

Handel Konsumgüter



Karriere machen im Multi-Channel-Markt

Einstiegschancen für Praktikanten, Absolventen,
Young Professionals und erfahrene Berufstätige in
Handels- und Konsumgüterunternehmen

Mit allen
**Kontakt-
Infos für
Bewerber**

Außerhalb Deutschlands bietet die Welt noch Platz

Handel und Konsumgüterindustrie stehen vor gewaltigen Umwälzungen. Auf der Agenda des Managements stehen der Internet-Boom, der digitale Kunde und die weitere Internationalisierung. Gefragt sind Marketing-, Vertriebs- und E-Commerce-Experten, die Multi-Channel-Konzepte entwickeln und umsetzen können.

So gut wie derzeit war die Kaufkraft der Verbraucher in Deutschland seit acht Jahren nicht mehr. Die Zinsen sind niedrig, da lohnt sich das Sparen nicht. Also tun sich die Verbraucher etwas Gutes und hauen ihr Geld auf den Kopf. Entsprechend hat der Einzelhandel nach Angaben des Statistischen Bundesamtes 2014 seinen Umsatz um real um 1,1 bis 1,3 Prozent erhöht. Das hört sich nicht viel an, ist aber ein ordentlicher Schritt nach vorne, denn in den beiden Vorjahren hatte die Branche lediglich ein reales Mini-Wachstum von 0,1 Prozent erreicht. Besonders gut gingen die Geschäfte im Internet- und Versandhandel sowie in Apotheken und im Geschäft mit kosmetischen, pharmazeutischen und medizinischen Produkten. Dagegen sank der Umsatz mit Textilien, Bekleidung, Schuhen und Lederwaren witterungsbedingt deutlich.

Da nach einer Prognose des Kieler Instituts für Weltwirtschaft Deutschland auf eine Vollbeschäftigung zusteuert, die Löhne steigen und der Zuzug von Flüchtlingen sich positiv auswirkt, dürfte der private Konsum auch 2015 und 2016 weiter eine Stütze der deutschen Wirtschaft bleiben. Die Handelsbranche, zu der vom kleinen Fachgeschäft bis zum internationalen Großkonzern rund 400.000 Unternehmen gehören, macht einen Gesamtumsatz von mehr als 400 Milliarden Euro im Jahr und beschäftigt fast drei Millionen Menschen. Damit gehört sie zu den größten Arbeitgebern und ist selbst in konjunkturell schwierigen Zeiten immer noch ein stabiler Faktor auf dem Arbeitsmarkt.

Dabei sind die Karrierechancen im Handel sowohl für Akademiker als auch für Nichtakademiker sehr gut, denn es dominiert das Prinzip der Beförderung aus den eigenen Reihen: Durchschnittlich 80 Prozent der Führungskräfte werden intern entwickelt und zwei Drittel der Führungskräfte in dieser Branche haben nach Auskunft des Handelsverbandes HDE ausschließlich eine Lehre abgeschlossen.

Wer Engagement zeigt, kann im Handel schon mit Anfang oder Mitte zwanzig eine Führungsrolle übernehmen. Das gilt besonders für Akademiker, denn der Akademikeranteil unter den Beschäftigten ist mit rund fünf Prozent immer noch sehr niedrig. Allerdings arbeitet

die Branche schon länger daran, dass sich das ändert, denn die Geschäftsprozesse werden immer komplexer, die Internationalisierung nimmt zu, die Logistik wird komplizierter und das Internet sowie der überdurchschnittlich wachsende Online-Handel stellen die Branche vor große Herausforderungen.

Die scheint sie jedoch ganz gut zu meistern, denn in einem internationalen Ranking der Unternehmensberatung A.T. Kearney arbeitete sich der deutsche Online-Handel um eine Position auf Platz fünf vor. Die deutschen Onlinehändler entwickelten sich rapide weiter, sagte A.T.-Kearney-Partner Mirko Warschun. Viele neue Konzepte würden den Handel im Netz mit realen Läden verknüpfen.

Bestätigt wird dies auch von Berechnungen des Hauptverbands des Deutschen Einzelhandels (HDE), nach denen der Onlinehandel hierzulande 2014 um 17 Prozent auf 39 Milliarden Euro gewachsen ist – bei einem Einzelhandelsumsatz von insgesamt 459,3 Milliarden Euro. Professor Dirk Morschett von der Schweizer Universität Fribourg schätzt, dass der Onlinehandel in Deutschland bis 2025 einen Umsatz von 70 bis 90 Milliarden Euro oder einen Anteil von 14 bis 17 Prozent am Einzelhandelsumsatz erreichen wird. Davon profitiert sogar der stationäre Handel. Denn viele Kunden nutzen das Internet, um sich über Produkte schlau zu machen, um sie dann im Laden zu kaufen.

Allerdings ist die Entwicklung sehr unterschiedlich. Otto etwa geht es nicht gut. Der weltweit größte Versender nach Amazon baut derzeit sein Unternehmensportfolio komplett um, denn 2015 musste das Unternehmen erstmals in seiner langen Firmengeschichte einen Nachsteuerverlust melden.

Betrachtet man die Entwicklung separat nach Segmenten, so hat sich nach Angaben des Bundesverbands des Deutschen Textileinzelhandels bei Mode und Bekleidung die Dynamik merklich abgeschwächt: Nur noch mit drei Prozent wuchsen die Online-Umsätze 2014, aber der Marktanteil der Online-Shops betrage inzwischen 15 Prozent. Zusammen mit dem Kataloggeschäft und dem Teleshopping komme der Distanzhandel auf 18 Prozent des Volumens der Branche.



Der Möbelhandel über das Internet hingegen kommt nur sehr langsam in Schwung, Ikea etwa verkauft nur vier Prozent seiner Waren auf diesem Wege. Und aus den USA, die oft eine Vorreiter-Rolle haben, weiß Professor Morschett, dass der Internethandel mit Lebensmitteln gar nicht richtig in Fahrt kommt.

Manche Unternehmen, so etwa der Schuhhändler Takko, halten sich auch bewusst aus dem Onlinehandel heraus, denn sie kalkulieren ganz knapp und wissen aus der Branche, dass manche Wettbewerber wegen der vielen Retouren – das heißt der Rücksendung bestellter Ware – so gut wie kein Geld verdienen. Und dann gibt es auch andere, die zwar im Internet aktiv sind, deren Geschäftsmodell aber durch das Internet in seinen Grundfesten erschüttert wird. Das Paradebeispiel hierfür ist Tchibo. Das jahrzehntealte Konzept des Kaffeerösters, den Kunden jede Woche neue, überraschende Angebote zu machen, wird nun von Amazon und Tausenden anderen Anbietern bequemer bedient. Die Konsequenz daraus ist nun ein rigoroses Sparprogramm des Unternehmens.

Doch um am Online-Boom teilzuhaben, müssen Handels- und Konsumgüterunternehmen auch gezielt auf das veränderte Einkaufsverhalten reagieren. Multi-Channel-Vertrieb heißt nach wie vor das Zauberwort der Branche, in der vor allem der Handel versuchen muss, Produkte über alle Kanäle, darunter Katalog, Online-Shop und Geschäft, gleichermaßen anzubieten und diese Wege zum Kunden

sinnvoll miteinander zu verknüpfen: „Kunden können sich per Katalog informieren, im Internet kaufen, die bestellte Ware in der Filiale abholen und die Reklamationen über das Call-Center abwickeln“, sagt das Beratungshaus PricewaterhouseCoopers.

Das erfordert neben einer Abstimmung und Vernetzung der Front-Ends zum Kunden integrierte Prozesse und Logistikkonzepte. Zudem reagieren Kunden auf das, was andere Kunden über das Produkt in den sozialen Medien oder auf entsprechenden Seiten kommentieren – und 70 Prozent entscheiden sich auf dieser Grundlage für oder gegen einen Kauf.

Gerade die Konsumgüterhersteller können so direkt ihren Kunden „zuhören“ und Trends oder den Effekt von Kampagnen erkennen und schnell neue Einsichten für die Produktentwicklung gewinnen. Das zwingt sie, enger mit den Online-Händlern zusammenzuarbeiten, was für so manches Unternehmen auch den Einstieg in das Direktgeschäft zur Folge hat. Procter & Gamble etwa hat schon seinen www.pgstore.com aufgebaut.

Für die Karriereentwicklung von Akademikern bedeutet das Wachstum des Online-Handels, dass sich Unternehmen, die die Erweiterung ihres Versand- und Internethandels auf der Agenda haben, auf das Know-how von Informatikern, Wirtschaftsinformatikern, Vertriebs- und Marketingexperten, Logistikern und Juristen, die sich mit Internetrecht auskennen, stützen müssen. Insbesondere die Nach-

Jobguide



frage des Handels nach ITlern und Logistikern ist deshalb ungebrochen hoch.

Trotz der derzeit in Deutschland guten konjunkturellen Entwicklung ist für die Handelsbranche zu konstatieren, dass sie das Ende der Fahnenstange hierzulande ziemlich erreicht hat. Eine Flächenexpansion ist kaum noch möglich. Und Übernahmen scheitern, da der Markt von Edeka, Rewe, Aldi, Lidl und Kaufland beherrscht wird, an Interventionen des Kartellamtes. So geschah es jüngst bei der geplanten Übernahme von Kaiser's Tengelmann durch Edeka, in der der Wirtschaftsminister den gordischen Knoten durchschlagen musste.

Die Konsequenz, die die großen Händler schon vor Jahren gezogen haben, ist die Expansion ins Ausland, wo noch viel mehr Platz zum Wachsen da ist. Aldi und Lidl beispielsweise sind schon lange in Europa präsent und überaus erfolgreich. Zusammen haben die beiden Rivalen bereits die Märkte aufgemischt und alteingesessene Konkurrenten das Fürchten gelehrt – etwa in Großbritannien die ehemaligen Platzhirsche Tesco, Asda, Sainsbury und Morrison. Aldi Süd ist überdies seit Jahren in Australien sehr erfolgreich, hat dort schon elf Prozent Marktanteil erobert. Das gleiche gilt für die USA, wo Aldi schon knapp 1.500 Filialen betreibt und schnell weiter wachsen will. Derzeit bereitet auch Lidl von Virginia aus seinen Markteintritt in den USA vor, der mit Investitionen von mehr als 200 Millionen Euro gestemmt werden soll.

Im „Schlepptau“ solcher Auslandsexpansion profitieren auch die deutschen Konsumgüter-Hersteller. Wenn etwa Gummibärchen sich bei Aldi in Australien hervorragend verkaufen, hat auch Haribo was davon.

Doch es gibt auch schwierige Entwicklungen, mit der sowohl der Handel als auch die Konsumgüterbranche zu kämpfen haben. Dazu gehört, dass die Ansprüche der Kunden allenthalben wachsen und sie noch stärker in viele unterschiedliche Teil-Zielgruppen zerfallen, die jeweils für sich mit ihren Bedürfnissen und Wünschen bedient

werden wollen. Weltweit ist außerdem der Trend zu beobachten, dass Gesellschaften sich polarisieren: Die Mitte schrumpft. Daher investiert beispielweise Unilever-Chef Paul Polman einerseits in besonders preiswerte Produkte und andererseits in Premium-Marken.

Marktforscher haben bereits beobachtet, dass sich das Kaufverhalten der Konsumenten in jüngster Zeit deutlich gewandelt hat. Die starke Fixierung auf den Preis bei deutschen Kunden geht zurück, das Argument Nachhaltigkeit wird immer wichtiger. Die Menschen kaufen weniger, aber dafür höherwertiger. Neben Biolebensmitteln sind insbesondere regionale Produkte immer gefragter. Die Konsumenten wollen wissen, was in den Lebensmitteln drin ist und wo sie herkommen. Die Supermarktketten wie Edeka und Rewe haben sich auf diesen Trend sehr früh und gut eingestellt. Die Discounter müssen nun noch nachziehen.

Gerade in Konkurrenz zum Online-Handel kann der Präsenz-Handel wieder mit persönlicher Bedienung sowie freundlichem und kompetentem Personal punkten – und beginnt auch bereits damit, seine Ladenplanung umzustellen. Denn neben guter Qualität will der Kunde auch ein Einkaufserlebnis. Daher holt nun beispielsweise Rewe die US-Kaffeehauskette Starbucks in seine Läden. Und die Discounter experimentieren mit größeren, helleren Läden, attraktiverer Warenpräsentation und Kunden-WCs mit Wickeltisch.

Eine besonders wichtige Zielgruppe ist in den Industrieländern ist die Generation der „Silver Ager“. Deren Potenzial schöpft der Handel nach Meinung vieler Experten noch nicht richtig aus. „Während die meisten Einzelhändler günstige Preise und eine schnelle Bedienung als kaufentscheidend ansehen“, sagt A.T. Kearney-Berater Mirko Warschun, „legen ältere Kunden weniger Wert auf niedrige Preise und mehr Wert auf die Qualität der Produkte und Dienstleistungen.“ Einkaufen ist für sie mehr ein soziales Event und eine Freizeitbeschäftigung als eine pure Notwendigkeit.

Julia Leendertse/Annette Eicker

BRINGING IDEAS TO LIFE

A BETTER BUSINESS. A BETTER WORLD. A BETTER YOU.

Bleib, wie du bist. Aber nicht, wo du bist! Ein Praktikum bei Unilever bringt dich weiter. Du willst mehr? Dann entwickle dich in unserem Future Leaders Programme (UFLP) in kurzer Zeit zur Führungskraft!

Mehr erfährst du hier:



@ www.unilever.de/karriere

f www.facebook.com/UnileverCareersDACH

ig [unilevercareersdach](https://www.instagram.com/unilevercareersdach)



Aldi Süd

Unternehmensgruppe Aldi Süd_Burgstraße 37_45476 Mülheim an der Ruhr_karriere.aldi-sued.de



Ebenfalls seit den 80er Jahren zieht die sogenannte Aktionsware die Käufer an: Wöchentlich wechselnde Waren aller Art, vor allem die Aldi-PCs, Tablets, Smartphones und Beamer gehören zu den Kassenschlagern. Seit den 90er Jahren hat Aldi sein Billigkäufer-Image abgestreift und Kultstatus erworben: Unter den rund 1.500 Produkten sind inzwischen etwa 240 Bio- und immer mehr Markenprodukte, darunter zum Beispiel auch die Weltmarke Coca-Cola. Auch Reisen, Handyverträge, Blumen und vor Ort gebackenes Brot, Tiefkühlkost und Ingredienzien feiner, internationaler Küche – vom Champagner bis zum Flusskrebsfleisch – locken zahlungskräftige Kundschaft an.

Mitte 2017 begann das Unternehmen zudem damit, großvolumige und schwere Waren wie Fernsehgeräte, Möbel und große Elektrogeräte

Die Gesellschaft. Mit einem 60 Quadratmeter großen Lebensmittelgeschäft legten die Eltern von Karl und Theo Albrecht 1913 in Essen den Grundstein für den ersten Discounter in Deutschland. Nach dem zweiten Weltkrieg übernahmen die beiden Brüder das elterliche Geschäft und eröffneten weitere Läden im Ruhrgebiet.

In den 1960er Jahren teilten sie das Familienunternehmen in die rechtlich selbstständigen Unternehmensgruppen Aldi Süd mit Filialen in West- und Süddeutschland und Aldi Nord mit Filialen in Nord- und später auch Ostdeutschland. Die Grenze, der sogenannte Aldi-Äquator, ist die Ruhr.

Die Unternehmensgruppe Aldi Süd besteht heute aus 85 Gesellschaften weltweit, davon 30 in Deutschland.

Dienstleistungen und Marktbedeutung. 1962 revolutionierte Aldi mit der Eröffnung der ersten Discountmärkte die deutsche Einkaufswelt: Die Kunden konnten sich selbst bedienen und viel Ware für wenig Geld kaufen. Lebensmittel, vorwiegend in Konserven, bildeten zunächst das Hauptsortiment. In den 1980er Jahren kamen Frischprodukte wie Milch, Obst und Gemüse hinzu, die großenteils, ebenso wie Brot und Eier, bei Herstellern in unmittelbarer Nähe der Regionalgesellschaften eingekauft werden.

kostenfrei zu liefern.

2018 ist Aldi Süd mit kreativen Events in Deutschland unterwegs, um einige besondere Zielgruppen auf das Angebot des Unternehmens aufmerksam zu machen. So spricht ein Wein-Truck die Genießer guter Weine an, die acht Weine aus dem Sortiment auf einer Tour durch Deutschland verkosten können. Gleichzeitig ist ein Bio-Truck unterwegs, der Bio-Gerichte aus Produkten des Unternehmens auf Straßen- und Stadtteilstellen anbietet. Aldi Süd insbesondere jungen

Menschen emotional näher zu bringen, ist das Ziel der Aldi-Bistro-Aktion, bei der für eine begrenzte Zeit im Zentrum von Städten wie München und Köln Seecontainer aufgebaut werden, in denen Menüs aus Aldi-Produkten serviert werden.

Angaben zu Umsatz und Gewinn macht Aldi Süd traditionell nicht. Nach einem Bericht der Wirtschaftswoche ermittelte das Marktforschungsunternehmen Planet Retail für das Jahr 2017 einen Deutschland-Umsatz von rund 16,2 (Vorjahr: 15,7) Milliarden Euro.

Unternehmensorganisation und Kultur. Ein wichtiges Organisationsprinzip der Unternehmensgruppe ist die Dezentralität. Die Regionalgesellschaften werden jeweils von einem Ge-

CHANCEN FÜR

Junior Professionals	+
Hochschulabsolventen	+
Abschluss-/Doktorarbeiten	+
Werkstudenten	-
Studentische Praktikanten	+
Azubis/Duales Studium	+
Schul-Praktikanten	+
Wirtschaftswissenschaftler	++
Informatiker	+
Geisteswissenschaftler	+
Naturwissenschaftler	+
Ingenieure	+



nationale Managementaufgaben in Einkauf, Logistik, IT, Finanzen, Kommunikation und Human Resources. Auch die Chancen für Frauen im Management der Unternehmensgruppe sind offenbar gut, denn sie sind auf allen Ebenen von der Bereichsleitung bis zur Geschäftsführung anzutreffen.

Junior Professionals. In Verwaltung, Einkauf, Logistik oder die Filialentwicklung in den jeweiligen Aldi Süd-Regionalgesellschaften sowie nationale und internationale Managementaufgaben können Junior Professionals auch

quer einsteigen. schäftsführer geleitet und sind alle gleichermaßen strukturiert in die Geschäftsbereiche Verwaltung, Einkauf, Verkauf, Filialentwicklung und Logistik. Im Verbund übernimmt jede Regionalgesellschaft gewisse Projekte und Querschnittsaufgaben, so etwa die Gestaltung der Filialeinrichtung oder die Koordination der Nachwuchsgewinnung.

So kompromisslos Aldi Süd angesichts des harten Wettbewerbs im Handel auf Qualität setzt, so sehr wird im Verhältnis zu Zulieferern und Mitarbeitern der Wunsch nach langfristigen Beziehungen betont und Wert auf eine Kultur des Vertrauens und der Fairness gelegt.

Standorte und Mitarbeiter. Während der vergangenen Jahre wuchs die Unternehmensgruppe in ihren Auslandsmärkten erheblich. Vor allem in Ländern, in denen die Konsumenten wegen der Eurokrise sparten, erlebten die Discounter einen echten Hype. Daher sind inzwischen mehr als 95.400 – und damit mehr als zwei Drittel – der 138.800 Mitarbeiter für die 4.110 Filialen im Ausland tätig. Hierzulande hat der Discounter rund 1.890 Filialen, die 30 Regionalgesellschaften zugeordnet sind. Aber auch in Österreich ist die Zahl der Filialen inzwischen auf rund 490 gestiegen und in der Schweiz gibt es schon mehr als 190. Für Großbritannien hat sich Aldi Süd das Ziel gesetzt, in den kommenden Jahren von heute 780 auf 1.000 Filialen zu wachsen und auch in Irland sind es schon rund 130. In den osteuropäischen Ländern ist Aldi Süd in Ungarn und Slowenien sehr präsent und inzwischen sind auch in Italien viele Filialen eröffnet worden. Aber auch außerhalb Europas hat sich die Unternehmensgruppe stark entwickelt: rund 1.770 Filialen hat sie inzwischen in den USA eröffnet und etwa 510 in Australien. In China ist das Unternehmen als Online-Händler aktiv.

Karriere bei Aldi Süd. Flache Hierarchien sind ein Markenzeichen des Einzelhandelsriesen. Hochschulabsolventen steigen auf Ebene des Regionalverkaufsleiters ein und gehören damit schon während des etwa einjährigen Training on the Job zur Führungsebene der Unternehmensgruppe. Positionen oberhalb dieser Ebene werden vorrangig aus den eigenen Reihen besetzt. Bei entsprechender Eignung und den passenden Vakanzen besteht die Möglichkeit zur Entsendung in eine der Regionalgesellschaften im Ausland.

Zu den höheren Führungspositionen gehören die Leitung von Verkauf, Verwaltung, Einkauf, Logistik oder Filialentwicklung in den jeweiligen Aldi Süd-Regionalgesellschaften sowie nationale und inter-

ternationale Managementaufgaben können Junior Professionals auch quer einsteigen.

Hochschulabsolventen. Pro Jahr stellt Aldi Süd bis zu 250 Hochschulabsolventen ein. Von den Absolventen wird neben einem guten Studienabschluss Teamgeist, Fairness und Respekt im Umgang mit anderen Menschen erwartet, außerdem unternehmerisches Denken, Verantwortungsbereitschaft, Durchsetzungsvermögen und Eigeninitiative sowie die Bereitschaft, sich ständig weiterzuentwickeln. Wichtig ist auch, dass die Mitarbeiter kontaktfreudig und kommunikativ sind, analytisch denken können und gute Englisch-Kenntnisse besitzen.

Üblich ist der Einstieg über ein etwa einjähriges Training on the Job zum Regionalverkaufsleiter. Wer das erfolgreich absolviert hat, übernimmt anschließend als Regionalverkaufsleiter die Leitung eines eigenen Bereichs und ist verantwortlich für etwa 50 Mitarbeiter und vier bis fünf Filialen. Ein Regionalverkaufsleiter übernimmt Führungs- und Controllingaufgaben und trifft eigenständig Entscheidungen über Personalentwicklung, Planung und Organisation in seinen Filialen.

Das Einstiegsgehalt für Regionalverkaufsleiter liegt bei 66.000 Euro im ersten Jahr und entwickelt sich mit der Betriebszugehörigkeit. Ein neutraler Firmenwagen steht den Nachwuchskräften sofort zur Verfügung und darf auch privat genutzt werden. Für die sehr gute Bezahlung wird jedoch auch eine hohe Leistungsbereitschaft erwartet.

Wer sich im Studium bereits spezialisiert hat, kann auch direkt einsteigen in eine Projektmanagement-Rolle oder etwa im Bereich Accounting und Controlling als Experte für Finanzen und Steuern. Hohen Bedarf hat auch die IT. Hier haben Hochschulabsolventen mit informationstechnischem oder betriebswirtschaftlichem Hintergrund beziehungsweise einer vergleichbaren Berufsausbildung verschiedene Karriereoptionen.

Die Laufbahn des IT-Professional steht allen Mitarbeitern der Internationalen und Nationalen IT offen. Sie beginnt mit der Position IT Professional und bietet später zwei verschiedene Entwicklungsmöglichkeiten: entweder als IT Engineer oder als IT Consultant.

Für Kandidaten, deren Stärken in Organisation, Controlling und analytischem Denken liegen, ist eine Projektkarriere in der Internationalen IT eine weitere Möglichkeit. Sie beginnt als Project Associate oder Project Manager.

Für Absolventen, die den Bachelor of Arts oder Science erfolg-



reich abgeschlossen haben, bietet Aldi Süd ein berufsbegleitendes Master-Studienprogramm mit dem Abschluss „Master of Arts International Retail Management“ an. Dieses Studienprogramm ist eine Kombination aus Praxisphasen im Training on the Job zum Regionalverkaufsleiter und Theoriephasen an der ESB Business School in Reutlingen, in der Nähe von Stuttgart. Die ESB Business School belegte in einem Ranking der Wirtschaftswoche im Jahr 2017 den 1. Platz für die Studiengänge Betriebswirtschaftslehre und den 5. Platz im Wirtschaftsingenieurwesen.

Am dualen Master-Studienprogramm teilnehmen können alle, die einen guten Bachelor-Abschluss in einem wirtschaftswissenschaftlichen Studiengang mit einem Notenschnitt von 2,5 oder besser und idealerweise 210 ECTS-Punkten absolviert haben. Wer mit 180 ECTS-Punkten abgeschlossen hat, kann die fehlenden 30 Punkte über zusätzliche Studienleistungen vor Beginn des Studiums nachholen. Das Programm startet jeweils zum 1. April und 1. Oktober.

Wer sich bewirbt, sollte analytisch denken können, auf Teamgeist, Fairness und Respekt Wert legen sowie kontaktfreudig und zur Mobilität bereit sein. Und weil einige Lehrveranstaltungen an der ESB in englischer Sprache stattfinden, ist gutes Englisch unerlässlich.

Das duale Master-Studienprogramm beginnt zum Sommer- und Wintersemester, die Bewerbungsphase startet ein halbes Jahr vorher.

Abschlussarbeiten. Aldi Süd bietet die Betreuung von Abschlussarbeiten im Master- und Bachelor-Studium an.

Praktikanten. Wer seit mindestens zwei Jahren ein wirtschaftswissenschaftliches Fach studiert, kann auf dreierlei Weise bei Aldi Süd Praxiserfahrung sammeln: Erstens in Form eines vierwöchigen Kompaktpraktikums, zweitens im Rahmen eines freiwilligen Praktikums, das maximal drei Monate dauern kann, oder über ein Pflichtpraktikum von bis zu sechs Monaten Länge. In allen Fällen bietet das Unternehmen die Gelegenheit, alle Geschäftsbereiche einer Aldi Süd-Regionalgesellschaft kennenzulernen. Vorgesehen ist eine Phase, in der der Praktikant einen Regionalverkaufsleiter bei den Fahrten durch dessen Region begleitet. Danach folgt eine Praxis-Phase in einer Filiale und anschließend ein Rundlauf durch die Abteilungen Einkauf, Filialentwicklung, Logistik, Verkauf und Verwaltung. In Phase vier kann in

Begleitung eines Regionalverkaufsleiters Erlerntes umgesetzt werden. Dabei werden die Praktikanten immer von einem Mentor betreut.

Für Studierende der IT gibt es ein spezielles, vierwöchiges Kompaktpraktikum. Es findet in der Internationalen IT in Mülheim an der Ruhr statt und ist in drei Phasen gegliedert: Die erste Phase dient dem Kennenlernen der Software- und Infrastruktur-Abteilungen. Während Phase zwei begleitet der Praktikant einen IT-Mitarbeiter bei seiner täglichen Arbeit und lernt so das Zusammenspiel innerhalb eines IT-Bereichs kennen. In dieser Phase wird er Stück für Stück an eine überschaubare Aufgabenstellung herangeführt. Die in Phase zwei abgestimmte Aufgabenstellung wird dann selbstständig bearbeitet und zum Abschluss gebracht.

Von allen Bewerbern werden gute Studien- oder Schulleistungen erwartet. Schüler, die die üblichen zweiwöchigen Pflichtpraktika machen, schnuppern unentgeltlich ins Berufsleben, Studierende erhalten 950 Euro pro Monat. Auslandspraktika sind nicht vorgesehen.

Azubis/Duales Studium. Derzeit sind bei Aldi Süd in Deutschland mehr als 5.200 Auszubildende beschäftigt. Die Unternehmensgruppe bildet Verkäufer und Kaufleute im Einzelhandel aus, außerdem Kaufleute für Büromanagement, Fachlageristen und Fachkräfte für Lagerlogistik sowie Fachinformatiker Systemintegration und Informatikkaufleute. Zudem werden in den Kaffeeröstereien in Ketsch nahe Heidelberg und Mülheim Industriekaufleute ausgebildet. Damit die Azubis bei den Abschlussprüfungen so gut wie möglich abschneiden, unterstützt Aldi Süd sie mit betriebsinternem Unterricht.

Für Schüler, die nach dem Abitur studieren, aber gleichzeitig in die Praxis starten wollen, bietet Aldi Süd ein duales Bachelorstudium in Business Administration, BWL Handel, International Business sowie an der Dualen Hochschule Baden-Württemberg in Mannheim den Bachelor of Science in Wirtschaftsinformatik an. Darüber hinaus gibt es ein Abiturientenprogramm zum Geprüften Handelsfachwirt, das in drei Jahren eine Ausbildung zum Kaufmann im Einzelhandel mit einer Weiterbildung zum Geprüften Handelsfachwirt verknüpft.

Wichtig ist Aldi Süd, dass alle zukünftigen Azubis, Handelsfachwirte und Studenten echte Teamplayer sind, die sich gegenseitig unterstützen und sich aufeinander verlassen können.

BEWERBEN

über karriere.aldi-sued.de

ANSPRECHPARTNER

Kathrin Reineke, Specialist HR Marketing,
kathrin.reineke@aldi-sued.de

AUSWAHLVERFAHREN

Auszubildende: Interviews und Einstellungstest; Regionalverkaufsleiter/dual Masterstudierende: Vorstellungsgespräche und Potenzialanalyse

Aldi Süd auf

Facebook

XING

YouTube

LinkedIn

Instagram





DAFÜR IST MIR KEIN WEG ZU WEIT.

Für mich ist ALDI SÜD vor allem eins: abwechslungsreich! Hier gibt es immer wieder neue Herausforderungen und Projekte, die mich antreiben. Mit meinem Einsatz Sorge ich dafür, dass wir auch morgen ganz oben mitspielen.

Für mich. Für uns. Für morgen.
karriere.aldi-sued.de

Bahlsen GmbH & Co. KG

Podbielskistraße 11_30163 Hannover_05 11-9 60-0_www.bahlsen.com

Die Gesellschaft. Das Wort „Keks“ verdankt die deutsche Sprache Hermann Bahlsen. Als der 1889 das „Fabrikgeschäft engl. Cakes und Biscuits“ übernimmt, benennt er seine Firma um in „Hannoversche Cakesfabrik H. Bahlsen“. Diese bringt schon wenig später den „Leibniz Cakes“ auf den Markt, denn damals war es üblich, Nahrungsmittel nach bekannten Persönlichkeiten zu benennen. 1911 deutsch Hermann Bahlsen dann das englische Wort „Cakes“ in „Keks“ ein, was dann wenige Jahre später die Duden-Redaktion in den Fundus der deutschen Sprache übernimmt.

Das Unternehmen ist bis heute in Familienhand und auch unter familiärer Leitung. Mit Werner Michael Bahlsen steht schon die dritte Generation in der Verantwortung. Die Produktion von salzigem Knabbergebäck hat sich zwischenzeitlich vom süßen Kerngeschäft getrennt und es entstand 1993 mit Lorenz eine zweite eigenständige Gesellschaft, die Snack-Artikel herstellt.

Im Laufe der Jahrzehnte ist das Unternehmen im Inland und Ausland stark gewachsen – sowohl organisch als auch durch Übernahmen. So entsteht etwa durch den Kauf der „Kuchenfabrik Brokat“ in Oldenburg der neue Geschäftsbereich Kuchen. Überdies ist das Unternehmen seit 1980 in den USA präsent und 1993 wird die polnische Lajkonik Snacks S.A. mit rund 1.100 Mitarbeitern übernommen. Zwei Jahre später wird dann die Gebäcksparte von Brandt sowie deren Tochter Gottena unter das Dach von Bahlsen gebracht.

Produkte und Marktbedeutung. Afrika, ABC Russisch Brot, Azora, Chokini, Hit, Pickup und Zoo – die Produkte von Bahlsen kennt so ziemlich jedes Kind. Das Unternehmen beschäftigt sich mit der Herstellung und dem Vertrieb von Keksen, Waffeln, Kuchen, Gebäck und Keks-Riegeln und ist nach eigener Aussage in diesem Geschäft Marktführer in Deutschland sowie europaweit einer der führenden Anbieter. Hierzulande werden die Produkte unter den Dachmarken „Bahlsen“ und „Leibniz“ sowie der rein nationalen Marke „Brandt“ vertrieben, in Österreich ist überdies die Marke „Kornland“ bekannt und in Polen „Krakuski“. Die Unternehmensgruppe Bahlsen machte 2016 einen Umsatz von 552 (Vorjahr: 535) Millionen Euro, davon über die Hälfte im Inland. Zu seinem Ertrag macht Bahlsen keine Angaben.

Standorte und Mitarbeiter. 1950 begann Bahlsen mit dem Export ins Ausland, zunächst in die Schweiz, wenig später nach Amerika. Inzwischen wird in über 80 Länder exportiert und an fünf europäischen Standorten produziert, darunter Barsinghausen, Berlin und Varel. In Deutschland gibt es darüber hinaus neben der Zentrale in Hannover auch noch ein Logistikzentrum im nahegelegenen Langenhagen. Das Unternehmen beschäftigt rund 2.700 Mitarbeiter, davon etwa 1.900 in Deutschland.

Karriere bei Bahlsen. Wer als Berufseinsteiger neu bei Bahlsen anfängt, durchläuft zunächst das Start-up-Programm. Dazu gehören die Einführungsveranstaltung „Bahlsen stellt sich vor“, in der alle wichtigen Ansprechpartner, Unternehmensbereiche und Prozesse erklärt werden, und der Junioren-Kreis, bei dem Neueinsteiger sich untereinander vernetzen können und auch mit anderen Mitarbeitern in Kontakt kommen. Ein persönlicher Lernpartner begleitet jeden Berufseinsteiger für eine Weile.

Neueinsteiger durchlaufen das Start-up-Programm und vernetzen sich im Juniorenkreis untereinander.

Das Unternehmen legt Wert auf flache Hierarchien, kurze Entscheidungswege und ein familiäres Betriebsklima. Flexible Arbeitszeitmodelle sollen jungen Eltern erleichtern, Beruf und Familie unter einen Hut zu bringen.

Zur persönlichen und fachlichen Weiterentwicklung bietet Bahlsen ein umfangreiches Trainings- und Qualifizierungsprogramm an. Damit werden sowohl nach dem Einstieg erste Grundlagen gelegt, als auch in Seminaren, Workshops und praxisnahen Übungen zu Themen wie Projektmanagement, Selbst- und Arbeitsorganisation die Voraussetzungen für den Aufstieg geschaffen. Trainees beispielsweise suchen sich aus dem Trainings- und Qualifizierungsprogramm für sie individuell passende Maßnahmen aus, an denen sie teilnehmen

möchten. Bei allen anderen Mitarbeitern wird im Jahresgespräch zwischen Vorgesetzten und Mitarbeitern besprochen, welche Entwicklungsmaßnahmen jeweils sinnvoll sind.

Ergänzend gibt es ein Mentoring-Programm, mit dem Mitarbeiter unterstützt werden, die vor besonderen Herausforderungen stehen.

Hochschulabsolventen. Fünf bis acht Stellen besetzt Bahlsen pro Jahr mit Wirtschaftswissenschaftlern und Ingenieuren und plant für die Zukunft in einer ähnlichen Größenordnung. Die Nachwuchskräfte steigen entweder über das Bereichstrainee-Programm oder das Training-

CHANCEN FÜR	
Junior Professionals	+
Hochschulabsolventen	+
Abschluss-/Doktorarbeiten	+
Werkstudenten	+
Studentische Praktikanten	+
Azubis	+
Schul-Praktikanten	-
Wirtschaftswissenschaftler	++
Ingenieure	+
Naturwissenschaftler	+



Wir versüßen das Leben!



Bahlsen ist eines der bekanntesten deutschen Familienunternehmen. Mit Top-Marken wie Bahlsen und Leibniz sind wir die Nummer 1 auf dem deutschen Süßgebäckmarkt und führend, wenn es um erstklassige Qualität geht. Pioniergeist, ausgeprägte Leistungsorientierung, ein familiäres Betriebsklima, spannende Aufgaben und viele Gestaltungsfreiräume – das sind die Zutaten, die das Arbeiten bei Bahlsen so besonders machen. Und das schon seit mehr als 120 Jahren.

Berufsstart mit Geschmack

Trainee Programm

Ihnen als Hochschulabsolvent/in der Wirtschafts- oder Ingenieurwissenschaft bieten wir in den Bereichen Vertrieb, Produktion, Beschaffungsmanagement, Marketing oder Controlling folgende Einstiegsmöglichkeit in das Berufsleben:

- Sie erhalten ein auf Sie zugeschnittenes, individuelles, 24-monatiges Einstiegsprogramm.
- Dabei wird eine gezielte Vorbereitung auf Ihre zukünftige Tätigkeit vorgenommen.
- Durch Informationsaufenthalte in anderen Abteilungen werden Ihnen Kenntnisse über relevante Schnittstellen zu Ihrem Aufgabengebiet vermittelt.
- Vom ersten Tag an übernehmen Sie Verantwortung im operativen Geschäft.

Praktika und Abschlussarbeiten

Wenn Sie Ihre ersten Studiensemester erfolgreich abgeschlossen haben, bieten wir Ihnen bereits während des Studiums die Möglichkeit Berufserfahrung im Rahmen eines Praktikums zu sammeln:

- Sie erhalten während des fünf- bis sechsmonatigen Praktikums einen Einblick in das Berufsbild.
- Als Teammitglied unterstützen Sie die Abteilung im Tagesgeschäft.
- Sie übernehmen eigene (Teil-) Projekte.
- In verschiedenen Abteilungen bieten wir auch die Betreuung Ihrer Abschlussarbeit an.

Sind Sie auf den Geschmack gekommen? Dann bewerben Sie sich bitte auf unserer Karriereseite www.bahlsen.jobs.

Bahlsen GmbH & Co. KG
Human Resources Hannover
Telefon: (0511) 9 60-0



www.bahlsen.jobs



on-the-Job-Programm ein, die jeweils zwei Jahre dauern und in eine Junior-Position übergehen.

Dabei entscheiden sich Bereichstrainees für eine der Funktionen Marketing, Vertrieb, Controlling oder Beschaffungsmanagement und durchlaufen in diesem Bereich mindestens drei Abteilungen oder Projekte. Außerdem lernen sie die wichtigen Schnittstellen zu anderen Bereichen kennen.

Wer als Trainee ins Ausland möchte, hat die Möglichkeit, wenn es in den verabredeten Karrierepfad passt, in drei- bis viermonatigen Projekteinsätzen Erfahrung zu sammeln.

Wer hingegen über das Training-on-the-Job-Programm einsteigt, wird direkt für eine bestimmte Position in einer Abteilung eines Unternehmensbereichs ausgebildet. Auch hier geht es im Rahmen des Programms für drei bis sechs Monate in einen Schnittstellenbereich, der für die jeweilige Position relevant ist.

Wichtig sind Bahlsen bei Bewerbern ein überdurchschnittlicher Abschluss, mehrmonatige Praktika im relevanten Bereich, gute Englisch- und MS-Office-Kenntnisse sowie Begeisterungsfähigkeit und Spaß daran, eigeninitiativ zu arbeiten. Das Einstiegsgehalt bewegt sich zwischen 40.000 und 42.000 Euro.

Abschlussarbeiten. Einen Themenpool für Abschlussarbeiten gibt es bei Bahlsen nicht. Themenideen entstehen in der Regel im Rahmen eines mehrmonatigen Praktikums, an das sich dann idealerweise die Betreuung der Arbeit unmittelbar anschließt. Die Arbeit sollte ein Thema behandeln, das für eine der Fachabteilungen interessant ist und für das Unternehmen neue Erkenntnisse verspricht.

Praktika. Angebote für Praxiseinsätze gibt es für Studierende ab Abschluss des dritten Semesters, die im Regelfall sechs Monate Zeit einplanen sollten. Bahlsen verspricht, dass Praktikanten als vollwertiges Teammitglied das Tagesgeschäft kennenlernen und eigenverantwortlich Aufgaben bearbeiten können, die idealerweise dem jeweiligen

Studienschwerpunkt entsprechen. Für Studierende im zweiten Studienabschnitt gibt es jährlich mehrere Plätze in den Bereichen Marketing sowie Export-Marketing, Forschung & Entwicklung, Personal, Corporate Communications und Controlling/Business Intelligence. Alle Praktika werden vergütet.

Wer im Praktikum überzeugt hat, bekommt die Chance, in das Praktikanten-Bindungsprogramm „Stay in touch“ aufgenommen zu werden und wird dann immer versorgt mit Stellenangeboten und Neuigkeiten rund um das Unternehmen. Einmal im Jahr gibt es ein Treffen im Stammhaus und einen Workshop zu einem Schwerpunktthema.

Azubis. Bahlsen bildet an drei Standorten in unterschiedlichen Berufen aus: In Hannover lernen angehende Industriekaufleute, in Barsinghausen werden Maschinen- und Anlagenführer der Fachrichtung Metall- und Kunststofftechnik sowie Fertigungsmechaniker ausgebildet. Und in Varel gibt es Stellen für angehende Industriemechaniker, Elektroniker und Fachkräfte für Süßwarentechnik. Voraussetzung ist jeweils der Abschluss einer Realschule, Berufsfachschule für Wirtschaft, das Abitur oder die Fachhochschulreife. Die Ausbildungen beginnen immer im August.

BEWERBEN

Mit Bezug auf den Jobguide über das Jobportal

ANSPRECHPARTNER

In der Vertriebsorganisation der jeweils zuständige Leiter Personalrekrutierung in der Fläche;

Junior Professionals, Hochschulabsolventen:
Svenja Berger (-22 06)

Abschlussarbeiten, Praktikanten:

Sabrina Müller (-22 08), Viola Lange (-24 13);

Azubis/ Industriekaufleute, Fachkraft für Süßwarentechnik:
Viola Lange (-24 13);

Azubis/Maschinen- und Anlagenführer Metall- und Kunststofftechnik, Fertigungsmechaniker: Marianne Zielke
(0 51 05-78-3 50);

Azubis/Industriemechaniker, Elektroniker:

Hans-Christian Krull (0 44 51-1 23-4 30),
Hafenstraße 66, 26316 Varel

AUSWAHLVERFAHREN

Interviews, Case Study, gegebenenfalls auch Tests



Bahlsen auf Facebook



Xing



LinkedIn



Jobguide

Das Karriereportal

Wir filtern,
was wirklich
wichtig ist.

**Chancen.
Märkte.
Arbeitgeber.**

Konzentriert informiert.
www.jobguide.de

ECE Projektmanagement GmbH & Co. KG

Heegbarg 30_22391 Hamburg_0 40-6 06 06-80 00_www.ece.de

Die Gesellschaft. Was hat das Franken-Center in Nürnberg mit der Freien und Hansestadt Hamburg zu tun? Die Antwort wird viele überraschen: Ohne die Visionen eines Hamburger Kaufmanns hätte es in der fränkischen Stadt das erste deutsche Shopping-Center nach amerikanischem Vorbild gar nicht gegeben. Die schon 1969 eröffnete Einkaufsmeile ist das erste von der ECE realisierte Projekt. Der Versandhauschef Werner Otto hatte das Unternehmen 1965 gegründet. Seit 1979 firmiert es unter dem Namen ECE Projektmanagement GmbH & Co. KG. Die Geschäfte führt inzwischen Alexander Otto, jüngster Sohn des Gründers.

Dienstleistungen und Marktbedeutung. ECE entwickelt, realisiert, vermietet und betreibt Einkaufszentren sowie Büro- und Spezialimmobilien, darunter beispielsweise die Potsdamer Platz Arkaden in Berlin oder die Thier Galerie Dortmund, die im April 2012 mit dem „Across Award 2012“ als innovativstes Shopping-Center Europas ausgezeichnet wurde.

Zu den 196 Einkaufszentren in Europa, die insgesamt einen Einzelhandelsumsatz von 23 Milliarden Euro machen, gehört aber auch „Gran Via Alicante“ in Spanien oder die „Galeria Krakowska“ im polnischen Krakau. Die ECE gilt als Europäischer Marktführer im Bereich innerstädtischer Shopping-Center, hat ständig Projekte in einer Größenordnung von 3,5 Milliarden Euro in Planung und im Bau und blickt zurück auf ein bereits realisiertes Projektvolumen von mehr als 16 Milliarden Euro.

Unternehmensorganisation. Die ECE unterteilt sich in die Hauptbereiche Entwicklung, Vermietung, Centermanagement, Architektur, Bau, Office, Traffic, Industries sowie Finanzen und HR/Corporate Services. Zusätzlich zum Kerngeschäft mit den Einkaufszentren realisiert und vermietet der Geschäftsbereich „Office“ Bürokomplexe, etwa die Unternehmenszentrale von Thyssen-Krupp in Essen oder das gesamte Quartier am Potsdamer Platz in Berlin.

Im Geschäftsbereich „Industries“ erarbeitet die ECE Konzepte für Industriegebäude, die optimale Prozessabläufe ermöglichen. Da-



zu gehören zum Beispiel modernste Warenverteilzentren für die Otto Gruppe und andere Logistikunternehmen.

Mit der Neugestaltung der Hauptbahnhöfe in Köln, Hannover und Wien etablierte sich die ECE als Entwickler großer Verkehrsimmobiliën – Aufgabe des Geschäftsbereichs „Traffic“. Darüber hinaus realisiert das Unternehmen auch Hotels und Sport- und Kulturbauten wie die Volksbank-Arena in Hamburg.

Standorte und Mitarbeiter. 3.600 Menschen arbeiten für die ECE. Neben der Firmenzentrale in Hamburg gibt es Niederlassungen und Tochtergesellschaften unter anderem in Spanien, Ungarn, der Türkei, Russland, Tschechien, Polen, Bulgarien, Österreich und der Schweiz.

Karriere bei ECE. Obwohl die ECE zu den Großen der Branche gehöre, sei die Arbeitsatmosphäre in der Hamburger Zentrale geprägt von der Tradition eines Familienunternehmens, sagt die HR-Abteilung: Die Hierarchien seien flach, die Wege kurz und die Mitarbeiter erhielten schnell Verantwortung und Kompetenzen. Die Arbeitsabläufe seien bestimmt von interdisziplinärer Zusammenarbeit, etwa der Leasing-Manager mit den Asset-Managern, der Center-Manager mit den Juristen oder den Ingenieuren.

CHANCEN FÜR

Junior Professionals	++
Hochschulabsolventen	++
Abschluss-/Doktorarbeiten	+
Werkstudenten	++
Studentische Praktikanten	+
Azubis/Duales Studium	+
Schul-Praktikanten	-
Wirtschaftswissenschaftler	+
Informatiker	++
Wirtschaftsinformatiker	++

Die Mitarbeiter werden entsprechend ihres individuellen Entwicklungsbedarfs gefördert, das Unternehmen erwartet aber, dass sie hierbei auch eigeninitiativ werden und mit Vorschlägen kommen. Wer Karriere machen will, muss auch bereit sein, ins Ausland zu gehen, denn immer häufiger entwickelt die ECE Projekte, zum Beispiel Shopping-Center, in anderen Ländern.

Junior Professionals. Gesucht werden Nachwuchskräfte, die Berufserfahrung aus dem Handel oder Dienstleistungssektor mitbringen und über einen kaufmännischen Hintergrund verfügen.

Hochschulabsolventen. Durchschnittlich 30 Hochschulabsolventen nimmt ECE jedes Jahr neu an Bord. Gefragt sind Betriebswirte und Wirtschaftswissenschaftler mit Schwerpunkt Marketing, Handel, Controlling oder Internationales Management. Informatiker mit Wirtschaftsaffinität beziehungsweise Wirtschaftsinformatiker passen auch gut ins Team.

Absolventen steigen bei der ECE direkt oder über ein zwölf- bis 18-monatiges Trainee-Programm ein. Voraussetzung sind ein Wirtschaftsstudium sowie deutschlandweite Mobilität. Das Einstiegsgehalt liegt bei über 42.000 Euro jährlich.

Praktikanten. 100 Studierende im fortgeschrittenen Bachelor- oder Master-Studium können pro Jahr bei dem Immobilienspezialisten Berufserfahrung sammeln.

Die Vergütung ist gestaffelt nach Studienfortschritt. BWL-Studenten arbeiten für vier bis sechs Monate im kaufmännischen Projektmanagement in der Hamburger Zentrale und lernen dort jeweils einen Fachbereich kennen. Auf Anfrage besteht an ausgewählten Standorten die Möglichkeit, Einblick in den Berufsalltag eines Center-Managers zu gewinnen.

Azubis/Duales Studium. Die ECE bildet regelmäßig Kaufleute für Bürokommunikation und Elektroniker für Gebäude- und Infrastruktursysteme aus. Freie Stellen und nähere Informationen für Auszubildende finden sich auf der Website. Abiturienten können an der Europäischen Fachhochschule (EUFH) und der Dualen Hochschule Baden Württemberg (DHBW) einen dreijährigen Bachelorstudiengang der Fachrichtung Handel absolvieren. Die DHBW bildet zum Leasing-Experten aus, die EUFH zum Centermanager. Alternativ gibt es an der Nordakademie einen Wirtschaftsinformatik-Studiengang, der mit dem Bachelor of Science abschließt.

BEWERBEN

Über das Formular auf der Website
www.ece-karriere.de –
am besten mit Bezug auf den Jobguide

ANSPRECHPARTNER

Anja Möschler (-80 00)
anja.moeschler@ece.com

AUSWAHLVERFAHREN

Interviews und Tests



Welten erschaffen. Großes bewirken. Menschen bewegen.

Seit Jahrzehnten setzen wir neue Maßstäbe in der Gestaltung urbaner Lebensräume. Unsere professionellen Teams erschaffen faszinierende Einkaufs- und Erlebniswelten und stemmen maßgeschneiderte Großprojekte aus den Bereichen Office, Traffic und Industries. Hierzu gehören auch das Entwickeln und Realisieren von Logistikzentren, Firmenzentralen, Bürokomplexen, Industrie-, Verkehrs- sowie weiteren Spezialimmobilien.

Echte Pionierleistungen gehen eben mit den passenden Konzepten einher – deshalb sind wir heute der europäische Marktführer, wenn es um innerstädtische Shopping-Center geht. Und auf den internationalen Märkten in Zentral-, Ost- und Südosteuropa sind wir ebenfalls erfolgreich unterwegs.

Begleiten Sie (w/m) uns doch einfach. Bewerben Sie sich jetzt bevorzugt über unser Online-Formular unter www.ece-karriere.de.

Shopping | Office | Traffic | Industries

ECE Projektmanagement G.m.b.H. & Co. KG

Heegberg 30
22391 Hamburg
Telefon: 040 60606-8000
E-Mail: karriere@ece.de
www.ece.de





Die Gesellschaft. Edeka ist ein genossenschaftlich organisierter Verbund, der von 4.000 selbstständigen Kaufleuten und sieben Großhandelsbetrieben getragen wird. Die Hamburger Edeka-Zentrale als dritte Säule steuert dabei das nationale Warengeschäft sowie die gemeinsame Werbekampagne und gibt Impulse für verbundübergreifende Ziele, etwa die Entwicklung durchgängiger IT-Strukturen und Personalentwicklungs- und Qualifizierungskonzepte. Darüber hinaus ist sie die Muttergesellschaft von Netto Marken-Discount.

Die Anfänge von Edeka gehen auf das Jahr 1898 zurück, als die „Einkaufsgenossenschaft der Kolonialwarenhändler im Halleschen Torbezirk zu Berlin“ („E.d.K.“) gegründet wurde. Offizielles Gründungsdatum ist jedoch der 21. Oktober 1907: An diesem Tag schlossen sich 21 regionale Einzelhandels-Genossenschaften in Leipzig zum „Verband kaufmännischer Genossenschaften“ zusammen. Darunter befand sich auch die „Einkaufsgenossenschaft der Kolonialwarenhändler im Halleschen Torbezirk zu Berlin“. Aus „E.d.K.“ wurde dann später „Edeka“.

Dienstleistungen und Marktbedeutung. Insgesamt gehören zum Edeka-Verbund rund 11.200 Märkte in Deutschland. Den größten Anteil daran haben die über 7.000 Edeka-Märkte, die in der Regel von einem der 4.000 selbstständigen Kaufleute geführt werden. Da

diese Märkte mit ihren Angeboten jeweils genau auf die Wünsche der Kunden vor Ort eingehen und viele Produkte aus der Region kommen, gleicht kein Markt dem anderen. Neben den inhabergeführten Märkten betreiben auch die sieben Großhandelsbetriebe sogenannte Regiebetriebe. Mit dem Edeka Foodservice ist Edeka zudem im Liefer- und Zustellgeschäft für Großverbraucher aktiv. Darüber hinaus gehören die Discounttochter Netto Marken-Discount mit 4.170 Filialen sowie der Online-Lieferdienst Bringmeister zum Verbund.

Edeka ist aber nicht nur Händler, sondern auch Hersteller: So betreiben die Regionalgesellschaften 17 Fleischwerke und 15 Backbetriebe, in denen frische Produkte für die Märkte des Verbunds hergestellt werden. Auch der Mineralbrunnen „Schwarzwaldsprudel“ in Offenburg gehört dazu und Edeka ist das einzige Unternehmen im deutschen Lebensmittelhandel, das eigene Weinkellereien betreibt.

Edeka erzielte 2016 einen Umsatz von 49,6 (Vorjahr: 48,8) Milliarden Euro.

Standorte und Mitarbeiter. Der Edeka-Verbund beschäftigt mehr als 351.500 Mitarbeiter und ist damit nach eigener Aussage der größte privatwirtschaftliche Arbeitgeber in Deutschland. Neben den Märkten und der Zentrale in Hamburg, wo 1.800 Mitarbeiter arbeiten, sind die Niederlassungen der Regionalgesellschaften in Neumünster,



CHANCEN FÜR	
Junior Professionals	+
Hochschulabsolventen	++
Abschluss-/Doktorarbeiten	+
Werkstudenten	+
Studentische Praktikanten	++
Azubis/Duales Studium	++
Schul-Praktikanten	+
Wirtschaftswissenschaft	++
Handelsmanagement	++
Lebensmitteltechnik	+
Getränketechn./Brauwesen	+
Ökotrophologie	+
Immobilienmanagement	+
Informationstechnologie	+
(Wirtschafts-)Mathematik	+
Logistik	+

Minden, Moers, Melsungen, Rottendorf, Gaimersheim und Offenburg bedeutende Arbeitgeber. Darüber hinaus beschäftigt der IT-Dienstleister Lunar GmbH mehr als 550 Mitarbeiter an den Standorten Hamburg und Mannheim, der Fruchtsaftproduzent Sonnländer ist mit knapp 240 Mitarbeitern in Rostock und Leipzig präsent und die CEV Handelsimmobilien GmbH sitzt mit 130 Beschäftigten in Hamburg.

Karriere in der Edeka-Zentrale. Um ihrem hohen Qualitäts- und Serviceanspruch gerecht zu werden, setzt die Edeka-Zentrale auf eine kontinuierliche Förderung und Weiterbildung der Mitarbeiter in Trainings, Seminaren und Qualifizierungsprogrammen.

Junior Professionals. Für Akademiker mit erster Berufserfahrung gibt es Möglichkeiten zum Direkteinstieg zum Beispiel in den Abteilungen Einkauf/Warengeschäft Food und Non-Food, Qualitätssicherung, Marketing, Supply Chain Management, Expansion oder auch bei der Lunar GmbH im Bereich IT.

Im Bereich Einkauf/Warengeschäft beispielsweise ist unter anderem Expertise bei der Entwicklung der Eigenmarken sowie im Food- und Non-Food-Bereich gefragt. Im Marketing geht es unter anderem in der Zusammenarbeit mit Agenturen um die Weiterentwicklung der nationalen Werbung sowie des digitalen und analytischen Marketings.

Im Bereich Supply Chain Management/Logistik wird Know-how benötigt bei der Optimierung der Wertschöpfungskette. Und in der IT besteht eine der Herausforderungen darin, durch eine einheitliche und komplexe IT-Infrastruktur dafür zu sorgen, dass eines der größten SAP-Systeme im Handel funktioniert und weiterentwickelt wird. Das Immobilienmanagement kümmert sich um alle Themen, die mit der wie Expansion, Standortsicherung, Objektverwaltung und dem Ladenbau zu tun haben.

Hochschulabsolventen. Neben dem Direkteinstieg führt ein be-

liebter Einstiegsweg über die verschiedenen Trainee-Programme der Edeka-Zentrale. In 18 Monaten werden die Trainees im Training on the Job Schritt für Schritt auf weiterführende Aufgaben und Positionen vorbereitet. Hierbei können sie zwischen verschiedenen Schwerpunkten wählen: Einkauf Food/Nonfood, Supply Chain Management/Logistik, Marketing/Vertrieb oder Rechnungswesen/Controlling. Sie absolvieren dabei nicht nur vier bis fünf Einsätze in ihrem gewählten Bereich sowie angrenzenden Geschäftseinheiten, sondern lernen auch den Groß- und Einzelhandel kennen. Auf diese Weise bekommen sie ein ganzheitliches Verständnis des Edeka-Verbunds und bauen sich ein wichtiges Netzwerk auf. Trainings und Seminare runden das Trainee-Programm ab.

Bewerber für dieses Programm sollten neben ihrem Hochschulabschluss der Fachrichtungen Wirtschaftswissenschaften (beispielsweise BWL, VWL), Handelsmanagement oder Lebensmitteltechnik bereits praktische Erfahrung in einer Ausbildung oder in Praktika gesammelt haben. Darüber hinaus wünscht sich das Unternehmen ein hohes Maß an Durchsetzungskraft, Zielorientierung und Verhandlungsgeschick sowie die Fähigkeit zu unternehmerischem Denken und eine proaktive Arbeitsweise.

Ein weiteres Trainee-Programm bietet die Sonnländer Gruppe an, ein Tochterunternehmen der Edeka AG, das Fruchtsäfte, Nektare und Fruchtsaftgetränke produziert und nach eigener Aussage zu den führenden Unternehmen seiner Branche zählt. In 18 Monaten lernen die Trainees die Prozesse an verschiedenen Produktions- und Lagerstandorten kennen. Zum Blick über den Tellerrand gehören auch Hospitationen in anderen Edeka-Produktionsunternehmen, etwa der

Jobguide



BEWERBEN

Ausschließlich online über das Bewerberportal auf der Website

ANSPRECHPARTNER

Absolventen, Junior Professionals, Praktikanten:

Kerstin Maaß, personalmarketing@edeka.de

AUSWAHLVERFAHREN

Für Trainee-Programme Onlinetest, teils Telefoninterviews sowie eintägiges Assessment-Center

Edeka-Zentrale auf

LinkedIn YouTube Xing Kununu



Rheinberg Kellerei in Bingen am Rhein. Dieses Trainee-Programm richtet sich an Nachwuchskräfte mit erfolgreich abgeschlossenem Studium in Lebensmittel- oder Getränketechnologie, Lebensmittelchemie, Brauwesen, Ökotrophologie oder vergleichbaren Studiengängen. Auch erste praktische Erfahrung mit Getränken oder der Verarbeitung von Lebensmitteln in Form von Praktika oder einer Ausbildung zum Fruchtsafttechniker, Braumeister oder in einem Produktionsbetrieb sind von Vorteil.

Wer sich für die Immobilien-Welt begeistert, findet eine Einstiegsoption in dem Trainee-Programm Immobilienmanagement/Projektmanagement bei der CEV Handelsimmobilien GmbH. Je nach Schwerpunkt – entweder dem Bereich Immobilienmanagement oder Projektmanagement – lernen die Trainees in 18 Monaten unter anderem das Objekt- und Center Management, Baumanagement oder Green Building/Energiemanagement kennen. Zusätzlich sind Einsätze in der Edeka-Zentrale sowie im Groß- und Einzelhandel geplant. Bewerber sollten ein überdurchschnittlich gut abgeschlossenes wirtschaftswissenschaftliches Studium mitbringen, bei dem bereits der Schwerpunkt auf Immobilienmanagement lag. Auch hier ist zudem praktische Erfahrung ein wichtiges Kriterium, zudem legt die CEV Wert auf Durchsetzungskraft, Zielorientierung, Verhandlungsgeschick sowie unternehmerisches Denken.

Die Lunar GmbH hat als IT-Tochter von Edeka die Aufgabe, die Geschäftsprozesse aller drei Handelsebenen – Großhandel, Einzelhandel und Zentrale – mit hocheffizienter IT zu verzahnen. Für das 18-monatige Trainee-Programm können die Teilnehmer den Standort Hamburg oder Mannheim wählen. Sie arbeiten an komplexen IT-Projekten und übergreifenden betriebswirtschaftlichen Projekten innerhalb des Edeka-Verbands mit und lernen dabei die agile Arbeitsweise und die Bedeutung von Scrum-Teams kennen. Neben Projekteinsätzen in der Technologie und im Portfoliomanagement gibt es auch Stationen in der Edeka-Zentrale sowie im Groß- und Einzelhandel. Auf diese Weise wird Wissen über stufenübergreifende Handelsprozesse, Projektmanagement sowie SAP Know-how vermittelt.

Gesucht werden Bewerber mit abgeschlossenem Studium der (Wirtschafts-) Informatik oder Betriebswirtschaftslehre mit Schwer-

punkt Informatik, Handelsmanagement, Elektrotechnik, Wirtschaftsmathematik, Mathematik oder Physik sowie ähnlichen Studiengängen. Weitere Pluspunkte sind Praxiserfahrung, gerne aus den Bereichen Anwendungsberatung oder IT-Projektmanagement, sowie ausgeprägte analytische Fähigkeiten, hohe Eigeninitiative, Selbstständigkeit und Ergebnisorientierung.

Abschlussarbeiten. Studierende haben grundsätzlich sowohl im Edeka-Markt als auch in der Zentrale und bei der Lunar GmbH die Möglichkeit, ihre Bachelor- oder Masterarbeiten zu schreiben. Insbesondere bei einem vorangegangenen Praktikum oder einer Werkstudententätigkeit gibt es gute Chancen, bei einer Abschlussarbeit betreut zu werden. Neben den in der Stellenbörse ausgeschriebenen Themen nimmt Edeka auch eigene Ideen der Studenten an. Die Vergütung richtet sich danach, ob die Autoren extern an ihrer Arbeit schreiben oder intern noch begleitend mitarbeiten und wie lang der jeweilige Einsatz dauert.

Praktika. Die Edeka-Zentrale bietet laufend freiwillige und Pflichtpraktika an – zum Beispiel in den Abteilungen Einkauf/Warengeschäft, Marketing/Vertrieb, Personal-/Bildungswesen, Qualitätsmanagement, Rechnungswesen/Controlling, Projekt-/Prozessmanagement, Supply Chain Management/Logistik sowie Unternehmenskommunikation/Public Affairs. Weitere Einsatzmöglichkeiten gibt es in der IT bei der Lunar GmbH und im Immobilienmanagement bei der CEV. Während des Praktikums lernen die Studenten Aufgaben und Prozesse der Abteilungen kennen und arbeiten im Tagesgeschäft sowie an Projekten mit. Die Praktika dauern in der Regel drei bis sechs Monate und werden alle vergütet. Gesucht werden Studierende im Bachelor- und Masterstudium aus wirtschaftswissenschaftlichen Fächern ebenso wie solche aus dem Handelsmanagement, der Lebensmitteltechnologie, Agrarwirtschaft, Ökotrophologie, der (Wirtschafts-) Informatik, dem (Wirtschafts-)Ingenieurwesen und der Pädagogik. Besonders leistungsstarke Praktikanten werden in das Praktikantenbindungsprogramm aufgenommen und zum Beispiel zu Workshops rund um das Thema Karriere eingeladen.



Ihr Herz schlägt für große Herausforderungen und super Lebensmittel?

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

Entdecken Sie unsere vielfältigen Einstiegs-möglichkeiten vom Praktikum über unser Trainee-Programm bis hin zum Direkteinstieg auf [edeka-karriere.de](https://www.edeka-karriere.de)



Wir ♥ Lebensmittel.



Die Gesellschaft. Mit der Gründung der GfK im Jahre 1934 startete in Deutschland die institutionalisierte Marktforschung. Damals standen die drei Buchstaben noch als Abkürzung für „Gesellschaft für Konsumforschung“. Inzwischen, da die GfK längst global ausgerichtet ist, wird der Name auf neue Weise interpretiert als „Growth from Knowledge“. Damit ist in eine neue, knackige Formel gegossen, was schon bei der Gründung die Mission des Unternehmens war: „Die Gewohnheiten und die Haltung der Verbraucher konsumreifer Waren zu untersuchen und die Ergebnisse nach wirtschaftlichen Grundsätzen zum Nutzen der wirtschaftlichen Praxis und Lehre zu verarbeiten.“

In den 60er Jahren startete ein Internationalisierungsprozess, der dem Marktforschungsunternehmen in den Folgejahren ein rasantes Wachstum bescherte. Heute gehören 150 Auslandstöchter, Niederlassungen und Beteiligungen zur GfK-Gruppe. 2005 übernahm das Unternehmen mit der NOP World-Gruppe die damalige Nummer neun auf der Weltrangliste der Marktforscher. Die zweitgrößte Akquisition in der Firmengeschichte war 2011 die des US-Online-Forschers Knowledge Networks.

Um eine strategische Neuausrichtung und Digitalisierung des Unternehmens finanzieren zu können, holte der Vorstand des Unternehmens den amerikanisch Finanzinvestor KKR ins Boot, der seit Herbst 2017 alle Aktien des zuvor börsennotierten Unternehmens hält.

Dienstleistungen und Marktbedeutung. Seinen Kunden liefert GfK Daten, die Entscheidungen und Tätigkeiten der Verbraucher widerspiegeln. Darüber hinaus befasst sich die GfK-Forschung auch mit dem Verhalten und den Einstellungen der Verbraucher, die anhand standardisierter oder individuell konzipierter Erhebungen im Wege von einmaligen Umfragen (Ad-hoc-Forschung) oder laufend erhobener Daten (Panel-Forschung) durchgeführt werden. Zu den bekanntesten Panels gehört der GfK-Konsumklima-Index.

Die Kunden der GfK kommen aus der Automobil- und Konsumgüterindustrie, der Energiewirtschaft, der Mode- und Lifestyle-Branche, sie sind Finanzdienstleister, im Gesundheits- oder Medienmarkt tätig, Produzenten von Industriegütern, Handelsunternehmen oder Anbieter im Tourismus und Gastgewerbe. Im Bereich Medien- und Entertainment etwa gilt die GfK-Fernsehforschung seit über 20 Jahren als „harte Währung“ für Programm- und Mediaplaner.

Das Unternehmen begann im August 2017, sich mit einem „Transformations- und Investitionsprogramms“ strategisch neu aufzustellen.



Künftig sollen insbesondere die digitalen und globalen Dienstleistungen ausgebaut und das Geschäft in den zwei Teams GfK Digital und GfK Research gebündelt werden. Allein in die Digitalisierung des Unternehmens will der GfK-Vorstand rund 100 Millionen Euro investieren. Unter anderem ist es das Ziel, dass Kunden künftig schneller als bisher auf dezentral verfügbare Marktforschungsdaten zugreifen können.

Um das zu erreichen, hat das Unternehmen im Frühjahr 2018 mit dem IT-Dienstleister IBM eine Vereinbarung zur Zusammenarbeit geschlossen. Bei der Kooperation geht es zum Beispiel darum, die Aufbereitung der an Supermarktkassen erfassten Daten mittels automatisierter IT-Verfahren zu vereinfachen und zu beschleunigen.

Überdies sollen den Kunden neben einer großen Zahl von Daten über das Verbraucherverhalten auch mehr Handlungsempfehlungen geliefert werden.

Weltweit ist GfK derzeit das viertgrößte Marktforschungsunternehmen, auf dem deutschen Markt ist es die Nummer eins. Im Jahr 2016 betrug der Umsatz der GfK 1,48 (Vorjahr 1,54) Milliarden Euro.

Standorte und Mitarbeiter. International beschäftigt GfK annähernd 13.400 Mitarbeiter, davon über 3.500 in Nordeuropa. Die Zentrale befindet sich in Nürnberg, weitere Standorte sind Bruchsal, Frankfurt, Hamburg und Baden-Baden. Darüber hinaus forscht das Unternehmen auf allen Kontinenten.

Karriereentwicklung. Als Wissensdienstleister unterstützt GfK die Weiterentwicklung seiner Mitarbeiter durch ein breites Bündel an Weiterbildungen. Die Programme werden jeweils individuell zusammengestellt und enthalten zum Teil sehr GfK-spezifische Trainings und (Strategie-) Workshops. So werden neue Mitarbeiter auf die Tätigkeit als Consultant oder Specialist vorbereitet und bauen ein Netzwerk.

Grundlage für die weitere Karriere- und Entwicklungsplanung sind regelmäßige Mitarbeitergespräche und individuelle Zielvereinbarungen, die international einheitlich im Performance Management Program (PMP) festgehalten werden. Neben internen Bildungsangeboten, etwa Sprachkursen, IT-Anwenderschulungen, Trainings zu Kundenorientierung und -beratung, Präsentations- und Kommunikationsfähigkeiten, Selbstmanagement und Mitarbeiterführung, stehen bei Bedarf auch externe Angebote offen. Das internationale Programm Excellence wendet sich an Nachwuchsführungskräfte. Und

MEISTGESUCHTE QUALIFIKATIONEN

Wirtschaftswissenschaftler	++
Sozialwissenschaftler	++
(Wirtschafts-)Informatiker	++
Statistiker/Mathematiker	++
Kommunikationswissenschaftler	+



Berater werden fachlich im Programm Fit4FBC (fact based consultancy) geschult.

Auslandseinsätze sind je nach Aufgabengebiet und Interessen grundsätzlich realisierbar.

Junior Professionals. Offene Stellen für Fachkräfte mit Erfahrung in institutioneller Marktforschung werden regelmäßig ausgeschrieben.

Hochschulabsolventen. Jährlich sind etwa 60 Positionen zu besetzen, für die sich Absolventen der Wirtschafts- oder Sozialwissenschaften und der Informatik am besten eignen. Sie steigen jeweils direkt in ihre Funktionen ein. Erwartet werden gute Englisch-Kenntnisse, Zahlenaffinität und relevante Praktika.

Abschlussarbeiten. Betreut werden Bachelor-, Master- und Diplomarbeiten, in der Regel im Anschluss oder in Verbindung mit einem Praktikum. Aus dem Praktikum ergibt sich oft bereits ein konkretes Thema, aber es können auch initiativ Vorschläge eingereicht werden. Nach erfolgreicher Fertigstellung der Arbeit wird ein individuelles Honorar oder eine Prämie gezahlt.

Praktika. Jährlich bietet GfK rund 200 Praktika für Schüler, Studierende und Absolventen. Außerdem gibt es Aufgaben für bis zu 200 Werkstudenten. Studenten und Absolventen sollten drei bis sechs Mo-

nate Zeit mitbringen. Gefragt sind Bewerber aus Wirtschaftswissenschaften, Sozialwissenschaften und Psychologie, außerdem Mathematiker, Statistiker und insbesondere Informatiker.

Neben gutem Englisch erwartet GfK vor allem eine hohe Affinität zu Zahlen. Erwünscht sind Fachkenntnisse in Marketing oder Marktforschung und statistischen Methoden. Je nach Studienfortschritt erhalten Studenten eine Vergütung von 600 bis 700 Euro. Die Einsätze von Werkstudenten und Absolventen werden je nach Aufgabengebiet und Vorkenntnissen vergütet. Bewerbungen um Auslandspraktika sollten direkt vor Ort erfolgen.

BEWERBEN

Bevorzugt über www.gfk.com/karriere
Stellenangebote auch per Mobil-App.

ANSPRECHPARTNER

Bewerbungs-Infoline: 09 11-3 95-34 20;
hr.management@gfk.com

AUSWAHLVERFAHREN

Hochschulabsolventen, Young Professionals: Bewerbergespräch mit HR und Abteilung; Azubis: Auswahlprozess und Bewerbergespräch mit HR und Abteilung; Praktikanten: Interview mit Abteilung

GfK auf



GLOBALIZE YOUR CAREER

Your career at GfK, one of the world's leading market research companies, isn't typical. Our global footprint is your playground and our expertise in delivering clients' needs is your foundation.

So, don't you think it's time now to think big, really big?

Contact us! > www.gfk.com/de/karriere

Growth from Knowledge

Henkel AG & Co. KGaA

Henkelstraße 67_ 40589 Düsseldorf_02 11-7 97-0_www.henkel.com

Die Gesellschaft. Rund vier von fünf Mitarbeitern des Henkel-Konzerns arbeiten heute außerhalb Deutschlands – in über 75 Ländern. Das Unternehmen ist in den vergangenen Jahrzehnten organisch, aber auch durch die Akquisition von Klebstoff-, Waschmittel- und Kosmetikunternehmen global sehr stark gewachsen.

Mehr als ein Jahrhundert reichen die Ursprünge des Konzerns zurück, in die Zeit als Fritz Henkel, ein Kaufmann mit Hang zu den Naturwissenschaften, die Hausfrauen glücklich machte mit seinem ersten „selbsttätigen“ Pulver-Waschmittel. Heute geht es eher um Waschmittel, die schon bei 15 Grad Celsius wirksam sind. Die zweitgrößte Akquisition seiner

Unternehmensgeschichte tätigte Henkel im Jahr 2016 mit der Übernahme von The Sun Products Corporation aus den USA, durch die das Unternehmen zur Nummer zwei in Kanada und den USA wurde, dem weltweit größten Markt für Wasch- und Reinigungsmittel.

Henkel ist börsennotiert und Mitglied im Dax 30. 61,02 Prozent der Stammaktien sind jedoch weiterhin im Besitz der Familie Henkel. Diese Eigentümerstruktur sichert nicht nur die Unabhängigkeit des Unternehmens, sondern schlägt sich auch in einer Unternehmenskultur nieder, die auf unternehmerische Verantwortung und Nachhaltigkeit großen Wert legt.

Produkte und Marktbedeutung. Henkel ist aktiv in drei Geschäftsfeldern: Adhesive Technologies (Klebstoffe) mit Marken wie Loctite, Pritt, Teroson und Ceresit, Laundry & Home Care (Wasch- und Reinigungsmittel), wozu unter anderem die Marken Persil, Somat, Weißer Riese, Vernel, Perwoll und Sil gehören, sowie der Geschäfts-

CHANCEN FÜR

Junior Professionals	+
Hochschulabsolventen	+
Abschluss-/Doktorarbeiten	+
Werkstudenten	+
Studentische Praktikanten	++
Azubis	+
Schul-Praktikanten	+
Wirtschaftswissenschaftler	++
Wirtschaftsingenieure	+
Chemieingenieure	+
Verpackungstechnik-Ingenieure	+
Informatiker	+





Auslandseinsätze sind bei Henkel ebenso üblich wie Wechsel zwischen Geschäftsbereichen und Funktionen.

bereich Beauty Care (Kosmetik/Körperpflege) mit bekannten Marken wie Schwarzkopf, Fa, Taft, Syoss, Gliss Kur, Got2b, Schauma sowie Diadermine, Aok und der Zahncreme Theramed.

Das Unternehmen erzielte im Geschäftsjahr 2016 bei einem Umsatz von 18,71 (Vorjahr: 18,09) Milliarden Euro einen Jahresüberschuss von 2,01 (Vorjahr: 1,97) Milliarden Euro. Vom Umsatz entfielen 48 Prozent auf den Bereich Adhesive Technologies, 31 Prozent kamen aus dem Geschäft mit Laundry & Home Care und 20 Prozent aus dem Bereich Beauty Care.

Besonderen Wert legt Henkel bei der Entwicklung, Produktion und Vermarktung seiner Produkte darauf, eine Balance zu finden zwischen wirtschaftlichem Erfolg, Schutz der Umwelt und gesellschaftlicher Verantwortung, denn – so formuliert es Henkel-Personalvorstand Kathrin Menges – die Menschheit müsse „Wege finden, aus weniger Ressourcen mehr zu machen“.

Im Jahr 2030 will Henkel für jeden Euro, den das Unternehmen erwirtschaftet, nur noch ein Drittel der heutigen Ressourcen einsetzen. „Wir wollen das Verhältnis zwischen dem Wert, den wir schaffen, und unserem ökologischen Fußabdruck um den Faktor drei verbessern“, sagt Menges. Das stehe nicht im Widerspruch zu den Finanzzielen des Unternehmens, denn erfolgreiches Wirtschaften und Nachhaltigkeit gingen Hand in Hand. Und Geschäftspartner, Kunden und Konsumenten erwarteten heute ebenso wie Nachwuchskräfte im Bewerbermarkt von Unternehmen ökologisch verantwortliches Handeln.

Gemeinsam mit allen Unternehmensbereichen und externen Experten wurde daher eine langfristige Nachhaltigkeitsstrategie für das

Jahr 2030 erarbeitet, in der es darum geht, das Wachstum des Unternehmens vom Ressourcenverbrauch abzukoppeln und den ökologischen Fußabdruck zu reduzieren. Dabei bezieht das Unternehmen alle Geschäftsprozesse mit ein – von der Rohstoffbeschaffung bis hin zur Entsorgung von Verpackungsmaterialien. Im Zuge dessen entstehen auch viele Innovationen.

Zum Beispiel haben Henkel-Forscher eine neue Generation der Spülmaschinen-Tabs Somat entwickelt, die auch in Kurz- und Niedrigtemperaturprogrammen ihre volle Reinigungsleistung entfalten. So kann beim Einsatz von Somat 10 ein um bis zu 30 Prozent geringerer Energieverbrauch im Vergleich zu Standardspülprogrammen erzielt werden.

Und im Geschäftsbereich Adhesive Technologies wird zum Beispiel an maßgeschneiderten Klebstoffen, Dichtstoffen und Oberflächenbehandlungen für Fahrzeuge mit alternativen Antrieben gearbeitet, um die Automobilindustrie bei der Entwicklung der Elektromobilität voranzubringen.

Henkel entwickelt auch Lösungen für die nächste Generation von Solarzellen, Windkraftanlagen, Batterien und Brennstoffzellen. Für die neuesten Batterie- und Brennstoffzellenmodule bietet das Unternehmen zum Beispiel elektrisch leitfähige Beschichtungen für Zellen, als Abstandhalter dienende Füll-Klebstoffe, Wärme oder Strom leitende Klebstoffe sowie Schutzbeschichtungen und Dichtungsmittel, die Feuchtigkeit abhalten.

Standorte und Mitarbeiter. Mehr als 51.000 Mitarbeiter sind in

Jobguide



über 75 Ländern für Henkel tätig, davon 8.000 in Deutschland sowie 5.000 in der Düsseldorfer Zentrale. Weltweit stammen die „Henkelaner“ aus mehr als 120 Nationen.

Karriere bei Henkel. das Konsumgüterunternehmen bietet Einstiegs- und Entwicklungsmöglichkeiten in allen Geschäftsbereichen und Funktionen. Mit Nachwuchskräften wird ein Einarbeitungs- und Entwicklungsplan erstellt, auf dessen Basis sie dann mit Trainings, Workshops und Coachings auf neue Verantwortungsbereiche vorbereitet werden.

Auslandseinsätze sind bei Henkel ebenso üblich und erwünscht wie Wechsel zwischen Geschäftsbereichen und die Übernahme von Aufgaben in anderen Funktionen. Diese „Triple Two“-Philosophie bedeutet, dass eine Führungskraft in zwei Unternehmensbereichen, zwei Funktionen und zwei Ländern Erfahrung sammelt, damit sie später übergreifende Aufgaben im Management übernehmen kann. Ein wichtiger Teil dessen ist die Job-Rotation.

Junior Professionals. Bei Henkel gilt der Grundsatz der internen Talententwicklung, das heißt, dass das Unternehmen nach Möglichkeit seine eigenen Talente in Top-Managementpositionen entwickelt. Jedoch eröffnen sich auch regelmäßig Einstiegsoptionen für Professionals. Vakanzen stehen dann auf der Website.

Hochschulabsolventen. Jährlich stellt Henkel über 500 Hochschulabsolventen ein. Sie steigen direkt per Training-on-the-job in allen Unternehmens- und Funktionsbereichen ein, zum Beispiel in Marketing, Sales, Finance & Controlling, Internal Audit, Purchasing, Supply Chain Management, Research & Development, IT oder im Personalbereich.

Hochschulabsolventen verdienen beim Einstieg rund 45.000 Euro zuzüglich leistungsabhängigem Bonus und werden durch ein Einarbeitungskonzept und einen festen Ansprechpartner unterstützt. Wichtig sind dem Unternehmen relevante Praxiserfahrung, ein überdurchschnittlicher Hochschulabschluss, internationale Erfahrung, sehr gute Englischkenntnisse und außeruniversitäres Engagement.

Abschlussarbeiten. Henkel betreut Abschluss- und Doktorarbeiten, besonders aus den Studienfächern Wirtschaftsingenieurwesen, Wirtschaftswissenschaften, Verpackungstechnik, Chemie, Chemieingenieurwesen, Verfahrenstechnik und Informatik. Auf der Unternehmenswebsite finden sich alle Ausschreibungen. Studierende erhalten eine Vergütung von 800 Euro, Doktoranden bekommen 1.750 Euro monatlich.

Praktika. Henkel vergibt weltweit circa 1.500 Plätze an Studierende, davon allein 500 bis 600 in Deutschland. Vorzugsweise kommen die Studierenden aus den Wirtschaftswissenschaften, dem Wirtschaftsingenieurwesen, dem Chemieingenieurwesen, der Verpackungstechnik oder Verfahrenstechnik sowie aus der Informatik.

Erwartet werden hervorragende Studienleistungen, eine internationale Ausrichtung, sehr gute Englischkenntnisse und außeruniversitäres Engagement. Ein dicker Pluspunkt ist Praxiserfahrung.

Die Praktikanten arbeiteten als vollwertige Teammitglieder im Tagesgeschäft mit, sagt die Personalabteilung, und übernahmen eigenverantwortlich Projekte, die zu Beginn des Praktikums in einem Zielgespräch mit dem Mentor vereinbart würden.

In der Regel dauert ein Praktikum drei bis sechs Monate und wird – je nach Studienfortschritt und Art des Praktikums – mit 800 bis 1.400 Euro pro Monat vergütet.

Wer besonders gut ist, kann in das Studentenbindungsprogramm „Career Track“ aufgenommen werden. Dieses beinhaltet verschiedene Trainings, Workshops und Weiterbildungsmöglichkeiten. Ziel ist es, mit interessierten und talentierten Studenten in Kontakt zu bleiben und sie später als Mitarbeiter zu gewinnen.

Um ein Praktikum im Ausland bewirbt man sich über die Website direkt in der jeweiligen Niederlassung. Ein vorher absolviertes Inlandspraktikum ist dabei vorteilhaft, aber keine zwingende Voraussetzung.

Azubis. In Deutschland bildet Henkel jedes Jahr rund 150 Fachkräfte in 20 Berufen aus. Darüber hinaus gibt es ein Duales Studium mit Bachelor-Abschluss und Praxisphasen im Unternehmen. Dazu kooperiert Henkel in fünf Studiengängen mit Fachhochschulen.

BEWERBEN

Ausschließlich über die Website
www.henkel.de/karriere

ANSPRECHPARTNER

Über www.henkel.de/kontakt

AUSWAHLVERFAHREN

Zunächst Telefoninterviews, dann analytische Tests bei Azubis und Festeinstellungen, jedoch nicht bei Praktikanten. Danach persönliche Interviews bei allen Bewerbergruppen und positionsabhängig gegebenenfalls eAssessments.



Henkel auf Facebook



Xing



READY FOR THE NEXT CHALLENGE.

Mireia, Packaging Management, Adhesive Technologies



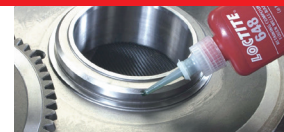
Herausfordernde Praktika für motivierte Talente (m / w)



Persil



LOCTITE



Henkel ist weltweit mit führenden Marken und Technologien in den drei Geschäftsfeldern Adhesive Technologies, Laundry & Home Care und Beauty Care tätig. Bei Henkel zu arbeiten ist weitaus mehr als nur ein Job: Es sind die Leidenschaft, die Kraft und der Wille, immer wieder gemeinsam Spitzenleistungen zu erzielen. Bei uns erwartet Sie ein Umfeld, in dem Mitarbeiter über sich hinauswachsen und ihre Zukunft erfolgreich gestalten.

Jedes Jahr nutzen über 500 Studierende in Düsseldorf und Hamburg die Chance, unsere Henkel-Kultur während eines Praktikums persönlich zu erleben. Durch die spannende Mischung aus Tages- und Projektgeschäft sammeln sie wertvolle Berufserfahrung. Und für viele ist dies auch der Beginn ihrer Karriere als Henkelaner. Neben einer attraktiven Vergütung erhalten Sie kontinuierliches Feedback und eine engagierte Betreuung durch Ihren Mentor. Neugierig geworden? Dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbung. Die aufgelisteten Bereiche repräsentieren nur eine kleine Auswahl der vielfältigen Möglichkeiten bei Henkel:

- **Marketing / Market Research / Sales**
- **R&D / IT Project-Management / Engineering**
- **Supply Chain Management / Purchasing**
- **Strategy / Mergers & Acquisitions**
- **Finance / Controlling / Accounting / Tax**
- **Human Resources**



Excellence is our Passion

Sie denken und handeln wie wir? Dann nehmen Sie die Herausforderung an und bewerben Sie sich direkt online. **Exzellente Karriereperspektiven: [henkel.de/karriere](https://www.henkel.de/karriere)**

Follow us:



Die Gesellschaft. Mit den „Handelshof“-Verbrauchermärkten hatte anno 1968 im baden-württembergischen Backnang alles angefangen. Hier gab es Großverbrauchermengen für Gastronomie, Hotellerie und Gewerbe – eine Handelsform, die in Deutschland damals noch kaum bekannt war. 1990 eröffnete die erste Filiale in den neuen Bundesländern und Jahre später begann die Kaufland-Gesellschaft mit Engagements in Osteuropa.

Neben den SB-Warenhäusern gehören zur Unternehmensgruppe heute unter anderem die Kaufland-Gastronomiebetriebe, die Bereiche Immobilien, Logistik, Fleischwaren, Informationssysteme und Beschaffung sowie ein Werbeverlag.

Das Handelsunternehmen gehört zur Schwarz-Unternehmensgruppe, die ihren Ursprung in der Lidl & Schwarz Lebensmittel-Sortimentsgroßhandlung in den 30-er Jahren hatte. Später kam es zur Teilung in Kaufland-SB-Warenhäuser und Lidl-Discountmärkte, die seither in Geschäftsführung und Handelsgeschäft vollkommen unabhängig voneinander operieren.

Die Anteile an beiden Unternehmen werden über eine Beteiligungsgesellschaft von der Schwarz Stiftung gehalten, die sich der Förderung des lebenslangen Lernens verschrieben hat. Sie finanzierte zum Beispiel den Bildungscampus Heilbronn, auf dem auch die Privathochschule German Graduate School of Management and Law eingerichtet wurde.

Dienstleistungen und Marktbedeutung. Das Lebensmittel-Einzelhandelsunternehmen ist in Deutschland rund 630 Mal mit seinen Lebensmittelfachmärkten vertreten. Hier gehören über 60.000 Food- und Non-Food-Artikel zum Warenangebot. Eine Besonderheit ist, dass Kaufland seine Fleischprodukte in eigenen Betrieben herstellt.

Die Schwarz-Gruppe zählt hierzulande neben Edeka, Rewe, Metro, Aldi und L'etahl zu den sechs größten Unternehmen der Branche, die gut 75 Prozent des Marktes unter sich aufteilen. Auf globaler Ebene hat die gesamte Schwarz-Gruppe mit einem Umsatz von 79,3 Milliarden Euro im Geschäftsjahr 2014/2015 die Metro Group

vom Platz des größten deutschen Handelsunternehmens verdrängt. Davon entfielen mehr als 6,9 Milliarden Euro auf Kaufland.

Standorte und Mitarbeiter. Neben dem Hauptsitz in Neckarsulm ist Heilbronn ein weiterer Zentralstandort. Fleischbetriebe sind in Möckmühl, Osterfeld, Heilbronn und Heilbad Heiligenstadt angesiedelt. Logistikverteilzentren befinden sich in Möckmühl, Lützenau, Dortmund, Osterfeld, Geisenfeld, Donnersdorf und Barsinghausen. Neben den rund 630 deutschen Filialen gibt es die rund 480 Märkte in Tschechien, Polen, Kroatien, der Slowakei, Rumänien und Bulgarien. Insgesamt arbeiten für das Unternehmen über 136.000 Mitarbeiter, mehr als 86.400 allein in Deutschland.

Karriere bei Kaufland. Das Handelsunternehmen bietet Aufstiegschancen nicht nur in der klassischen Führungslaufbahn, sondern offeriert seinen Mitarbeitern auch, sich im Wege einer Fachlaufbahn weiterzuentwickeln. Dabei sind Auslandseinsätze ebenso möglich wie der Wechsel zwischen den Geschäftsbereichen und Funktionen.

Ein typischer Karriereweg etwa im Vertrieb verläuft vom Warenbereichsleiter über den Haus- und Verkaufsleiter bis zum Geschäftsführer oder gar bis zum Geschäftsleitungsmitglied. Es gehört zu den Unternehmensgrundsätzen, Führungskräfte aus den eigenen Reihen zu entwickeln. Dabei helfen eigene Personal- und Management-Entwicklungsprogramme sowie interne und externe Seminare.

Junior Professionals. Regelmäßiger Bedarf besteht an Wirtschaftswissenschaftlern und Ingenieuren.

Hochschulabsolventen. Wer von der Hochschule kommt, startet entweder im bereichsübergreifenden Kaufland-Managementprogramm oder einem der vier Trainee-Programme, die für die Bereiche Beschaffung, Distributionslogistik Medien, Immobilien und Zentraleinkauf angeboten werden. Trainees, die in einem dieser vier Bereiche einsteigen, erhalten einen unbefristeten Vertrag und durch-

laufen binnen 15 Monaten verschiedene Abteilungen und Schnittstellenbereiche. Ihr Einstiegsgehalt liegt bei circa 43.000 Euro.

Das bereichsübergreifende Kaufland-Managementprogramm hingegen ist auf zwei Jahre ausgelegt. In dieser Zeit werden die Teilnehmer in Projekten eingesetzt und durchlaufen dabei an verschiedenen Standorten die Bereiche Filiale, Einkauf, Logistik und

Jobguide

CHANCEN FÜR	
Junior Professionals	+
Hochschulabsolventen	+
Abschluss-/Doktorarbeiten	+
Werkstudenten	-
Studentische Praktikanten	+
Azubis/Duales Studium	+
Schul-Praktikanten	+
Wirtschaftswissenschaftler	++
Ingenieure	+
Informatiker	+





Verwaltung. Ziel ist es, den Nachwuchskräften Schnittstellen-Kompetenzen zu vermitteln. Sie verdienen 52.000 Euro im Jahr.

Abschlussarbeiten. Kaufland betreut sowohl Bachelor- als auch Masterarbeiten, vorzugsweise von Wirtschaftswissenschaftlern und Ingenieuren, Wirtschaftsinformatikern und Informatikern. Themenangebote gibt es auf der Website. Die Vergütung liegt bei etwa 700 Euro im Monat.

Praktikanten. Plätze gibt es für Studenten der Wirtschaftswissenschaften, des Wirtschaftsingenieurwesens, der Wirtschaftsinformatik und Informatik. Sie werden laufend auf der Website ausgeschrieben. Die Mindestdauer eines Einsatzes beträgt einen Monat für Studierende. Für ihre Mitarbeit erhalten sie circa 700 Euro im Monat.

Azubis/Duales Studium. Einmal im Jahr haben in manchen Kaufland-Filialen die Azubis das Sagen. Die Standort-Mitarbeiter sind dann nicht im Geschäft und überlassen den Lernenden für vier Wochen die volle Verantwortung für den Betriebsablauf eines Kaufland SB-Warenhauses. Die Auszubildenden sind im ersten, zweiten und dritten Ausbildungsjahr und übernehmen während des Projekts „Azubi-

bis führen einen Markt“ Aufgaben, die zu ihren Qualifikationen und Stärken passen. Hierzu zählen zum Beispiel Bestellung, Annahme und Platzierung der Ware, Planung des Personaleinsatzes, Besetzung der Kassen, Abwicklung der Kundenanfragen, Sauberkeit im Markt und vieles mehr.

2014 werden rund 1.200 Auszubildende und 100 DHBW-/BA-Studierende eingestellt. Sie werden in den Filialen zu Kaufleuten im Einzelhandel oder Verkäufern sowie im Abiturientenprogramm ausgebildet. In den anderen Unternehmensbereichen bietet Kaufland sowohl kaufmännische als auch gewerbliche Lehrstellen an: für Kaufleute im Groß- und Außenhandel, Industriekaufleute, Kaufleute für Büromanagement, Immobilienkaufleute, Fachinformatiker, Informatikkaufleute, Medienkaufleute sowie Mediengestalter Digital und Print; außerdem für Lagerlogistiker, Fachlageristen, Kaufleute für Spedition und Logistikdienstleistung, Lebensmitteltechniker, Fleischer, Systemgastronomen, Fachleute für Gastronomie, Elektroniker für Betriebstechnik, Maschinen- und Anlagenführer und für Mechaniker. Voraussetzungen sind immer ein guter Schulabschluss, Interesse am Handel und ausgeprägte Dienstleistungsmentalität.

Abiturienten können in Kooperation mit den Berufsakademien Berlin und Gera sowie der Dualen Hochschule Baden-Württemberg in Heilbronn, Mosbach und Stuttgart ein Studium aufnehmen – und zwar mit dem Abschluss Bachelor of Arts in BWL mit unterschiedlichen Schwerpunkten: Konsumgüter/Handel, Accounting & Controlling, Handel (Vertiefung Controlling / Vertiefung Marketing / Vertiefung Warenwirtschaft und Logistik), Immobilienwirtschaft, Industrie, Industrielles Servicemanagement, Foodmanagement, Personalmanagement, Spedition und Logistik.

Außerdem gibt es den Bachelor of Arts in Onlinemedien sowie in Betriebswirtschaftliche Steuerlehre/Unternehmensrechnung/Finanzen und den Bachelor of Science in Angewandter Informatik oder Wirtschaftsinformatik und den Bachelor of Engineering in Elektrotechnik/Automatisierungstechnik. Für Kandidaten, die den Master nebenberuflich erwerben wollen, gibt es das Fach Handelslogistik.

BEWERBEN

Mit Bezug auf den Jobguide über das Formular auf der Website

ANSPRECHPARTNER

Traineeprogramme: Rosa Leicht (-54 12),
rosa.leicht@kaufland.de

Duales Studium und Kaufland-

Management-Programm: Christin Lutz (-54 10),
christin.lutz@kaufland.de

Azubis: Maria Gunesch (-37 62),
maria.gunesch@kaufland.de

AUSWAHLVERFAHREN

Interviews, für Auszubildende in der Zentrale zusätzlich ein Eignungstest



Kaufland auf Facebook



Kaufland auf XING



*Hier
bin ich
richtig,*

weil ich bei
Kaufland wirklich
Karriere mache!



Kaufland ist ein attraktives Filialunternehmen im Lebensmittelhandel. Lernen Sie uns als dynamischen und engagierten Arbeitgeber kennen.

Absolventen bieten wir einen idealen Berufsstart mit abwechslungsreichen Tätigkeiten und hervorragenden Karrierechancen.



3... 2... 1... Durchstarten!

Sie suchen nach anspruchsvollen Herausforderungen und verantwortungsvollen Aufgaben? Dann nichts wie los! Wir bieten Ihnen interessante Einstiegsmöglichkeiten in eine Fach- oder Führungsposition:

Kaufland-Managementprogramm

Sie stehen auf Abwechslung und haben Lust, schnell Verantwortung zu übernehmen? In unserem zweijährigen Qualifizierungsprogramm durchlaufen Sie die Bereiche Filiale, Einkauf, Logistik und Verwaltung.

Traineeprogramm

Sie begeistern sich für ein spezifisches Handlungsfeld? Dann wählen Sie entsprechend Ihren Interessen und Fähigkeiten aus unseren 15-monatigen Traineeprogrammen:

- Beschaffung
- Immobilien
- Zentraleinkauf/CM/SCM

Direkteinstieg

Sie haben schon eine konkrete Vorstellung von Ihrem Karrierestart? Von der Filiale über den Einkauf bis hin zur IT bieten wir Ihnen mit einem maßgeschneiderten Einarbeitungsplan den passenden Berufseinstieg.

**Wir freuen uns auf
Ihre Online-Bewerbung.**

**Weitere Infos finden Sie
auf unserer Internetseite.**

www.kaufland.de/jobs



Melitta Unternehmensgruppe

Marienstraße 88_32425 Minden_05 71-40 46-0_www.melitta-group.com/de



Die Gesellschaft. Melitta ist eigentlich ein Vorname. Und zwar der einer findigen Dame, die aus einer simplen Messingdose und einem Blatt Löschpapier aus dem Schulheft ihres Sohnes den weltweit ersten Kaffeefilter bastelte. Ihre Idee schlug so gut ein, dass Melitta Bentz und ihr Mann Hugo darauf ein Patent anmeldeten und sich 1908 entschlossen ein Unternehmen zu gründen, um die Erfindung unter die Leute zu bringen.

Und das ist den beiden nachhaltig gelungen: Heute produziert das Unternehmen, das inzwischen in ganz Europa, Amerika und Asien aktiv ist, jeden Tag 50 Millionen Kaffeefilter und somit weit über 18 Milliarden Stück im Jahr. Noch immer ist Melitta in Familienbesitz und mit Jero Bentz ist im Jahr 2013 die vierte Generation in die Unternehmensleitung eingetreten. Zusammen mit Dr. Stephan Bentz und Volker Stühmeier leitet er seitdem die internationale Unternehmensgruppe.

Produkte und Marktbedeutung. Das Unternehmen hat im Laufe der Jahrzehnte seine Kernkompetenzen „Filtern“, „Kaffee“ und „Papier“ immer weiter entwickelt und so umfasst der heutige Geschäftsbereich „Kaffee und Tee“ ein großes Portfolio, das vom Filterkaffee und Kaffeebohnen über

Pads und Kaffeefilter bis zu Filterkaffeemaschinen und Kaffeevollautomaten reicht. Hinzu gekommen sind auch die Teefilter „Cilia“ und Utensilien für die Teezubereitung.

Um die Herstellung von Filtern geht es auch im Geschäftsbereich „Praktische Sauberkeit“, denn hier werden Staubsaugerbeutel der Marke „Swirl“ und Lösungen für die Wohnraumbelüftung produziert. Darüber hinaus gehören hier aber auch Produkte für die Müllentsorgung, zum Entkalken von Geräten und Brillenputztücher zum Sortiment.

Die bekanntesten Produkte im Geschäftsfeld „Frische und Geschmack“, das von der Tochtergesellschaft Cofresco betreut wird, sind sicherlich die „Toppits“-Folien und -Beutel. Zu diesem Segment gehören aber auch Papiere und Folien, die beim Backen, Braten und Grillen im Privathaushalt und der Gastronomie zum Einsatz kommen.

Neben privaten Verbrauchern beliefert Melitta in seinem Geschäftsfeld Industriegeschäft auch Gewerbekunden. So bietet etwa Melitta Professional Coffee Solutions der Gastronomie und Hotellerie Kaffeeautomaten und Filterkaffeemaschinen an und vertreibt auch den zugehörigen Kaffee, Tee und Kakao.

MEISTGESUCHTE QUALIFIKATIONEN

Wirtschaftswissenschaftler	++
Geistes- und Sozialwissenschaftler	+
Juristen	+
Ingenieure	++
ITler	+



Überdies gehört mit Wolf PVG ein Unternehmen zur Gruppe, das sich auf Filterbeutel für Staubsauger, Filter, Düsen und LüftungsfILTER spezialisiert hat. Die Schwestergesellschaft ACW-Film hingegen stellt flexible Verpackungsfolien her, die in Verpackungsanlagen der Lebensmittel- und Reinigungsmittelindustrie gebraucht werden. Eine weitere Tochter ist die Neu Kaliss Spezialpapier GmbH, die Kaffeefilter, Bier- und Tassendeckchen, aber auch Krepp-Papiere für den Dentalbereich und Großbäckereien sowie Melk-papiere und Verdunster-papiere im Sortiment hat.

Die Melitta Unternehmensgruppe erreichte im Jahr 2016 einen Umsatz von über 1,45 (Vorjahr: 1,4) Milliarden Euro, kommuniziert aber ihr Betriebsergebnis nicht.

Standorte und Mitarbeiter. Das Unternehmen beschäftigt international rund 4.200 Mitarbeiter, die aus 60 verschiedenen Ländern kommen. 1.800 dieser Mitarbeiter sind in Deutschland tätig, entweder in Minden, wo die Zentrale, Melitta Kaffeezubereitung, Cofresco und Wolf PVG ansässig sind, in Bremen bei Melitta Kaffee oder in Spenge in Ostwestfalen.

Einstieg für Professionals. Interessant sind grundsätzlich Kandidaten, die aus der Konsumgüterindustrie, der Lebensmittelindustrie oder dem Handel kommen. Bezüglich der Funktionen besteht regelmäßig Bedarf an Kompetenzen im Marketing, Produktmanagement, Vertrieb und Einkauf. Dabei ist Melitta auch durchaus offen für die Ein-

stellung älterer Mitarbeiter, wenn sie spezielle, für das Unternehmen wichtige Erfahrung mitbringen. Eine Vielzahl an Positionen gibt es auch für Ingenieure – nicht nur in der Produktion, sondern auch, weil das Unternehmen teilweise die Maschinen, auf denen produziert wird, selbst entwickelt und konstruiert. So sind mittlerweile rund 800 Patente eingetragen.

Karriereentwicklung. In den Werten, die sich Melitta als Leitlinien gewählt hat, kommt stark zum Ausdruck, dass das Unternehmen von Familienmitgliedern geführt wird und der Familiengedanke eine große Rolle spielt: Melitta legt Wert auf flache Hierarchien und

kurze interne Entscheidungswege sowie auf eine Unternehmenskultur, die von kollegialer Zusammenarbeit, hierarchieübergreifender Kommunikation und gegenseitiger Wertschätzung geprägt ist. Wichtig ist dem Unternehmen, dass durch überschaubare Strukturen der einzelne Mitarbeiter sichtbar bleibt, man sich kennt und gegenseitig mit Vertrauen begegnet.

Basis für die individuelle Förderung von Experten, Projektmanagern und Führungskräften im Unternehmen ist das sogenannte Development Center, ein eintägiges Assessment, bei dem die Stärken und Entwicklungsbedarfe eines Mitarbeiters identifiziert werden, um daraus einen Fahrplan für die individuelle Förderung zu entwickeln.

Im mittleren Management beispielsweise

KARRIERE-FAKTOREN

Teilzeitmodelle	+
Frauenförderung	-
Kinderbetreuung	+
Betriebssport	+
Betriebliches Gesundheitsmanagement	+
Auslandsentsendung Langzeit	+
Internationale Kurzzeit-Einsätze	+
Mitarbeiterbeteiligung	+
Fixe + variable Vergütung	+
Betriebliche Altersversorgung	+
Unterstützung von Dr./MBA/Berufsexamina	+
Coaching/Mentoring	+
Firmeneigene Akademie	-
Interdisziplinäre Teams	+
Interkulturelle Teams	+
Möglichkeit zur Partnerschaft	-
Frauenanteil an Führungspositionen (D)	k.A.
Akademikerquote an Belegschaft	k.A.

Jobguide



gehört ein mehrmonatiges Programm zum Repertoire, das Bausteine zu Projektmanagement, Change Management, Führung und Projektarbeit ebenso enthält wie individuelle Coachings. Speziell für Führungskräfte gibt es zudem ein fünftägiges Seminar „Führen bei Melitta“. Und für langjährig erfahrene Führungskräfte mit viel Verantwortung ist ein spezielles Top-Management-Programm entwickelt worden.

Auslandseinsätze – zumeist in Form von mehrjährigen Entsendungen, die dem Know-how-Transfer dienen – sind möglich und hilfreich für die Kompetenzentwicklung, aber nicht obligatorisch für die Karriere bei Melitta.

Vergütung und Sozialleistungen. Für eine ausgeglichene Work-Life-Balance seiner Mitarbeiter hat das Unternehmen flexible Arbeitszeitmodelle und das Melitta Family Programm entwickelt. So können abhängig vom Unternehmensstandort Kinder in betriebseigenen Kindergärten beziehungsweise über Kooperationen in externen Kitas betreut werden. Für den Notfall gibt es ein Eltern-Kind-Arbeitszimmer, in dem ein Kind spielen kann, während Vater oder Mutter ihrer Arbeit nachgehen. Für Familien gibt es überdies zahlreiche Freizeitaktivitäten und ein Ferienprogramm.

Wer persönlich in Not gerät, kann sich beraten lassen, etwa bei gesundheitlichen Problemen, finanziellen Sorgen oder wenn es darum geht, die Pflege von Angehörigen zu organisieren

Um seine Mitarbeiter gesund zu erhalten, bietet Melitta Gesundheitskurse, spezielle Gesundheitstage und einen Massage-Service an. Außerdem haben die einzelnen Gesellschaften der Gruppe jeweils unterschiedliche Betriebssportgruppen und es gibt informelle Aktivitäten der Mitarbeiter untereinander, wie etwa Laufgruppen.

Das Vergütungssystem sieht variable Gehaltsbestandteile für Führungskräfte vor, die auf Jahresbasis ausgeschüttet werden und vom Erfolg des ganzen Unternehmens abhängen.

Melitta legt Wert auf flache Hierarchien, kurze Entscheidungswege und eine Kultur, die von Wertschätzung füreinander geprägt ist.

BEWERBEN

Mit Bezug auf den Jobguide über das Jobportal

ANSPRECHPARTNER

ASPs stehen in den Stellenanzeigen

Initiativbewerber:

Jana Dobrunz, jana.dobrunz@melitta.de



AUSWAHLVERFAHREN

Videointerview, Besuch im Fachbereich, mehrere persönliche Interviewrunden, Assessment Center

Melitta auf XING



**ICH BIN STOLZ DARAUF, FÜR EIN
INTERNATIONALES UNTERNEHMEN
ZU ARBEITEN,**

**UND MEINEN HORIZONT
ERWEITERE.**

**IN DEM ICH WERTSCHÄTZUNG
ERLEBE**



Finden Sie auch, eine familiäre Unternehmenskultur und internationaler Erfolg sind keine Gegensätze? Wir verbinden starke regionale Wurzeln mit großen internationalen Herausforderungen und freuen uns auf Ihre Unterstützung. Werden auch Sie ein Teil der Melitta Gruppe. Starten Sie jetzt durch: www.melitta-group.com/karriere

Melitta® Das Mehr an Möglichkeiten.



Obi Group Holding SE & Co. KGaA

Albert-Einstein-Straße 7-9_42929 Wermelskirchen_0 21 96-76-01_www.obi.de



Die Gesellschaft. Do it yourself – das Hobbyhandwerken gewann in den 50er Jahren in der noch jungen Bundesrepublik viele Anhänger. Und Dr. Emil Lux entdeckte in Amerika das dazu passende Geschäftsmodell: den Bau- und Heimwerkermarkt.

„Selbst ist der Mann“, so hieß 1970 die Devise unter motivierten deutschen Heimwerkern als Lux und Manfred Maus das Geschäftsmodell der amerikanischen Do-it-yourself-Märkte auf Deutschland übertrugen und mit dem ersten Obi Bau- und Heimwerkermarkt an den Start gingen. Auf nur 870 Quadratmetern verkauften zwölf Mitarbeiter im Hamburger Einkaufszentrum Alster-Tal alles, was der Hobby-Handwerker beehrte. Den Namen leiteten die beiden Unternehmer damals von dem Wort „Hobby“ ab. Ein Hobby, bei dem es heutzutage längst auch heißt: Selbst ist die Frau.

Obi gehört inzwischen mehrheitlich zur Unternehmensgruppe Tengelmann. Die Obi Märkte werden entweder als eigene Standorte der Obi AG geführt oder im Franchising.

Dienstleistungen und Marktbedeutung. Auf einer durchschnittlichen Verkaufsfläche von 7.000 bis 9.000 Quadratmetern sind die Obi-

Baumärkte mit 40.000 bis 60.000 Artikeln pro Markt Do-it-yourself-Komplettanbieter für Garten und Bauen, Technik und Wohnen. Obi führt, gemessen am Umsatz, vor Toom, Hornbach, Bauhaus und Hagebaumarkt als Nummer Eins die deutsche Bau- und Heimwerkerbranche an und gehört auch in Europa zur Spitze.

Überdies zählt Obi – das ergab eine Erhebung des Instituts TNS Infratest im Juli 2011 – mit einer gestützten Bekanntheit von 97 Prozent zu den Topmarken in Deutschland. Insgesamt erzielten die Märkte im Geschäftsjahr 2016 international einen Gesamtumsatz von 7,3 Milliarden Euro (wie Vorjahr). Ertragszahlen werden traditionell nicht veröffentlicht.

CHANCEN FÜR

Junior Professionals	+
Hochschulabsolventen	+
Abschluss-/Doktorarbeiten	+
Werkstudenten	+
Studentische Praktikanten	+
Azubis/Duales Studium	+
Schul-Praktikanten	+
Wirtschaftswissenschaftler	++
Wirtschaftsinformatiker	+
Informatiker	+

Standorte und Mitarbeiter. Seit den Gründertagen ist Obi in Deutschland auf über 350 Baumärkte mit einer Gesamtverkaufsfläche von über vier Millionen Quadratmetern gewachsen und überdies mit über 650 Obi-Märkten in elf zentral- und osteuropäischen Ländern vertreten. Derzeit hat die Gruppe international über 48.000 Mitarbeiter. Der Hauptsitz des Unternehmens liegt im nordrhein-westfälischen Wermelskirchen im Bergischen Land, ganz in der Nähe von Köln.

In der Zentrale gibt es sieben verschiedene Traineeprogramme: In den Bereichen Business Development, Finance, IT, Logistik, Indirekter Einkauf, Digital/ E-Commerce und Category Management.

Karriere bei Obi. Sowohl für Praktikanten als auch für Absolventen und Berufserfahrene beginnt mit dem Einstieg bei Obi auch sofort die Weiterbildung. Dabei werden die Personalentwicklungsmaßnahmen jeweils sehr individuell auf den einzelnen Mitarbeiter und seinen Bedarf an fachlicher und persönlicher Entwicklung zugeschnitten. Wer sich erkennbar für die Übernahme von Führungsaufgaben eignet, wird darauf in internen Programmen vorbereitet. Im Verlauf der Karriere sind Wechsel zwischen einzelnen Funktionen und Geschäftsbereichen möglich.

Junior Professionals. Da Obi Führungsstellen bevorzugt aus den eigenen Reihen besetzt, haben qualifizierte Nachwuchskräfte gute Karriereaussichten. Interne Bewerber sollten neben ihrem fachlichen Know-how vor allem Kommunikationsfreude und Flexibilität mitbringen. Externe Bewerber haben eine Chance, wenn sie viel Erfahrung im Einzelhandel nachweisen können.

Hochschulabsolventen. Obi hat vor allem Interesse an Wirtschaftswissenschaftlern, Wirtschaftsinformatikern und Informatikern. Ein Direkteinstieg in den Bereichen Business Development, Category Management, E-Commerce, Finance, Human Resources, IT, Indirekter Einkauf, Logistik und Marketing möglich. Darüber hinaus werden in der Zentrale aber auch sieben Trainee-Programme angeboten. Sie dauern bei Trainees in den Bereichen Business Development und Category Management 15 Monate, bei einem Schwerpunkt in den Bereichen IT, Logistik, Indirekter Einkauf und Digital/E-Commerce zwischen 15 und 18 Monaten und im Bereich Finance 18 Monate.

Wer ins Business Development einsteigen möchte, benötigt einen überdurchschnittlichen Master-Abschluss in einem Wirtschaftsfach und sollte bereits Erfahrung in einem internationalen Handelsunternehmen oder einer Unternehmensberatung gesammelt haben.

Von Trainees im Bereich Indirect Procurement (Indirekter Einkauf) wünscht sich Obi neben einem überdurchschnittlichen Abschluss in





BWL, Wirtschaftsinformatik oder Wirtschaftsingenieurwesen auch erste Erfahrung im Einkauf, sei es als Praktikant, Werkstudent oder aus einer Lehre.

Das Trainee-Programm in der Logistik bereitet auf eine Position als Project Manager vor und setzt einen wirtschaftswissenschaftlichen Abschluss, idealerweise mit Schwerpunktfach Logistik, sowie gute Englischkenntnisse voraus.

Auch im Bereich Finance ist ein Wirtschaftsstudium nötig, hier jedoch mit Schwerpunkten auf Finanzen, Rechnungswesen oder Controlling. Ideal ist, wenn die Kandidaten schon eine kaufmännische oder Bank-Lehre mitbringen oder Praktika mit finanzwirtschaftlichem Bezug.

Im Bereich E-Business/Online-Marketing ist viel Erfahrung mit den entsprechenden Medien und Online-Werkzeugen nötig. Daher ist hier neben einem Studium der Wirtschaftswissenschaften auch einschlägige Erfahrung aus Praktika oder einer Ausbildung eine gute Voraussetzung. Außerdem ist auch hier gutes Englisch nicht verzichtbar.

Praktika im Bereich Softwareentwicklung oder IT-Prozessdesign sind ein großer Pluspunkt für einen Einstieg als IT-Trainee, bei dem das Studium der Informatik oder Wirtschaftsinformatik Voraussetzung ist.

Category Management ist eine typische Kerndisziplin des Handels und macht ein wirtschaftswissenschaftliches Studium nötig, bei dem der Schwerpunkt möglichst schon auf dem Fach Handel gelegen hat. Auch hier ist Erfahrung aus Praktika, Studentenjobs oder Lehre Gold wert.

Alle Trainees werden begleitet durch einen persönlichen Mentor und durch zielgerichtete Weiterbildungsmaßnahmen.

Abschlussarbeiten. Obi betreut im Rahmen eines Praktikums nach Absprache sowohl Bachelor- als auch Masterarbeiten. Interessierte sollten einen eigenen Themenvorschlag erstellen, der dann mit der entsprechenden Fachabteilung zum endgültigen Thema ausgearbeitet wird. Die Autoren der Abschlussarbeiten erhalten eine Vergütung.

Praktikanten. Studierende der Fachrichtungen Wirtschaftswissenschaften, Wirtschaftsingenieurwesen und IT, die gute Studienleistungen vorweisen können und ihr zweites Fachsemester bereits hinter sich haben, können im Obi-Headquarter in Wermelskirchen ein Praktikum für drei bis sechs Monate absolvieren. Auch Studierende anderer Fächer sind Obi willkommen, sofern sie Interesse am Handel haben. Idealerweise sollten die Studenten bereits erste Praxiserfahrung – etwa in einschlägigen Praktika – gesammelt haben. Auch für Schüler bietet Obi Praktika an. Gute schulische Leistungen werden erwartet. Schülerpraktika sollten mindestens zwei Wochen dauern.

Auch für Schüler, von denen gute schulische Leistungen erwartet werden, bietet Obi Praktika von mindestens zwei Wochen Dauer an.

Azubis/Duales Studium. Für Kaufleute im Einzelhandel und Fachlageristen stellt Obi jährlich zwischen 450 und 500 Ausbildungsplätze zur Verfügung. Weitere 20 Plätze werden für die Ausbildung von Kaufleuten für Büromanagement, Kaufleuten im Groß- und Außenhandel, Fachinformatikern und Informatikkaufleuten angeboten. Start für alle Ausbildungsberufe ist der 1. August; die Auswahl findet im Herbst des Vorjahres statt.

Neben einer Ausbildung bietet Obi in Kooperation mit verschiedenen Hochschulen und Berufsakademien duale Studiengänge für Abiturienten, die zu den Abschlüssen Bachelor of Arts, Bachelor of Science und Bachelor of Engineering führen. Das duale Studium dauert insgesamt sechs Semester, wobei jedes Semester aus drei Monaten Praxis und drei Monaten Studium an einer der kooperierenden Hochschulen besteht. Hier bietet Obi circa 50 Plätze pro Jahr an.

Die Theoriephase der Studiengänge Bachelor of Science/Fachrichtung Wirtschaftsinformatik und Bachelor of Engineering/Fachrichtung Informationstechnik findet an der DHBW in Heidenheim statt. Die Theoriephase des Studiums zum Bachelor of Arts/Fachrichtung Handel wird an einer der Hochschulen in Berlin, Eisenach, Heidenheim, Lörrach oder Mannheim absolviert.

BEWERBEN

Online unter www.obi.de/jobs;
jeweils mit Bezugnahme auf den Jobguide

ANSPRECHPARTNER
Christina Schnell (- 27 96)

AUSWAHLVERFAHREN

Gespräche mit der Fach- und Personalabteilung, gegebenenfalls Bearbeitung von Fallstudien; zentrale Eignungstests für Auszubildende



Obi auf
Xing



LinkedIn





22 praktische Einstiege. Ein Weg ans Ziel.

Vorausgehen statt folgen. Das ist der Anspruch von OBI. Immer wieder neue Wege zu beschreiten, ist unser Erfolgsrezept. In Deutschland und Österreich sind wir damit bereits die Nr. 1 unter den Bau- und Heimwerkermärkten geworden. In Europa gehören wir zur Spitze. Heimwerker in 11 europäischen Ländern finden in über 650 OBI Märkten genau das, was sie suchen. Qualität, Auswahl, Rat und Tat. Dafür ziehen jeden Tag über 46.000 engagierte Mitarbeiter gemeinsam an einem Strang. Dazu bietet OBI beste Aufstiegschancen, internationale Perspektiven und intensive Weiterbildungsprogramme. Wir suchen Menschen, die mit uns vorangehen möchten.

Wir suchen Sie als:

Absolventen und Trainees (m/w)

Wir bieten Ihnen attraktive Perspektiven in unserer Zentrale in Wermelskirchen:

- Traineeprogramme in den Bereichen Business Development, Category Management, Digital / E-Commerce, Finance, IT und Logistik
- Direkteinstieg in den Bereichen Business Development, Category Management, E-Commerce, Finance, Human Resources, IT, Logistik und Marketing

Praktikanten (m/w)

Wir bieten Ihnen spannende Einblicke und herausfordernde Themen, die Sie im Rahmen eines Praktikums oder einer Abschlussarbeit in folgenden Bereichen bearbeiten können:

- Business Development
- Category Management
- E-Commerce
- Finance
- Human Resources
- IT
- Logistik
- Marketing

Ihre Qualifizierung:

- qualifizierter wirtschaftswissenschaftlicher oder IT-Studiengang

Begeistert? Dann bewerben Sie sich jetzt direkt online unter www.obide/jobs! Fügen Sie Ihrer Bewerbung bitte alle Unterlagen bei, die uns ein klares Bild über Ihre bisherige Entwicklung verschaffen.



OBI gehört zu den Top 10 der „Top Employers 2016“. Das bedeutet für die Mitarbeiter: Beste Voraussetzungen für eine Top-Karriere bei OBI!



Weitere Informationen zu den Einstiegsmöglichkeiten bei OBI finden Sie unter www.obide/jobs



Peek & Cloppenburg KG, Düsseldorf

Berliner Allee 2_40212 Düsseldorf_02 11-36 62-0_www.peek-cloppenburg.de



Die Gesellschaft. Ihre ersten Modehäuser gründeten die beiden Kaufleute Johann Theodor Peek und Heinrich Cloppenburg im Jahre 1901 in Düsseldorf und Berlin. Nachdem 1911 auch ein Modehaus in Hamburg eröffnet hatte, entwickelten sich in den Folgejahren zwei rechtlich und wirtschaftlich voneinander unabhängige Unternehmen: Peek & Cloppenburg, Düsseldorf ist im Rheinland, in Süddeutschland sowie im Berliner und im Leipziger Raum aktiv und Peek & Cloppenburg, Hamburg in den nördlichen und östlichen Bundesländern.

Zu der Peek & Cloppenburg KG, Düsseldorf gehört seit 1989 auch die Anson's Herrenhaus KG, die an 16 Standorten in Deutschland 20 Häuser betreibt. Außerdem begann das Unternehmen ab 1998 mit der Internationalisierung, es eröffneten Verkaufshäuser in Belgien, den Niederlanden, Österreich, Bulgarien und der Slowakei. Zehn Jahre später entstand mit der Gründung der Peek & Cloppenburg KG, Wien eine eigene Zentrale für die österreichischen und osteuropäischen Märkte.

P&C ist bis heute ein Familienunternehmen,

Angehörige der Familie sind bis dato in der Unternehmensleitung vertreten.

Produkte und Marktbedeutung. Das Unternehmen betreibt Verkaufshäuser „für die ganze Familie“ in den besten Einkaufslagen der Innenstädte und setzt dabei auf „stilvolle Einkaufserlebnisse“. Das Portfolio des Unternehmens in der Herren-, Damen- und Kindermode umfasst über 500 Marken und zahlreiche Original-Markenshops, darunter exklusive Designer- und bekannte Herstellermarken ebenso wie erfolgreiche Modelabels.

Neben dem stationären Handel ist P&C auch im E-Commerce tätig. So betreibt die Tochtergesellschaft Fashion ID GmbH & Co. KG zum einen den Online-Shop von P&C fashionid.de und kümmert sich zum anderen um die digitale Kommunikation von P&C.

Seit 2014 kümmert sich überdies die Tochtergesellschaft International Brands Company in Düsseldorf um die kreative und technische Produktentwicklung, die Produktbeschaffung und die Vermarktung zahlreicher Modemarken wie

CHANCEN FÜR

Junior Professionals	+
Hochschulabsolventen	++
Abschluss-/Doktorarbeiten	+
Werkstudenten	+
Studentische Praktikanten	+
Azubis	++
Schul-Praktikanten	+
Wirtschaftswissenschaftler	++



Christian Berg, Jake's, Joseph Janard, McNeal, Montego und Review.

Die Peek & Cloppenburg KG, Düsseldorf machte 2014 einen Umsatz von rund 1,46 Milliarden Euro.

Standorte und Mitarbeiter. Das Unternehmen ist inzwischen in 15 Ländern Europas aktiv. In Deutschland betreibt P&C Häuser an 68 Standorten, außerdem zwei in Belgien, drei in den Niederlanden und eins in der Schweiz. Die Peek & Cloppenburg KG, Wien führt weitere 44 Standorte in Österreich, Polen, Kroatien, Slowakei, Slowenien, Bulgarien, Tschechien, Ungarn, Rumänien, Lettland und Litauen. Die Peek & Cloppenburg KG, Düsseldorf beschäftigte im Jahr 2014 über 13.000 Mitarbeiter.

Karriere bei P&C Düsseldorf. Das Unternehmen legt wert auf eine Kultur, die getragen ist von Begeisterung für Mode und Leidenschaft für den Handel, aber auch von kollegialem Zusammenhalt, einem hohen Leistungsanspruch und der Bereitschaft, Verantwortung zu übernehmen.

An der firmeneigenen „Academy“ finden Veranstaltungen mit internen und externen Referenten statt, die Wissenstransfer gewährleisten, den Nachwuchskräften Möglichkeiten zum Networking sowie Einblicke in Schnittstellenbereiche bieten.

Wichtig für die Karriereentwicklung ist auch das Feedback in regelmäßig stattfindenden Beurteilungsgesprächen.

Junior Professionals. Das Unternehmen sucht je nach freier Position Nachwuchsführungskräfte mit beruflicher Erfahrung. Insbesondere im Verkauf und in den Zentralbereichen, zu denen unter anderem Finanz- und Rechnungswesen, Controlling, Marketing sowie die Abteilung Strategie und Projektorganisation gehören, be-

stehen Chancen für akademische Junior Professionals, die auch aus anderen Branchen kommen können. Für sie eignet sich insbesondere der Direkteinstieg im Verkauf über das Führungsnachwuchsprogramm, das ganz individuell jederzeit starten kann.

Hochschulabsolventen. Jedes Jahr stellt P&C motivierte Hochschulabsolventen ein. Gute Chancen haben Abgänger aller wirtschaftswissenschaftlichen Fächer sowie Absolventen von Modeschulen. Neben guten Examina sollten die Bewerber bereits Praktika in relevanten Bereichen gemacht haben. Es zählen aber auch Initiative und gesellschaftliches Engagement der Kandidaten: Wer Auslandsaufenthalte und Einsatz außerhalb seines Studiums vorweisen kann, ist klar im Vorteil.

Hochschulabsolventen steigen am 1. April oder am 1. Oktober über ein 18-monatiges Traineeprogramm ein. Dabei können sie den Schwerpunkt legen auf den Einkauf, den Verkauf oder die Zentrale. Im Einkauf steht nach drei Monaten Einarbeitung im Verkauf und drei Monaten im Einkauf sowie zwölf Monaten in einer Führungsposition im Verkauf am Ende der Einstieg in die Position des Retail Buyers. Da dieser eigene Budgets verantwortet, Sortimente einkauft und Führungskraft auf der Fläche ist, muss er ein ausgeprägtes Trendgepür und Stilempfinden haben, aber auch analytisch denken können sowie zahlenaffin, flexibel und durchsetzungsstark sein.

Auch das Traineeprogramm Verkauf beginnt mit einer dreimonatigen Einarbeitung im Verkauf. Danach stehen weitere zwölf Wochen an, die der Trainee im Einkauf mitarbeitet oder einen Geschäftsleiter begleitet, um dann ein Jahr in einer Führungsposition im Verkauf zu verbringen. Das Ziel ist es hier, zum Ende des Programms als Store Manager zum Unternehmer im Unternehmen zu werden. Der Geschäftsleiter führt dann „sein“ Verkaufshaus als Profitcenter und ist

Jobguide



damit für die Führung der Mitarbeiter und den gesamten Auftritt des Hauses verantwortlich.

Wer sich für das Traineeprogramm Zentrale entscheidet, lernt auch zunächst einmal für je drei Monate das Geschäft an der Basis im Verkauf und Einkauf kennen, um dann ein Jahr in dem gewählten Schwerpunktbereich, also im Controlling, Finanz- und Rechnungswesen, Marketing, Supply Chain Management, in HR oder der Abteilung Strategie und Projektorganisation zu verbringen. Ziel ist hier die Position des Associate Managers in einem der Zentralbereiche.

Neben dem Traineeprogramm gibt es aber auch die Chance zum Direkteinstieg in den Zentralbereichen, bei Anson's oder in der International Brands Company. Auch die Tochtergesellschaft Fashion ID schreibt regelmäßig in den Bereichen Online Marketing, Fashion Content, Webdesign, Operations E-Com, in der Logistik und in der Abteilung Business Development Stellen für Direkteinsteiger aus.

Das Einstiegsgehalt variiert je nach Studienabschluss und Qualifikation.

Abschlussarbeiten. P&C unterstützt unternehmensrelevante Themen im Rahmen von Bachelor- und Master-Abschlussarbeiten. Interessierte Studenten sollten einen Themenvorschlag machen. Dann wird individuell geprüft, ob eine Betreuung erfolgen kann und das Thema bisher noch nicht bearbeitet wurde. Vielfach ergibt sich eine Themenidee im Laufe eines Praktikums. Die Autoren der Arbeiten müssen nicht vor Ort im Unternehmen sitzen oder mitarbeiten, werden aber während der Erstellung der Arbeit mit einer Aufwandsentschädigung unterstützt.

Praktika. P&C stellt 2016 für circa 150 Studierende Praktikumsplätze zur Verfügung. Sie können nach dem zweiten Fachsemester

Ausgeprägtes Stil- und Geschmacksempfinden ist wichtig für alle Bewerber.

für mindestens zwei und längstens sechs Monate in Zentralbereichen wie dem Finanz- und Rechnungswesen, Controlling, Personal, Marketing, in der Strategie und Projektorganisation oder in einem Verkaufshaus einsteigen.

Für Auslandspraktika kommen nur Bewerber in Frage, die die jeweilige Landessprache sprechen. Praktikanten, die den Bachelorabschluss noch vor sich haben, erhalten monatlich 800 Euro brutto sowie einen Personalrabatt. Wer den Bachelor schon in der Tasche hat, bekommt 1.470,50 Euro im Monat.

Eine Besonderheit ist das Junior-Traineeprogramm, für das es jährlich etwa 25 Plätze gibt: Bereits während des Studiums können die Trainees als studentische Aushilfe Praxiserfahrung sammeln und haben dann nach erfolgreichem Studienabschluss die Chance auf einen Direkteinstieg als Abteilungsleiter. Bewerber sollten noch im ersten Studienabschnitt sein.

BEWERBEN

Mit Bezug auf den Jobguide über das Jobportal

ANSPRECHPARTNER

Traineeprogramme Verkauf und Einkauf:

Tanja Vellekoop

Traineeprogramm Zentrale: Bettina Wolters

Abschlussarbeiten, Praktikanten:

Dr. Maria Schmitz-Hüser

Azubis/Kaufleute für Büromanagement: Saskia Falk

Azubis/Gestalter für visuelles Marketing und Handelsfachwirt:

Anna Engels

Azubis/Kaufleute im Einzelhandel und Duales Studium:

Barbara Weschenbach

Schulpraktikanten richten sich direkt an ein Verkaufshaus

Alle Emails: karriere@peek-cloppenburg.de

AUSWAHLVERFAHREN

Bei Trainees: Auswahltag; ggf. Praxistag, Videointerview, Besuch im Fachbereich, Telefongespräch



P&C auf Facebook



Xing



LinkedIn



DAS TRAINEEPROGRAMM VON P&C FÜR ABSOLVENTEN



Wer sich im Job gut entwickeln will, braucht den bestmöglichen Karrierestart: Das Traineeprogramm von P&C bereitet talentierte Absolventen in 18 Monaten auf eine Laufbahn im Einkauf, Verkauf oder in unserer Unternehmenszentrale vor. Wir bieten Ihnen ein spannendes Arbeitsumfeld im Handel, in dem Sie früh Verantwortung übernehmen können. Dazu profitieren Sie von begleitenden Seminaren, besten Entwicklungsmöglichkeiten, individueller Betreuung, persönlichem Mentoring und einem überdurchschnittlichen Gehalt.

peek-cloppenburg.de/karriere 
facebook.com/peekcloppenburgkarriere 
youtube.com/PuCKarriere 
karriereblog.peek-cloppenburg.de 

Peek&Cloppenburg



MEISTGESUCHTE QUALIFIKATIONEN

Einkauf/Category Management/Ware	++
Logistik/Supply Chain	++
Personal	++
IT	++
Controlling	++
Qualitätssicherung	++
Recht/Compliance	++
Steuern/Finanzen	+
Strategie	+
Vertrieb	+
Marketing	+
Revision	+
Immobilien	+

Die Gesellschaft. Zu den „stärksten Trends“ im Lebensmittelhandel, sagte Rewe Group-Chef Lionel Souque der Wirtschaftswoche, gehöre das Wachstum des Convenience-Geschäftes. Viele Menschen würden in Zukunft noch öfter unterwegs essen und sich bei Bäckern, an Tankstellen, an Flughäfen und Bahnhöfen mit schnellem Essen versorgen. Aus diesem Grund initiierte der Franzose, der seit 2017 an der Spitze der Rewe Group steht, 2019 die Übernahme des Großhändlers Lekkerland, der auf die Belieferung von Tankstellen, Kiosken und Schnellrestaurants spezialisiert ist. Vor allem aufgrund der kleinteiligen Logistik, die Lekkerland beherrscht, erhofft sich Souque davon einen weiteren Schub in der über 90-jährigen Wachstumsgeschichte der Rewe Group.

Diese nahm damit ihren Anfang, dass sich seit Ende des 19. Jahrhunderts kleine, selbstständige Lebensmitteleinzelhändler zu regionalen Einkaufsgenossenschaften zusammenschlossen, um bessere Einkaufskonditionen bei Herstellern zu bekommen. So konnten sie sich des Wettbewerbs der damals aufkommenden Kaufhäuser und Filialbetriebe besser erwehren. Als sich dann 1927 im Rheinland 17 dieser Einkaufsgenossenschaften von Lebensmittelhändlern zum „Revisionsverband

der Westkaufgenossenschaften (ReWe)“ zusammenschlossen, war dies der Startschuss zu einem Unternehmen, das sich nach dem zweiten Weltkrieg zu einem der größten deutschen Handelskonzerne weiterentwickelte.

Neben den selbstständigen Kaufleuten, die ihre eigenen Rewe-Märkte als unabhängige Unternehmer betreiben, entstanden seit Anfang der 1970er-Jahre verstärkt Filialbetriebe, die von der Rewe Group direkt geführt werden. Seit 1988 entwickelte sich dann die Touristik zum zweiten Geschäftsfeld, das inzwischen in der DER Touristik gebündelt ist.

Dienstleistungen und Marktbedeutung. Mit einem Umsatz von über 61 Milliarden Euro im Jahr 2018 ist die Rewe Group einer der führenden Handels- und Touristikkonzerne in Europa. Und Lekkerland brachte weitere 12,4 Milliarden Euro Umsatz in die Rewe-Familie ein.

Die Gruppe gliedert ihre Vertriebslinien in die Kategorien Handel Deutschland, Handel International, Fachmarkt, Touristik und Sonstige.

In Deutschland ist das Unternehmen mit Supermärkten unter den Marken Rewe, Rewe City, Rewe Center und der Vertriebslinie

Bedarf an Berufserfahrenen besteht in der Kölner Zentrale im Prinzip in allen Funktionen – vor allem in der IT und im Category Management.



Nahkauf, dem Discounter Penny, dem Convenience-Markt Rewe to go, dem Online-Lieferdienst Rewe.de, den Toom Baumärkten, der Metzgerei-Marke Wilhelm Brandenburg, der Glockenbäckerei sowie dem Großhändler Lekkerland vertreten. Allein aus dem deutschen Markt kommen über 43 Milliarden Euro, also über zwei Drittel des Gesamtumsatzes.

Im Lebensmittelhandel ist Rewe nach dem LZ Retailytics-Ranking der Lebensmittelzeitung die Nummer zwei in Deutschland und steht mit 14,7 Prozent Marktanteil gleichauf mit der Schwarz-Gruppe.

Über 28 Prozent seines Gesamtumsatzes erzielt das Unternehmen bereits außerhalb des deutschen Heimatmarkts: In neun Ländern Europas, vor allem in Osteuropa, ist die Rewe Group mit Billa-Märkten und Penny-Discountern vertreten. In Österreich gehören außerdem die Merkur-Verbrauchermärkte, die Adeg-Märkte sowie die Bipa-Drogerien zur Gruppe. Bipa ist außerdem in Kroatien anzutreffen und die Iki-Märkte in Litauen.

Zum Geschäftsfeld Touristik gehören 17 große Reiseveranstalter, darunter DerTour, ITS, Jahn Reisen, Kuoni, Apollo, Meier's Weltreisen und ADAC Reisen und über 2.400 Reisebüros. Sie werden ergänzt durch 30 Spezial-Reiseanbieter wie Kirker und Manta Reisen, die sich auf kleinere, anspruchsvolle Zielgruppen konzentrieren.

Im Geschäftsfeld „Sonstige“ sind die beiden IT-Dienstleister Rewe digital und Rewe Systems untergebracht, aber auch Spezialanbieter wie Zoo Royal, Kölner Weinkeller und Weinfreunde.

Standorte und Mitarbeiter. International arbeiten bei der Rewe Group über 360.000 Beschäftigte in 22 Ländern. In Deutschland sind es mehr als 254.000 Mitarbeiter.

Einstieg als Professional. Bedarf an erfahrenen Experten und Führungskräften hat die Zentrale der Rewe Group in Köln im Prinzip

KARRIERE-FAKTOREN

Teilzeitmodelle	+
Frauenförderung	+
Kinderbetreuung	+
Betriebssport	+
Betriebliches Gesundheitsmanagement	+
Auslandsentsendung Langzeit	+
Internationale Kurzzeit-Einsätze	-
Mitarbeiterbeteiligung	-
Fixe + variable Vergütung	+
Betriebliche Altersversorgung	+
Unterstützung von Dr./MBA/Berufsexamina	+
Coaching/Mentoring	+
Firmeneigene Akademie	+
Interdisziplinäre Teams	+
Interkulturelle Teams	+
Möglichkeit zur Partnerschaft	+
Frauenanteil an Führungspositionen (D)	42 %
Akademikerquote an Belegschaft	23,5 %

in allen Funktionen. Offene Stellen gibt es sowohl im Finanz- und Rechnungswesen als auch im Immobilienmanagement, im Marketing, dem Personalwesen, in der Strategie und Unternehmensentwicklung sowie im Einkauf und Category Management. Sehr viele Stellen sind zu besetzen in der Logistik, der IT und dem Bereich Ecommerce.

Karriereentwicklung. Über 70 Prozent seiner Führungskräfte entwickelt das Unternehmen aus den eigenen Reihen. Die Tür bleibt also auch offen für Quereinsteiger. Überdies ist die Führungsrolle nicht die einzige Karriereoption, denn es gibt grundsätzlich drei verschiedene Karrieremodelle: Die Linien-Laufbahn ist der klassische Karriereweg, der in Positionen mit Personalverantwortung führt. Die Fach-Laufbahn ist vorgesehen für Mitarbeiter, die nicht auf Führungsaufgaben aus sind, sondern lieber ihr Expertenwissen erweitern und damit Kunden und Kollegen beraten. Eine Art Mittelweg stellt die Projektleiter-Laufbahn dar, bei der immer für eine begrenzte Zeit die Verantwortung für Projekte übernommen wird und mit dem Karriere-Fortschritt die Dimension und Bedeutung der Projekte steigt.

Die Rewe Group Management Akademie bietet für Potenzialträger – egal ob Spezialisten oder angehende Führungskräfte – eine modular aufgebaute, einjährige Qualifizierung. Dabei geht es darum,

Jobguide



Kompetenz in Führung und Strategie aufzubauen durch einen Wechsel von Lern- und Umsetzungsphasen sowie den Austausch in Seminargruppen und bei jährlichen Netzwerktreffen.

Für die obere Führungsebene wurde zusätzlich „myCampus“ geschaffen, wo konzernübergreifend in Präsenztrainings, Vorträgen und Coachings die Qualifizierung der Top-Etage vorangetrieben wird. Wer neu ins obere Management einsteigt, nimmt an dem Programm „Check in – Rewe Group in zwei Tagen“ teil und erhält von internen Experten und Führungskräften einen Überblick über Strukturen, Prozesse, Themen und Verantwortlichkeiten in der Gruppe.

Wer gerne ins Ausland möchte, hat dazu im Rahmen von mehrjährigen Assignments die Gelegenheit. Vielfach führen diese Auslandsentsendungen in die regionalen Zentralen in Osteuropa oder im asiatischen Raum.

Frauenkarrieren fördert die Rewe Group auf zweierlei Weise: Das Förderprogramm „Women's drive“ stellt Frauen, die erste Führungserfahrung sammeln, einen Coach aus dem Kreise der langjährig erfahrenen Führungskräfte zur Seite. Darüber hinaus bietet „Fernnetz“ eine Plattform für Frauen in fachlichen oder Führungsrollen, die sich austauschen und gemeinsam Seminare veranstalten.

Vergütung und Sozialleistungen. Neben dem Fixgehalt, das in den Managementfunktionen durch eine erfolgsorientierte Komponente ergänzt wird, bietet das Unternehmen eine Reihe von Mitarbeiterbatten und eine betriebliche Altersversorgung in Form einer Pensionskasse an, bei der Gehaltsbestandteile umgewandelt werden.

Um die Balance zwischen Familie und Beruf zu ermöglichen, gibt es nicht nur flexible Arbeitszeiten und Teilzeitangebote, sondern auch Sabbaticals, bei denen Mitarbeiter sich unter bestimmten Voraussetzungen innerhalb eines Jahres ohne Angabe von Gründen bis zu sechs Monate vollständig freistellen lassen können.

Durch eine Zusammenarbeit mit der Arbeiterwohlfahrt können Mitarbeiter Unterstützung bei der Suche nach Kita-Plätzen in Anspruch nehmen oder sich Tagesmütter, Kinderfrauen und Au-Pairs vermitteln lassen. In persönlichen Krisensituationen wie Scheidung, Schulden, Krankheit, Todesfall oder Pflegefällen stehen geschulte Rewe-Kollegen als Ansprechpartner mit Beratungsangeboten bereit.

Wer morgens vor der Arbeit oder nach Feierabend Sport machen möchte, kann sich zu den quartalsweise ausgeschriebenen Betriebssport-Kursen anmelden, die im Unternehmen selbst stattfinden. Außerdem gibt es für alle eine vergünstigte Mitgliedschaft in einem Fitnessstudio.



BEWERBEN

über die Karriereseite
karriere.rewe-group.com

ANSPRECHPARTNER

Recruiting Center, bewerbung@rewe-group.com, 02 21-1 49-71 10

AUSWAHLVERFAHREN

Telefonisches und persönliches Interview, bei einigen Positionen zusätzlich ein Assessment Center

Rewe Group auf





Die REWE Group sucht mehr
Mitarbeiter (m/w/d) in Köln.

Jetzt online bewerben!

karriere.rewe-group.com





Her mit den Mäusen!

Tarifvereinbarung hin, Arbeitsvertrag her. Wer sich für seine Arbeit gut bezahlt fühlen will, muss langfristig selbst die Initiative ergreifen und das Gespräch mit dem Chef suchen. Job-guide-Gehaltsexpertin Ulrike Heitze erklärt, wie sich Einkommen generell zusammensetzen und wie eine Gehaltsverhandlung erfolgreich wird.

Wie wichtig sind Gehaltsverhandlungen?

Sehr. Vergütungsexperten sind sich einig, dass für qualifizierte Positionen Tarifverträge immer weiter an Bedeutung verlieren und bald jeder nur noch das verdient, was er sich selbst eingehandelt hat. Mittlerweile ist es in vielen Unternehmen Usus, für Fach- wie für Führungskräfte Ziel- und Bonusvereinbarungen zu schließen und Jahresgespräche zu führen. In dem Zusammenhang wird dann ohnehin regelmäßig über Leistung und Gehalt gesprochen.

Und schon aus Karrieregründen sollte man das Thema gelegentlich beim Chef aufs Tapet bringen, denn die Diskussion übers Gehalt ist ein Teil der Selbstvermarktung und gehört mit zum Job. Die Wertigkeit eines Mitarbeiters wird nach wie vor wenig charmant in Geld bemessen: Wer wenig verdient, ist weniger angesehen. Wer nie Ansprüche anmeldet, wird auch nie in seinem Wert wahrgenommen. Deshalb dienen Gehaltsgespräche nicht nur dem finanziellen Weiterkommen, sondern auch der Imagebildung – und sollten entsprechend professionell angegangen werden.



AZUBI-GEHÄLTER NACH TARIF

Branche	West	Ost
Anlagenmechaniker/-in	951	939
Automobilkaufleute (Industrie)	762	589
Bankkaufleute	964	964
Bauzeichner/-in	739	666
Bürokaufleute (Industrie)	877	802
Elektroniker/-in Automatisierungstechnik	947	936
Elektroniker/-in Maschinen- und Antriebstechnik (Industrie)	955	939
Fachinformatiker/-in	891	835
Groß- und Außenhandelskaufleute	818	764
Informatikkaufleute	888	816
Industriekaufleute	924	866
Konstruktionsmechaniker/-in	957	939
Mechatroniker/-in	947	936
Mediengestalter/-in (Digital/Print)	877	840
Medienkaufleute (Digital/Print)	798	774
Mediz. Fachangestellte/-r (Freie Berufe)	730	730
Metallbauer/-in	642	520
Systemelektroniker/-in	624	580
Tourismuskauflaute	642	642
Vermessungstechniker/-in (Öffentl. Dienst)	878	878

Ausgewählte Lehrberufe, Durchschnittsangaben pro Monat in Euro für das erste Lehrjahr, Stand: 2016 Quelle: Bundesinstitut für Berufsbildung, Bonn

Wonach bemisst sich das Gehalt?

Das Gehaltsniveau in Unternehmen ist hierzulande stark beeinflusst von drei Faktoren: der Unternehmensgröße, der Region und der Branche. Schwanken die Gehälter in vergleichbaren Positionen ohnehin schon um bis zu 20 Prozent – je nachdem zum Beispiel, wie man sich im Gehaltsgespräch geschlagen hat –, so werden sie durch diese Kriterien noch mal kräftig auseinander gezogen.

Am stärksten schlägt dabei die Unternehmensgröße durch: je größer, desto besser wird verdient. Das liegt zum einen daran, dass große Unternehmen mehr Hierarchiestufen haben, zum anderen, weil die Teams und damit die Personalverantwortung größer sind. Der Vergütungsspezialist Compensation Partner hat zum Beispiel ermittelt, dass ein BWL-Trainee in einer Firma mit weniger als 100 Angestellten im Durchschnitt 28.900 Euro pro Jahr verdient. Ein Unternehmen mit bis zu 1.000 Beschäftigten würde ihm für den gleichen Job schon 6.300 Euro mehr zahlen. Und in Läden mit mehr als 1.000 Mitarbeitern kann er im Schnitt sogar mit 42.800 Euro rechnen.

Allein schon dieser Umstand ist Grund genug, bei jeder einzelnen Bewerbung den Gehaltswunsch zu überdenken und entsprechend dem potenziellen Arbeitgeber neu zu recherchieren. Fatal wäre es, immer mit den gleichen Forderungen ins Gespräch zu gehen.

Wie schlägt sich die Region nieder?

Im europäischen Vergleich zwar eher moderat ausgeprägt, ist das regionale Gefälle bei den Einkommen in Deutschland aber dennoch ein Faktor, den man bei Gehaltsgesprächen im Hinterkopf haben sollte. Denn: Wer sich bei einem Wechsel „vom Land“ in eine Hochpreisstadt wie München, Hamburg oder Frankfurt zu billig einkaufen lässt, kriegt später Probleme mit der Finanzierung seines Alltags. Grundsätzlich gilt: Im Süden wird besser bezahlt als im Norden, im Westen besser als im Osten und in der Stadt mehr als auf dem platten Land. Die Online-Jobbörse Stepstone nimmt in ihrem Gehaltsreport 2017 eine Vierteilung Deutschlands vor: Die Bundesländer mit dem niedrigsten Gehaltsniveau sind danach alle Ost-Bundesländer außer Berlin. Etwas besser, aber immer noch unterdurchschnittlich wird in Niedersachsen, Berlin und Schleswig-Holstein verdient. Ein leicht überdurchschnittliches Gehaltsniveau haben Hamburg, Bemen, das Saarland und Rheinland-Pfalz. Die höchsten Gehälter werden grundsätzlich in Hessen, Bayern, Baden-Württemberg und Nordrhein-Westfalen gezahlt. Wie stark die regionalen Unterschiede jeweils ausgeprägt sind, hängt von der Branche ab, aber die Tendenz ist überall in etwa gleich.

Welchen Einfluss hat die Wahl der Branche?

Neben der Firmengröße und der Region spielt die Branche bei der Einkommenshöhe eine entscheidende Rolle. Zum einen, weil es den Wirtschaftszweigen unter-



schiedlich gut geht, zum anderen, weil sie sich historisch bedingt unterschiedliche Gehaltsniveaus leisten. Ein Beispiel: Nach Erhebungen der VDI-Nachrichten kann ein Ingenieur als Einsteiger im Fahrzeugbau mit rund 50.300 Euro rechnen. Für die gleiche Position wären im Baugewerbe 41.500 Euro zu bekommen. Zu den Gutbezahlter-Branchen mit überdurchschnittlichen Gehältern zählen traditionell: Banken und Finanzdienstleister, Pharma-, Chemie- und Biotechbranche, Medizintechnik, Automobil, Luftfahrt- und Halbleiterindustrie, IT und Elektrotechnik, Anlagen- und Maschinenbau, Kosmetik und Konsumgüter, Unternehmensberatung, Energieunternehmen und Versicherer. Im guten Mittelfeld liegen Medien und Presse, Bekleidung, Textil und Handel, Teile der Bauwirtschaft sowie die Telekommunikation.

Chronisch schwach auf der Brust sind die Gehälter in Werbung und PR, Logistik, Steuerberatung und Wirtschaftsprüfung (sofern man nicht gerade bei den Großen der Branche landet), Personalberatung, öffentlichem Dienst, Touristik, Recht sowie Zeitarbeit, Handwerk, Gastronomie und Hotellerie. Grundsätzlich schlagen sich die Branchenunterschiede stärker in den Gehältern sehr spezialisierter Positionen wie im Vertrieb, in Forschung und Entwicklung oder in der Konstruktion nieder. Branchenübergreifende Funktionen wie Personal sind weniger stark betroffen. Da orientieren sich Unternehmen nicht so stark an der eigenen Branche, sondern am Gesamtmarktsmarkt.

Ingenieure auf Stellensuche treffen es in Sachen Gehalt derzeit in den Bereichen Chemie und Pharma am Besten. Dort verdient nach einer Studie der VDI-Nachrichten ein Projektingenieur mit Berufserfahrung im Schnitt rund 59.200 Euro. Auf den weiteren Plätzen der Vergütungshitliste folgen der Fahrzeugbau mit 56.800 sowie die IT mit 54.400 Euro und die Elektronik/Elektrotechnik mit rund 53.800 Euro. Schlusslichter bei der Vergütung der Ingenieure bleiben traditionell das Baugewerbe und die Ingenieur- und Planungsbüros mit 45.000 beziehungsweise 44.600 Euro.

Warum verdienen Frauen weniger?

Wenn man ganz böse sein will: weil sie selber schuld sind. Personal berichten, dass Frauen sich für den gleichen Job oft zehn bis 15 Prozent billiger einkaufen lassen als Männer, eine McKinsey-Studie hat sogar mal 20 Prozent ermittelt. Das fängt schon beim Berufseinstieg an: Gehen Absolventinnen im Schnitt von einem Monatsbrutto von 2.800 Euro aus, gehen die Kommilitonen mit 3.460 Euro vor Augen ins Rennen. Und auch später in Gehaltsverhandlungen mit dem Chef sind Frauen schneller zufrieden als Männer, wie Studien und Berichte von Personalverantwortlichen zeigen.

Aber natürlich ist das nur eine Seite der Wahrheit. Fakt ist auch, dass Frauen durch Babypausen oder Teilzeitjobs wertvolle Karrierezeit „verlieren“ und in dieser Zeit diverse Gehalts- und Beförderungsrunden aussetzen. Darüber hinaus begeistern sie sich öfter für schlechter bezahlte Branchen und Berufsbilder oder landen in kleineren Firmen.

Das alles erklärt gewisse Gehaltsungerechtigkeiten dennoch nicht: Nur zwei Drittel des sogenannten Gender Gaps von 21 Prozent lassen sich auf Elternzeit & Co. zurückführen, ein Drittel – also ganze sieben Prozent Gehaltsdefizit – bleibt „mysteriös“. Tröstlich: Je höher der Job in der Hierarchie angesiedelt ist, desto geringer fielen die Gehaltsunterschiede aus, stellt die Managementberatung Kienbaum fest.

Und insgesamt erkennen sie über die Jahre hinweg einen Trend zur Besserung. Umso wichtiger gerade für Frauen, immer wieder Gehaltsverhandlungen zu führen.

Um welche Beträge geht's im Jobgespräch?

In der Regel wird über Jahresgehälter verhandelt, manche Unternehmen rechnen Weihnachts- und Urlaubsgeld in diese Summe ein, andere nicht. Die exakte Zusammensetzung sollte man daher vor Vertragsunterschrift unbedingt klären, weil ein Missverständnis leicht ein paar Tausend Euro pro Jahr kostet. Ebenso zu vereinbaren: Gibt es leistungsabhängige Boni? Welche Leistung wird dafür erwartet? Erscheint sie Ihnen realistisch und annähernd erfüllbar? Gibt es Altersvorsorge, Jobticket, Kantinenzuschuss oder ähnliches?

Welche Rolle spielen variable Gehälter?

EINSTIEGSGEHÄLTER* FÜR HOCHSCHULABSOLVENTEN

Branche	unteres Quartil**	Mittelwert**	oberes Quartil**
Banken	43.000	50.000	58.000
Automobil	43.000	48.000	53.000
Pharma/Healthcare	43.000	48.000	53.000
Unternehmensberatung	42.000	48.000	51.000
Luft- und Raumfahrt	41.000	48.000	53.000
Finanzdienstleistung	39.000	48.000	53.000
Chemie/Verfahrenstechnik	40.000	48.000	53.000
Elektrotechnik	39.000	47.000	52.000
Versicherungswirtschaft	39.000	46.000	49.000
Anlagenbau	39.000	46.000	49.000
Maschinenbau	39.000	45.000	49.000
Energiewirtschaft	38.000	45.000	50.000
Stahlindustrie	39.000	45.000	50.000
Konsumgüterindustrie	39.000	44.000	50.000
Telekommunikation	38.000	44.000	48.000
IT	37.000	43.000	46.000
Steuerber./Wirtsch.prüfung	37.000	42.000	47.000
Transport, Logistik, Verkehr	36.000	41.000	44.000
Forschung	36.000	41.000	44.000
Handel	33.000	39.000	43.000
Bauindustrie	33.000	38.000	42.000
Medien	30.000	37.000	42.000
Tourismus	27.000	33.000	38.000
Marktforschung/Werbung	27.000	33.000	36.000

* Jahresgehalt in Euro, gerundet. Quelle: Absolvenda.de/Statista.de, 2017

** Unteres/Oberes Quartil = Ein Viertel der Befragten verdient schlechter/besser. Mittelwert (Median) = Jeweils die Hälfte verdient schlechter/besser.



Seit einigen Jahren auf dem Vormarsch ist die variable Vergütung. Waren es früher nur leitende Angestellte, die erfolgsabhängige Boni oder Prämien bekamen, hat sich dieser Vergütungsbaustein auch bei Fachkräften mittlerweile etabliert.

Eine Kienbaum-Studie ergab, dass aktuell 92 Prozent der der Mitarbeiter aus den oberen Führungsetagen, 84 Prozent der Manager und auch 75 Prozent der operativen Mitarbeiter teilweise variabel – also geknüpft an berufliche Erfolge – bezahlt werden. Allerdings fallen die Anteile sehr unterschiedlich aus: Während im Topmanagement fast ein Viertel des Einkommens nicht fix ist, sind es bei Führungskräften 13 Prozent des Verdienstes. Bei Spezialisten machen Boni & Co rund 11 Prozent des Gesamtpakets aus. In einigen Funktionen, wie Marketing oder Vertrieb, können es aber auch mehr sein.

Grundsätzlich gilt: Im ersten Berufsjahr fallen variable Gehaltsbestandteile wie Prämien oder Bonuszahlungen noch eher gering aus, außer möglicherweise bei Marketing- und Vertriebsjobs. Aber ab dem zweiten Jahr etablieren sich immer mehr variable Vergütungsbestandteile, die nur bei Erreichen einer bestimmten individuellen Leistung oder einem geplanten Erfolg des Unternehmens gezahlt werden.

Leider neigt so manch geiziger Chef dazu, die Trauben so hoch zu hängen, dass es unmöglich ist, die volle Prämie zu bekommen. Hier sollte man – sofern machbar – frühzeitig gegensteuern und auf Ziele pochen, die mit ein bisschen Anstrengung (die darf der Chef schon verlangen) auch zu schaffen sind. Clever sind Teilziele: Wer zum Beispiel 50 Prozent der Anforderung geschafft hat, erhält 50 Prozent der Prämie etc. Um sich bei der Zielerfüllung nicht allzu sehr zu verzetteln, sollte man nicht mehr als etwa fünf Ziele vereinbaren.

Weil die jüngere Mitarbeiter-Generation aber nicht so besonders scharf auf variable Vergütungen ist, hat das Boni-Tempo etwas nachgelassen. Mitarbeiter pochen wieder deutlich öfter aufs Festgehalt und verzichten dafür auf hohe Boni. Und viele Unternehmen kom-

men diesen Wünschen auch verstärkt nach.

Was kann ein Jobwechsel bringen?

Vor Jahren war es ziemlich normal, dass man sich beim Jobwechsel auch finanziell deutlich verbesserte. Das ist heutzutage nicht mehr die Regel, sondern hängt sehr vom Einzelfall ab. So hat in manchen Branchen wie etwa bei den Banken und im Fahrzeug- und Maschinenbau zwischenzeitlich mal eine mehr oder weniger große „Gehaltskorrektur“ bei den Neueinstellungen getobt, die die Unternehmen nun in unterschiedlichem Tempo aufholen. Und noch ist auch nicht bei allen der Fachkräftemangel angekommen, der die Gehälter nach oben treibt. Besonders wenn sich sehr Berufserfahrene nochmal umorientieren, kann es deshalb möglich sein, dass sie im neuen Job nur schwer auf gleichem Niveau anknüpfen können, geschweige denn einen großen Einkommenssprung hinlegen. Eine gute Vorrecherche zum aktuellen Gehaltsniveau in der angepeilten Branche ist da hilfreich. Manche Branchen sind auch so stark im Wandel begriffen – etwa durch technologische oder strukturelle Entwicklungen –, dass es vor allem von der Passgenauigkeit des Bewerbers abhängt, wie viel für eine neue Stelle drin ist.

Je spezialisierter die Stelle und je seltener und stimmiger der Bewerber, desto größer die Chancen auf das lange Ende der Wurst. Deshalb: Argumentieren Sie mit dem speziellen Mehrwert, den Sie durch Ihre Berufserfahrung für genau diesen einen Job mitbringen!

Muss der Gehaltswunsch in die Bewerbung?

Fordert eine Stellenanzeige einen Gehaltswunsch, wäre es dumm, die Bitte zu ignorieren. Formulieren Sie kurz und bündig wie etwa „Ich möchte rund xy Euro verdienen“ oder „Mein Gehaltswunsch liegt bei etwa xy Euro, wobei ich diesen Betrag vom Aufgabenumfeld abhängig mache.“ Natürlich kann man sich auch über den Wunsch hinwegsetzen, muss aber damit rechnen, dass das den Personaler verärgert und man sich rauskegelt, bevor es richtig losgeht. Ist man der heiß begehrte Kandidat schlechthin, wird der Personaler darüber hinwegsehen, aber in engen Jobmärkten macht man sich damit nur selbst das Leben schwer. Viele Personalabteilungen telefonieren bei interessanten Bewerbern dem noch offenen Gehaltswunsch nach. Ergo hat man durchs Weglassen nichts gewonnen, außer dass der Personaler mehr Arbeit hat. Überflüssig.

Wann geht's im Jobgespräch ums Gehalt?

Wurde bis zum Ende des ersten Treffens das Gehalt von Seiten des Unternehmens noch nicht angesprochen, bringen Sie es aufs Tapet, ohne es groß auszuwalzen oder gar eine Zahl in den Raum zu werfen. Ein neutrales „Ich nehme an, die vertraglichen Konditionen werden wir in unserem zweiten Termin besprechen“ reicht. Ziel des Ganzen ist lediglich, dem Personaler zu signalisieren, dass man dem Thema die nötige Wichtigkeit beimisst. Richtig verhandelt wird in der Regel erst beim zweiten Termin. Bis dahin soll sich das Unternehmen erst mal so richtig in Sie verlieben und Sie unbedingt haben wollen. Das bessert Ihre Chance auf ein brauchbares Einstiegsgehalt.

Was, wenn der Personaler nach dem Gehaltswunsch fragt?

Farbe bekennen und eine Summe nennen. Bevor Sie aber eine Zahl in den Ring werfen, sollten Sie sorgfältig recherchieren, wie die Branche zahlt, wie solch eine Position vergütet wird und wie es der Firma geht. Zapfen Sie möglichst viele Quellen an. Die Infos brauchen Sie auch, um ein Angebot der Firma einschätzen und Einwände des Personalers gegen Ihre Zahlen parieren zu können. Wichtig: Wischiwaschi-Wünsche – „Irgendetwas zwischen 35.000 und 50.000 Euro“ – sind wenig hilfreich und auch klein kariertes Feilschen um den letzten Euro kommt ganz schlecht an.

Darf ich schummeln, wenn der Personaler nach meinen früheren Gehalt fragt?

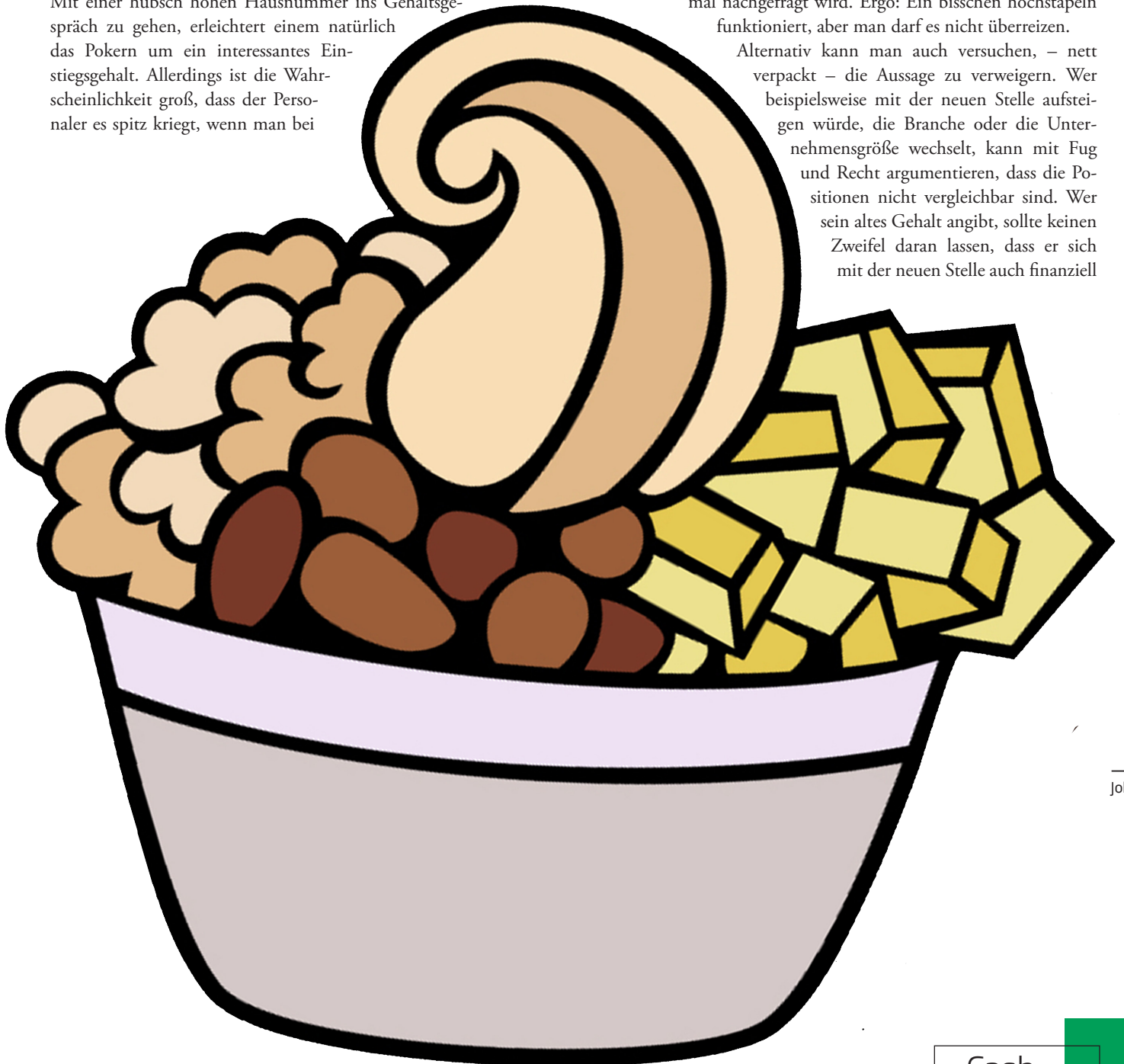
Mit einer hübsch hohen Hausnummer ins Gehaltsgespräch zu gehen, erleichtert einem natürlich das Pokern um ein interessantes Einstiegsgehalt. Allerdings ist die Wahrscheinlichkeit groß, dass der Personaler es spitz kriegt, wenn man bei

den früheren Bezügen ordentlich übertreibt. Die Unternehmen wissen in der Regel zumindest grob, was die Konkurrenz so zahlt. Und spätestens beim Jobantritt, wenn die Personalabteilung die Steuer- und Sozialversicherungsdaten erhält, werden allzu große Flunkereien auffallen. Lügen haben dann mitunter verdammt kurze Beine. Das macht keinen guten Eindruck während der Probezeit.

Zum Glück ist der Gehaltsbegriff aber ein bisschen dehnbar, denn neben Grundgehalt und Boni etc. werden oft ja auch noch Altersvorsorge, Vermögenswirksame Leistungen, Kindergartenbeiträge oder Tankgutscheine gezahlt. Solche Sachleistungen machen aktuell 14 bis 15 Prozent der Gesamtvergütung bei Fachkräften aus, schreibt das Institut für angewandte Arbeitswissenschaft. Tendenz steigend. Im weitesten Sinne könnte man diesen Gegenwert mit gutem Gewissen auch noch einbeziehen, wenn der Personaler nach dem alten Ge-

halt fragt. Dann wäre man nicht kompromittiert, wenn später mal nachgefragt wird. Ergo: Ein bisschen hochstapeln funktioniert, aber man darf es nicht überreizen.

Alternativ kann man auch versuchen, – nett verpackt – die Aussage zu verweigern. Wer beispielsweise mit der neuen Stelle aufsteigen würde, die Branche oder die Unternehmensgröße wechselt, kann mit Fug und Recht argumentieren, dass die Positionen nicht vergleichbar sind. Wer sein altes Gehalt angibt, sollte keinen Zweifel daran lassen, dass er sich mit der neuen Stelle auch finanziell



verbessern möchte.

Wie viel Verhandlungsspielraum haben Berufseinsteiger?

Die Verhandlungsposition eines Kandidaten bestimmt sich auch im Bewerbungsgespräch nach dem Prinzip von Angebot und Nachfrage: Wer mit seinem Spezialwissen auf eine ganz bestimmte Stelle wie angegossen passt, hat bessere Karten als ein durchschnittlich ausgebildeter Mitbewerber und kann bei seinem Einkommenswunsch ein bisschen kräftiger zulegen.

Grundsätzlich haben Unternehmen aber ziemlich genaue Vorstellungen, innerhalb welcher finanziellen Bandbreiten sie sich bei einer Position bewegen können, ohne sich ihr internes Gehaltsgefüge zu zerschießen. Doch ob grünes Licht schon am oberen Ende der Bandbreite gegeben wird oder der Bewerber billig eingekauft wird, hängt von dessen Passgenauigkeit ab. Und natürlich von seinem Geschick, seine Vorzüge entsprechend rüberzubringen.

Was bei Personalern zieht, sind Alleinstellungsmerkmale, Spezialistentum. Gute Noten, Praktika und Auslandserfahrung bringen mittlerweile viele Bewerber mit. Das entscheidende I-Tüpfelchen sind Themen und Know-how, mit denen das Unternehmen etwas anfangen kann. Wer „nur“ ein Durchschnittsstudium mitbringt, muss noch deutlicher an seinen I-Tüpfelchen feilen, wenn er ernsthaft ein Spitzengehalt fordern möchte.

Mit der Erfahrung wächst das Einkommen zügig. Verdient ein Projekttechniker laut einer Erhebung des VDI während der ersten beiden Jahre im Job im Schnitt 46.400 Euro, werden daraus in den Jahren drei bis fünf 51.000 Euro. Sechs bis zehn Jahre Berufserfahrung werden im Mittel schon mit 57.100 Euro honoriert. Und so weiter...

Gibt's für 'nen Master-Abschluss mehr?

Tatsächlich haben Master-Absolventen gegenüber den Bachelor-Kollegen nach wie vor leicht die Nase vorn. Im Schnitt rund zehn bis 15 Prozent. So ermittelte das Vergütungsportal gehalt.de zum Beispiel für BWLer Einstiegsgehälter von durchschnittlich 39.000 Euro mit einem Bachelor-Abschluss und 46.000 Euro mit einem Master-Abschluss. Das gleiche Verhältnis fanden sie zum Beispiel auch bei frischgebackenen Naturwissenschaftlern – 43.400 zu 48.600 Euro – und bei Geisteswissen-

schaftlern mit 29.900 zu 32.600 Euro.

Fairerweise muss man aber bedenken, dass Bachelor-Absolventen früher in den Beruf gehen und deshalb auch schon früher verdienen. Nach wie vor mehr Gehalt – gut einige Tausend Euro im Jahr – gibt es für einen Dokortitel, sofern er im Job Vorteile bringt (Managementpositionen) und nicht ohnehin essenziell für den Beruf ist (Chemiker oder Ärzte). Die gehalt.de-Studie ermittelte, dass für Juristen und Ingenieure die Promotion am lukrativsten ist.

Wie stark darf ich eigentlich pokern?

Um beim Zielgehalt herauszukommen, ist es normal, dass man zu Beginn noch ein Quäntchen drauflegt, um sich herunterhandeln zu lassen. Wer aber mehr als 20 Prozent über dem realistischen Wert ansetzt, kegelt sich aus dem Rennen. Und: In für ein Unternehmen schwierigen Zeiten empfiehlt sich exzessives Feilschen nur, wenn man



Ein gutes Gespräch über Geld

Gehaltsgespräche mit dem Chef sind kein Selbstläufer, auch nicht – und eigentlich erst recht nicht –, wenn man sich duzt, regelmäßig zusammen Biken geht und sich blind versteht. Letztlich geht es immer um das Verkaufen der eigenen Leistung, um Macht und Geld. Da hört die Freundschaft meist auf. Deshalb ist eine sorgfältige Vorbereitung auf den Termin Pflicht. Schon allein, weil hier Amateur auf Profi trifft. Der Vorgesetzte ist in der Regel von Berufs wegen der geübtere Verhandler, trainiert darin, sein Gegenüber dorthin zu manövrieren, wo er es hinhaben will. Da schadet es also nicht, vorher für ein bisschen Waffengleichheit zu sorgen.

Eine ordentliche Vorbereitung

Klären Sie die Rahmenbedingungen für Ihre Gehaltsforderung: Wie geht es Ihrem Unternehmen? Was wissen Sie über die aktuellen Gehaltsrunden in der Firma? Wie liegen Sie mit Ihrem Gehalt in der Branche/im Vergleich zu Kollegen? Auch wenn es bei Gehaltsgesprächen immer nur um Ihre Leistung geht, helfen Ihnen die Infos, Killerphrasen zu parieren. Tragen Sie Ihre Leistungen der letzten Monate zusammen und ziehen Sie kritisch Bilanz. Wie gut waren Sie? Was haben Sie erreicht? Wie sieht es mit den vereinbarten Zielen vom Vorjahr aus? Geschafft oder gerissen? Woran könnte der Chef herumäkeln? Dann üben Sie. Entwerfen Sie eine Dramaturgie und einen Gesprächseinstieg, überlegen Sie, wie Sie auf Einwände reagieren. Legen Sie sich Argumente zurecht und sprechen Sie sie probenhalber auch mal laut aus. Bitten Sie Freunde, den Chef zu mimen und auf störrisch zu machen.

Die richtige Begründung

Gute Argumente sind: ein Projekt gerade erfolgreich beendet, Umsatz/Kundenzahlen gesteigert, Extraschichten geschoben, Kosten eingespart, ein neues Produkt entwickelt, mehr Verantwortung übernommen, den Karren aus dem Dreck gezogen, durch besonderes Engagement neue Aufträge reingeholt/Märkte erfolgreich erschlossen.

Schlechte Argumente sind: die gleiche

Leistung wie immer gebracht, schon lange keine Erhöhung bekommen, die anderen kriegen auch mehr, alles ist so teuer geworden, ein Projekt ist zwar super gelaufen, liegt aber länger zurück.

Bereiten Sie Ihrem Chef die Argumente mundgerecht auf. Ist er ein Zahlentyp, rechnen Sie ihm Ihren Mehrwert des letzten Jahres vor. Braucht er eher einen langsamen Einstieg, richten Sie Ihre Gesprächsdramaturgie entsprechend aus. Verbraten Sie Ihre besten Gründe nicht gleich am Anfang, Sie brauchen noch Futter gegen mögliche Einwände.

Ein gutes Timing

Ihr Ziel ist, den Chef bei guter Laune anzutreffen. Deshalb den Termin strategisch geschickt legen. Gute Zeiten sind dienstags bis donnerstags, später Vormittag oder früher Nachmittag, zeitnah an guten Leistungen, in ruhigen Phasen. Schlechte Zeiten: montags und freitags wegen der Wochenendnähe, in Bilanz-, Messe- und anderen Stressphasen, im zeitlichen Umfeld mit Entlassungsgesprächen, unmittelbar nach Ihrem oder seinem Urlaub, weil er Ihre Leistungen nicht mehr präsent hat, abends beim Bier. Und: Gespräche zwischen Tür und Angel sind Gift. Deshalb: Mindestens eine Stunde einplanen lassen und dem Chef ein paar Tage Vorbereitungszeit geben.

Das eigene Ziel

Stecken Sie vorher Ihren Gehaltswunsch ab: Wie viel mehr wollen Sie verlangen? Muss es Festgehalt sein oder könnten Sie auf cheffreundlichere Alternativen ausweichen: variabler Bonus an Ihren oder den Unternehmenserfolg geknüpft, steuerbegünstigte Extras wie Jobticket, Tankgutscheine, Altersvorsorge oder Kindergartenplatz? Stecken Sie sich ein Minimalziel.

Mit Argumenten kontern

Chefs bügeln – besonders in wirtschaftlich schwierigen Zeiten – Gehaltswünsche gerne einfach mal so ab. Da sollten Sie nicht gleich klein bei geben, sondern

Ihre gute Vorrecherche bemühen. Wie schlecht geht es der Firma wirklich? Hat er Recht, konzentrieren Sie sich in der Argumentation auf Ihre eigenen, individuellen Verdienste, halten bei den Forderungen den Ball aber flach und bringen möglicherweise Alternativen wie Weiterbildung ins Spiel. Für Leistungsträger – werden Sie als solcher in Ihrer Firma gesehen? – ist auch bei knappen Kassen ein Pott für mehr oder weniger große Gehaltserhöhungen vorgesehen. Je einzigartiger/dringender Ihre Qualifikation, desto mehr Spielraum haben Sie. Will Ihnen der Chef einen Vergleich mit den Leistungen und dem Gehalt der Kollegen aufräumen, kontern Sie: „Ich möchte hier nur über meine Leistungen sprechen. Und die waren im vergangenen Jahr...“

Nachbereitung ernst nehmen

Bleiben Sie hartnäckig und stecken Sie eine Niederlage professionell weg. Wenn gar nichts geht: Versuchen Sie es nicht mit dem Kopf durch die Wand oder Erpressung. Stimmen Sie einer Vertagung zu, zurren Sie aber gleich einen neuen Termin fest – am besten in einem halben Jahr. Und lassen Sie bis dahin nicht in Ihren Leistungen nach. Bedenken Sie: Beim nächsten Mal wird es für den Chef mit dem Vertrösten schwieriger.



auf die Stelle wie die Faust aufs Auge passt und das entsprechend rüberbringen kann. Eine Vorrecherche zur Lage der Firma ist also sehr sinnvoll. Geht es dem Unternehmen blendend, dürfte man etwas entspannter verhandeln können. Aber: Ein gutes Gehalt rückt eine Firma nicht allein deshalb raus, weil die Auftragsbücher voll sind oder der „War of Talents“ immer stärker tobt. Ein Kandidat muss schon glaubhaft verkaufen können, dass er eine gute Investition ist. Deshalb: Wer anspruchsvolle Forderungen stellt – realistisch müssen sie so oder so sein –, braucht gute Argumente. Punkten können Sie mit Spezialkenntnissen oder -fähigkeiten, die für den diskutierten Job gebraucht werden: je passgenauer, desto wertvoller.

Wie werden Azubis bezahlt?

In Deutschland wird das Gros der Azubis nach Tarifvertrag bezahlt. Ist ein Betrieb keinem Tarif angeschlossen, so orientiert sich das Unternehmen meist trotzdem an der für die Branche üblichen Ausbildungsvergütung. Lediglich in Nischenberufen werden Lehrlinge ohne diese Vorgaben bezahlt. Dumping ist da nicht ausgeschlossen.

Im Jahr 2016 stiegen die Lehrlingsgehälter in den meisten Wirtschaftszweigen um 3,2 Prozent im Westen und 4,9 Prozent im Osten an. Im Schnitt verdient ein westdeutscher Azubi im ersten Lehrjahr 777 Euro. Bis zum dritten Lehrjahr steigt das Gehalt auf durchschnittlich 942 Euro. Sein ostdeutscher Kollege verdient mit 727 beziehungsweise 882 Euro leicht weniger.

Die Spannen bei den Gehältern unterscheiden sich um mehrere Hundert Euro zwischen den einzelnen Branchen und Lehrberufen. Generell gilt: In Industrie und Handel wird besser bezahlt als im Handwerk oder in den freien Berufen. Während beispielsweise ein westdeutscher Industrie-Azubi über alle seine Lehrjahre auf einen Schnitt von 929 Euro monatlich kommt, beendet sein Handwerkskollege mit 210 Euro weniger seinen Monat.

Erhalten Praktikanten eine Bezahlung?

Das Mindestlohngesetz, das seit Januar 2015 gilt und zurzeit 8,84 Euro pro Stunde vorsieht, gilt – mit gewissen Ausnahmen – auch für Praktikanten. Danach muss

für jedes freiwillige Praktikum, das länger als drei Monate dauert, von Beginn an der Mindestlohn gezahlt werden. Das wären bei einer 40-Stunden-Woche rund 1.400 Euro pro Monat. Keinen Anspruch auf den Mindestlohn haben Studierende bei einem Pflichtpraktikum und bei einem freiwilligen Praktikum, das maximal drei Monate dauert. Aber auch dann müssen sich Praktikanten wohl kaum Sorgen machen, dass sie für lau arbeiten müssen. Die allermeisten Unternehmen zahlen ihnen trotzdem einen kleinen Obulus.

Die Personalberatung Clevis hat in einer Studie dazu folgende Zahlen ermittelt: Fast 97 Prozent aller Praktikanten erhalten für ihren Einsatz im Unternehmen ein Gehalt. Im Schnitt sind das etwa 1.000 Euro. Pflichtpraktikanten verdienen dabei leicht unterdurchschnittlich und kommen im Mittel auf rund 900 Euro. Wer ein freiwilliges Praktikum absolviert kann dagegen schon im Schnitt mit 1.200 bis 1.300 Euro rechnen.

So schön eine hohe Vergütung fürs Studibudget auch ist, so klar sollte man immer im Hinterkopf haben: Viel Geld bedeutet meist auch viel Arbeit – und wenig Spielraum zum Lernen. Nicht selten werden Praktikanten als Mitarbeiterersatz angeheuert. Sie sollen dann Arbeit wegschaffen und nicht viele kluge Fragen stellen. Hier muss jeder abwägen, wo er die Grenze ziehen will.

Gilt für ihr Praktikum nicht das Mindestlohngesetz, haben Studierende in Sachen Vergütung keinen großen Verhandlungsspielraum, in der Regel folgen Arbeitgeber ihren hausinternen Vorgaben. Grundsätzlich gilt: Je größer der Laden, desto eher werden Praktikanten bezahlt und desto höher fällt das Salär aus. Und spezialisierte Praktika – zum Beispiel im Projektmanagement – machen sich fürs Renommee wie für den Geldbeutel besser bezahlt als unspezifische Stippvisiten à la Mädchen für alles.

Tipp: Wer an ein Unternehmen gerät, das gar nichts zahlen will, kann versuchen, eine Bezahlung in Naturalien herauszuhandeln: Monatsticket, Essensgeld, Rabatte auf die Produkte, die das Unternehmen herstellt, Fachliteratur, Benzingutscheine. Viele nicht-monetäre Zuwendungen kann ein Unternehmen steuermindernd absetzen – was dem Chef die Sache vielleicht ein bisschen schmackhaft macht.

Wie hoch fallen Gehaltserhöhungen in der Regel aus?

Das kommt ganz darauf an. Zum einen natürlich auf die wirtschaftliche Lage des Unternehmens. Und zum anderen auf die eigene Position in der Firma. Gehaltserhöhungen sind in den Unternehmen selbst in wirtschaftlich schwierigen Zeiten im Budget eingeplant – nur eben nicht für



jeden Mitarbeiter in gleicher Höhe.

Wirtschaftlich lief es in Deutschland in den letzten Jahren recht rund. Das wirkt sich positiv auf die Gehaltsentwicklung aus: So planten die Unternehmen laut einer Kienbaum-Studie für 2017 eine Durchschnittserhöhung drei Prozent. Trotzdem werden nicht alle Mitarbeiter das gleiche Plus aushandeln können. Auf die individuelle Leistung kommt es an. Das Spektrum reicht von Inflationsausgleich bis plus fünf, sechs Prozent.

Offen für Erhöhungen sind Unternehmen bei Leistungsträgern, die sie halten und besonders motivieren wollen. Wer bei der Analyse seiner eigenen Leistung und seiner Rolle im Unternehmen feststellt, dass er nur als kleines Licht durchgeht, sollte den Ball generell eher flach halten und eher um zwei, zweieinhalb Prozent verhandeln.

Und: Bevor es ab zum Chef geht, sollte man ein kritisches Auge auf den Zustand der Firma werfen. Manchen geht es blendend, andere knapsen herum, weil sich etwa die Regeln für ihr Geschäft gerade elementar ändern. Dort, wo die Existenz eines Unternehmens auf dem Spiel steht, sollten Gehaltswünsche warten. Gespräche sollten dann nur in Angriff genommen werden, wenn man wirklich unschlagbare Gründe hat und als absolutes Top-Personal gilt.

Ich werde nach Tarif bezahlt. Kann ich trotzdem individuell um mehr Gehalt verhandeln?

Aber klar doch. Gerade in den ersten Berufsjahren, in denen noch viele als Fachkraft eingesetzt und per Tarif bezahlt werden, sind außertarifliche Zulagen nicht unüblich. Darüber hinaus geht es auch immer darum, in welche Tarifgruppe jemand mit seinen Qualifikationen und Erfahrungen einsortiert wird. Da besteht durchaus Verhandlungsspielraum. Später, wenn der Aufstieg ins Führungskräftelager erfolgt, wächst man meist aus dem Tarif raus und muss das Gehalt komplett selbst verhandeln.

Wie oft darf ich nach einer Gehaltserhöhung fragen?

Suchen Sie das Gespräch mit dem Chef regelmäßig – Pi mal Daumen alle ein bis zwei Jahre –, aber nur, wenn es tatsächlich etwas zu belohnen gibt. Wer nur Durchschnitt abliefern, hat keinen Nachschlag verdient. Denken Sie daran: Gehaltsverhandlungen sollen nicht nur mehr Geld bringen, sondern dienen auch der Leistungskontrolle, der Positionsbestimmung und nicht zuletzt der Imagebildung.

Ulrike Heitze



LINKS

- » Immer aktuelle Infos zu Gehaltszahlen: www.jobguide.de unter „Gehalt“
- » Gehaltsstatistiken nach Berufsbildern, Branchen etc., Gehaltsvergleich: www.gehaltsvergleich.com und www.gehalt.de
- » Einkommensdaten für Ingenieure: www.ingenieurkarriere.de
- » Aktuelle Tarifabschlüsse (WSI-Tarifarchiv): www.boeckler.de
- » Deutsche Gehälter: www.lohnspiegel.de
- » Internationale Gehälter: www.wageindicator.org

Jobguide

Ein starker Auftritt

Der erste Eindruck von einem Bewerber wird in nur wenigen Sekunden geprägt. Deshalb müssen die Unterlagen – egal, ob in der herkömmlichen Papierform oder der digitalen Variante – formal und sprachlich tiptop sein. Zudem müssen Jobkandidaten, die sich per E-Mail oder Online-Formular bewerben, ihre Unterlagen zusätzlich so optimieren, dass sie die elektronische Vorauslese überstehen und es bis vor den Personaler schaffen. Jobguide erklärt, wie das geht und wie eine gute Bewerbung aussehen muss.

Vorbereitung: Welche Art der Bewerbung ist gewünscht?

Ihre Bewerbung ist eine Bitte um Eintritt, Ihre Visitenkarte. Entsprechend bedeutsam ist ein starker erster Auftritt – mit guten, aussagekräftigen Texten, einer ansprechenden Optik, vollständigen Unterlagen und dem richtigen Ansprechpartner.

Die Infokästen in den Unternehmensporträts dieses Jobguide geben Auskunft über Namen und Kontaktadressen der Ansprechpartner und meist auch über die gewünschte Form der Bewerbung. Grundsätzlich gilt: Während Großunternehmen fast immer auf die elektronische Verarbeitung von Bewerbungen setzen, gibt es bei kleinen und mittelständischen Unternehmen eher noch Anhänger des „papierernen Prozesses“. Was natürlich damit zusammenhängt, dass Großunternehmen sechsstellige Zahlen von Bewerbungen pro Jahr verwalten müssen. Bei kleineren Unternehmen ist der Prozessdruck nicht ganz so hoch, steigt allerdings auch zunehmend an.

Technische Prozesse verstehen und nutzen

Wichtig beim Verfassen einer digitalen Bewerbung ist, zu verstehen, was nach dem Abschicken damit passiert. Das wiederum hängt davon ab, ob es sich um eine Bewerbung auf eine konkrete Stelle oder um eine Initiativbewerbung handelt. Eine direkte Stellenbewerbung landet meist mit allen beigelegten Daten in einer Datenbank und wird so dem für die Ausschreibung verantwortlichen Recruiter zur Verfügung gestellt. Je nach Leistungsfähigkeit der eingesetzten Software werden dann die Bewerberdaten mit den Anforderungen in der Ausschreibung verglichen.

Faustregel: Je mehr Bewerbungen bei einem Unternehmen eingehen, umso automatisierter erfolgt dieser Abgleichprozess. In einem abgestuften Verfahren (Suche, Selektion nach A-, B- und C-Kandidaten) trifft der Recruiter dann eine Vorauswahl, die er dem Entschei-

der für die Stelle im Bewerbermanagementsystem oder schriftlich zur Verfügung stellt. Dieser trifft zusammen mit dem Recruiter eine Vorauswahl der Kandidaten, die zum persönlichen Gespräch eingeladen werden.

Je nach Ergebnis des Auswahlverfahrens werden die persönlichen Daten dann bei Ablehnung gelöscht, für statistische Zwecke anonymisiert oder sind bei Einstellung Basis der Personaldaten.

Eine Initiativbewerbung landet meist in einer Datenbank und kann im Bedarfsfall mit Suchabfragen gefunden werden. Diese Bewerbungen werden meist sechs Monate aufbewahrt, bevor die Arbeitgeber den Bewerber – oft per Mail – dazu auffordern, seine Registrierung in dem Datenpool erneut zu bestätigen oder zu löschen.

Im besten Fall bedeutet das für einen Bewerber, dass er über seine Qualifikationsmerkmale sehr viel schneller und objektiver ausgefiltert wird als etwa über eine Papierbewerbung, da nur die faktischen Daten der Kandidaten verglichen werden. Im schlechtesten Fall ist das definierte Suchraster zu ungenau, so dass die Firmen nicht den bestmöglichen Mitarbeiter herausfiltern.

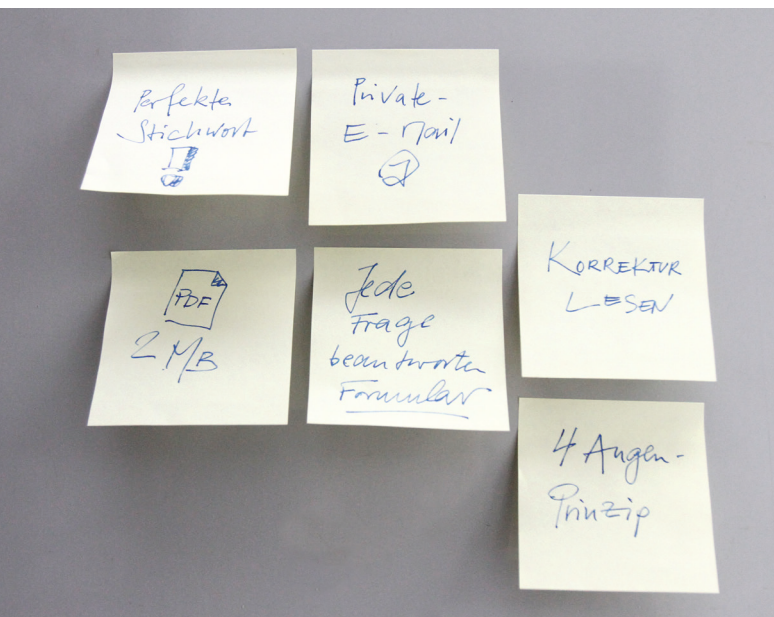
Nach der ersten Runde der technischen Selektion der Kandidaten folgt dann erst die zweite Runde, in der der Personaler und/oder der Fachvorgesetzte mit seinem persönlichen Ermessen ins Spiel kommt. Da hier neben den in der ersten Auswahl herangezogenen Fakten nun auch die Persönlichkeit und Individualität in Bezug zur ausgeschriebenen Stelle geprüft werden, sind die Nuancen und die Passgenauigkeit auf die Stelle nun relevant. Wer mehr über eine ausgeschriebene Stelle weiß und dieses Wissen zum eigenen Vorteil in der Bewerbung ausarbeitet, hat Vorteile. Zögern Sie daher nicht beim Unternehmen anzurufen, wenn Sie noch Fragen haben zu einer Stelle, auf die Sie sich bewerben wollen. Erstens sammeln Sie zusätzliche Informationen über die Stelle und zweitens können Sie am Telefon einen persönlichen Eindruck hinterlassen – wenn auch erst für die zweite Auswahlstufe.



Erst Recherchieren

Bereiten Sie sich auf einen solchen Anruf beim Unternehmen ordentlich vor. Hingestammelte oder allzu banale Fragen, die sich auch mit einem einzigen Blick auf die Webseite hätten klären lassen, bringen keine Pluspunkte ein. Hilfreich ist zuvor auch eine erweiterte Recherche: Seit wann wird die ausgeschriebene Position schon beworben? Sind mehrere Stellen gleichzeitig zu besetzen? Wie aktuell ist die Anzeige selbst?

Haben Sie all diese Informationen zu den an Sie gestellten Anforderungen zusammengetragen, gilt es, sie sinnvoll mit Ihrer Vita zu verknüpfen und überzeugende Unterlagen daraus zu erstellen. Grundsätzlich besteht eine Bewerbung aus folgenden Elementen: Anschreiben, Lebenslauf mit Foto, Zeugnisanlagen. Erweiterbar ist das Ganze optional um ein Deckblatt, eine Einleitungs- oder Profilseite, eine „Dritte Seite“ oder eine persönliche „Kurzpräsentation“ sowie eine Anlage-Übersicht.



Die E-Mail-/Online-Bewerbung: Schnell raus, aber nicht schnell verfasst

Eine E-Mail-Bewerbung oder Bewerbung über ein Online-Formular auf einer Website hat grundsätzlich alle inhaltlichen und formalen Anforderungen zu erfüllen wie die Papierbewerbung. Unternehmen erwarten die gleiche Sorgfalt wie bei einer klassischen Bewerbung. Das gilt für Inhalt und Motivation der Bewerbung, aber auch für die Texte. Hüten Sie sich vor Massenmailings, vor kumpelhaften Formulierungen.

E-Mail-Adresse. Wichtig: Immer eine private E-Mail-Adresse benutzen, niemals die des aktuellen Arbeitgebers. Achten Sie darauf, dass Sie eine seriöse Adresse verwenden, die am besten aus Vor- und Nachnamen besteht.

Absender/Empfänger im Online-Verkehr. Grundsätzlich reicht die Angabe der E-Mail-Adresse als Absender aus (außer bei Online-Formularen – die fragen genaue Daten ab). Es empfiehlt sich aber, die komplette Adresse inklusive Telefonnummern et cetera im Kopf des

Anschreibens und unter „persönliche Daten“ im Lebenslauf aufzuführen. Schließlich soll sich der Personaler ja möglichst zügig bei Ihnen melden können.

Anlagen/Attachments. Das Anschreiben sollte nicht direkt in die E-Mail sondern als Anlage gesendet werden. Doch was in die E-Mail schreiben? Hier empfiehlt sich ein freundlicher und motivierter 4-Zeiler, der gerne Teile aus dem Anschreiben aufgreifen kann. Es kann zum Beispiel die Motivation für die Bewerbung auf die ausgeschriebene Stelle eingegangen werden oder das vorgeschaltete Telefonat erwähnt werden. Es sollte immer bedacht werden, dass diese E-Mail eine Arbeitsprobe ist, da im Berufsalltag Begleitmails zu Attachments an der Tagesordnung sind. Also auch hier Sorgfalt walten lassen.

Zeugnisse, Arbeitsproben und weitere Dokumente sollten immer eingescannt und als Anlage gesendet werden. Das PDF hat sich hier als Dateiformat durchgesetzt, da es bei diesem Format selten Probleme mit den Spamfiltern gibt. Entsprechende Programme finden sich gratis zum Download im Internet. Die Anlagen sollten zusammen eine Größe von zwei Megabyte nicht überschreiten. Komprimierte Dateien (.zip etc.), die der Empfänger vor der Lektüre erst umständlich „entpacken“ muss, sollten Sie vermeiden. Bei Datenbank-Bewerbungen ist es allerdings manchmal unumgänglich, komprimierte Dateien zu nutzen.

Online-Bewerbungsformulare. Großunternehmen setzen fast immer standardisierte Online-Bewerbungsformulare ein. Dabei sind „Drop-down“-Felder in den Formularen ein sicheres Zeichen dafür, dass eine Datenbank hinterlegt ist, die die Bewerbungen weiterverarbeitet und es den Mitarbeitern der Personalabteilung ermöglicht, Kandidaten-Listen zu erstellen und vorab zu bewerten. Deshalb: Nur wer ein solches Formular gewissenhaft und vollständig ausfüllt, kann überhaupt in die engere Wahl kommen. Ob Berufserfahrung oder Gehaltsvorstellung: Jede Frage sollte beantwortet werden. Unausgefüllte Felder in Datenbanken bergen die Gefahr, dass man bei einer Recherche-Abfrage von der Personalabteilung nicht gefunden wird.

Das perfekte Stichwort. Bei elektronischen Bewerbungsformularen ist es noch viel wichtiger als bei Papierbewerbungen, Stichworte in den Text einzuarbeiten, nach denen der Personalmanager mit hoher Wahrscheinlichkeit sucht. Machen Sie sich also Gedanken, unter welchen prägnanten Schlüsselbegriffen Sie gefunden werden möchten. Das soll nicht heißen, dass Sie ausschließlich verbale Flachheiten wie „leistungsorientiert“ oder „engagiert“ aneinanderreihen sollen. Hüten Sie sich aber davor, Ihre Qualifikationen in literarisch wertvollen, aber ungebräuchlichen Begriffen zu umschreiben, die kein Personaler der Welt jemals in eine Suchfunktion eingeben würde.

Wenn Sie als Key Accounter tätig waren, sollten Sie das auch so nennen – egal, wie das Ding auf Ihrer Visitenkarte hieß. Und wenn Sie einen Abschluss mit einem exotischen, fremdsprachlichen Titel oder in einem ungewöhnlichen Fach haben, sollten Sie ihn in eine hierzulande gängige Betitelung übertragen oder entsprechend umschreiben. Andernfalls wird Ihre Ausbildung unauffindbar in der Datenbank versauern.

Mappe, Papier & Co.: Liebe auf den ersten Blick

Für Papierbewerbungen gilt der Grundsatz: ansprechend, übersichtlich und praktisch. Eine Kunststoffmappe in nicht allzu greller Farbe, mit durchsichtigem Deckblatt, bei der die Seiten mit einem Clip eingeklemmt werden, ist deshalb eine gute – und auch bezahlbare – Wahl.

Das zwingende Format für Mappe und Unterlagen ist DIN A4. Andere Hoch- und Querformate sind zwar garantierte Hingucker, in Sachen Ablage, Weiterverarbeitung per Scanner oder beim hausinternen Transport aber die Hölle. Ebenso umständlich zu handhaben – und deshalb ein No go – sind Klarsichthüllen für jedes einzelne Dokument. Investieren Sie lieber in stabiles, qualitativ hochwertiges 80- oder 90-Gramm-Papier. Hübsch: Wenn beigelegte Kopien aus dem gleichen Papier bestehen, wirkt die Bewerbung wie aus einem Guss. Kopierstreifen und -schatten sind dabei natürlich ein absolutes Tabu. Unlesbare Elemente weisen auf mangelnde Sorgfalt hin. Auch wenn der Schriftenmarkt so einiges hergibt, sind Arial oder Times New Roman die Favoriten für Bewerbungsschreiben. Die Schriftgröße kann den Personalers schnell zu Rückschlüssen veranlassen: Penibel, introvertierte Menschen quetschen ihre Bewerbung gern in winzigen Schriften aufs Papier (zehn oder elf Punkt). Wichtigtuers machen sich schon mal marktschreierisch mit einer 13er oder 14er Schrift breit. Der neutrale Weg ist eine 12-Punkt-Schrift. Schließlich soll der Personalers möglichst zügig und problemlos Ihre Unterlagen erfassen können. Dazu gehört auch: Nicht allzu viel unterstreichen, fetten und markieren. Gut dosiert und intelligent eingesetzt, verhelfen solche Hervorhebungen zu einer besseren und schnelleren Lesbarkeit. Zuviel davon bewirkt aber genau das Gegenteil: Ihre Unterlagen werden für Auge und Hirn unübersichtlich.

Haben Sie trotz aller Regeln Mut zur individuellen Gestaltung. Mit einer persönlichen Note hebt sich die Mappe aus dem Stapel der Konkurrenten heraus. Umwerben Sie das Unternehmen zum Beispiel mit einem individuellen Eröffnungsblatt als erste Seite der Bewerbungsunterlage. Aufgebaut wie eine Werbeanzeige finden Name, Position und Unternehmen Platz. Foto und Adressdaten runden das Bild ab.

Die komplette Adresse inklusive Telefonnummer und E-Mail-Adresse sollte an mindestens zwei Stellen Ihrer Bewerbung aufgeführt sein: im Briefkopf des Anschreibens und an geeigneter Stelle im tabellarischen Lebenslauf – für den Fall, dass Ihre Unterlagen im Laufe des Bewerbungsprozesses mal getrennt werden.

Unternehmen legen Wert darauf, zu erfahren, ob Sie sich initiativ bewerben oder aufgrund welcher redaktionellen Veröffentlichung oder Stellenanzeige. Geben Sie deshalb auf dem Deckblatt, falls Sie sich dafür entscheiden, und im Anschreiben immer das Medium an, durch das Sie aufmerksam geworden sind, und nennen Sie gegebenenfalls den Titel der Stellenanzeige mit Kennziffer oder die Website.

Ein Deckblatt kann viel bewirken

Egal ob bei der Online Variante oder der Papierbewerbung, das Deckblatt ist für den Professional empfehlenswert. Es kann noch mehr beinhalten als das Bild und die Adresse. Auf dieser ersten Seite, die vor dem Lebenslauf erscheint bzw. bei einer E-Mail Bewerbung sogar die erste Seite im PDF sein sollte, bietet sich die Gelegenheit, Kompetenzen und Erfahrung auf einen Blick darzustellen. Dazu kann unter dem Bild eine Auflistung in Halbsätzen oder Schlagworten unter einer Überschrift „Ich biete Ihnen...“ oder „Meine Kernkompetenzen:“ erfolgen.

Bis maximal sieben Punkte ist hier erlaubt. Darüber hinaus wird es wieder unübersichtlich. Was wird damit erreicht? Der Recruiter kann auf einen Blick erfassen, was Sie bieten. Er wird mit einer gehö-

rigen Portion Neugier an die Bewerbung herangehen. Auch bietet sie dem strukturierten Schnelleser unter den Recruitern (davon gibt es viele) den gewünschten ersten Überblick.

Das Anschreiben: Schnell auf den Punkt

Das Anschreiben ist die eigentliche Visitenkarte. Es stellt bei Bewerbungen auf konkrete Stellenausschreibungen die Brücke zwischen Anzeige und Lebenslauf her und soll als loser Brief auf der Mappe liegen.

Weil es der allererste Kontakt ist, sollte diesem Teil der Bewerbung besondere Aufmerksamkeit geschenkt werden. Halten Sie formale Standards der Briefgestaltung ein, also Orthographie, Grammatik und Zeichensetzung. Selbst ein fehlendes Komma kann unangenehm auffallen und wirkt nachlässig. Deshalb: Kompetente (!) Freunde bitten, Korrektur zu lesen.

Ein gutes Anschreiben zeigt in jedem Satz, warum der Bewerber qualifiziert für den Job und nützlich für das Unternehmen ist. Als Aufhänger dient im Idealfall die Anzeige oder – wie hier im Jobguide – ein redaktionelles Porträt des Arbeitgebers. Gehen Sie die Anforderungen Punkt für Punkt durch, gerne auch gedanklich nach dem Muster: „Sie suchen ..., ich biete ...“. Beim Aufschreiben sollten Sie das etwas subtiler und sprachlich abwechslungsreicher formulieren, aber die Idee dahinter bleibt gleich. Das hat Vorteile: Erstens erkennt der Personalers blitzschnell, ob Ihr Profil zur Stelle passt. Zweitens zeigen Sie, dass Sie die Bedürfnisse des Unternehmens in den Mittelpunkt stellen – und nicht Ihre eigenen. Drittens bringt Sie diese Form dazu, aus dem Strauß Ihrer Kompetenzen jene Blüten zu präsentieren, die in der Nase des Unternehmens am verlockendsten duften.

Die Frage nach dem Eintrittstermin sollten Sie konkret beantworten, auch die nach dem Wunschgehalt. Hierfür sollten Sie zuvor entsprechend recherchiert haben, was für das Unternehmen, die Branche und die Position realistisch wäre. Sie können auf diesen Betrag noch eine Idee aufschlagen – quasi als Verhandlungsspielraum –, sollten aber beachten, dass Sie sich mit einer zu hohen Summe eine frühzeitige Absage einhandeln können. Beim Berufsumsteiger gilt üblicherweise das alte Gehalt bis maximal 10 Prozent mehr. Bedenken Sie bei der Angabe immer, dass der Jobwechsel die Chance auf eine Gehaltserhöhung birgt, die sonst oft schwer durchzusetzen ist. Somit sollte das neue Gehalt Ihrem Entwicklungspotential im neuen Job entsprechen. Die maximal 10 Prozent Regel greift jedoch nur, wenn Sie in der neuen Position ein ähnliches Aufgabengebiet haben werden. Geht der Jobwechsel mit einem Aufstieg einher, kann sich das Gehalt nach oben verändern. Das Gleiche im umgekehrten Sinne passiert bei einer Veränderung nach unten.

Ignorieren sollten Sie die Frage nach dem Gehaltswunsch jedenfalls nicht. Es wird genügend willige Bewerber geben, die der Anforderung des Unternehmens nachkommen. Manche Personalabteilungen machen sich extra die Mühe und telefonieren die noch offenen Gehaltswünsche nach. Das macht aber allen Beteiligten nur Arbeit, und Sie haben dadurch nichts gewonnen. Ergo: Bekennen Sie in Sachen Gehalt gleich Farbe.

Im Anschreiben ist gesundes Selbstbewusstsein genauso nützlich wie eine klare Beweisführung mit Fakten. Belegen Sie Ihre Erfolge mit Zahlen: mit Noten, mit Umsätzen, mit Kundenzahlen. Verweisen Sie auch auf bestimmte Kompetenzen, die für die Stelle relevant sind. Unterm Strich preist sich der Bewerber als Problemlöser für das Un-

ternehmen an. Das darf allerdings nicht überheblich und übertrieben wirken. Der Grat ist hier sehr schmal, also sorgfältig formulieren.

Sprachlich sollten Sie Passiv-Konstruktionen, Nominalstil, verschachtelte Bandwurmsätze, ellenlange Aufzählungen und steifes Wissenschaftsdeutsch auf jeden Fall vermeiden. Aktiv formulierte Sätze mit vielen Verben und ohne Füllwörter wirken besser. Sie klingen dynamisch und beweisen Tatkraft und Initiative. Mehr als fünf Absätze, jeweils durch eine Leerzeile getrennt, sollten es insgesamt nicht sein.

Der Gesamtumfang sollte eine Seite mit etwa 25 Textzeilen nach Möglichkeit nicht übersteigen. Nur Jobfahrene mit langem und reichhaltigem Berufsweg dürfen notfalls eine zweite Seite in Anspruch nehmen.

Auch der Rahmen muss stimmen: Eine vollständige Betreffzeile (ohne „Betr.“) beinhaltet die offene Stelle sowie das Medium, auf das man sich bezieht. Die Anrede im Anschreiben sollte nach Möglichkeit nie „Sehr geehrte Damen und Herren“ lauten. Besser ist, Sie finden im Vorfeld Ihren Ansprechpartner heraus und wenden sich im Anschreiben direkt an diese Person.

Die Formel „Mit freundlichen Grüßen/Freundliche Grüße“ eröffnet den Abschluss. Darunter sollte eine Papierbewerbung mit blauer Tinte signiert werden. Den Vor- und Zunamen darunter gedruckt wiederholen. Bei einer elektronischen Bewerbung kann man die Unterschrift einscannen, das muss aber nicht sein. Die Anlagen müssen nicht einzeln aufgeführt werden. Das bloße Wort „Anlagen“ reicht.

Bewerben Sie sich initiativ, so sollte dies aus dem Anschreiben hervorgehen. Unternehmen schätzen Mitarbeiter, die auf sie zukommen. Bei einer Initiativbewerbung besteht die Chance, sich inmitten deutlich weniger Konkurrenz zu präsentieren, als bei einer Bewerbung auf eine Stellenausschreibung. Wichtig ist, dass das Anschreiben erkennen lässt, dass sich der Bewerber über das Unternehmen und mögliche Einsatzgebiete gründlich informiert hat.

Diese sollten Sie auch im Anschreiben entsprechend eingrenzen. Mit einem allgemeinen „Initiativbewerbung für eine Position in Marketing, Vertrieb, Produktion oder Organisation“ verkaufen Sie sich nicht gerade als Experte und Problemlöser.

Idealerweise können Sie einen Mitarbeiter oder Geschäftspartner des Unternehmens als Referenz und Anknüpfungspunkt nennen. Auch wenn Sie sich auf ein Telefonat mit der Personal- oder Fachabteilung beziehen können, ist das von Vorteil. Reine Blindbewerbungen treffen nur sehr selten ins Ziel.

Der Lebenslauf: Für den schnellen Konsum

Ein Leben im Zeitraffer, so übersichtlich und zielgerichtet wie möglich – schließlich hat der Lebenslauf den Sinn, die wichtigsten Informationen zu Person und Werdegang prägnant auf zwei bis maximal drei Seiten zusammenzufassen.

Die beste Wahl dafür ist ein zweisepaltiger Aufbau mit Gliederungsschwerpunkten und Daten links (ein Viertel der Seite) sowie Detailausführungen rechts. Akribische Datenaufzählung ist überflüssig. Die Angabe von Monats- und Jahreszeiträumen reicht. Der Berufserfahrene fängt in der Regel mit den aktuellen Daten an und geht dann in der Chronologie rückwärts.

Ein traditionell chronologischer Lebenslauf ist nur Bewerbern zu empfehlen, die zuletzt schwere Zeiten durchgemacht haben. Wer in den letzten 24 Monaten nur Kurzjobs hatte oder nach dem Studium

erst mal zwei Jahre Pause gemacht hat, tut gut daran, den Blick zunächst in die (rühmlichere) Vergangenheit zu lenken.

Auch wenn man manche Lebensphasen gerne verschweigen würde, gilt: Lücken von mehr als drei Monaten beflügeln die Phantasie. Nichts aufzuführen heißt: nichts oder etwas Minderwertiges getan. Nennen Sie lieber Ihre Lücken beim Namen und füllen Sie sie mit (sinnvollen) Aktivitäten. Verzichten Sie dabei auf negativ besetzte Aussagen wie „ohne Beschäftigung“. Besser ist hier zum Beispiel „Berufliche Neu- oder Umorientierung“.

Und warum sollten Sie eine Reise, auf der Sie sprachlich und kulturell auch etwas für den Beruf gelernt haben, als reines Privatvergnügen darstellen – und nicht als Bildungsreise? Warum sollten Sie eine Zeit ohne Arbeitgeber, in der Sie sich fortgebildet haben, als Arbeitslosigkeit präsentieren – und nicht als Fortbildungsphase?

Allerdings muss diese Argumentation auch halbwegs in einem Bewerbungsgespräch Stand halten können. Einen zweiwöchigen Skiurlaub bekommen Sie Aug in Aug mit dem Personal schlecht als Bildungsreise verkauft. Und ein einwöchiger Bewerbungskurs von der Arbeitsagentur geht bei Rückfragen kaum als Weiterbildungsphase durch. Ein wahrer Kern muss also schon vorhanden sein. Aber mit ein bisschen Nachgrübeln findet sich da oft mehr Berichtenswertes, als man anfangs dachte.

Unternehmen handeln Ihnen gegenüber nach demselben Prinzip. Keine Firma wird Ihnen verraten, dass das Unternehmen in der Krise war oder Ihr Vorgänger unter der Arbeitslast zusammenbrach. Vielmehr wird das Positive betont. Halten Sie es genauso.

Es gibt auch Tricks, Lücken zu füllen, ohne gleich unehrlich zu sein: Wer seine Position im Januar 2007 verloren und eine neue im August 2007 angetreten hat, würde intuitiv im Lebenslauf schreiben:

Firma A: 4/2005 – 1/2007

Firma B: 8/2007 - ...

Das bedeutet: eine Lücke von sieben Monaten.

Aber was, wenn man einfach den Monat weglässt und nur das Jahr benennt?

Also so:

Firma A: 2005 – 2007

Firma B: 2007 – ...

Dann ist die Lücke nicht mehr auf den ersten Blick sichtbar und man verhindert, dass man schon beim ersten Durchblättern aussortiert wird. Rechnen Sie aber damit, dass Sie im Vorstellungsgespräch nach dieser Zeit gefragt werden. Und diese sparsame Form der Datierung sollte sich natürlich dann durch Ihre kompletten Unterlagen ziehen.

Meist wird der Lebenslauf quer gelesen – dem sollte man entgegenkommen: im Telegrammstil verfassen, Füllwörter streichen. Faustformel: eine bis zwei Informationen pro Zeile. Gliedern Sie nach Schwerpunkten:

Persönliche Daten. Es gilt, sich immer nach dem Minimalansatz zu richten. Es reichen Name, Geburtsort, Familienstand und Geburtsdatum. Angaben zur Konfession sind tabu. Angaben zur Nationalität, insbesondere dann, wenn Sie nicht in Deutschland geboren sind, können sinnvoll sein. Verfügen Sie als Nicht-EU-Bürger über eine Arbeitserlaubnis, sollte diese Information nicht fehlen.

Bildungsgang. Die Schulzeit sollte knapp abgearbeitet werden. Es reicht die weiterführende Schule. Bei Berufserfahrenen mit mehr als 10 Jahren Berufserfahrung, reicht die Angabe des letzten schulischen Abschlusses. Zu den Angaben über das Studium gehören



Start- und Endzeitpunkt, Name und Ort der Hochschule, Studienrichtung und Abschluss. Nur gegebenenfalls interessante Informationen, wie das Thema der Abschlussarbeit, die Abschlussnote und die Interessenschwerpunkte, wenn sie die Berufserfahrung sinnvoll ergänzen. Übertragen gilt das auch für den Ausbildungsgang.

Berufserfahrung. Alle Stationen nach Studium oder Ausbildung müssen lückenlos dokumentiert werden. Neben Angaben zum Unternehmen und zur Funktion gehören drei bis fünf Aufgabenbeschreibungen. Je länger die Station dauerte, desto detaillierter. Frühere Berufserfahrung ist das beste Verkaufsargument, solange sie zur Stelle passt.

Zusatzqualifikationen. Geben Sie längere Weiterbildungsmaßnahmen an. Bei Seminaren oder Trainings ist wichtig, dass sie noch aktuellen Bezug haben. Alles, was älter als vier Jahre ist, können Sie meist weglassen.

Sprachkenntnisse. Kenntnisse in Englisch sind heute eine Selbstverständlichkeit. Wenn sie über das Basiswissen hinausgehen, Sie irgendwelche Zertifikate erworben haben, gehört das in den Lebenslauf. Dasselbe gilt für andere Fremdsprachen, vor allem, wenn die Firma international agiert. Dagegen kann eine fünfsprachige Bewerberin bei einem Unternehmen, das nur nationale Geschäfte betreibt, schnell als überqualifiziert gelten. In diesem Fall besser tiefstapeln.

Nehmen Sie bei Ihrem Sprachvermögen Bewertungen vor. Üblich sind Abstufungen wie Muttersprachler, verhandlungssicher, fließend in Wort und Schrift, sehr gut, gut, (erweiterte) Grundkenntnisse.

Bedenken Sie bei der Bewertung, dass es mittlerweile gang und gäbe ist, Teile eines Bewerbungsgesprächs in einer Fremdsprache zu führen. Dann sollte Ihr fließendes Russisch auch tatsächlich annä-

hernd fließend ausfallen. Mittlerweile können auch die Angaben zu Sprachkenntnissen aus dem Kontext des europäischen Referenzrahmens benutzt werden. Diese bietet sich an, wenn eine entsprechende Qualifizierung in einem Sprachkurs erlangt wurde.

Besonderheiten/ Sonstiges Engagement. Bewerber machen sich häufig durch Zusatzangaben interessant und heben sich von der Masse ab. Wer als Vorsitzender eines Vereins oder einer gesellschaftlichen Runde tätig ist, beweist Einsatz. Mitgliedschaft in Sportvereinen ist ein Indiz für Teamfähigkeit. Eine ausgewogene Mischung an Hobbys zählt, es müssen nicht einmal die spektakulärsten sein.

Achtung: Hobbys mit hoher Verletzungsgefahr, zum Beispiel Extremsportarten oder Kampfsportarten, sind nicht überall gerne gesehen. Man fürchtet, Sie könnten für längere Zeit und auf Kosten des Arbeitgebers ausfallen. Hobbys anzugeben ist aber keine Pflicht. Behalten Sie Ihre Freizeitgestaltung lieber für sich, dann ist das auch völlig okay.

Datum und Unterschrift. Wie das Anschreiben muss der Lebenslauf unterschrieben werden. Am besten, der besseren Optik wegen, mit blauer Tinte. Aber auch eine saubere Unterschrift mit Kugelschreiber ist okay.

Das Foto: Professionell sympathisch.

Neben den gebündelten Informationen ist das Foto der erste visuelle Kontakt: Deshalb keine Urlaubs- oder Amateur-Schnappschüsse verwenden. Auch (schlecht ausgeleuchtete) Automaten sind ein No go. Bilder vom professionellen Fotografen sind nicht preiswert, aber eine gute Investition.

Ohne Marketing würdest Du niemals Deine Lieblingschips finden!



MTP – Marketing zwischen Theorie und Praxis e.V.

Ein Verein. Eine Idee. Viele Facetten.

Der gemeinnützige MTP e.V. wurde 1981 als Studenteninitiative gegründet, um die Marketingausbildung an Universitäten praxisnäher zu gestalten. Heute verstehen wir uns als das größte generationsübergreifende Netzwerk aus Studenten, Professionals, Unternehmen und Wissenschaft. Dafür engagieren sich an 17 Hochschulstandorten und in 17 Alumni-Clubs über 3400 Mitglieder ehrenamtlich. Unterstützt werden wir dabei von 85 Professoren der renommiertesten Marketinglehrstühle sowie von zahlreichen Partnerunternehmen wie unter anderem Reckitt Benckiser, Henkel, Procter & Gamble, BBDO, L'Oréal, Microsoft und Gruner+Jahr. Zahlreiche Veranstaltungen und Beratungsprojekte sowie der regelmäßig stattfindende Fachkongress „Marketing Horizonte“ zeigen die Leistungsstärke des Vereins. Um diese auszubauen, investieren wir in eine umfangreiche Weiterbildung unserer Mitglieder. Seit nunmehr 30 Jahren steht MTP für „Marketing leben“.

Infos unter www.mtp.org und fb.com/mtpcv

marketing leben.  mtp

IMRESSUM

© 2020 matchboxmedia, Düsseldorf

Alle Rechte, insbesondere die der Übersetzung in andere Sprachen, vorbehalten. Kein Teil dieser Publikation darf ohne schriftliche Genehmigung des Verlages in irgendeiner Form – durch Fotokopie, Mikroverfilmung oder irgendein anderes Verfahren – reproduziert oder in eine von Maschinen, insbesondere von Datenverarbeitungsmaschinen, verwendbare Sprache übertragen oder übersetzt werden. Die Wiedergabe von Warenzeichnungen, Handelsnamen oder sonstigen Kennzeichen in diesem Buch berechtigt

nicht zu der Annahme, dass diese von jedermann frei benutzt werden dürfen. Vielmehr kann es sich auch dann um eingetragene Warenzeichen oder sonstige gesetzlich geschützte Kennzeichen handeln, wenn sie nicht eigens als solche markiert sind.

All rights reserved (including those of translation into other languages). No part of this book may be reproduced in any form – by photoprinting, microfilm or any other means – nor transmitted or translated into a machine language without written permission from the publishers. Registered names, trademarks, etc. used in this book, even when not specifically marked as such, are not to be considered unprotected by law.

Redaktion: Annette Eicker (Hrsg.), Kirstin von Elm, Ulrike Heitze, Julia Leendertse, Melanie Rübartsch
redaktion@matchbox-media.de

Anzeigen: anzeigen@matchbox-media.de

Kooperationen: Cathrin Müller

Druck: Druckerei Griebsch & Rochol Druck GmbH & Co. KG, Hamm

Der Inhalt dieses Druckwerkes wurde mit größtmöglicher Sorgfalt recherchiert und ausgearbeitet. Sollten Sie dennoch Korrekturen haben, so wenden Sie sich bitte an: matchboxmedia, Humperdinckstraße 24, 40593 Düsseldorf. Eine Haftung des Verlages, insbesondere wegen fehlerhafter Angaben zu Unternehmen, ist ausgeschlossen.

Unternehmensfotos: Soweit nicht anders angegeben, stammen die Fotos immer von dem jeweiligen Unternehmen.