmen die Frage: Wie lässt sich mit Online-Inhalten Geld verdienen? Und wie kann es gelingen, neue Medien mit konventionellen Inhalten zu koppeln?

Inhalte und Verbreitungsformen

Um Antworten auf diese Fragen zu finden, benötigt die Medienbranche mehr denn je ökonomisches Know-how. „Gefragt sind Experten, die Inhalte und die verschiedenen Verbreitungsformen wie Abo, App und Online-Paper zusammen denken können“, sagt Klaus-Dieter Altmeyen, Vorsitzender der Deutschen

Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. Der Journalistik-Professor hat festgestellt, dass manche Medienhäuser gar nicht wissen, welches Potenzial in ihren Angeboten steckt. „Viele Unternehmen schauen zu sehr auf das Tagesgeschäft und erkennen daher den mehrfachen Wert ihrer Produkte nicht.“ Die beste Strategie, um die Potenziale zu nutzen? „Mut und Ausdauer“, sagt Altmeyen. Zwei Eigenschaften, die auch Einsteiger in das Medienmanagement mitbringen sollten. „Denn was die Branche für Nachwuchskräfte so spannend macht, sind einerseits die langfristigen Perspektiven und andererseits die Notwendigkeit, stete Veränderungsrhythmen zu durchlaufen“.

Wenn Nico Rose, Leiter Employer Branding beim Bertelsmann-Konzern, ein Stichwort nennen soll, das diese Veränderungsrhythmen prägt, muss der promovierte BWL-Absolvent der EBS Business School bei Wiesbaden nicht lange überlegen: „Digitalisierung.“ Seit dem Jahrtausendwechsel sei erlebbar, wie zunehmend mehr Inhalte von der analogen in die digitale Welt verlagert werden. „Die entsprechenden Erlösmodelle hierzu hat die Branche erst zum Teil gefunden – hier gibt es noch viel zu tun“, sagt Rose, zu dessen Arbeitgeber Bertelsmann unter anderem die RTL-





Weniger für Darsteller. Mehr für Regisseure.

Oder warum Sie woanders vielleicht einen tollen Titel hätten – bei uns dafür einen tollen Job.

Auch wenn ALDI SÜD in puncto Karriere bislang nicht gerade ganz oben auf Ihrer Einkaufsliste stand: Die Grundprinzipien unseres Erfolges als Discounter gelten für unser Kerngeschäft genauso wie für Ihre Karrierechancen: Einfachheit, Konsequenz und Verantwortung. Das bedeutet ganz einfach, dass Sie mit einer hohen Leistungsbereitschaft und Spaß an Verantwortung bei uns genau richtig sind. Und damit ist auch klar, warum wir eher Regisseure suchen, die Entscheidungen fällen, als Darsteller, die nur mitspielen. Das bedeutet weniger Einschränkung und mehr Selbstständigkeit. Weniger Monotonie und mehr Abwechslung. Weniger Reagieren und mehr Agieren. Weniger Vorurteile und mehr Vorteile.

Mehr unter karriere.aldi-sued.de

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

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

Einfach. Erfolgreich.
karriere.aldi-sued.de





Top-Thema

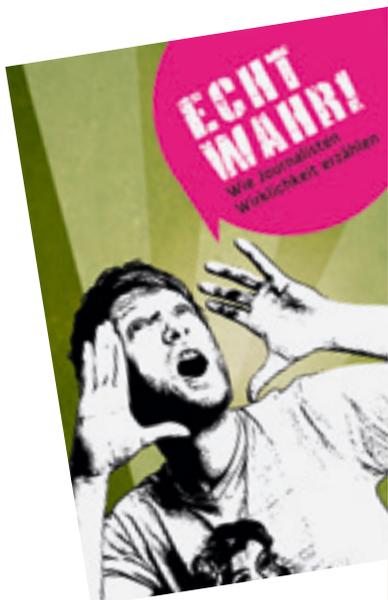


BUCHTIPP: „ECHT WAHRI!“

Studenten der Hamburg Media School kommen mit ihrem Buchprojekt „Echt wahr!“ der medialen Inszenierung der Wahrheit auf die Spur. In Interviews mit Medienschaffenden wie Stefan Aust, Jürgen Stryjak oder Katarzyna Mol-Wolf nähern sich die Autoren der Frage, wie viel Inszenierung die Wirklichkeit verträgt und was Medienmacher mitbringen müssen, um ihrer Verantwortung gerecht zu werden. Nicht nur ein spannendes und unterhaltsames Buch – sondern gerade für Wirtschaftswissenschaftler ein gewinnbringender Einblick in redaktionelle und journalistische Arbeitsprozesse.

Webseite zum Buch:
www.kursbuch-echtwaehr.info

Ulf Grüner und Karen Naundorf (Hrsg.):
Echt wahr! Wie Journalisten Wirklichkeit erzählen. Books On Demand 2012. ISBN 978-3844816495. 16,90 Euro



Group und die Buchverlagsgruppe Random House gehören. Dabei hofft der Konzern auf neue Impulse von Nachwuchs-Wirtschaftswissenschaftlern: „Wer zusätzlich zu soliden betriebswirtschaftlichen Kenntnissen Kreativität, Unternehmergeist sowie ein Händchen für digitale Geschäftsmodelle mitbringt, hat in der Branche gute Chancen.“

Starke Marken in neuen Kanälen

Strategisch setzen die meisten Medienunternehmen darauf, neue Medienkanäle zu nutzen, ohne die alten Stärken zu vergessen. „Wir möchten unsere Kernkompetenzen in die digitale Welt übertragen“, sagt Arne Wolter, Leiter des Bereichs digitale und internationale Vermarktung beim Hamburger Medienhaus Gruner + Jahr, das Zeitschriften wie Stern, Neon, Brigitte und Geo verlegt. Allesamt starke Marken, die individuell entscheiden dürfen, ob und welche digitalen Kanäle sie bespielen. Als Medienmanager am Puls der Zeit muss man in der Lage sein, sich in die Wünsche und Ansprüche der Leser und User hineinzusetzen. „Medien werden für Menschen gemacht“, sagt Wolter, „und deren Mediennutzung hat sich in den letzten Jahrzehnten deutlich gewandelt. Daraus ergeben sich neue Bedürfnisse, und es gilt, diese zu erkennen und – abhängig von der jeweiligen Medienmarke – mit den passenden Angeboten zu bedienen.“

Vorteil für die Digital Natives

Neue Herausforderungen für Medien- und Verlagsmanager ergeben sich aber nicht nur mit Blick auf die Konsumenten.

Auch die Zusammenarbeit mit Geschäftspartnern hat sich gewandelt. „Werbekunden und Agenturen erwarten heute ganzheitliche Kommunikationslösungen, die verschiedene Werbeplattformen intelligent verknüpfen“, sagt Wolter. Daher müssen Medienmanager auch Medienkenner sein: „Man sollte die Funktionsmechanismen der verschiedenen Kanäle – also Print, Online und Mobile – kennen und wissen, wie Redaktionen arbeiten.“ Der klare Vorteil von Einsteigern gegenüber den alten Hasen im Mediengeschäft: Als Digital Natives sind sie mit den Möglichkeiten der digitalen Vernetzung aufgewachsen. „Daher haben sie in der Regel andere Denkmuster und verarbeiten Informationen ganz anders als Menschen, die erst im Erwachsenenalter mit den digitalen Medien in Berührung gekommen sind“, sagt Arne Wolter. Seine Prognose: „Die Digital Natives sind die Führungskräfte von morgen. Sie werden durch ihr Denken die zukünftige Ausrichtungen von Medien- und Verlagshäusern prägen.“

Gesucht: Nachwuchs für das Filmgeschäft

Die Aussichten für ambitionierte Einsteiger sind aber nicht nur in großen Verlagen gut. Auch die Film- und Fernsehbranche hält verstärkt Ausschau nach Managertypen, die ihr wirtschaftliches Know-how in die kreativen Prozesse einbringen. „Film und Fernsehen ist heute eine bedeutende Industrie, die selbstverständlich nach wirtschaftlichen Gesichtspunkten handelt“, sagt Wolfgang Cimerka, Geschäftsführer der Köl-



Top-Thema



ZUR PERSON

Ulrich Bensele, 38 Jahre, ist seit Sommer 2011 Konzernpersonalleiter der Südwestdeutschen Medien Holding mit Sitz in Stuttgart, zu der neben der Medienholding Süd auch der Süddeutsche Verlag gehört, der mit der Süddeutschen Zeitung die auflagenstärkste deutsche überregionale Tageszeitung verlegt. Ulrich Bensele, der in Mainz Jura studierte, arbeitete während des Studiums als freier Reporter einer Lokalzeitung, sammelte als Student zudem Erfahrungen im Einzelhandel und begann seine Karriere im Personalmanagement als Personalreferent bei der Frankfurter Allgemeinen Zeitung. Nach Stationen beim Wissenschaftsverlag Springer Science + Business Media wechselte er 2008 als Personalleiter in die Medienholding Süd.

„Verlagsmanager sind Gestalter“

Als Konzernpersonalleiter der Südwestdeutschen Medien Holding, die unter anderem die Süddeutsche Zeitung verlegt, weiß Ulrich Bensele, worauf es bei Verlagsmanagern heute ankommt. Ein Gespräch über rasanten Wandel, multidimensionale Geschäfte und den Vorteil, neben den Medien auch andere Branchen zu kennen. Die Fragen stellte André Boße.

Herr Bensele, wenn Sie die Verlagsbranche von heute mit der von vor zehn Jahren vergleichen, wo beobachten Sie besonders bahnbrechende Veränderungen?

Das Veränderungstempo in der Branche ist momentan generell enorm – und viel höher, als das früher der Fall war. Das ist ungeheuer spannend, verlangt von Verlagsmanagern aber natürlich ein besonderes Talent: Sie müssen ihre Arbeit täglich an diese Veränderungen anpassen. Flexibilität ist daher eine enorm wichtige Eigenschaft. In meinen Augen ist ein guter Verlagsmanager heute vor allem ein guter Change-Manager. Früher hat sich ein Verlagsmanager zum Beispiel auf die Weiterentwicklung einer Tageszeitung konzentrieren können; heute muss er einerseits das richtige Medium für die jeweilige Zielgruppe finden, zum anderen muss er die unterschiedlichsten Medien dabei selbst weiterentwickeln, so dass sie für den Leser beziehungsweise User interessant bleiben.

Können Sie diese rasanten Veränderungen konkret an einem Beispiel aufzeigen?

Wir haben in allen Bereichen erhebliche Veränderungen, ein eklatantes Beispiel sind unsere Verkaufsbereiche. Dort gestaltete sich das Geschäft jahrzehntelang relativ eindimensional: Für ein Produkt wurden Anzeigen verkauft. Heute geben wir dem Kunden ein großes Portfolio an unterschiedlichen medialen Formen und Wirkungsweisen an die Hand – wobei es die Aufgabe des Verlagsmanagers ist, die Vorteile der jeweiligen Form deutlich zu machen. Das Geschäft ist heute also multidimensional – wohlgemerkt nicht nur im Verkauf, sondern in allen Abteilungen eines Verlagshauses: von der Redaktion über die Produktion bis hin zum Vertrieb.

Wertet dieser Wandel das Jobprofil des Verlagsmanagers auf?

Unbedingt! Der Verlagsmanager ist heute ein Gestalter. Jemand, der in



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
oder 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

NORMA®

Ihr Lebensmittel-Discounter



Top-Thema



IM FOKUS: MEDIEN- UND URHEBERRECHT

Die politische Diskussion über eine Neuformulierung des Urheberrechts ist in vollem Gange. Gegner und Befürworter eines scharfen Urheberrechts im Zeitalter der Digitalisierung stehen sich gegenüber; einfache Lösungen sind nicht absehbar. Dennoch: Alle juristischen Änderungen auf diesem Gebiet haben beachtenswerte Auswirkungen auf die Geschäftsmodelle von Medien- und Verlagshäusern, die auch die digitalen Kanäle bespielen. Einsteiger im Medienbereich sollten sich früh in die aktuelle Gesetzgebung einlesen, denn nur mit diesem Vorwissen ist es möglich, die eventuellen Folgen einer modernisierten Gesetzgebung abzuschätzen. Zum Einstieg geeignet: Die neueste Auflage des Standardwerks „Urheber- und Verlagsrecht“ von Hans-Peter Hillig.

Deutscher Taschenbuch-Verlag 2012.
ISBN 978-3423055383, 13,90 Euro



enger Zusammenarbeit mit dem Kunden etwas auf die Beine stellt. Das kann zum Beispiel eine Sonderbeilage sein oder eine ganz neue Form der crossmedialen Kommunikation, die er zusammen mit dem Kunden entwickelt. Die Arbeit des Verlagsmanagers ist damit heute kreativer denn je.

Nun ist der Einstieg in eine Branche im Wandel für Nachwuchskräfte eine besondere Herausforderung. Welchen Tipp geben Sie Absolventen mit auf den Weg?

Es ist in meinen Augen sehr wichtig, bereits Erfahrungen in diversen Branchen gesammelt zu haben. Zum Beispiel als Praktikant. Und damit meine ich tatsächlich Branchen außerhalb des Medienbereichs. Wer schon in jungen Jahren die Veränderungsprozesse verschiedener Branchen kennengelernt hat, wird davon im Verlagsgeschäft profitieren. Ein Beispiel: Wer schon einmal einen Einblick in ein Softwareunternehmen hatte, wird wissen, worauf es in sich bewegenden Branchen ankommt – ein schneller Lebenszyklus und eine intensivere Kundenorientierung. Er ist dann vorbereitet auf die Situationen des Wandels, die wir derzeit in der Verlagsbranche beobachten.

Einmal Verlag, immer Verlag – ist diese Zeit vorbei?

Absolut. Unsere Personalpolitik hat sich dementsprechend verändert. Natürlich brauchen wir auch weiterhin

Verlagsspezialisten mit dem passenden Studienschwerpunkt. Wir sind aber auch auf der Suche nach Persönlichkeiten, die in einer anderen Branche groß geworden sind. Das ist ein echter Paradigmenwechsel, der dazu geführt hat, dass unser Haus von den vielen neuen Impulsen dieser Quereinsteiger profitiert.

Wie gelingt es Ihnen, ein ambitioniertes Managementalent in die Verlagsbranche zu locken?

Wir leben in einer Informationsgesellschaft. Es gibt einen riesigen Bedarf an Informationen – und verstärkt auch an individuellen, personalisierten Informationen. Die Verlagsbranche wird eine herausragende Zukunft vor sich haben, wenn es ihr gelingt, den Wunsch nach individuellen Informationen mit journalistischer Qualität zu kombinieren. Derzeit haben wir auf der einen Seite Facebook, wo ich etwas über den Käsekuchen des Nachbarn erfahren kann, und auf der anderen Seite die hochwertige gedruckte Tageszeitung. Unser Ziel ist es, diese beiden Seiten zu einer individualisierten und qualitativen News-Einheit zu verknüpfen. Daran arbeiten wir jeden Tag, und ich bin sehr überzeugt davon, dass die gesamte Branche in dieser Hinsicht enorm spannende und innovative Geschäftsmodelle für den User von morgen entwickeln wird – mit der Folge, dass das Tempo der Veränderungen noch höher werden wird.



Mit einer so schnellen Karriere, wie sie bei uns möglich ist, werden Sie schon bald zur ganz großen Nummer.

Enterprise Management-Trainee-Programm

Wenn Sie sich schon heute auf den Businessstiteln von morgen sehen, sollten Sie sich am besten schnell ein Bild von uns machen – 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 für Sie parat.

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.

Mit unseren umfassenden Trainings- und Unterstützungsangeboten ist nahezu alles möglich. Darüber hinaus arbeiten Sie mit Kolleginnen und Kollegen zusammen, die am selben Strang ziehen und genau wie Sie auf große Ziele hinarbeiten. 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.

Werden Sie zur ganz großen Nummer unter www.enterprisealive.de/karrierefuehrer oder rufen Sie uns unter 0800 069 37 22 an.



Come alive



Willkommen im Team!

Die **R+V Versicherung** ist mit mehr als 7 Millionen Kunden und über 11 Milliarden Euro Beitragseinnahmen eine der größten deutschen Versicherungsgruppen. Sie bietet als genossenschaftlicher Versicherer in der **Genossenschaftlichen FinanzGruppe Volksbanken Raiffeisenbanken** Privat- und Firmenkunden maßgeschneiderte, innovative Versicherungslösungen aller Art.



**Wirtschaftswissenschaftler (m/w)
Rechtswissenschaftler (m/w)**

**(Wirtschafts-) Mathematiker (m/w)
(Wirtschafts-) Informatiker (m/w)**

Sie möchten Dinge bewegen, eigene Vorstellungen entwickeln, Freiräume für Ihre Ideen haben und um die Ecke denken? Dann stellen Sie sich bei R+V dieser Herausforderung in einem der folgenden Einstiegswege:

Direkteinstieg | Traineeprogramm | Praktikum | Studienabschlussarbeit

Den optimalen Rahmen für Ihre persönliche Entfaltung bilden abwechslungsreiche Aufgaben, ein breites Qualifizierungsangebot sowie unser attraktives Vergütungssystem mit vielfältigen Zusatzleistungen.

Die wichtigsten Informationen über die R+V Versicherung und Ihre Karrieremöglichkeiten finden Sie unter www.jobs.ruv.de. Bewerben Sie sich online direkt auf ein Stellenangebot oder tragen sich in unseren Bewerberpool ein!

Mit uns können Sie sich beruflich clever verwirklichen.

**R+V Versicherung
Recruitingcenter**
Telefon: 06 11 - 5 33 52 10



Genossenschaftliche
FinanzGruppe
Volksbanken Raiffeisenbanken

Top-Manager

Der Geschäftsführer von IBM Deutschland im Interview

Gregor Pillen

Der Groover. Wenn Gregor Pillen, Geschäftsführer von IBM Deutschland, über die Teamkultur des Unternehmens spricht, wählt er Vokabeln, die man sonst aus der Pop- und Rockmusik kennt. Er spricht von Grooves und Jams. Was das zu bedeuten hat und warum für Absolventen die Balance aus Revolutionsgeist und Respekt vor Erfahrung wichtig ist, erzählt er im Interview mit André Boße.





Wir müssen eine Vielfalt an Angeboten bereithalten, die mehr bietet als gute Gehälter, Titel und ein hohes Aufstiegstempo.“

Top-Manager

Herr Pillen, Märkte und Kunden wandeln sich heute so schnell wie nie zuvor. Was geben Sie mit Blick auf diese Dynamik Absolventen der Wirtschaftswissenschaften auf den Weg, die jetzt ihre Karriere beginnen?

Wer heute einsteigt, tut das in einer sehr spannenden und interessanten Zeit. Auf der einen Seite spielen weiterhin berufliche Erfahrungen eine große Rolle. Auf der anderen Seite wandeln sich die Märkte sowie das berufliche Umfeld. Unsere aktuelle CEO-Studie hat da interessante Ergebnisse zu Tage gebracht: Für mehr als 80 Prozent der deutschen CEOs steht die Kommunikationsfähigkeit der Mitarbeiter an erster Stelle, gefolgt von Kollaboration-Skills und der Bereitschaft, möglichst flexibel in wechselnden Teams zu arbeiten. Gesucht also werden Menschen, denen Veränderungen Spaß machen, die neugierig und meinungsfreudig sind und sich gerne in Netzwerken bewegen.

Wie können in dieser Hinsicht Einsteiger punkten?

Zum Beispiel durch ihr sehr natürliches Verhältnis zum vernetzten Leben und zu neuen Medien. Ich mache zudem die Beobachtung, dass das Zusammentreffen von Erfahrung und neuen Ansätzen, also zum Beispiel von senioren Forschern und jungen Querdenkern, sehr häufig zu wirklich bahnbrechenden Innovationen und großen Sprüngen führt.

Haben Sie dafür ein konkretes Beispiel?

Zwei Entdeckungen unseres Züricher Forschungszentrums IBM Research sind mit dem Nobelpreis für Physik ausgezeichnet worden – und beide

Male ging der Preis eben nicht an eine Einzelperson, sondern an Teams, in denen erfahrene Kollegen und Einsteiger kooperiert haben.

Das war in den Achtzigerjahren.

Ja, und was damals schon erlebbar war, funktioniert heute noch verstärkt. Einsteiger, die im Jahr 2012 ins Unternehmen kommen, tragen etwas ganz Besonderes in das Unternehmen hinein. Etwas, das in keinem Lehrbuch steht und das wir Älteren nicht selber erlebt haben: Die junge Generation weiß, wie die Vernetzung und wie soziale Medien das Leben der Menschen verändern. Dieses Wissen ist ungeheuer wertvoll – und zwar vor allem dann, wenn es mit den Strukturen und Mustern der erfahrenen Kollegen verschmilzt.

Wie sollte eine Nachwuchskraft ihren Einstieg konkret gestalten? Sollte sie als hoffnungsvoller Querdenker direkt in die Vollen gehen?

Entscheidend ist die Balance. Die eine Seite ist das überzeugte Vorpreschen und die klare Kommunikation einer neuen Idee, die man für richtig hält und die man dem, was schon immer war, entgegenstellt. Die andere Seite wird von der Fähigkeit bestimmt, den Drang, die Dinge auf den Kopf zu stellen, für einen Moment im Hintergrund zu halten und stattdessen erst einmal in Ruhe zuzuhören. Diese beiden Seiten in Balance zu halten, ist für den Nachwuchs eine gute Strategie für den Einstieg.

Beobachten Sie generell, dass Nachwuchskräfte Karriere für sich anders

definieren als es noch vor zehn Jahren der Fall war?

Ja, absolut. Wir müssen uns als Unternehmen deutlich stärker bemühen, für den Nachwuchs attraktiv zu sein, indem wir eine Vielfalt an Angeboten bereithalten, die mehr bietet als gute Gehälter, Titel und ein hohes Aufstiegstempo. Einsteiger möchten heute schneller im Unternehmen rotieren, um schnell möglichst viele Perspektiven zu erleben. Sie möchten die Wachstumsmärkte kennenlernen, wichtige Zusatzausbildungen, aber auch Sabbaticals in Anspruch nehmen. Man darf jetzt nicht so weit gehen und die junge Generation für Altruisten halten. Aber der Wert, nach dem sie strebt, geht weit über das Gehalt hinaus. Es ist eine neue Art von Gier. Eine Gier nach Erfahrungen, Netzwerken und Informationen. Nennen wir es daher ruhig eine Neugier.

Wie funktioniert Beratung bei IBM heute? Stehen mittlerweile digitale Präsentationen im Fokus, oder sind die direkten Kundenkontakte und klassischen Präsentationen weiterhin wichtig?

Die klassische Präsentation ist und bleibt wichtig, wobei sie natürlich heute durch digitale Elemente wie Flash-Animationen belebt werden muss. Beamer und Powerpoint reichen da nicht mehr aus. Wir bringen aber auch eine Digitalisierung in unser Consultinggeschäft, weil wir feststellen, dass das klassische Modell an Bedeutung verliert. Früher hat das so funktioniert: Ein Kunde ruft nach Beratung, worauf dann Heerscharen junger und intelligenter Leute anrücken, die im großen Stil Erhebungen machen, nachts an einem Konzept feilen und am Ende die eine große Antwort als Lösungsstrategie präsentieren. Diese Zeiten sind vorbei. Es gibt heute neue

„Der Berater wird zum Möglichmacher, indem er Kommunikation und Netzwerke anbietet, die richtigen Fragen stellt und Impulse setzt.“



Methoden, die dem Wandel unserer Mitarbeiter, aber auch der Mitarbeiter des Kunden, gerecht werden.

Was für Methoden sind das?

Zum Beispiel sogenannte Jams, in denen wir als Berater nicht mehr als diejenigen auftreten, die alles besser wissen. Ziel ist es stattdessen, das Potenzial zu wecken, das innerhalb der Belegschaft des Kunden schlummert. Der Berater ist nicht mehr der Umsetzer einer längst beschlossenen Vorstandsidee. Er wird zum Möglichmacher, indem er Kommunikation und Netzwerke anbietet, die richtigen Fragen stellt und Impulse setzt. Durch diese Methoden entstehen Innovationen und Änderungsprozesse, die sich später viel besser umsetzen lassen, da sie erst durch das intellektuelle Kapital des Kunden ermöglicht wurden. Die Wahrscheinlichkeit, dass eine Veränderung fruchtet, steigt ungemein, wenn es mir gelingt, die eigenen Mitarbeiter zu den Protagonisten des Wandels zu machen.

Der Jam ist ja ein Begriff aus der Rockmusik und beschreibt eine freie Session. Funktionieren Ihre Jams tatsächlich auf diese Art?

Durchaus. Und man kann noch einen Begriff aus der Musik verwenden, nämlich den Groove: Entscheidend ist, dass man im Team zusammen groovt. Dass man ohne Ressentiments unterwegs ist, um dann zu erleben, wie gemeinsam Ideen entstehen und alle davon profitieren. Wir üben das übrigens in unseren Teams mit Simulationsspielen – mit dem Lernziel, dass die Teilnehmer erkennen, dass die Produktivität weit über die Summe der einzelnen Talente hinausgeht, wenn man einen gemeinsamen Groove findet.

ZUR PERSON

Gregor Pillen, geboren 1963 im Schwarzwald, schloss 1990 sein Studium der Wirtschaftsmathematik an der Universität Karlsruhe ab. Danach arbeitete er in diversen Unternehmensberatungen, unter anderem zwölf Jahre lang und zuletzt als Partner von PricewaterhouseCoopers Consulting. Im Rahmen der Übernahme dieses Unternehmens durch IBM kam Pillen 2002 in den Konzern. Bei IBM leitete er zunächst die Financial Management Practise in der Beratungseinheit des Unternehmens. Von 2007 bis 2010 war er verantwortlich für die Erschließung und die Entwicklung wichtiger Wachstumsmärkte und baute die Beratungssparte in Zentral- und Osteuropa, im Mittleren Osten und Afrika auf. Sein Dienstsitz in dieser Zeit war Dubai. 2010 kehrte er nach Deutschland zurück, seit November 2010 ist er Geschäftsführer von IBM Deutschland. In dieser Rolle verantwortet er mit IBM Global Business Service die Beratungssparte des Konzerns. Gregor Pillen ist verheiratet und hat zwei Kinder.

ZUM UNTERNEHMEN IBM

Mit einem Umsatz von rund 106,9 Milliarden Dollar im Jahr 2011 gehört IBM zu den weltweit größten Unternehmen im Bereich Informationstechnologie. Der Konzern beschäftigt mehr als 400.000 Mitarbeiter und ist in mehr als 170 Ländern aktiv. Das Portfolio reicht von Supercomputern über Software und Beratungsleistungen bis zur Finanzierung. In Deutschland war das Unternehmen, das 1911 in den USA gegründet wurde, zunächst mit dem Tochterunternehmen Dehomag vertreten; 1949 entstand dann IBM Deutschland. Der deutsche Stammsitz ist seit 2009 in Ehningen bei Böblingen. Strukturell gliedert sich IBM in Deutschland in die Kompetenzfelder „Research & Development“, „Sales & Consulting“, „Solutions & Services“ sowie „Management & Support“. Das IBM-Forschungs- und Entwicklungszentrum in Böblingen ist eines der größten Technologiezentren der IBM weltweit. Heute forschen und entwickeln im globalen Verbund mit den anderen weltweit 60 Entwicklungs- und Forschungszentren der IBM in Deutschland rund 2000 Mitarbeiter an mehr als 60 strategischen Projekten.



Bewerben

Mein Bewerbungsgespräch bei: DB Schenker Rail

In den letzten Monaten meines Studiums machte ich mir Gedanken, wie meine berufliche Zukunft aussehen sollte. Ich wollte viel und hatte viel vor: Abwechslung, Herausforderungen, viel lernen und unterwegs sein. Doch wo sollte ich meine Suche anfangen? Der Markt ist groß und die Angebote sind zahlreich.

Schließlich hatte ich mich für eine Bewerbung als Fachreferentin für Beteiligungscontrolling bei DB Schenker Rail Deutschland entschieden, da dort exzellente Karrieremöglichkeiten und ein internationales Arbeitsumfeld geboten werden. Bevor ich die Bewerbung jedoch abschickte, vergingen Tage, in denen ich stundenlang auf den Webseiten des Unternehmens surfte. Je mehr ich darüber erfuhr, desto sicherer war ich mir, dass ich genau dort arbeiten wollte. Im Oktober schickte ich schließlich meine Onlinebewerbung ab – das war der Startschuss.

Schon wenige Tage später erhielt ich einen Anruf von meinem heutigen Vorgesetzten, und wir vereinbarten einen Termin für ein persönliches Gespräch in Mainz. Ich bereitete mich intensiv auf das Gespräch vor: Was kann ich, was will ich, was sind meine Stärken und Schwächen und vieles mehr.

Die Atmosphäre beim Bewerbungsgespräch war sehr angenehm. Das Interview wurde von einer Führungskraft aus meinem Arbeitsbereich und nicht von der Personalabteilung geführt. So konnte ich einen guten Eindruck von meinem möglichen Arbeitsplatz bekommen und auch mein zukünftiger Kollege konnte mich bei dieser Gelegenheit persönlich kennenlernen. Mein Gesprächspartner erzählte mir von seinem Arbeitsalltag und den Aufgaben, die mich als Direkteinsteigerin erwarten würden. Er stellte mir einige Fragen zu meiner Qualifikation, meinen Stärken, Wünschen und Erfahrungen. Auch ich konnte meine Fragen stellen, beispielsweise zum Aufgabenfeld im Beteiligungscontrolling.

Im Rückblick verlief der Bewerbungsprozess sehr zügig. Nicht mal eine Woche nach dem Gespräch erhielt ich den nächsten Anruf mit der Zusage. Meine Freude war riesig. Und wie geht es weiter? Seit Februar stelle ich mich den täglichen Herausforderungen, lerne den Güterverkehr auf der Schiene und das Ressort DB Schenker Rail immer besser kennen, was mir sehr viel Freude bereitet. In Zukunft möchte ich mich noch weiter in die Arbeitsbereiche des Beteiligungscontrollings einarbeiten und meine Karriere vorantreiben.



Kamila Artymko

PROFILDATEN

Name: Kamila Artymko

Geburtsjahr: 1986

Hochschulabschluss als:

M.A. Finanz- und Rechnungswesen,

Handelshochschule Warschau

M.A. Management, Warschauer

Naturwissenschaftliche Universität

Warum DB Schenker Rail?

Exzellente Karrieremöglichkeiten und

internationales Arbeitsumfeld

Bewerbung als: Fachreferentin Betei-

gungscontrolling

Tag des Vorstellungsgesprächs:

17. November 2011

Tag des Antritts der Stelle:

1. Februar 2012

Netzwerke:

- | ja | nein | |
|----------------------------------|----------------------------------|----------|
| <input type="radio"/> | <input checked="" type="radio"/> | Xing |
| <input checked="" type="radio"/> | <input type="radio"/> | Facebook |
| <input type="radio"/> | <input checked="" type="radio"/> | Twitter |
| <input type="radio"/> | <input checked="" type="radio"/> | StudiVZ |
| <input checked="" type="radio"/> | <input type="radio"/> | LinkedIn |

„Ich wollte viel: Abwechslung, Herausforderungen, viel lernen und unterwegs sein.“

h World Business Dialogue

15th W

DAIMLER DAIMLER

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 renomierten 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



Name: Paul Lidke
Position: Controller
Stadt: Darmstadt

Einsteigen

Jung und erfolgreich bei: Merck



Controlling ist meine Leidenschaft, sie treibt mich seit fast fünf Jahren an. Als Controller bei dem pharmazeutisch-chemischen Unternehmen Merck hat man die Möglichkeit, an den entscheidenden Prozessen des Unternehmens mitzuwirken und das Geschäft mitzugestalten. Man ist Analyst, Berater und Partner, jedoch aus einer unabhängigen und starken Position. Diese Vielseitigkeit und die strategische Komponente motivieren mich dabei immer wieder aufs Neue.

Nach dem Studium des Wirtschaftsingenieurwesens begann ich ein zweijähriges Traineeprogramm im Controlling und Rechnungswesen. Im ersten Jahr durchlief ich Abteilungen der Konzernzentrale in Darmstadt. Ich arbeitete im Tagesgeschäft mit und bearbeitete kleinere Projekte. Diese Zeit vermittelte mir einen guten Überblick über die wichtigsten Prozesse und Zusammenhänge in der Buchhaltung, dem Konzernrechnungswesen und Treasury. Außerdem – und davon profitiere ich noch heute – entwickelte ich ein breites Netzwerk von Kontakten im Unternehmen. Das zweite Jahr verbrachte ich in einer Tochtergesellschaft in Indonesien. In dieser spannenden Zeit durfte ich zunehmend Verantwortung übernehmen und war für das Controlling der Zentralbereiche und die lokale Implementierung eines gruppenweiten Finanzprojekts zuständig. Vor allem aber prägte mich das Leben und Arbeiten in einer ganz anderen Kultur. So spielt der Islam eine wichtige Rolle im Leben der meisten Indonesier und beeinflusst zum Beispiel durch feste

Gebetszeiten und die Fastenzeit den Alltag.

Aus Indonesien zurückgekehrt, wurde ich Teil des Controllings für die weltweite Produktion und Logistik der Arzneimittelsparte. In dieser neuen Rolle galt es, Produktionskosten und die Bruttomarge zu analysieren, Investitionsentscheidungen unter die Lupe zu nehmen und die Vorräte aus unterschiedlichen Blickwinkeln zu durchleuchten. Besonders bei den Analysen erwies sich der technische Hintergrund meines Studiums als wertvoll. Nach zweieinhalb Jahren wechselte ich die Perspektive: Meine Hauptaufgabe besteht nun in der Steuerung der operativen und strategischen Planung innerhalb des Spartencontrollings. Dabei stimme ich Absatzpläne des Vertriebs mit den Produktionskosten ab, konsolidiere Teilbudgets einzelner Spartenfunktionen und erstelle aus den verschiedenen Informationspaketen eine Gewinn- und Verlust- und Cash-Flow-Rechnung für die Arzneimittelsparte.

Bereits während meines Traineeprogramms wurde mir sehr viel Vertrauen entgegengebracht und selbstständiges Handeln gefördert. Auf meinem Berufsweg übernahm ich in einer internationalen Umgebung vielseitige Aufgaben und Projekte und konnte dabei auf kompetente und erfahrene Vorgesetzte zurückgreifen. Sie spornen mich an, kreative Wege zu gehen und mich auf diese Weise kontinuierlich weiterzuentwickeln.

Alter: 32 Jahre

Studium: Wirtschaftsingenieurwesen,
Fachrichtung Chemie an der Technischen
Universität Kaiserslautern

Abschlussjahr: 2007

Interessen: Philosophie, Geschichte,
Ultimate Frisbee, Fußball

Ziel: Offen sein für Veränderungen,
mir selbst treu bleiben



Kariereführer

Medien für Hochschulabsolventen



- [Finden Sie den Kariereführer-Jobmagazine bei Amazon.com](#) und [Mediakritiken](#)
- [Erhalten Sie den kostenlosen Newsletter](#)
- [Herunterladen Sie die Kariereführer-App für Tablet-PCs und Smartphones](#)
- [Erhalten Sie mehr Infos auf der Facebook-Fanpage](#) und auf [Twitter](#)
- [Abonnieren Sie uns in unserer Newsletter und unserem YouTube-Channel](#)



Aufsteigen

Aufgestiegen zum

Abteilungsleiter

Marc-Oliver Matthias, 31 Jahre

Studium: Versicherungswesen
an der FH Köln

Abschluss: Diplomkaufmann

Eingestiegen 2005

bei R+V als Trainee

Aufgestiegen 2012
zum Abteilungsleiter

Von Marc-Oliver Matthias

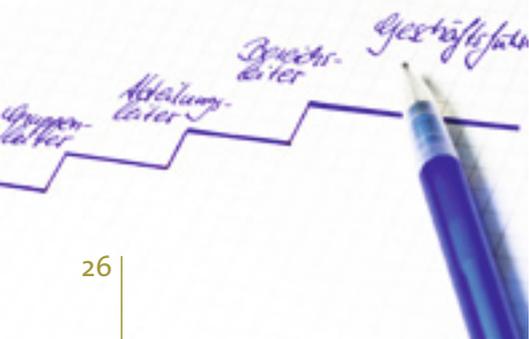
Wie ich zur Kfz-Versicherung gekommen bin? Eigentlich eher zufällig. Ich habe zwar Versicherungswesen an der FH Köln studiert und parallel eine Ausbildung zum Versicherungskaufmann gemacht. Aber da lag mein Schwerpunkt ganz klar auf der Kreditversicherung. Dass ich heute – mit 31 Jahren – Leiter der Stabsabteilung „Grundsatzfragen und Qualitätssicherung“ bin und mich mit allen Themen rund um die Kfz-Versicherung beschäftige, habe ich der R+V Versicherung zu verdanken. Die hat mir 2005, nach Ende meines Studiums, eine Traineeestelle in ihrer Kfz-Versicherung angeboten. Da das Traineeprogramm für mich sehr interessant klang, habe ich spontan zugewinkt. Für den Wechsel von Köln nach Wiesbaden blieben mir damals gerade einmal zehn Tage Zeit – aber ich habe die Entscheidung bis heute nicht bereut.

Meine Abteilung umfasst derzeit neun Mitarbeiter. Einige davon sind – so wie ich – noch recht jung, andere sind schon seit mehr als 30 Jahren im Unternehmen. Der Wechsel vom Kollegen zum Vorgesetzten hat bei mir sehr gut funktioniert. Das persönliche, oftmals freundschaftliche Verhältnis hat unter meiner Beförderung nicht gelit-

ten. Wir verstehen uns als Team. Zu unseren Aufgaben gehören Controlling, Planung, Strategieentwicklung, Qualifizierung, Prozess- und Qualitätsmanagement, aber genauso die Assistenz der Bereichsleitung und die fachliche Kommunikation – beispielsweise wenn wir über die Konzernkommunikation Presseanfragen bekommen.

Einen „typischen“ Arbeitstag gibt es bei mir eigentlich nicht. Eine Konstante sind allenfalls die zahlreichen Besprechungen und internen Rücksprachen mit meinen Mitarbeitern. Für meine Arbeit sind verschiedene Qualifikationen hilfreich: zunächst einmal ein fundiertes Fachwissen in der Kfz-Versicherung. Außerdem spielen Zeitmanagement, Flexibilität und Organisationstalent eine wichtige Rolle. Und um Mitarbeiter gut zu führen, ist Fingerspitzengefühl gefragt. Das Wichtigste aber ist unternehmerisches Denken, denn die Abteilung ist im Grunde nichts anderes als ein kleines Unternehmen im großen Konzern, zu dessen Erfolg sie beiträgt.

Studium und Traineeprogramm haben mich auf meinen heutigen Job hervorragend vorbereitet. In Köln habe ich ein integriertes Studium absolviert:



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.



Aufsteigen

MARC-OLIVER MATTHIAS

befasst sich als Abteilungsleiter mit allem rund um die Kfz-Versicherung.



„Für meine Arbeit spielen Zeitmanagement, Flexibilität und Organisationstalent eine wichtige Rolle.“

das sogenannte Kölner Modell mit einer hervorragenden Verknüpfung von Theorie und Praxis. Dazu gehörte neben meinem FH-Abschluss als Diplomkaufmann auch meine parallele Ausbildung zum Versicherungskaufmann beim damaligen Gerling-Konzern. Über einen R+V-Vorstand, der Dozent an der FH Köln ist, kam ich dann in Kontakt mit meinem heutigen Arbeitgeber.

Als Trainee habe ich hauptsächlich als Underwriter im Kfz-Flottengeschäft gearbeitet. Ich war also dafür verantwortlich, beispielsweise einem Fuhrunternehmer ein entsprechendes Angebot für seine Fahrzeuge zu machen und dabei die möglichen Risiken richtig abzuschätzen. Da es einen strukturierten Einarbeitungsplan gab, wurde ich von den Kollegen von Anfang an sehr gut unterstützt. Außerdem konnte ich durch kurze Hospitationen auch andere Unternehmensbereiche kennenlernen. Dabei ist mir überall im Konzern das faire und rücksichtsvolle Miteinander der Kollegen sehr positiv aufgefallen. Das ist keine Selbstverständlichkeit in der heutigen Zeit, und es zeigt mir einmal mehr, dass meine Entscheidung für meinen Arbeitgeber richtig war.

Nach Ende meiner Traineezeit habe ich weiter als Underwriter gearbeitet, zusätzlich den Vertriebsweg SVG mit

betreut – das sind die Straßenverkehrsgenossenschaften, die in der Lkw-Versicherung eng mit uns zusammenarbeiten. Außerdem habe ich unsere Bereichsleitung bei der Vorbereitung von Sitzungen und Vorträgen unterstützt. Als dann Anfang 2008 die Abteilung „Grundsatzfragen und Qualitätssicherung“ im Bereich „Kfz-Betrieb“ gegründet wurde, war es eigentlich nur logisch, dass ich dort Referent für Grundsatzfragen geworden bin. Damit kam zu meinen bisherigen Aufgaben noch die Strategieentwicklung der Kfz-Versicherung hinzu.

Schon damals stand eine mögliche Nachfolge des damaligen Abteilungsleiters zur Debatte. Richtig konkret wurde es allerdings erst ein Jahr später – und dann gleich mit einem richtigen Entwicklungskonzept. Dazu nahm ich an ressortweiten Optimierungsprojekten teil und bekam später verschiedene Teilprojektleitungen. Seminare und Schulungen gehörten ebenfalls zur Qualifizierung. Anfang 2011 wurde ich dann Teamleiter „Qualitäts- und Prozessmanagement“. Nun führte ich vier Mitarbeiter und war verantwortlich dafür, dass alle Abläufe in unserem Bereich reibungslos klappten. Unser Team war dabei ein Teil der Abteilung „Grundsatzfragen und Qualitätssicherung“, deren Leitung ich dann wie geplant Anfang Januar 2012 übernommen habe.

Auch wenn sich meine Karriere vielleicht sehr geradlinig anhört: Einen ausgefeilten Plan hatte ich dabei eigentlich nie. Vieles hängt eben auch vom Zufall ab. Und manchmal von einer gehörigen Portion Glück – dass man sich zur richtigen Zeit für das richtige Angebot entscheidet. Für mich zählt vor allem, mich nicht durch Unsicherheiten abschrecken zu lassen und neue Herausforderungen anzunehmen. Ob nun weiter in der Kfz-Sparte oder künftig vielleicht einmal woanders, ist gar nicht so entscheidend. Auf jeden Fall will ich die Entwicklung des Unternehmens aktiv mitgestalten und dazu beitragen, die Unternehmensziele zu erreichen. Dazu gehört eben auch, frühzeitig Führung und Verantwortung zu übernehmen. Neben der Arbeit soll aber natürlich mein Privatleben nicht zu kurz kommen. Seit wenigen Wochen bin ich glücklich verheiratet. Und zum Glück habe ich einen Arbeitgeber, dem die Work-Life-Balance wichtig ist.

Ich identifiziere mich extrem stark mit meinem Unternehmen. Und das erwarte ich genauso von meinen Mitarbeitern. Die Arbeit kann nur Spaß machen, wenn man seine Stärken einbringen kann und dies aus Überzeugung tut. Das Schönste für mich ist, wenn wir im Team gemeinsam einen Erfolg erzielen.



Die **Jobmessen** für **Deine Karriere.**

Sprich hier direkt mit Unternehmen und Entscheidern:



meet@h_da

06./07. November 2012
h_da · Campus Schöfferstraße
www.h-da.de/career



meet@hochschule-rheinmain

14. November 2012
Standort Wiesbaden
www.hs-rm.de/meet



meet@fh-frankfurt

27. November 2012
FH Frankfurt
www.fh-frankfurt.de/meet



meet@htw-dresden

28. November 2012
HTW Dresden
www.iqb.de/htw_dresden



meet@uni-frankfurt

04. Dezember 2012
Uni Frankfurt · Campus Westend
www.uni-frankfurt.de/meet



meet@uni.lu

13. Dezember 2012
Uni Luxemburg
www.uni.lu/meet

Prof. Dr. h.c. Walter Smerling:

„Ohne Kunst ist unsere Welt nicht denkbar“

Prof. Dr. h.c. Walter Smerling ist Betriebswirtschaftler und unter anderem Direktor des MKM Museum Küppersmühle für Moderne Kunst in Duisburg sowie Honorar-Professor für Kunst- und Kulturvermittlung an der Universität Witten/Herdecke. Im Interview erklärt er, wie Verwirrung und Freude beim Betrachten von Kunstwerken zusammenhängen, welche positiven Effekte Unternehmenssammlungen für die Szene haben und worauf es bei Kunst eigentlich ankommt. Das Gespräch führte Wolf Alexander Hanisch.

Kunst hatte jahrtausendlang den Auftrag, die Menschen zu unterstützen und zu trösten. Eine oft anzutreffende zeitgenössische Sichtweise widerspricht dem jedoch. Geht es nach ihr, muss gute Kunst vieldeutig sein und darf nichts von uns wollen. Entsprechend ratlos verlassen wir oft die Museen. Ist diese Verwirrung die Folge eines Missverständnisses? Oder ist sie vielmehr gewollt und heilsam?

Ihre Frage ist sehr komplex. Das fängt schon damit an, dass es die Unterscheidung zwischen guter und schlechter Kunst so gar nicht gibt. „Die Kunst ist Kunst-als-Kunst, und alles andere ist alles andere“, hat der Maler Ad Reinhardt 1962 gesagt. Damit meinte er unter anderem, dass in der Kunst etwas zum Ausdruck gebracht wird, was einen universellen Wirkungsanspruch hat, was die Menschen in ihrem geistigen oder spirituellen Sein berührt, was sie in vielerlei Hinsicht bereichert. Und dabei kann es durchaus passieren, dass wir eine Aussage zwar interessant finden, aber nicht auf

Anhieb verstehen, und darum verwirrt sind. Doch in der Regel denken wir dann darüber nach, warum uns die Kunst verwirrt. Und genau da wird die Sache spannend. Denn Kunst ist auch ein therapeutischer Prozess, der durch Provokation funktioniert. So holt sie aus dem Betrachter heraus, was in ihm steckt – und umgekehrt. Wenn dies zunächst als Verwirrung erlebt wird, dann in einer durchweg positiven Weise. Und je öfter man Kunst betrachtet, desto kleiner wird diese Verwirrung und desto größer die Freude.

Die moderne Kunst birgt also Geheimnisse und wirft Fragen auf ...

... allerdings nicht die moderne Kunst allein! Kunst steckt immer voller Fragen. Unabhängig von der Epoche, in der sie entsteht.

Aber ist eine Arbeit von Joseph Beuys nicht buchstäblich fragwürdiger als etwa Leonardo Da Vincis Mona Lisa?

Warum das denn? Niemand kann behaupten, dass die Geheimnisse der



ZUR PERSON

Prof. Dr. h.c. Walter Smerling ist Vorsitzender der Stiftung für Kunst und Kultur e.V. Bonn und Direktor des MKM Museum Küppersmühle für Moderne Kunst in Duisburg. Nach einer Banklehre sowie einem Studium der Betriebswirtschaftslehre und Kunstgeschichte arbeitete Smerling zunächst als Fernsehjournalist, bevor er Kurator und Ausstellungsmacher wurde. Seit 2010 ist er Honorarprofessor für Kunst- und Kulturvermittlung an der Universität Witten/Herdecke. www.stiftungskunst.de

Mona Lisa durchweg gelüftet seien. Warum lächelt sie so? Wer hat das Porträt in Auftrag gegeben? Was war der Grund dafür? Welches Leben führte sie? Was für eine Rolle spielte ihr Ehemann? Beim Betrachten der Mona Lisa taucht doch eine Frage nach der anderen auf.

Der Einfluss von Unternehmern im Kunstbetrieb ist in einem sehr direkten Sinn gestiegen. Als Sammler haben sie das Geld, das den Museen oft fehlt. Besitzen sie darum auch eine Macht, die der Freiheit der Kunst womöglich schlecht bekommt?

Das sehe ich nicht so. Im Gegenteil: Das Engagement von privater Hand ist so wichtig wie unproblematisch. Mit ihren Mitteln erwerben Unternehmer nicht nur Kunstwerke unterschiedlichster Provenienz, sondern machen sie häufig auch auf vorbildliche Weise zugänglich.

Aber sie entscheiden doch mit ihrem Geld darüber, welche Kunst Erfolg hat und welche nicht?

Das war doch nie anders! Seien es die Fugger, die Medici oder die Kirche: Alle haben sich in der Kunst engagiert. Heute dagegen existiert eine ungleich komplexere, vielfältigere und umfassendere Kunstszene als je zuvor. Alle zwei Monate findet irgendwo ein Kunstmarkt statt, der sehr verschiedene Interessen bedient. Da sehe ich die Heterogenität nicht gefährdet. Außerdem kenne ich keinen Sammler, der seine Werke in einem Museum unbedingt durchdrücken will. Museen fragen vielmehr nach einzelnen Objekten und treffen da in der Regel auf sehr

kooperative Partner. Dennoch gebe ich zu, dass die Unabhängigkeit ein hohes Gut ist, auf das Museumsdirektoren unbedingt achten müssen.

Das ganze Interview mit Prof. Smerling lesen Sie auf der „Kunst-Sommer-Seite“ bei www.karrierefuehrer.de. Der **karrierefuehrer** hatte dieses Jahr anlässlich der dOCUMENTA (13) Studierende und Absolventen zur Beschäftigung mit Kunst angeregt.

Anzeige

**Zukunft planen –
berufsbegleitend
studieren.**



Nutzen Sie die Vorteile eines Fernstudiums und informieren Sie sich über unsere Studiengänge

Betriebswirtschaft (B. A.)

Wirtschaftsrecht (LL. B.)

General Management (MBA)

Fordern Sie jetzt kostenlos Ihre Studienführer an.

Infoline: 040/350 94 360

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

www.hamburger-fh.de



Aufsteigen

Was macht eigentlich eine Marktforscherin, Frau Konopka?

Daria-Maria Konopka,
31 Jahre, ist Marktforscherin bei der
GfK in Nürnberg.

Während meines BWL-Studiums in Nürnberg stand für mich schnell fest, dass ich im Marketing arbeiten wollte. Von Anfang an hat mich dieses Gebiet an der Uni am meisten fasziniert und mir Spaß gemacht. Um neben der Theorie auch praktische Erfahrungen zu sammeln, begann ich als studentische Aushilfe bei der GfK in Nürnberg. Seit 1934 beschäftigen sich hier Mitarbeiter mit den Fragen nationaler und internationaler Unternehmen. Konsumgewohnheiten und Meinungen von Verbrauchern aus nahezu allen Branchen und Märkten werden analysiert und Informationen gebündelt, um den Unternehmen anschließend Handlungsempfehlungen zu geben.

Mittlerweile bin ich seit 2007 bei der GfK beschäftigt. Das Unternehmen ist sehr vielfältig: Wir beleuchten viele verschiedene Märkte, analysieren Konsumgüter und Aktivitäten aus unterschiedlichen Blickwinkeln. Man unterscheidet zwischen quantitativer und qualitativer Marktforschung, beides durfte ich schon kennenlernen. Begonnen habe ich mit der qualitativen Marktforschung, bei der wir das Verhalten von Kunden, ihre Erwartungen und Einstellungen untersuchten. Ich lernte, Fragebögen zu konzipieren, Stichproben auszuwählen und Daten zu kodieren. Am meisten Spaß machte es mir, die gewonnenen Daten zu analysieren, zu interpretieren und schlussendlich beim Kunden zu präsentieren.

Seit fast dreieinhalb Jahren arbeite ich nun im Panel, das heißt bei der quanti-

tativen Marktforschung. Hier konzentrieren wir uns verstärkt auf Verkaufszahlen. Diese erhalten wir direkt vom Handel und/oder vom Konsumenten. Im Consumer Panel untersuchen wir die Einkaufsdaten speziell im Bereich Fast Moving Consumer Goods (FMCG). Wir erhalten die Daten von 30.000 privaten Haushalten in Deutschland, die repräsentativ für ganz Deutschland ausgewählt wurden. Die Teilnehmer der Stichprobe scannen uns ihre Strichcodes der gekauften Verpackungen ein und teilen uns zusätzlich mit, wo sie ein Produkt gekauft haben und was sie dafür bezahlt haben. Mit unseren Datenbanken, in denen alle Strichcodes und deren Produktmerkmale gespeichert sind, können wir abgleichen, um welche gekauften Produkte es sich handelt. Anhand dieser Informationen können wir Marktanteile, Marktentwicklungen und Zielgruppen eines Produktes beziehungsweise einer Marke ermitteln.

Auch bei der quantitativen Marktforschung sind Teamarbeit, Kreativität, Neugier und Leidenschaft für die bearbeiteten Märkte wichtig, um Zusammenhänge zu erkennen und neue, richtige Handlungsempfehlungen zu entwickeln. Aufregend für mich an der Arbeit sind die enge Zusammenarbeit und der Informationsaustausch mit den Kunden. Dadurch erfahre ich häufig früher als der normale Verbraucher, welche neuen Produkte eingeführt werden. Ebenso ist es spannend zu sehen, welche Empfehlungen ein Kunde im Marketing umgesetzt hat



10. 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

Ausrichter



10. November 2012
Künzelsau

Bewerbungsschluss 24. September 2012



www.Karrieretag-Familienunternehmen.de

ENTREPRENEURS



Stiftung
Familienunternehmen

Lead-Medienpartner

Stiddeutsche Zeitung

Medienpartner

karriereführer



Schirmherrschaft



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Technologie

Aufsteigen



Job-Steckbrief

Marktforscher

und ob diese auch so funktionieren, wie wir es prognostiziert haben. Gleichzeitig ist es interessant zu beobachten, wie der Wettbewerber auf die neuen Aktionen reagiert und welche Maßnahmen er ergreift.

Marktforscher arbeiten nicht nur in Instituten, sondern auch im Handel und der Industrie in eigenen Marktforschungsteams. Dort stehen nicht die Erhebung beziehungsweise Generierung der Fakten im Vordergrund, sondern die Fragestellungen des jeweiligen Unternehmens und die möglichen Wege für die Erreichung der Ziele. Diese Teams bilden gleichzeitig die Schnittstelle zu externen Instituten und bauen einen eigenen, internen Expertenpool auf.

Marktforscher haben einen abwechslungsreichen Arbeitstag. Ich tausche

mich mit den Kunden entweder per E-Mail oder per Telefon über neue Fragestellungen aus. Anschließend diskutieren wir im Team oder mit dem Kunden zusammen, wie wir vorgehen. Dabei macht die Teamarbeit am meisten Spaß, weil hier jeder seine Erfahrung und Kreativität einbringen kann. Wenn der Kunde mit der Vorgehensweise zufrieden ist, dokumentieren wir, schreiben ein Angebot und untersuchen nach der Auftragserteilung die Daten. Dabei ist es entscheidend, nie den Blickwinkel des Kunden zu verlieren. Da man in der Regel mehrere Kunden parallel berät, sind Organisation und Kommunikation im Team sehr wichtig. Ist der Kunde mit dem Ergebnis zufrieden und erhalten wir wieder einen Auftrag, sind wir alle motiviert für die nächste Aufgabe. Mit der Zeit erlangt man viel Expertenwissen über Marken und Märkte. Dieses Wissen wird bei den Kunden auch erkannt und honoriert, es ist Grundlage für eine lange Kundenbeziehung.

Wenn ich einen Kunden bei seinen Marketing-Entscheidungen unterstützt habe, bestätigt das jedes Mal aufs Neue meine Entscheidung für die Marktforschung. Insbesondere freue ich mich, wenn unsere Daten direkt in der Produktwerbung genannt werden, denn so erlebe ich das Vertrauen meines Kunden in unsere Ergebnisse.

Anforderungen:

- Studium der Wirtschaftswissenschaften oder Sozialwissenschaften mit Schwerpunkt Marketing
- Gute analytische Fähigkeiten und gute Kenntnisse in Statistik
- Gute bis sehr gute Englischkenntnisse
- Aufgeschlossenheit, Motivation, Teamfähigkeit, Kreativität

Einstiegs- möglichkeiten:

Als studentische Aushilfe, über Praktika oder Abschlussarbeiten. Auch der Direkteinstieg ist möglich.

Gehalt:

Berufseinsteiger: circa 42.000 Euro in den ersten zwei Jahren

Informationen:

Berufsverband Deutscher Markt- und Sozialforscher: www.bvm.org



NACHT der
UNTERNEHMEN

Eine Veranstaltung der

 **TEMA**
www.tema.de

VOLLGAS zum Job

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



Aachen	07. November 2012
Stuttgart	20. November 2012
Mannheim	22. November 2012
Bodenseekreis	28. November 2012
Hannover	28. November 2012
Braunschweig	12. Dezember 2012

Im Januar 2013 auch in Münster!

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



www.nachtderunternehmen.de

Projekt

Wertpapiergeschichte



aus weiblicher Perspektive

Die Welt der Wertpapiere als Männerdomäne? Weit gefehlt.

Die Ausstellung „Frauen und Finanzen. Die weibliche Rolle auf Wertpapieren“ zeigt, dass Frauen im Wertpapiergeschäft von Beginn an mitmischten. Zu sehen ist die bemerkenswerte Ausstellung, die auf der früheren Sammlung des Düsseldorfers Jakob Schmitz basiert, im Museum „Wertpapierwelt“ im schweizerischen Olten.

Von **André Boße**

Bevor sich Frauen aktiv an der Finanzwelt beteiligen konnten, waren sie auf die Rolle von werbewirksamen Ikonen beschränkt. Wertpapiere, die mit göttlichen oder vorbildlichen Frauenfiguren bedruckt waren, sollten den Gesellschaften ein gutes Image verleihen. Schließlich symbolisieren Frauen Fruchtbarkeit – und damit Prosperität. Als Mütter stehen sie für Tatkraft und Pflichtbewusstsein – für Werte also, die sich ein Unternehmen gerne auf die Fahnen schreibt. Die Ausstellung zeigt zudem eine Reihe von Wertpapieren, die man mit reizenden und exotischen Frauen bedrucken ließ, um die Männer zum Kauf dieser Wertpapiere zu verführen.

Ab dem 18. Jahrhundert nahmen Frauen aktiv am Wertpapierhandel teil – wobei dieses Recht zunächst nur privilegierten Adelligen zustand. Sie durften, anders als Bürgerinnen, frei über ihr Vermögen verfügen und legten es auch in Aktien an. Besonders eindrucksvoll waren die finanzpolitischen Aktivitäten der österreichischen Kaiserin Maria Theresia, die im 18. Jahrhundert den Haushalt ihres Reiches verwaltete – was mit Blick auf teure Kriege und kostspielige Reformen keine leichte Aufgabe war. Originalanleihen belegten den großen Finanzbedarf der Herrscherin, die zudem 16 Kindern das Leben schenkte.

Vor rund 200 Jahren begannen dann auch bürgerliche Frauen, ihre Finanzen selber in die Hand zu nehmen. Erbinnen übernahmen nach dem Tod ihrer Männer die Verantwortung für das Unternehmen; Töchter aus reichem Hause wie Gertrude Vanderbilt Whitney, Tochter des Eisenbahn-Tycoons Commodore Cornelius Vanderbilt, erbten Aktienpakete. Pionierinnen weiblichen Unternehmertums waren Barbe-Nicole Clicquot-Ponsardin, die 1805 das Champagnerhaus ihres verstorbenen Mannes übernahm, oder Marie Tus-saud, die 1802 ihren Ehemann in Paris zurückließ, um mit ihrem Wachsfigurenkabinett in Großbritannien Geld zu verdienen.

Dass der Gang an die Börse ein runder Abschluss für das Leben als Unternehmerin sein kann, bewies Beate Uhse: Nach Kriegsende schrieb sie Bestseller-Broschüren zur Verhütung, deren Erlös sie in den Aufbau eines erotischen Versandhandels investierte. An die Börse ging ihr Unternehmen 1999, die Aktien schmückten wenig bekleidete Damen – kurz danach zog Beate Uhse sich aus dem Geschäft zurück.

Die Ausstellung „Frauen und Finanzen. Die weibliche Rolle auf Wertpapieren“ kann noch bis April 2013 in der Wertpapierwelt besichtigt werden. Weitere Informationen unter www.wertpapierwelt.ch.

Studenten treffen Unternehmen

konaktiva

Dortmund

Die konaktiva ist eine der größten studentisch organisierten Unternehmenskontaktmessen in Deutschland.

Unter dem Motto „Studenten treffen Unternehmen“ vermittelt sie jedes Jahr in Dortmund Anfang November an drei Tagen Kontakte zwischen angehenden Akademikern und Personalvertretern renommierter nationaler und

internationaler Unternehmen. Ziel der Messe ist es, Studenten und Unternehmen eine optimale Plattform zur Kontaktaufnahme zu bieten.

Besucher bewerben sich während der Unternehmenskontaktmesse direkt um ein Praktikum oder eine Abschlussarbeit und besprechen die Möglichkeiten des Berufseinstieges.

Um die Besucher optimal auf ihren Messebesuch vorzubereiten, bietet die konaktiva in Dortmund auch Warm Up-Wochen im Mai und Oktober mit Veranstaltungen rund um das Thema Bewerbung und Berufseinstieg an.

Alle Veranstaltungen der konaktiva sind für Besucher kostenlos! Mehr Infos gibt's unter: www.konaktiva-dortmund.de

Eintritt frei

konaktiva Dortmund

Praktikum - Abschlussarbeit - Direkteinstieg

konaktiva Dortmund - Unternehmenskontaktmesse
6. bis 8. November 2012 - Messe Westfalenhallen Dortmund



Hallo New York!

Hello New York!



Sandra Kraus



Tobias Meyer

Central Park, Freiheitsstatue, Empire State Building – New York hat viel zu bieten. Ein paar Jahre in der aufregenden Metropole zu leben, ist ein Traum für viele Berufseinsteiger. Für Sandra Kraus, Tobias Meyer und Christian Braun ist er wahr geworden. Sie verbringen als Mitarbeiter der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft KPMG einige Zeit in der Stadt, die niemals schläft.

Gegen Ende ihres Studiums absolvierte Sandra Kraus, 33, bei der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft KPMG ein Praktikum in New York und war begeistert. Danach wusste sie, sie wollte beruflich ins Ausland gehen. Christian Braun und Tobias Meyer, 30, hatten dasselbe Ziel. Dass sie in New York gelandet sind, war nicht geplant, aber als sich die Möglichkeit bot, musste keiner der drei lange überlegen. „Hätte sich eine andere spannende Gelegenheit ergeben, hätte ich aber auch diese wahrgenommen“, so Sandra Kraus.

Sie arbeitete von September 2009 bis Mai 2012 in New York, Tobias Meyer lebt seit November 2011 in Big Apple, er wird die USA im März 2013 wieder

verlassen. Christian Braun ist seit 2008 vor Ort und wird noch einige Zeit bleiben, da er 2011 eine Stelle im Risk Consulting angetreten hat. „Zwischenzeitlich habe ich mein Wirtschaftsprüferexamen in Deutschland absolviert“, erklärt er. Das abgeschlossene Examen ist keine Voraussetzung für eine Stelle im Ausland. Für Sandra Kraus und Tobias Meyer steht die Prüfung nach ihrer Rückkehr nach Deutschland an. Erwartet wird für den Auslandsaufenthalt aber eine mindestens zweijährige Berufserfahrung sowie Kenntnisse der internationalen Rechnungslegungsstandards.

Tobias Meyer betreut als Prüfungsleiter im Bereich Commercial Clients die Tochtergesellschaften europäischer Unter-

Von **Leonie Pohlmann**

Landesinformationen:

Größe USA: ca. 9,5 Millionen km²
Einwohner: ca. 313 Millionen
Hauptstadt: Washington D.C. (ca. 617.000 Einwohner)
Klima New York: Durchschnittstemperatur Januar: -0,4°C, Durchschnittstemperatur Juli: 24,2°C
Landessprache: Englisch

Währung:

US-Dollar (\$)
1 Euro = 1,25 US-Dollar (Stand: 21.08.2012)

Dauer Direktflug:

Berlin – New York: circa 8 Stunden, ab etwa 500 Euro

Miete:

Je nach Lage kostet eine Einzimmerwohnung in Manhattan 1300 bis 3400 Euro pro Monat, weniger zentrale Stadtteile wie die Bronx oder Queens sind günstiger.

Einreisebedingungen:

Für gewöhnlich darf man 90 Tage ohne Visum, dafür aber mit elektronischer Einreiseerlaubnis in den USA bleiben. Für jeden Aufenthalt, der länger dauert oder weder Urlaub, Geschäftsreise oder Transit ist, wird ein Visum benötigt. Weitere Informationen unter <http://german.germany.usembassy.gov>

Essen:

In New York versammelt sich die Sternküche der ganzen Welt. Typisch sind auch „Delis“, kleine Selbstbedienungsläden, in denen man beispielsweise Salate und Sandwiches kaufen kann.

Verkehrsmittel:

Die New Yorker U-Bahn fährt im Durchschnitt alle drei Minuten, ein Einzelticket kostet 2,50 \$. Wer mit einem der zahlreichen gelben Taxis fahren will, muss sich an die Straßenkante stellen und eins herbeiwinken – Taxifahren ist günstiger als in Deutschland.

USA

nehmen verschiedener Branchen, meist außerhalb New Yorks: „So habe ich die Möglichkeit, innerhalb der USA viele Unternehmen und Städte kennenzulernen.“ Sandra Kraus war als Prüfungsleiterin in New York im Bereich Audit Financial Services für eines der Bankmandate verantwortlich. Ihre Aufgaben umfassten dabei die Planung, Prüfung und das Reporting an die deutschen Kollegen für Jahres- und Zwischenabschlüsse, aber auch die Prüfung von Einzelabschlüssen kleinerer Tochtergesellschaften der Auslandsniederlassung. Christian Braun war zuerst ebenfalls im Bereich Audit Financial Services tätig. Seit 2011 berät er als Manager im Bereich Advisory-Risk-Controlling eine weltweit tätige Private-Equity-Gesellschaft bei der Weiterentwicklung von Risikomanagementsystemen und der Umsetzung von aufsichtsrechtlichen Anforderungen. Die Teams in den USA sind deutlich kleiner als in Deutschland. „Von einem Prüfungsleiter wird hier daher viel mehr Planung und Organisation verlangt“, erklärt Sandra Kraus.

New York ist die bevölkerungsreichste Stadt der USA und nicht nur wegen des UNO-Hauptsitzes von weltweiter Bedeutung. Das Leben in der Weltstadt ist vielfältig, trubelig und inspirierend. „Mein Lieblingsplatz war der Süden von Manhattan mit dem Financial District und dem Blick auf die Brooklyn Bridge“, erzählt Sandra Kraus. Neben den Touristenattraktionen gibt es ein vielfältiges Freizeitangebot. New York ist eben die Stadt, die niemals schläft – das kann

aber auch anstrengend sein: „An die vollen U-Bahnen musste ich mich erst gewöhnen“, berichtet Sandra Kraus. „Aber das Schöne ist, dass es hier auch genug Rückzugsmöglichkeiten gibt. Im Central Park kann man schon mal vergessen, dass man mitten in einer Großstadt ist.“ Tobias Meyer geht es ähnlich: „Die Größe und Geschwindigkeit der Stadt ist Segen und Fluch zugleich. Ich fotografiere gerne – dafür ist New York ein Schlaraffenland – aber die Hektik auf den Straßen ist ganz schön stressig.“ Die lebhaftere Atmosphäre macht es einem aber leicht, sich einzuleben und neue Kontakte zu knüpfen: „Die New Yorker sind sehr freundlich und offen, es ist nicht schwer, sie kennenzulernen“, berichtet Sandra Kraus. „Außerdem sind wir eine große Gruppe deutscher Kollegen und verbringen auch einen Teil unserer Freizeit miteinander.“ Besonders faszinierend finden die drei die Vielfalt der Stadt: Nicht nur Thanksgiving wird mit einer großen Parade gefeiert – auch der irische Nationalfeier-

tag St. Patrick's Day und das chinesische Neujahrsfest sind jedes Jahr ein riesiges Spektakel. „Hier leben Menschen mit unterschiedlichsten kulturellen, religiösen und sozialen Hintergründen. Dieser Facettenreichtum schlägt sich unmittelbar in der Offenheit der New Yorker nieder“, schwärmt Tobias Meyer.

Wie in den meisten Metropolen sind die Lebenshaltungskosten und Mietpreise in New York sehr hoch. Eine schöne Wohnung zu finden, ist nicht leicht. Tobias Meyer ist auf der Upper Westside in Manhattan gelandet, und auch Sandra Kraus hatte Glück – sie hat es per Zufall in das ehemalige deutsche Viertel der Stadt verschlagen. Christian Braun wohnt im Manhattan-Stadtteil Greenwich Village in einem One-Bedroom Apartement. Das heißt in New York: ein Schlafzimmer, Wohnzimmer, Küche und Bad – mehr braucht man in einer Stadt, die so viel zu bieten hat wie New York, ohnehin nicht.

TIPPS FÜR DEN BIG APPLE

Lesen: New York Times www.nytimes.com, Daily News www.nydailynews.com; Christoph Niemann: Abstract City – Mein Leben unterm Strich. Knesebeck 2012. ISBN 978-3868734560. 19,95 Euro. Der Graphikdesigner illustriert für einen Blog der New York Times mit viel Humor sein Leben in New York. Die besten Arbeiten und Anekdoten gibt es jetzt als Buch.

Essen: Spotted Pig, www.thespottedpig.com, Hill Country, www.hillcountryny.com, WD-50, www.wd-50.com, Blue Ribbon Sushi Brooklyn, www.blueribbonrestaurants.com

Kultur genießen: Ausstellung „The Shaping of New Visions: Photography, Film, Photobook“, bis 29. April 2013 im Museum of Modern Art, www.moma.org; Stadtrundfahrt zu den Drehorten amerikanischer Filme und Serien: www.screentours.com



Der Jobware-Ratgeber im **karrierefürher**

Stichwortsuche

online bewerben



Von Christian Flesch

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.

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.

**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





Service

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.

Lebenslauf

Internet-Bewerbungen setzen sich durch

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

- Achten Sie auf vollständige Kontaktdaten und eine seriöse Mailadresse.
- Persönliche Daten sollten Geburtsdatum, Geburtsort, Ihr Familienstand sein.
- Ist die Reihenfolge des Lebenslaufes korrekt, und sind die einzelnen Stationen nachvollziehbar?
- Sind die Zeiträume mit Monat und Jahr aufgeführt?
- Ist der Schwerpunkt des Studiums herausgearbeitet und passt er zur Stellenausschreibung?
- Sind Unternehmen korrekt mit ihrer Firmierung benannt?
- Sind zu Praktika und anderen Tätigkeiten erklärende Unterpunkte eingebaut?
- Außeruniversitäres Engagement: Sind die Tätigkeiten schlüssig und gut beschrieben?
- Weiterbildungen: Passen sie zur ausgeschriebenen Stelle?
- Wurden Fachkenntnisse und Soft Skills herausgearbeitet?
- Haben Sie Sprach- und EDV-Kenntnisse bewertet?
- Ist das aktuelle Datum angegeben, und haben Sie den Lebenslauf unterschrieben?

Anschreiben

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

Bewerbungsmappe

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

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 | info@berufsziel.de



ALDI GmbH & Co. KG
Unternehmensgruppe ALDI SÜD

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

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

Branche
 Lebensmitteleinzelhandel

Produkte/Dienstleistungen
 Food, Non-Food

Anzahl der Standorte
 Die Unternehmensgruppe ALDI SÜD besteht aus 31 Gesellschaften mit mehr als 1800 Filialen in West- und Süddeutschland. Hinzu kommen 46 internationale Gesellschaften mit über 2750 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

Siehe Anzeige Seite 11

Bertelsmann SE & Co. KGaA

Carl-Bertelsmann-Straße 270
 33311 Gütersloh
 Internet: www.createyourowncareer.de

Kontakt
 Dr. Nico Rose
 Fon: 05241 23480-548
 E-Mail: n.rose@bertelsmann.de

Branche
 Medien & Dienstleistungen

Produkte/Dienstleistungen
 Medienproduktion und Medienservices (Print, Film, Funk, TV)

Anzahl der Standorte
 Standorte in über 50 Ländern

Jahresumsatz
 15,3 Mrd. Euro

Anzahl der MitarbeiterInnen
 Über 100.000

Bedarf an HochschulabsolventInnen
 Über 500

Gesuchte Fachrichtungen
 Wirtschaftswissenschaften, Information Technology, Wirtschaftsingenieurwesen, Medien- und Kommunikationswissenschaften

Einsatzmöglichkeiten
 IT & Telekommunikation, Logistik & Transport, Marketing & PR, Vertrieb & Einkauf, Personal u. v. m.

Einstiegsprogramme
 Duales Studium, Traineeprogramm, Bertelsmann Entrepreneurs Program, Direkteinstieg

Mögliche Einstiegstermine
 Laufend

Auswahlverfahren
 Telefoninterview, persönliches Gespräch

Einstiegsgehalt
 Je nach Einstiegsposition

Auslandstätigkeit
 Ja

Angebote für StudentInnen
 Praktika, Betreuung von Abschlussarbeiten, Werkstudententätigkeit

Siehe Anzeige Umschlagseite 3

Deloitte.



HAYS

 Recruiting experts worldwide

Deloitte

Schwannstraße 6
40476 Düsseldorf
Internet: www.deloitte.com/careers

Kontakt

Deloitte Recruitingteam
Fon: 0211 8772-4111
E-Mail: career@deloitte.de

Branche

Wirtschaftsprüfung, Steuerberatung, Consulting, Corporate Finance

Produkte/Dienstleistungen

Siehe Branche

Anzahl der Standorte

Deloitte ist an 17 Standorten in Deutschland und weltweit in über 150 Ländern vertreten.

Jahresumsatz

624 Mio. Euro in Deutschland
28,8 Mrd. US-Dollar international

Anzahl der MitarbeiterInnen

4600 in Deutschland, ca. 195.000 weltweit

Bedarf an HochschulabsolventInnen

Wir stellen im laufenden Jahr ca. 800 Absolventen ein.

Gesuchte Fachrichtungen

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

Einsatzmöglichkeiten

Projektarbeit in Prüfung und Beratung.

Einstiegsprogramme

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

Mögliche Einstiegstermine

In allen Bereichen das ganze Jahr hindurch

Auswahlverfahren

Telefoninterviews, Einzelinterviews, Bewerbungstage bzw. Recruiting Days

Einstiegsgehalt

Unser Einstiegsgehalt ist marktkonform und qualifikationsabhängig.

Auslandstätigkeit

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

Angebote für StudentInnen

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

Siehe Anzeige Umschlagseite 2

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 17

Hays AG

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

Kontakt

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

Branche

Spezialisierte Personaldienstleistungen

Produkte/Dienstleistungen

Rekrutierung hochqualifizierter Experten für Projekte, auf Zeit oder für Festanstellungen bei unseren Kunden

Anzahl der Standorte

D-A-CH-Region: 15
Weltweit: 247 Büros in 33 Ländern

Jahresumsatz

D-A-CH-Region: über 600 Mio. Euro
Weltweit mehr als 3,8 Mrd. Euro

Anzahl der MitarbeiterInnen

D-A-CH-Region: über 1300
Weltweit: über 7900

Bedarf an HochschulabsolventInnen

280 bis 320

Gesuchte Fachrichtungen

Wirtschaftswissenschaften, Wirtschaftsinformatik, Wirtschaftsingenieurwesen, Geistes- und Sozialwissenschaften, gerne auch Quereinsteiger und andere Studiengänge

Einsatzmöglichkeiten

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

Einstiegsprogramme

Mentorengestützte, individuelle Betreuung mit Trainings und Workshops in einem Mix aus On-the-Job- und Off-the-Job-Maßnahmen

Mögliche Einstiegstermine

Laufend

Auswahlverfahren

Telefoninterview und persönliche Gespräche

Einstiegsgehalt

Marktüblich

Auslandstätigkeit

Auslandseinsatz gemäß International Transfer Policy nach Absprache möglich

Angebote für StudentInnen

Praktikum möglich in allen Bereichen, Abschlussarbeiten auf Anfrage

Siehe Anzeige Seite 13



FHH · Hamburger Fern-Hochschule gem. GmbH

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

Kontakt

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

Auf einen Blick

Mit rund 10.000 Studierenden ist die FHH Hamburger Fern-Hochschule eine der größten privaten Hochschulen Deutschlands. Sie verfolgt das bildungspolitische Ziel, Berufstätigen und Auszubildenden den Weg zu einem akademischen Abschluss zu eröffnen. An über 40 regionalen Studienzentren bietet die staatlich anerkannte und gemeinnützige Hochschule ihren Studierenden eine wohnortnahe Betreuung. Angeboten werden zahlreiche Bachelor- und Masterstudiengänge in den Bereichen Gesundheit und Pflege, Technik sowie Wirtschaft.

Folgende Bachelor-Studiengänge sind im Programm der FHH:

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

Das Bachelor-Studium ist gemäß Hamburgischem Hochschulgesetz mit entsprechender beruflicher Qualifikation (Ausbildung sowie mehrjährige berufliche Tätigkeit) auch für Berufstätige ohne Abitur möglich. Neben den akademischen Abschlüssen Bachelor und Master kann man auch via Fernstudium promovieren.

Weiterführende Studiengänge (Master):

- General Management (MBA)
- In Kooperation mit der University of Louisville (USA):
- Global Business (MBA, UoFL)
- Industrial Engineering (M.Sc., UoFL)

Besondere Studienprogramme:

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

- Wirtschaftsingenieurwesen (B.Eng.) in verkürzter Form für Absolventen ingenieurwissenschaftlicher oder wirtschaftswissenschaftlicher Studiengänge
- Wirtschaftsrecht (LL.B.) in verkürzter Form für Rechtsreferendare und Absolventen der ersten Prüfung oder Wirtschaftswissenschaftler

Die Pluspunkte des Fernstudiums an der FHH auf einen Blick:

- sinnvolle Verknüpfung von Präsenz- und Selbststudienphasen
- Bildung fester Studiengruppen
- dichtes Netz an Studienzentren
- hohe Qualität der Lehre und der eingesetzten Medien
- Berücksichtigung beruflicher Kompetenz und Erfahrung
- serviceorientierte, qualifizierte Beratung und Betreuung
- faires Preis-Leistungs-Verhältnis
- langfristige Planung für Berufstätige möglich

Siehe Anzeige Seite 31



MAG IAS GmbH

Stuttgarter Straße 50
73033 Göppingen
Internet: www.mag-ias.com

Kontakt

David Losing
Fon: 07161 201-294
E-Mail: jobs@mag-ias.com

Branche

Maschinenbau

Produkte/Dienstleistungen

MAG ist einer der führenden Anbieter individueller Produktions- und Technologielösungen. Aus Traditionsmarken der internationalen Werkzeugmaschinenindustrie entsteht seit 2005 ein neues, global operierendes Unternehmen. Schwerpunkte der Aktivitäten von MAG sind die Luft- und Raumfahrt, Automotive und Nutzfahrzeugbau, Schwerindustrie, Energie- und Förderanlagen, Schienenverkehr, Solarenergie, Windkraftanlagen und der Maschinenbau. MAG liefert Werkzeugmaschinen, Fertigungssysteme und Dienstleistungen im Bereich der automatisierten Fertigung, Dreh- und Frästechnologie, Fertigung von Fahrzeugantrieben, Verbundwerkstoff-Verarbeitung, Wartung und Instandhaltung, Automations- und Steuerungstechnik, sowie Kernkomponenten für Werkzeugmaschinen.

Anzahl der Standorte

9 in Deutschland, 27 weltweit

Jahresumsatz

299,61 Mio. Euro (in 2010)

Anzahl der MitarbeiterInnen

Ca. 3000 Mitarbeiter weltweit

Gesuchte Fachrichtungen

Ingenieurwissenschaften, insbesondere Maschinenbau, Wirtschaftsingenieurwesen, Wirtschaftswissenschaften, Mechatronik, Elektrotechnik

Einsatzmöglichkeiten

R&D, Production, Supply Chain, Sales, Marketing, HR, Controlling & Finance

Einstiegsprogramme

Seit 2011 bietet MAG neben dem klassischen DirektEinstieg auch ein Traineeprogramm an.

Mögliche Einstiegstermine

Laufend

Auswahlverfahren

Vorstellungsgespräche, ggf. Assessment Center

Auslandstätigkeit

Da MAG ein weltweit tätiger Konzern ist, sind auch Auslandseinsätze möglich.

Angebote für StudentInnen

Praktika, Abschlussarbeiten, Werkstudententätigkeit

Siehe Anzeige Seite 5



Münchener Rückversicherungs- Gesellschaft AG

Königinstraße 107
80802 München
Internet: www.munichre.com/karriere

Branche

Finanzdienstleistung, Rückversicherung

Produkte/Dienstleistungen

Innovative Rückversicherungslösungen für die vielfältigsten Risiken weltweit – von Satelliten über Staudämme bis hin zur Fußballweltmeisterschaft

Anzahl der Standorte

Weltweit über 50 Außenstellen

Jahresumsatz

49,6 Mrd. Euro in 2011

Anzahl der MitarbeiterInnen

Rückversicherung: rund 11.000 weltweit, davon rund 3700 in München
Konzern: rund 47.000 weltweit

Bedarf an HochschulabsolventInnen

Ca. 20 bis 30 pro Jahr

Gesuchte Fachrichtungen

(Wirtschafts-)Mathematik, Wirtschaftswissenschaften, Jura, (Wirtschafts-)Ingenieurwesen und internationale Studiengänge

Einsatzmöglichkeiten

Underwriting, Accounting/Controlling/Corporate Finance

Einstiegsprogramme

Direkteinstieg oder 18-monatiges Traineeprogramm

Mögliche Einstiegstermine

Laufend

Auswahlverfahren

Online-Bewerbung (siehe Homepage), Einzelinterviews mit Mitarbeitern aus der Personal- und Fachabteilung, Einzel-Assessment Center

Einstiegsgehalt

48.000 bis 52.000 Euro Jahresgehalt

Auslandstätigkeit

Möglich, Einstieg erfolgt aber in München. Auslandsaufenthalt ist Teil des Traineeprogramms. Auslandspraktika sind ebenfalls möglich.

Angebote für StudentInnen

Praktika, Werkstudententätigkeit, Studienabschlussarbeiten

Siehe Anzeige Seite 7



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 Verkaufsbezirks

Einstiegsprogramme

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

Mögliche Einstiegstermine

Laufend

Auslandstätigkeit

Möglich, entsprechende Fremdsprachenkenntnisse erforderlich

Siehe Anzeige Seite 15



R+V Versicherung

Raiffeisenplatz 1
65189 Wiesbaden
Internet: www.ruv.de
www.jobs.ruv.de
www.facebook.com/ruv.de
www.twitter.com/ruv_de

Kontakt

Verena Kohl
Fon: 0611 533-5210
Fax: 0611 533-775210
E-Mail: recruiting-center@ruv.de

Branche

Versicherungen

Produkte/Dienstleistungen

Maßgeschneiderte, innovative Versicherungsprodukte für Privat- und Firmenkunden

Anzahl der Standorte

Direktion in Wiesbaden; Direktionsbetriebe in Frankfurt am Main, Stuttgart, Hannover, Hamburg; Vertriebsdirektionen in Frankfurt am Main, Hamburg, Hannover, Köln, München, Stuttgart; weitere bundesweit

Jahresumsatz

11,7 Mrd. Euro

Anzahl der MitarbeiterInnen

13.800 Inland, 350 Ausland

Bedarf an HochschulabsolventInnen

Ca. 80 pro Jahr

Gesuchte Fachrichtungen

Wirtschaftswissenschaften, (Wirtschafts-)Mathematik, (Wirtschafts-)Informatik, Rechtswissenschaften

Einsatzmöglichkeiten

Versicherungstechnische Sparten, Finanzen, IT, Controlling, Vertrieb, Rechnungswesen, Personal u. a.

Einstiegsprogramme

Direkteinstieg und Traineeprogramm (im Innendienst 12 Monate, im Außendienst 24 Monate)

Mögliche Einstiegstermine

Direkteinstieg laufend, Traineeprogramm im Innendienst zum 01.08., Traineeprogramm im Außendienst zu jedem Quartalsbeginn

Auswahlverfahren

Bewerbungsgespräch mit der Personal- und der Fachabteilung, z. T. Assessment Center

Einstiegsgehalt

43.000 bis 45.000 Euro pro Jahr

Auslandstätigkeit

Nur in der Rückversicherung

Angebote für StudentInnen

Praktika sind in fast allen Fachbereichen bei einer Mindstdauer von 6 bis 8 Wochen möglich, Voraussetzung ist das abgeschlossene Vordiplom bzw. 2. Fachsemester eines Bachelor-Studiengangs; auf Anfrage bieten wir die Betreuung von Studien- und Abschlussarbeiten an.

Siehe Anzeige Seite 17



Vodafone D2 GmbH

Am Seestern 1
40547 Düsseldorf
Internet: www.vodafone.de/jobs

Kontakt

Recruiting-Team
Fon: 0800 172227-337
E-Mail: career.de@vodafone.com

Branche

Telekommunikation

Produkte/Dienstleistungen

Das Unternehmen bietet Privat- und Geschäftskunden Produkte und Dienstleistungen aus den Bereichen Mobilfunk, Festnetz, Datendienste und Breitband-Internet aus einer Hand an.

Anzahl der Standorte

Hauptsitz in Düsseldorf, Niederlassungen in Berlin, Stuttgart, München, Dortmund, Hannover, Eschborn, Dresden und Ratingen

Jahresumsatz

Ca. 9 Mrd. Euro im letzten Geschäftsjahr

Anzahl der MitarbeiterInnen

Ca. 12.000 Mitarbeiter bei Vodafone Deutschland

Gesuchte Fachrichtungen

Insbesondere Ingenieur- und Wirtschaftswissenschaften

Einsatzmöglichkeiten

Einsatzmöglichkeiten gibt es in den Bereichen Marketing, Strategie, Finanzen, Controlling, Technik, Vertrieb, Personal und Customer Operations.

Einstiegsprogramme

Discover Vodafone Traineeprogramm (www.vodafone.de/discover), Direkteinstieg (Stellenangebote und Bewerbung unter www.vodafone.de/jobs)

Auslandstätigkeit

Vodafone ist international aufgestellt. Unter bestimmten Voraussetzungen besteht die Möglichkeit für Vodafone-Mitarbeiter, für einige Monate ins Ausland zu gehen. Bewerber, die ein Praktikum im Ausland anstreben, bewerben sich bitte bei den einzelnen Landesgesellschaften.

Angebote für StudentInnen

Wir bieten Studenten die Möglichkeit, ein Praktikum bei Vodafone Deutschland zu absolvieren. Abschlussarbeiten werden gerne in Verbindung mit oder im Anschluss an ein Praktikum begleitet.

Siehe Anzeige Umschlagseite 4



Der sportliche Erfolg wurde Danny Ecker, 35 Jahre, in die Wiege gelegt: Sein Vater John Ecker, ein gebürtiger Amerikaner, war Bundesliga-Basketballer für Bayer Leverkusen, seine Mutter Heide Ecker-Rosendahl gewann als Leichtathletin bei den Olympischen Spielen 1972 zwei Goldmedaillen für Deutschland. Danny Ecker stieg als Stabhochspringer in die Fußstapfen seiner Eltern: Mit übersprungenen 6,00 Metern ist er deutscher Rekordhalter in der Halle. Nach einer hartnäckigen Muskelverletzung beendete er im Sommer 2012 im Alter von 34 Jahren seine Karriere. Im Fokus des zweifachen Familienvaters steht nun sein BWL-Studium an der Fernuniversität Hagen.

Danny Ecker, Ex-Stabhochspringer und BWL-Student

Sichtweise

1. Welches Talent ist für einen Stabhochspringer genauso wichtig wie für einen Betriebswirt?

Ein Interesse für Zahlen, die stehen für beide oft im Mittelpunkt. 18 Schritte Anlauf, Zwischenmarke 17,20m, Absprunghöhe 3,70m, Griff 5,08m, Stabhöhe 12,1, Stablänge 5,20m, Ständerabstand 80cm und damit 6,00m hoch springen. Das sind beispielsweise die Variablen im Stabhochsprung.

2. Stabhochspringer sind in der Regel Einzelkämpfer. Haben Sie als Sportler manchmal das Arbeiten und Lernen im Team vermisst?

Leistungssport ist Teamarbeit. Ohne enges Zusammenarbeiten mit Trainer, Trainingspartnern, Physios und Managern wären Höchstleistungen nicht möglich, daher habe ich es nie vermissen müssen.

3. Leistungssportler und BWL-Student – das klingt nach Stress. Wie lautet Ihr Geheimnis für gutes Zeitmanagement?

Eins nach dem anderen.... hahaha. Ich habe ja auch noch geheiratet, Kinder bekommen und ein Haus gebaut. Alles gleichzeitig geht ja nicht, daher bin ich mit 35 ja auch noch Student.

4. Was verursacht schlimmere Albträume: im Wettkampf dreimal die Anfangshöhe gerissen zu haben oder durch eine BWL-Klausur zu rasseln?

Vor Klausuren bin ich jedenfalls angespannter, was wohl daran liegt, dass ich darauf in der Regel schlechter vorbereitet bin. Für den Wettkampf trainiere ich gut 50 Wochen im Jahr.

5. Auch Ihre Eltern waren Leistungssportler. Gab es eine Zeit, als Sie auf gar keinen Fall das Gleiche machen wollten wie Ihre Eltern?

Nein, ich fand Sport immer super und das Hobby zum Beruf zu machen ist doch ein Traum.

6. Als Stabhochspringer muss man lernen, mit hohem Druck umzugehen. Was war Ihre Strategie, um bei entscheidenden Versuchen einen klaren Kopf zu behalten?

Sich und seinen Körper kennen. Adrenalin ist gut, zuviel davon macht paradoxerweise müde, daher muss man rechtzeitig gegensteuern können. Konzentration aufs Wesentliche.

7. Was glauben Sie, wie Sie in fünf Jahren Ihr Geld verdienen werden?

Verschiedene Projekte stehen aktuell an, daher schwer zu sagen, wohin die Reise geht.

8. Sie haben ein einziges Mal die magischen 6 Meter gepackt. Können Sie sich noch an das Gefühl kurz nach diesem erfolgreichen Sprung erinnern?

Ja, klar. Ein unfassbar erfüllendes Gefühl. Tagelang und noch Wochen danach drehen sich die Gedanken immer wieder um dieses Erlebnis.

9. Können Sie sich ähnliche Gefühle auch in Ihrer nun folgenden Karriere mit BWL-Hintergrund vorstellen?

Aktuell nur schwer.

10. Bitte vervollständigen Sie folgenden Satz: Ein BWL-Fachbuch ist manchmal so spannend wie ein Leichtathletik-Wettkampf, weil ...

es auch langweilige Leichtathletik-Wettkämpfe gibt. Hahaha

Creativity
Meets
Entrepreneurship

create your own

career

WELCOME TO BERTELSMANN,
A COMPANY OF ENTREPRENEURS.



Join us on facebook.com/createyourowncareer





My Net Works: weil ich von Leuten lerne, die selbst noch Neues lernen wollen.



Gemeinsam nach den besten Lösungen suchen –
mit erfahrenen Kollegen, die Dich im Job begleiten.
Nur ein Vorteil unseres starken Karriere-Netzwerks.
vodafone.de/jobs

Willkommen im Netz von morgen. Vodafone.

power to you