

UNICUM BERUF

WIRTSCHAFT



PROFESSOR DES JAHRES

**DAS SIND DIE
CHAMPIONS 2019**



» **TEAMARBEIT** So wichtig sind die richtigen Partner

» **EINE FESTE BANK?** Sind Jobs in der Finanzwelt weiterhin attraktiv?

» **CODEN STATT KISTEN SCHLEPPEN** Auch der Handel sucht IT-Cracks

Seite 32

Nr. 07/2019
www.unicum.de



IN DER FAIRTRADE-KOOPERATIVE
KANN KAFFEEBAUER DARMON
AUS INDONESIA SEINE
ZUKUNFT
SELBSTBESTIMMT IN DIE HAND NEHMEN.



DU ENTSCHIEDEST MIT JEDEM EINKAUF, OB GUTE ARBEIT BESSER BEZAHLT WIRD. MIT FAIRTRADE BIST DU TEIL EINER WELTWEITEN BEWEGUNG, DIE SICH FÜR FAIRNESS IM GLOBALEN HANDEL STARK MACHT. **INFORMIER' DICH, ENTDECKE DIE FAIRTRADE-WELT UND ENGAGIER' DICH!**

WWW.FAIRTRADE-DEUTSCHLAND.DE



**ES BEGINNT
MIT DIR**



Die Profs des Jahres

Fast drei Millionen Studierende drängen sich inzwischen an den Universitäten in Deutschland. Man darf davon ausgehen, dass die meisten von ihnen nicht in die Elfenbeintürme der Wissenschaft streben, sondern eher danach trachten, sich eine solide berufliche Basis für einen Job in der Wirtschaft, im öffentlichen Dienst oder als Selbstständige aufzubauen. Woran ja nix falsch ist. Die Frage ist, ob die Hochschulen dem politisch gewollten Ansturm junger Menschen gewachsen sind. Die Zahl der Professorinnen und Professoren ist jedenfalls nicht in gleichem Maße gestiegen wie die ihrer Studenten. Und bei längst nicht allen Profs ist angekommen, dass sich die Bedürfnisse der ihnen anvertrauten Nachwuchsakademiker verschoben haben: in Richtung beruflichen Pragmatismus und weg von der reinen wissenschaftlichen Lehre. Fachliche Exzellenz ist natürlich weiterhin wichtig und dringend erwünscht, aber sie verliert in den Augen vieler Studierender ihren Absolutheitsanspruch. Kurz: Studis von heute wollen, dass ihre Profs sie für den Arbeitsmarkt fit machen, ihnen Kontakte in die Wirtschaft vermitteln und zeigen, wie der Hase läuft im Arbeitsleben. Exakt deshalb gibt es unseren Wettbewerb „Professor des Jahres“, dessen diesjährige Gewinner nun feststehen und in diesem Heft präsentiert werden. Sieger und Platzierte leisten einen Top-Job im Interesse und zum Nutzen ihrer Studierenden. Aus diesem Grunde gratulieren wir beiden Gruppen aufs Herzlichste: den Professorinnen und Professoren sowie ihren so gut betreuten Studierenden. Und das seid ihr! Schätzt euch glücklich. Und habt Spaß an dieser Ausgabe!

Herzlich, euer

KARRIEREZENTRUM

04 News Karrierezentrum/Timer

06 Prokrasti ... – was? Ich doch nicht!

Kolumne: Job-Hacks für den Berufseinstieg



08 Professor des Jahres 2019 – die Sieger!

Wir präsentieren die Gewinnerinnen und Gewinner unseres bundesweiten Wettbewerbs

10 Daher kommt die Teamarbeit

Ein Anthropologe erklärt, was Teamarbeit bringt und was ein gutes Team ausmacht

12 Aus vollem Herzen

So bewirbt man sich erfolgreich bei seinem Lieblingsunternehmen



14 Per Handschlag zum Job

Absolventen schildern, was sie auf Messen falsch und richtig gemacht haben

WIRTSCHAFT

17 Wirtschafts-News

18 Hauptsache mobil

Branchenreport Banken und Versicherungen



20 Flexible Könnner

Die Wirtschaft sucht Online-Marketing-Manager

22 Klickst du noch oder sprichst du schon?

Der Handel setzt verstärkt auf sprachgesteuertes Einkaufen – das verspricht Jobs

24 Aber ja doch! Adademiker gesucht!

Der Lebensmittel-Einzelhandel ist auf der Suche nach Akademikern



26 Handeln auf allen Kanälen

Ist Multichannel-Handel das neue Buzzword?

28 Karriere mit Kette

Die Blockchain-Technologie kann die Wirtschaft umkrempeln. Wer profitiert davon?

29 Karriere hoch 5!

Die beliebtesten Bankjobs einfach erklärt

30 Meine Uhr, meine Yacht, meine Karriere

Arbeiten im Segment der Luxusgüter

32 Der Duft der Wallstreet

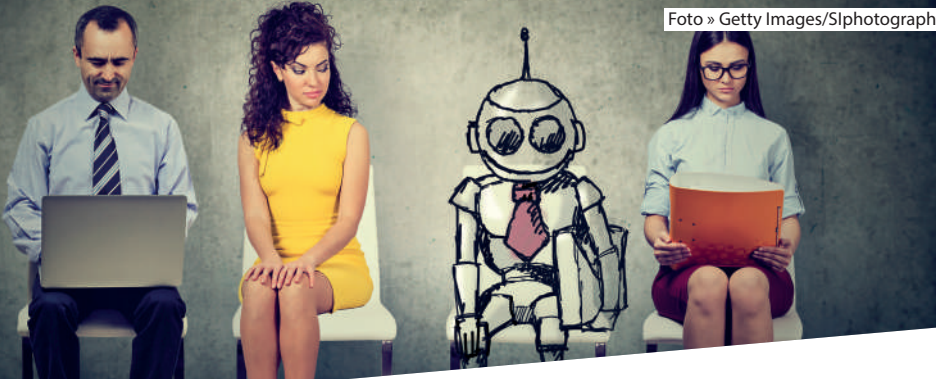
Die Börse und ihre Berufe

34 Welche Firma passt zu mir?

Die Kolumne von Martin Wehrle

Text » Tiziana Sepe

Foto » Getty Images/Slphotography



DIGITALISIERUNG I: JOBABBAU UNVERMEIDLICH?

Egal ob im Alltag oder auf der Arbeit: Digitalisierung bestimmt die Zukunft. Viele Branchen sehen sich mit Arbeitsplatzabbau konfrontiert, besonders betroffen sind Banken. Laut Berechnungen des Informationsdienstes Bloomberg kommen die 2019 geplanten Stellenstreichungen europäischer Finanzinstitute auf 70.000 Arbeitsplätze. Allein die Deutsche Bank will 18.000, die Commerzbank über 4.000 Arbeitsplätze streichen. Während die Geldinstitute abbauen, sehen andere Branchen ihre Mitarbeiter als Potenziale. Ein Beispiel dafür ist der Automobilhersteller VW, der mit seinem zweijährigen Programm „Fakultät 73“ Mechaniker, Elektronik-Fachkräfte oder Produktdesigner zu Softwareentwicklern machen will. Im Jahr 2021 sollen die ersten IT-Absolventen laut VW einen festen Arbeitsvertrag bekommen. Bei VW sollen über 11.000 Jobs in den neuen Bereichen, wie der Softwareentwicklung, entstehen. Der Autozulieferer Continental will über den internen Bildungsträger „Continental Institut für Technologie und Transformation“ (CITT) über 1.000 Mitarbeiter pro Jahr im digitalen Bereich weiterbilden.

DIGITALISIERUNG II: STRESS NIMMT ZU

Aus der Studie „Gesund digital arbeiten?!“ unter Beteiligung von Bayreuther Forschern geht hervor, dass jeder fünfte Arbeitnehmer starken digitalen Stress empfindet. Das hat auch Folgen für den Arbeitgeber: Leistungen am Arbeitsplatz lassen nach, zudem denken Arbeitnehmer öfter darüber nach, ihre Stelle zu wechseln. Gute Beziehungen zum Vorgesetzten sowie ein erweiterter Handlungsspielraum hinsichtlich arbeitsrelevanter Entscheidungen könnten dem aber entgegenwirken. Für die Studie wurden 5.000 Arbeitnehmer befragt.

GEWINNSPIEL ZUM KINOSTART VON BOOKSMART AM 14. NOVEMBER

Seit der Premiere auf dem South by Southwest wurde „BOOKSMART“ euphorisch gefeiert. Nun kommt der Film um zwei Freundinnen, die vor lauter Lernen den Spaß verpasst haben und die Highschool mit einer legendären Partynacht beenden wollen, in die deutschen Kinos. Passend zur wunderbar originellen Komödie von Olivia Wilde verlosen wir Fanpakete mit KODAK SMILE Sofortbilddruckern. Dank der kostenlosen KODAK SMILE App können Schnappschüsse bearbeitet, angepasst und mit Augmented Reality Features zum Leben erweckt werden. Im Anschluss lassen sich die Bilder sofort ausdrucken oder auf den beliebtesten Social-Media Plattformen teilen. Mehr unter www.kodakphotoplus.com



JOBMESSEN:

15. November:

Jobvector Career Day, Düsseldorf, Ingenieure, Informatiker, Mediziner und Naturwissenschaftler, www.jobvector.de

16. November:

hierbleiben!, Magdeburg, Fach- und Führungskräfte, <https://hierbleiben-jobs.de>

19./20. November:

Akademika – Die Jobmesse, Augsburg, Berufserfahrene, Studenten/Absolventen, www.akademika.de

21./22. November:

Absolventenkongress in Köln – zum 30. Mal! www.absolventenkongress.de

23./24. November:

2. Jobmesse Leipzig, Studenten, Absolventen, Quereinsteiger, Existenzgründer, www.jobmessen.de/leipzig

3./4. Dezember:

Career Venture women, Seeheim, Berufseinsteiger, Berufserfahrene, VWL/BWL, Wirtschaftsinformatik, -mathematik, Physik, Maschinenbau, www.career-venture.de



Weitere Termine unter karriere.unicum.de

KEINE LUST AUF FÜHRUNGSJOBS

Eine Online-Umfrage der Boston Consulting Group (BCG) zeigt, dass sich viele Angestellte aus dem mittleren Management in ihrer Position nicht wohl fühlen. Auch sei der Wunsch, eine Führungsrolle anzutreten, in Deutschland besonders gering: Nur sieben Prozent der Mitarbeiter wollen in den nächsten fünf bis zehn Jahren eine höhere Position übernehmen. In China möchten 47 Prozent der Arbeitnehmer ein Team leiten und nur vier Prozent geben an, am liebsten gar nicht mehr arbeiten zu wollen. Im westeuropäischen Vergleich fühlen sich in Deutschland 64 Prozent der mittleren Manager gestresst, in Frankreich und Großbritannien sind es mit 74 Prozent noch einmal deutlich mehr. In allen drei Ländern haben über 80 Prozent der Manager den Eindruck, dass ihr Job heute schwerer ist als früher. Für die Studie wurden 5.000 Personen in fünf Ländern über ihre Karrierepläne befragt. Darunter Deutschland, China, Frankreich, Großbritannien und die USA. Unter ihnen waren 30 Prozent Führungskräfte.

Mit dem Zweiten sieht man besser



DEINE
POWER
FÜR DAS
ZDF DER
ZUKUNFT.

Mach ein
Volontariat
bei uns.

redaktionsvolontariat.zdf.de



Text » Dr. Simone Cardoso de Oliveira

Fotos » privat, Getty Images/Nuthawut Somsuk



**DIE BESTEN LIFE-WORK-HACKS FÜR
WENIGER STRESS BEIM BERUFSSTART**

PROKRASTI ... – WAS? ICH DOCH NICHT!

Im letzten Teil unserer Serie zeigen wir euch, wie ihr die Angewohnheit in den Griff bekommt, wichtige Aufgaben auf die lange Bank zu schieben.

Ich schreibe gerade die letzte UNICUM BERUF Kolumne für dieses Jahr. Oder, besser gesagt, gleich fange ich an. Ein paar Ideen für die Überschrift hab' ich schon. Ist ja eigentlich auch ein Klacks. Nur noch eben einen Kaffee gebraut. Und die Lieblingstasse abgespült. Den Text schaff' ich ja ohnehin ganz locker bis zum Abend. Also überhaupt kein Grund, sich zu stressen. Könnt' ich also eigentlich auch morgen noch ganz easy ... Ach ja, und heute Abend bin ich ja auf dem Herbstmarkt verabredet. Zeit, den Wintermantel hervorzuholen! Und nach ersten Weihnachtsgeschenken könnte ich dann auch schauen ...

Kennst du diese inneren Monologe? So oder so ähnlich läuft das wohl bei jedem von uns manchmal ab. Und unsere Aufgaben verschieben sich ganz geschmeidig von Tag zu Tag zu Tag zu Tag ... im Zweifelsfall bis zum Sankt-Nimmerleins-Tag. Was im Privatleben allenfalls zu zwischenmenschlichen Verstimmungen führt (wenn du deiner Freundin z. B. am zehnten Tag nacheinander versprichst, den Müll „gleich“ rauszubringen,) kann im Berufsleben schnell fatale Folgen haben.

Also, lass es nicht so weit kommen, bis es wirklich ernst wird in Studium und Beruf. Es gibt wohlprobierte Gegenmittel gegen die liebe Aufschieberitis, auch Prokrastination genannt.

TRIPPELSCHRITTE

Fangen wir ganz bescheiden an: Was ist es, was auf deiner To-Do Liste steht, aber partout nicht in Gang kommen will? „Geschenk für Maren“ z. B.,

oder „Seminarprotokoll XY“? Cool, jetzt wissen wir schon mal, worum es geht. Hast du schon damit angefangen? Nein? Dann tu es JETZT. Und zwar für 1 Minute. Hast du die? Ich bin sicher.

Also: Welcher allererste Schritt fällt dir ein, der getan werden müsste, um die Sache anzugehen? Beispielsweise den Budgetrahmen klären für das Geschenk oder die Seminarmit-schrift hervorsuchen. Machbar? Klar. Dann mach's gleich jetzt. Und wenn das gar nicht so schlimm war und du noch einen draufsetzen willst: Überleg dir gleich den nächsten Schritt. Und dann nimm ihn dir für den nächsten Tag vor und immer so weiter.

Das geht im Privatleben, Studium und Beruf gleichermaßen. Du wirst sehen, mit der Zeit werden aus deinen täglichen Trippelschritten ausführliche Spaziergänge – und das Ziel ist am Ende eher erreicht, als du gedacht hättest!

ZUSAMMEN GEHT'S LEICHTER

Und hier noch ein Spezial-Booster. Vielleicht haben deine Freunde ähnliche Aufgaben, mit denen sie kämpfen? Warum dann nicht das Angenehme mit dem Nützlichen verbinden? Im Studium hast du dich vielleicht manchmal mit einer Lerngruppe verabredet, um mit dem Stoff besser durchzukommen. Das Prinzip funktioniert auch im Beruf! Verabrede dich z. B. einfach zu einer bestimmten Zeit mit einem Kollegen, der auch an deinem Projekt beteiligt ist, um die Planung voranzubringen. Gemeinsam erstellt ihr eine Liste der Dinge, die erledigt werden müssen und auch gleich

eine Idee, wer das bis wann machen soll. Ihr habt noch Unklarheiten und offene Fragen? Prima, dann haltet fest, wer sie bis zum nächsten Meeting klären soll, und los geht's.

Aber was, wenn du die Sache allein bearbeiten musst oder vielleicht als Freelancer arbeitest? Das ist kein Hindernis, sich mit anderen zusammenzutun. In modernen Konzepten wie Co-Working, Mastermind-Gruppen oder Working out loud können auch Einzelkämpfer von dem Energieschub einer Gruppe profitieren.

Das Wichtigste ist, dir selbst deine Arbeit und den jeweils nächsten Schritt so schmackhaft zu machen, dass du gar nicht nein sagen kannst. Also: Werde Aufgaben-Konditor und back dir selbst eine Arbeitstorte, der du nicht widerstehen kannst!



Dr. Simone Cardoso
de Oliveira

ÜBER DIE AUTORIN:

Smart arbeiten, Träume verwirklichen und die Welt ein Stückchen cooler machen – dabei helfen euch die Life-Work Hacks und Tools von Dr. Simone Cardoso de Oliveira (www.sciedo.de) – speziell für ambitionierte „Brain Worker“!



LOVED BY GENERATIONS. CRAFTED BY YOU.



You have always loved it. Now be part of it.

Jedes Jahr begrüßen wir in der Ferrero Familie viele neue Talente. In unserem internationalen Umfeld bieten wir ihnen zahlreiche Möglichkeiten, wertvolle Erfahrungen zu sammeln und ihre Karriereträume zu verwirklichen. Denn wie keinem anderen Unternehmen ist es uns gelungen, die Welt der Süßwaren dauerhaft zu prägen. Als Familienunternehmen setzen wir auf eine nachhaltige Planung, die unsere Mitarbeiter, Konsumenten und Handelspartner gleichermaßen begeistert. Überall auf der Welt lassen wir Herzen höher schlagen, indem wir immer wieder großartige Ideen entwickeln. Bei uns hat jeder Einzelne die Chance, unsere Marken noch besser zu machen... auch Sie! Sind Sie dabei?

FERRERO
ROCHER



Kinder **nutella**



duplo

hanuta

Crafting
Raffaello

Mehr erfahren auf: ferrerocareers.com

FERRERO



DAS SIND DIE SIEGER 2019



Die Professorinnen und Professoren des Jahres stehen fest! Wieder einmal leistete die Jury enorme Arbeit, galt es doch, mehr als 2.100 Hochschullehrer zu begutachten und ihre Verdienste um die Berufsvorbereitung ihrer Studierenden zu würdigen. Fazit: Liebe Studierende – ihr seid in guten Händen! Oft sogar in ausgezeichneten, wie die folgenden Preisträgerinnen und Preisträger zeigen! Herzlichen Glückwunsch den Preisträgern!

Fotos » privat, Hochschulen



Prof. Dr.-Ing. Peter Burggräf, Professor für International Production Engineering and Management, Universität Siegen

Das sagt die Jury: Die Jury für den Preis „Professor des Jahres 2019“ verleiht den Preis in Informatik und Ingenieurwissenschaften an Prof. Dr. Peter Burggräf für seine herausragenden Leistungen in der Ausbildung und Betreuung seiner Studierenden an der Universität Siegen. Prof. Burggräf hat nicht nur den neuen attraktiven Studiengang des „International Production Engineering and Management“ aufgebaut, sondern bringt als Geschäftsführer und Aufsichtsrat innovativer junger Unternehmen große Erfahrung auf dem Gebiet des Produktionsmanagements in seine Arbeit als Hochschullehrer ein. Seine Kontakte nutzt er für die Intensivierung des Austauschs seiner Studierenden mit regionalen und überregional arbeitenden Unternehmen. Im Rahmen des Studiengangs werden seine Studierenden zu Gründern eines virtuellen Unternehmens und gewinnen so die notwendigen Kompetenzen für ihren späteren Berufsweg.

2. Platz: Prof. Dr.-Ing. Helmut Grüning, Professor für Wasserversorgung und Entwässerungstechnik, FH Münster

3. Platz: Prof. Dr.-Ing. Olaf Goebel, Professor für Energietechnik und Ressourcenoptimierung, Hochschule Hamm-Lippstadt



Prof. Dr. Laura Große, Professorin für Differentielle und Klinische Psychologie, Hochschule Hamm-Lippstadt

Das sagt die Jury: Die Jury für den Preis „Professor des Jahres 2019“ verleiht den Preis in den Geistes-, Gesellschafts- und Kulturwissenschaften an Frau Prof. Dr. Laura Große für ihre herausragenden Leistungen in der Ausbildung und Betreuung ihrer Studierenden an der Hochschule Hamm-Lippstadt im Fach Differentielle und Klinische Psychologie. Frau Professorin Große ist schon im letzten Jahr in den engeren Kreis der Kandidaten für den Titel Professor des Jahres geraten, sie hat auch an ihrer Hochschule bereits einen Lehrpreis erhalten. Ihre besondere Qualität liegt in der Verbindung ihrer praktischen Arbeit als klinische Psychologin in verschiedenen Praxen und der Nutzung dieser Erfahrung für die akademische Lehre. In diesem Jahr war die Jury einstimmig der Meinung, dass ihr die Auszeichnung für ihr bemerkenswertes Engagement in der Lehre gebührt, wie auch die hohe Zahl der Unterstützer ihrer Bewerbung ausweist.

2. Platz: Prof. Dr. phil. Daniela Elsner, Professorin für Lehramt, Goethe-Universität Frankfurt am Main

3. Platz: Prof. Dr. Michael Urselmann, Professor für Sozialmanagement, TH Köln



**IN DER KATEGORIE
NATURWISSENSCHAFTEN/MEDIZIN**

Prof. Dr.-Ing. Gerhard Krump, Professor für Akustik und Medientechnik, TH Deggendorf

Das sagt die Jury: Die Jury für den Preis „Professor des Jahres 2019“ verleiht den Preis in Medizin und Naturwissenschaften an Prof. Gerhard Krump für seine herausragenden Leistungen in der Ausbildung und Betreuung seiner Studierenden an der FH Deggendorf. Herr Prof. Krump versteht es in besonderer Weise, seine Studierenden durch praxisbezogene Projektarbeiten für sein Fachgebiet – Akustik und Medientechnik – zu begeistern. Durch die regelmäßige Organisation des Deggendorfer Akustik-Seminars bringt er seine Studierenden in unmittelbaren Kontakt mit den Erfahrungen und Bedürfnissen der Praktiker aus kooperierenden Unternehmen. Auch seine Zusammenarbeit mit lokalen Radiosendern sorgt für eine praxisnahe Ausbildung seiner Studierenden. Damit ist auch die Basis für die Vergabe von Bachelor- und Masterarbeiten gegeben, die in enger Anbindung an Partnerunternehmen aus der Wirtschaft vergeben werden. So bereitet er seine Studierenden auf die späteren beruflichen Herausforderungen vor.

2. Platz: Prof. Dr. Frank Glorius, Professor für Organische Chemie, Westfälische Wilhelms-Universität Münster

3. Platz: Prof. Dr. Dr. Oliver Müller, Professor für Angewandte Bio- und Medizinwissenschaften, FH Kaiserslautern



**IN DER KATEGORIE
WIRTSCHAFTSWISSENSCHAFTEN/JURA**

Prof. Dr. Joachim Link, Professor für allgemeine BWL, insbes. Marketing, Produkt- und Kundenmanagement, Hochschule Heilbronn

Das sagt die Jury: Die Jury für den Preis „Professor des Jahres 2019“ verleiht den Preis in Wirtschaftswissenschaften und Jura an Prof. Dr. Joachim Link für seine herausragenden Leistungen in der Ausbildung und Betreuung seiner Studierenden an der FH Heilbronn im Fach Marketing. Nicht nur die große Zahl der Unterstützer hat die Jury zu dieser Entscheidung bewogen, sondern vor allem die von ihm betriebene erfolgreiche Entwicklung der Case-studies-Methode im Bereich der wirtschaftswissenschaftlichen Ausbildung. Die von ihm konzipierte und realisierte Ausbildung ist gekennzeichnet durch die konsequente Verzahnung der Lehrinhalte mit definierten und konsequent umgesetzten Praxisanteilen. Seine regelmäßige Veranstaltung des Marketingtages für die z. T. langjährigen Projektpartner sorgt für einen regelmäßigen Austausch zwischen der Hochschule und den Unternehmen.

2. Platz: Prof. Dr. Michael Gutiérrez, Professor für Betriebswirtschaft, Hochschule Neu-Ulm

3. Platz: Prof. Dr. Manfred Schwaiger, Professor für Betriebswirtschaft, Ludwig-Maximilians-Universität München



ZUM WETTBEWERB

Der Titel „Professor des Jahres“ wird an Hochschullehrer vergeben, die als echte Wegbereiter für Karrieren überzeugen. Sie vermitteln nicht nur theoretische Hintergründe, sondern auch praktisches Wissen, jobrelevante Fähigkeiten und direkte Kontakte in die Wirtschaftswelt. Mit diesem Rüstzeug können die Absolventen die Herausforderungen ihres Berufsalltages allesamt souverän meistern. Der Wettbewerb „Professor des Jahres“ findet unter der Schirmherrschaft des Bundesministeriums für Bildung und Forschung und des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie statt. Gefördert wird er von dem auf Fachkräfte spezialisierten Personaldienstleister Hays.

Gefördert von:

Unter der Schirmherrschaft von:



Bundesministerium
für Bildung
und Forschung



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Energie

DIE JURY

Professor Dr. Winfried Schulze (Jury-Vorsitzender). Der emeritierte Geschichtswissenschaftler lehrte in Berlin, Kassel, Bochum und München und war von 1998 bis 2001 Vorsitzender des Wissenschaftsrates. Der Träger des Leibniz-Preises ist seit 2010 Direktor des Mercator Research Centers Ruhr in Essen.



Professor Dr. Metin Tolan, Professor des Jahres 2010, ist Prorektor für Finanzen und Professor für experimentelle Physik an der Technischen Universität Dortmund.

Prof. Dr. Michaela Geierhos, Professorin des Jahres 2013, ist Professorin für Wirtschaftsinformatik am Heinz Nixdorf Institut der Universität Paderborn.

Christian Jost, Head of People Management bei unserem Förderer Hays.

Manfred Baldschus ist geschäftsführender Gesellschafter der Firmengruppe UNICUM und Gründer der UNICUM Stiftung.

Mehr Infos und alle Preisträger des Wettbewerbs seit Beginn auf:
www.professordesjahres.de

Text » Janna Degener-Storr

Foto » privat, Getty Images/Deagreez

ANTHROPOLOGISCHE ERKENNTNIS

TEAMARBEIT - NUR MIT DEM PASSENDEN PARTNER

Die Entscheidung, mit wem wir zusammenarbeiten möchten, hängt häufig vom Status der anderen Person ab. Zu diesem Ergebnis kommt eine aktuelle Studie des Max-Planck-Instituts für evolutionäre Anthropologie und der Universität von Richmond, an der der Anthropologe Christopher von Rueden beteiligt war. UNICUM BERUF hat den Forscher gefragt, ob Berufseinsteiger sich beim Teambuilding an hochrangigen Mitarbeitern orientieren sollen oder ob das Konkurrenzverhalten der Zusammenarbeit schadet.

UNICUM BERUF: Wie kamen Sie als Anthropologe dazu, sich in einer Studie mit dem Thema Teamwork zu beschäftigen?

Ich arbeite seit 2005 mit den Tsimane, einer indigenen Gruppe in Bolivien. Ich wollte verstehen, wie Hierarchie und Führung in einer Gesellschaft entstehen, in der es kaum formelle Institutionen oder eine Regierung gibt, die das tägliche Leben beeinflusst. Insbesondere hat mich die Frage interessiert, was Kooperationspartnerschaften, die die Menschen eingehen, über den sozialen Status aussagen, den sie erlangen. Nachdem ich über mehrere Jahre

hinweg Daten gesammelt hatte, wandte ich mich an meinen Kollegen Daniel Redhead vom Max-Planck-Institut für evolutionäre Anthropologie, der sich damit beschäftigte, wie Kooperation und Statushierarchie sich gegenseitig über die Zeit beeinflussen. Wir fanden heraus, dass Individuen eher nicht mit Individuen kooperieren, die den gleichen Status wie sie selbst haben. Individuen mit hohem Status gewinnen mehr Kooperationspartner. Und Individuen mit niedrigem Status gewinnen an Status, indem sie mit Individuen kooperieren, die einen höheren Status haben als sie selbst.

Was sagen Ihre Ergebnisse über den Menschen an sich aus?

Die meisten menschlichen Gesellschaften waren klein, hatten weder eine formelle Regierung noch Führungspersonlichkeiten mit einer breiten einschränkenden Macht. Erst in den letzten wenigen tausend Jahren sind große Gesellschaften mit komplexen Bürokratien entstanden. Indem wir untersuchen, wie die Gesellschaft der Tsimane Status gewinnt und erhält, können wir rekonstruieren, wie informelle Statushierarchien Menschen über eine lange Zeit der menschlichen Evolution geprägt haben. In anderen Worten: Wir verstehen besser, wie und warum wir heute um sozialen Status konkurrieren. Das hat Auswirkungen auf unsere persönliche soziale Interaktion in kleinen Gruppen jeder Gesellschaft – in unseren Büros, Schulen, Teams und Nachbarschaften. Indem wir die Tsimane erforschen, lernen wir mehr über Menschen in jeder Gesellschaft. Wir verstehen auch besser, wie Veränderungen in unserer Umgebung über die letzten paar tausend Jahre hinweg zu einer einschränkenden Führung und einer ungleichen Statushierarchie geführt haben. Unsere Ergebnisse lassen vermuten, dass die Kooperation mit den Mitgliedern niedrigerer Statusgruppen weniger wichtig geworden sein könnte, um einen höheren Status zu erlangen und zu erhalten, weil die Größe von Gesellschaft und die Vermögensungleichheit größer geworden sind.

OFT WIRD SELBSTBEWUSSTSEIN MIT KOMPETENZ VERWECHSELT

Haben Sie eine Erklärung dafür, warum viele von uns ihren Chef als inkompetent empfinden?

Inkompetente Führungspersonen werden eher dort aufkommen, wo wir uns gegenseitig nicht so gut kennen, also wenn die Chefs beispielsweise von Headhuntern außerhalb einer Organisation rekrutiert werden. Wir verwechseln dann Selbstbewusstsein mit Kompetenz. Eine Lösung ist, mehr Führungspositionen innerhalb der Organisation zu fördern. Sie sind aufgestiegen, indem sie viele Kooperationsbeziehungen innerhalb der Organisation aufgebaut haben. Das könnte sie berechenbarer und ihr Verhalten vorhersehbarer machen.

Sollten sich Berufseinsteiger beim Teambuilding an hochrangigen Mitarbeitern orientieren? Oder schadet das Konkurrenzverhalten der Zusammenarbeit?

Eine gute Abwägung ist da wahrscheinlich richtig. Bei den Tsimane kooperieren Individuen nicht nur auf der Basis von Status. Verwandt-

schaft und gegenseitige Kooperation sind viel wichtiger. Deshalb sollten Sie auch in Büros und professionellen Netzwerken die richtige Balance zwischen Netzwerken mit Freunden und Arbeitskollegen finden und ebenso Kooperationen mit Individuen eines höheren Status anstreben.

Sie haben auch herausgefunden, dass Menschen einen höheren Status bekommen, wenn andere Menschen sie als sehr verwundbar betrachten. Warum ist das so?

Wenn jemand ein verwundbarer Partner ist, möchten Sie seine Interessen vorne anstellen und ihm in Konflikten mit anderen unterstützen. Ansonsten würden Sie das Risiko eingehen, diesen Partner zu verlieren. Anders als bei anderen Primaten ist es bei Menschen so, dass Status denjenigen zukommt, die anderen Vorteile bringen können. Diese Art von Status nennen wir „Prestige“. Status, der auf „Dominanz“ basiert, bekommen Sie auf der anderen Seite, weil andere Menschen Angst vor Ihnen haben. Prestige ist wichtiger für die menschliche Hierarchie, weil sie uns unabhängiger macht. Wenn es um die Herstellung von Lebensmitteln, das Teilen von Informationen und das Aufziehen des Nachwuchses geht, verlassen wir Menschen uns mehr aufeinander als andere Primaten.



Das Foto wurde während der letzten Runde der Datensammlung in Bolivien aufgenommen und zeigt Christopher von Rueden (links) gemeinsam mit seinen Forschungsassistenten Joseph Kilgallen und Veronica Canchi sowie ihrem Sohn.

Können wir dieses Ergebnis auch auf unser heutiges Arbeitsleben übertragen, indem wir sagen: Es hilft unserer Karriere, wenn wir uns um Schwächere kümmern?



Es ist schwierig, unsere Ergebnisse auf das Arbeitsleben in modernen Bürokratien zu übertragen, denn es gibt Unterschiede im Vermögen und der institutionalisierten Macht, die die Tsimane nicht erleben. Dennoch legt unsere Forschung

nahe, dass Menschen durch Kooperation in persönlichen Netzwerken um Status konkurrieren. In unserer Studie konnten wir nicht genau zeigen, warum die Kooperation mit Individuen eines höheren Status den eigenen Status verbessern. Trotzdem zeigen unsere Ergebnisse, dass es nicht nur wichtig ist, wie viel wir kooperieren, sondern auch mit wem. Und das war offenbar lange ein Merkmal menschlicher Gruppen.

28 BLACK – DER ENERGY DRINK

**Ist anders.
Ist vegan.
Jetzt zertifiziert.**



Mitmachen & gewinnen! Mehr unter 28black.de  





BEWERBEN BEIM LIEBLINGSUNTERNEHMEN

AUS VOLLEM HERZEN

Text » Andreas Monning

Foto » Getty Images/djiledesign

In ein tolles Unternehmen kann man sich richtig verlieben,

aber was tun, damit die Gefühle auch erwidert werden?

Hier kommt guter Rat für die besondere Bewerbung.

Rund sollten Bewerbungen immer sein. Die Bewerbung bei der Lieblingsfirma aber braucht das gewisse Extra: Begeisterung. Wenn dann Bewerber, Job und Firma zueinander passen, steht der glücklichen Beziehung nichts mehr im Wege.

DAS BEWERBUNGSSCHREIBEN

Hierher gehören Inhalte, die Personaler-Heizen höher schlagen lassen. Aber aufgepasst: Das Anschreiben ist das wichtigste Dokument der Bewerbungsmappe und verlangt starke Argumente, vor allem klar und schnörkellos, warum der Bewerber für den Job qualifiziert ist. Was sind seine Interessen und Kompetenzen, die im Zusammenhang mit der ausgeschriebenen Stelle (beziehungsweise der Arbeit des Unternehmens) stehen? Die beste Strategie: herausarbeiten, was die Jobanzeige über die Herausforderung des Unternehmens verrät. Wenn das gelungen ist, vermittelt man anhand von Qualifikationen, Studienschwerpunkten und praktischen Erfahrungen: Hier kommt jemand, der helfen kann, genau diese Probleme zu lösen! Mit Formulierungen wie „Hiermit bewerbe ich mich ...“ eher langweilig einzusteigen, ist nicht schlimm. Die Leistung des Unternehmens zu loben oder dessen Attraktivität zu betonen, hingegen anbiedernd und tabu. Schrifttyp, Zeichengröße, Zeilenabstand? Seine Bewerbung in die richtige Form zu bringen, ist natürlich wichtig, aber kein Hexenwerk. Bei formalen Fragen schätzen Personaler keine kreativen Extravaganzen, bewährte Vorlagen findet man im Internet, meist kostenlos zum Download.

Tipp: Übersichtlich, strukturiert und lesbar schreiben und so zeigen, dass man strukturiert denken und arbeiten kann.

DER LEBENSLAUF

Ist der Lebenslauf in tabellarischer Form oder ausformuliert gewünscht? Das verrät in der Regel die Stellenbeschreibung. Bei Initiativbewerbungen sollte man die tabellarische Form wählen, denn die ist übersichtlicher und schneller lesbar. Zum Inhalt: Der Lebenslauf fasst die persönlichen Daten des Bewerbers zusammen, gibt detaillierte Einblicke in seine Arbeits- und Bildungslaufbahn und offenbart die persönlichen Interessen. Achtung:

Nur (job)relevante Angaben zur Person machen! Punkten kann man hier (siehe oben) vor allem, indem man dem Personaler die schnelle Übersicht ermöglicht. Interessanter Hinweis dazu: Laut Studien ist die von Personalleitern bevorzugte Variante des Aufbaus des Lebenslaufs die „anti-chronologische“, weil die die schnellste Übersicht verschafft. Das heißt: Die Arbeits- oder Bildungslaufbahn wird zeitlich in umgekehrter Reihenfolge aufgelistet, also von der Gegenwart zur Vergangenheit statt von der Vergangenheit zur Gegenwart. Auch gut zu wissen: Der Lebenslauf kann mehrere Seiten umfassen, möglichst aber nicht mehr als drei. Bei mehr als einer Seite nicht vergessen, die Seitenzahl einzufügen.

DAS MOTIVATIONSSCHREIBEN

Nicht jedes Unternehmen erwartet ein Motivationsschreiben. Wer seine Lieblingsfirma umgarnen will, muss die Extrachance der so genannten Seite drei aber unbedingt nutzen. Sie bietet die wertvolle Gelegenheit, noch einmal in sich zu gehen und zu klären, warum man unbedingt zu dieser Firma und in diesen Job will. Passt das wirklich? Vorteil: Wer sich die Pros bewusst gemacht hat, kann seine Motivationen glasklar dem Personaler mitteilen. Ins Motivationsschreiben gehören auch Argumente, die für eine Einladung zum Vorstellungsgespräch sprechen, die aber weder in den Lebenslauf noch ins Anschreiben passen. Beispiel: Man hat ein Hobby, in dem man mit Begeisterung Dinge tut, die für die betreffende Stelle von großem Nutzen sind. Also los: Das Motivationsschreiben ist die Gelegenheit, über Stärken und Erfahrungen zu sprechen, über berufliche Ziele und die Frage, was einen gerade an diesem Unternehmen reizt.

AUF DEN PUNKT GEBRACHT

Vor allem ein Motivationsschreiben gibt der Bewerbung das gewisse Extra. Damit der Schuss nicht nach hinten losgeht: Anschreiben und Motivationsschreiben bestmöglich trennen, die Inhalte dürfen nicht identisch sein. Überlappungen sind zwar kaum zu vermeiden, grundsätzlich sollte es aber so aussehen: Das Anschreiben erklärt, warum jemand den Job machen kann. Das Motivationsschreiben hingegen, warum er den Job machen will. Und unbedingt prüfen: Angaben in Anschreiben und Motivationsschreiben dürfen sich nicht widersprechen.

Tipp: Am besten jemanden aus der Branche das Motivationsschreiben lesen lassen. Der checkt, ob die Vorstellungen von der Branche und dem Unternehmen der Realität entsprechen. Besonders Berufsanfänger liegen hier sonst schnell daneben.



connecticum 2020

Deutschlands große Recruiting- und Karrieremesse
IT, Business, Engineering | 12. bis 14. Mai, Arena Berlin

3 Tage, 400 Top-Arbeitgeber • Studentenjobs • Praktika
Abschlussarbeiten • Traineeprogramme • Direkteinstieg



Jetzt das kostenlose Infopaket zur connecticum holen

Logo-Übersicht: Die Unternehmen der connecticum 2019

www.connecticum.de/unternehmen2019

Über 400 renommierte Arbeitgeber aus ganz Deutschland präsentieren sich mit Messeständen, Firmenvorträgen, Einzelgesprächen und ihren Stellenangeboten.

Eintritt frei für alle Studenten, Absolventen und Young Professionals. Die Schwerpunkte sind IT, Wirtschafts- und Ingenieurwissenschaften.

www.connecticum.de/check-in



ABSOLVENTENMESSEN PER HANDSCHLAG ZUM JOB

Was taugen Jobmessen? Und wie sollte man sie nutzen? Zwei Studierende und eine Karriereberaterin berichten.

Text » Janna Degener-Storr Foto » Privat, Getty Images/artisticco



Martina Ostwald, Studentin im Master „Bildung für nachhaltige Entwicklung“

Über die Karriereberatung meiner Universität erfuhr ich, dass Studierende kostenlose Tickets für einen Tag auf der größten Messe der Bio-Branche erhalten. Ich konnte mich für eine Gruppenführung anmelden, die von Trainees aus dem Ökolandbau organisiert wurde. Als die Ansprechpartnerin vom Lebensmittelhersteller Rapunzel bei der Führung erzählte, dass das Unternehmen ein Besucherzentrum mit Garten aufbauen möchte, fragte ich direkt, ob da noch Unterstützung gebraucht wird – denn ich bin gelernte Gärtnerin (Fachrichtung Garten- und Landschaftsbau), habe im Bachelor Landschaftsarchitektur studiert und fand die Aufgabe sehr interessant. Die Dame sagte mir, dass sie sich meinen Namen merkt. Toll fand ich auch, dass man auf der Messe gleich ein Gefühl dafür bekommt, ob man in ein bestimmtes Unternehmen überhaupt reinpassen würde. Ich musste ein bisschen schmunzeln, weil ich auf einer Messe der Biobranche Sandalen und Jutebeutel erwartet hatte und die Arbeitgeber dann teilweise ganz schön schnieke fand. Die Dame von Rapunzel trug zu ihrer schwarzen Hose und ihrem Blazer ein lockeres T-Shirt und Glitzer-Sneaker – das war mir sympathisch!

Dominic Kaut, Student im BWL-Master mit Schwerpunkt Finance, Accounting, Controlling, Taxation



Ich habe mein zweites Master-Semester gerade abgeschlossen und möchte nun das nächste halbe Jahr nutzen, um neue Erfahrungen durch ein Praktikum zu sammeln. Also habe ich im Mai den Company Day meiner Fakultät besucht, der an einen so genannten Talentfinder gekoppelt ist. Diese App funktioniert ähnlich wie die Dating-App Tinder: Die Studierenden pflegen ihren Lebenslauf ein, so dass Unternehmen, die Praktikanten oder Mitarbeiter suchen, ihnen einen Like geben können. Auch die Arbeitgeber erstellen ein Profil mit Informationen dazu, wen sie suchen, das wiederum von den Studenten geliked werden kann. Wenn es zu einem Match kommt, können beide Seiten vorab schon miteinander chatten und einen Zeitslot vereinbaren, um sich am Messetag persönlich kennenzulernen. Ich persönlich hatte vier solcher Einzelgespräche. Ich wurde mit Namen begrüßt und konnte recht entspannt darüber sprechen, was ich bisher schon so gemacht habe und wie ich mich ins Team einbringen möchte. Drei der Unternehmen luden mich anschließend zu einem klassischen Bewerbungsgespräch in ihre Filialen ein, bei einem davon – einer großen Wirtschaftsprüfungsgesellschaft – werde ich mein Praktikum demnächst beginnen. Einem Arbeitgeber sagte ich schon auf dem Messetag ab: Mir war es wichtig, in dieser letzten Praktikumsphase vor dem Berufseinstieg einerseits das Consulting und andererseits auch die Steuerprüfung kennenzulernen. Bei der Steuerkanzlei war das nicht möglich, so dass wir uns direkt höflich voneinander verabschieden konnten, ohne den Aufwand eines Bewerbungsgesprächs auf uns nehmen zu müssen. Auf der Messe hatte ich aber auch die Möglichkeit, einen Blick auf Unternehmen zu werfen, die ich gar nicht auf dem Schirm gehabt hatte. Die Bank, bei der ich meine Ausbildung gemacht hatte, war dort zum Beispiel mit ihrem Inhouse-Consulting vertreten, das war spannend für mich. Gefallen hat mir auch das Kicker-Turnier, bei dem Studenten gemeinsam mit Angestellten aus unterschiedlichen Unternehmen im Team gegen andere spielen konnten.



INTERVIEW

AM MESSESTAND GILT: „BLOSS NICHT AUFS SMARTPHONE STARREN!“

Nina Savarini, Karriereberaterin an der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt

UNICUM BERUF: Einen Vertreter des Traumarbeitgebers einfach am Infostand anzusprechen, fällt ja sicher nicht jedem leicht. Wie können Studenten diesen Schritt schaffen?

Sie sollten sich so präsentieren, wie sie sind. Wichtiger als der perfekte Auftritt ist, zu zeigen, dass man sich informiert hat und für den Arbeitgeber begeistert. Auf keinen Fall sollte man mal eben schnell irgendwo hingehen und fragen: „Haben Sie eigentlich Praktika?“ Wenn die Personalerin gerade Zeit hat, kann man zum Beispiel sagen: „Entschuldigen Sie, haben Sie gerade einen Moment? Ich würde mich gerne vorstellen.“ Dann würde ich darüber sprechen, was ich studiere, wie ich auf das Unternehmen aufmerksam geworden bin, warum ich mich



Nina Savarini

dort gerne bewerben möchte, ob ich Praktikum oder einen Berufseinstieg wünsche und welcher Zeitraum in Frage kommt. Wichtig ist, ein aufrichtiges Interesse zu bekunden und nicht das Gefühl zu vermitteln: Ich habe zufällig Ihren Stand gesehen und möchte gerne noch einen Kugelschreiber mitnehmen.

Was können Studenten tun, wenn die Ansprechperson noch in einem Gespräch ist, das sich immer länger hinzieht?

Man sollte nicht auf sein Smartphone oder auf den Boden schauen, sondern etwas machen, das Interesse am Unternehmen bekundet. Vielleicht gibt es an dem Messestand Materialien, in die man sich einlesen kann – Unternehmensbroschüren oder Stellenausschreibungen zum Beispiel. Vielleicht kann man an einem Gewinnspiel teilnehmen oder Kontakt zu anderen Studierenden suchen, um sich mit ihnen auszutauschen.

Wie würden Sie mit Nervosität umgehen?

Viel Nervosität kann schon durch eine gute Vorbereitung abgebaut werden: Wenn ich weiß, was ich auf Rückfragen antworten kann, habe ich keine Angst mehr davor. Vorab kann man die Situation auch mit Freunden oder Bekannten üben. Und manche Career Services bieten ebenfalls die Möglichkeit, solche Situationen zu trainieren. Da bei einer Messe viele Unternehmen vertreten sind, muss man auch nicht am Anfang des Tages zu seinem Traumarbeitgeber gehen, sondern man kann auch zum „Warm-up“ mit einem Unternehmen anfangen, das einen auch interessiert, wo man aber weiß: Wenn es nicht klappt, ist das kein Genickbruch.



45

JAHRE **PERSONALWIRTSCHAFT**

Feiern Sie
mit uns und testen
5 Hefte Gratis!
pwgo.de/45-jahre

Diese Themen erwarten Sie
in den nächsten Monaten:

- **Talent Management**
- **Change Management**
- **Digitale Transformation**
- **Ausbildung**

Die Personalwirtschaft bietet Fachinformationen für strategisch denkende und zupackende HR-Entscheider: **informativ, innovativ, intelligent.** Nah an der Szene, inhaltlich kritisch und thematisch griffig unterstützen wir Personalmanager im täglichen Doing.

Personalwirtschaft



KAUM WEIBLICHE FÜHRUNGSKRÄFTE IN DER FINANZBRANCHE

Frauen in Führungspositionen gehören mittlerweile zum Alltag. Außer im Finanz- und Fondssektor – dort sind kaum weibliche Führungskräfte zu finden. Das zeigt der aktuelle „Alpha Female Report“ des englischen Finanzinformationsanbieters Citywire, demzufolge nur elf Prozent der Fondsmanager in Citywires globaler Datenbank Frauen seien. Für den seit Jahren unveränderten geringen Anteil gebe es mehrere Gründe, zwei hebt Citywire hervor: So fänden Frauen den vermeintlich mathematiklastigen und auf Gewinnerzielung gerichteten Finanzsektor weniger anziehend als Männer. Zum anderen beobachteten die Autoren, dass von Frauen gemanagte Fonds rund ein Drittel weniger Geld von Anlegern einsammeln als Fonds, die von Männern verwaltet werden. Wenn weibliche Portfoliomanager aber weniger Geld brächten, so Citywire, gebe es auch weniger Anreize, diese vermehrt einzustellen. Die Alpha Female Awards sind Teil der jährlichen Alpha-Female-Analyse von Citywire, die Asset-Management-Gruppen nach der Anzahl der Frauen unter den Portfoliomanagern weltweit bewertet.

DEUTSCHLAND IN EUROPA NUR AUF PLATZ ACHT BEIM EINKOMMEN

Die Europäer haben im Schnitt mehr Einkommen zur Verfügung. Laut der Studie „GfK Kaufkraft Europa 2019“ der Marktforschungsgesellschaft GfK bleiben den Europäern durchschnittlich 14.739 Euro für Ausgaben und zum Sparen übrig. Für das Jahr 2019 haben die Europäer knapp zehn Billionen Euro zur Verfügung. Die Pro-Kopf-Kaufkraft ist um 3,5 Prozent angestiegen und liegt deutlich über dem Vorjahreswert. Liechtenstein liegt mit 67.550 Euro auf Platz eins. Danach folgen die Schweiz und Luxemburg. Die Menschen im Kosovo, in Moldawien und der Ukraine haben dagegen am wenigsten Geld. Deutschland befindet sich mit 23.779 Euro auf dem achten Platz. Für die Studie wurden 42 Länder untersucht.

NUR ALTE NUTZEN KAUM ONLINE-BANKING

Die nächste Überweisung über das Handy oder von zuhause aus tätigen – Online-Banking ist praktisch, bequem und schnell. Nach dem Studienbericht „Digital Finance 2019 – Die Transformation der Finanzindustrie in Zahlen“, veröffentlicht vom Digitalverband Bitkom, nutzen immer mehr Bundesbürger Online-Banking. Aktuell sind es 70 Prozent. Immer mehr greifen dafür auf ihr Smartphone zurück: 52 Prozent nutzen Mobile-Banking. Fast jeder dritte Online-Banking-Nutzer besucht keine Filiale mehr für seine Bankgeschäfte. Eine Ausnahme stellt die ältere Generation ab 65 Jahren dar. Nur jeder Fünfte von ihnen nutzt das Online-Angebot. Für die Studie wurde eine Umfrage der Bitkom Research im Auftrag des Digitalverbands Bitkom durchgeführt. Dabei wurden 1.005 Bundesbürger ab 16 Jahren telefonisch befragt.

INVESTOREN WÜNSCHEN SICH NACHHALTIG ANLEGENDE FONDS

Rund 98 Prozent der Investoren setzen laut einer Befragung der DVFA-Kommission Sustainable Investing (SI) auf nachhaltige Investments. Für eine nachhaltigere Finanzwelt gebe es jedoch noch einiges zu tun, schreiben die Autoren. Am meisten wird der Mangel an einheitlichen Standards und Definitionen kritisiert. Rund 60 Prozent der Befragten geben an, dass Nachhaltigkeit noch nicht ausreichend in herkömmlichen Analyse- und Bewertungsmodellen integriert sei. Ebenso viele sind der Ansicht, dass zu wenig Akteure in der Finanzindustrie ausreichend Wissen und Erfahrung in diesem Bereich mitbringen. Rund 46 Prozent der Befragten halten es für richtig, das Finanzsystem so zu reformieren, dass privates Kapital in nachhaltiges Wirtschaften umgelenkt wird. Jedoch sind knapp 82 Prozent der Meinung, dass die EU-Nachhaltigkeitsregeln die grundsätzliche Entscheidungsfreiheit von Anlegern nicht einschränken dürfe.

GEHALT: IN DIESEN FÄCHERN LOHNT DIE PROMOTION

Nach einer Analyse des Vergleichsportals „Gehalt.de“ verdienen Berufseinsteiger mit Promotion deutlich mehr als solche, die keinen „Dr.“ vor dem Namen stehen haben. Während Promovierte im Mittel 55.000 Euro pro Jahr einstreichen, verdienen Einsteiger ohne Dokortitel rund 9.000 Euro weniger, Bachelorabsolventen tragen im Schnitt sogar 13.000 Euro weniger Verdienst nach Hause. Wie viel am Ende mehr herauspringt, hängt stark vom Fach ab: Bei Informatikern lohnt sich der Doktor am meisten. Zum Berufseinstieg mit Masterabschluss verdienen Informatiker 48.300 Euro. Nach einer Promotion springt ihr Einstiegsgehalt auf rund 57.000 Euro. Auch Ingenieuren geht's leidlich: Sie verdienen promoviert 53.800 Euro und damit knapp 5.000 Euro mehr als ohne Dokortitel. Allerdings spielt nicht nur der erworbene Abschluss eine Rolle bei der Gehaltshöhe, auch Branche oder die Unternehmensgröße des Arbeitgebers sind wichtige Faktoren. Dabei gilt: Je größer und internationaler der Arbeitgeber aufgestellt ist, desto üppiger die Gehälter. Für die Analyse wurden rund 6.000 Daten von akademischen Berufseinsteigern herangezogen.

Wissenswertes rund
ums Thema Studium und Karriere!

f + @ /campushunter.de

campushunter

das etwas andere Karrieremagazin
und Online-Portal



Print und
Online
bestens
informiert!

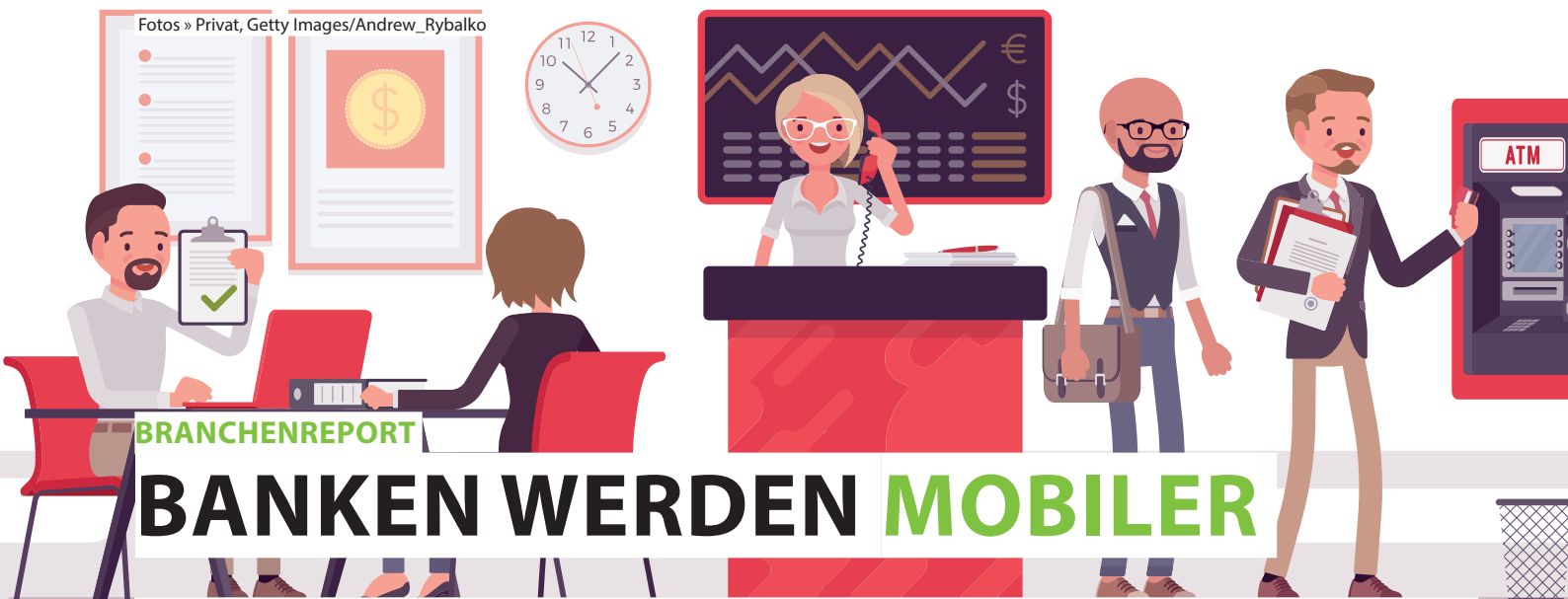
www.campushunter.de



Über 200 E-Cards kostenlos und ohne Anmeldung verschicken!

Text » Rita Martens-Baentsch

Fotos » Privat, Getty Images/Andrew_Rybalko



Haben Absolventen im Bankwesen bei einem immer kleiner werdenden Filialnetz und Stellenabbau überhaupt noch Karriereperspektiven? UNICUM BERUF gibt den Branchenüberblick.

Wenn ihre Bank morgen vom Markt verschwände, würden 75 Prozent der Deutschen ihre Bank vermissen. Das ist das Ergebnis der Trendstudie „Banking der Zukunft“, die von YouGov durchgeführt wurde. Doch eben dies passiert deutschlandweit: Banken bauen ihr Filialnetz immer weiter ab. Die Direktbanken und Onlinebanken machen ihnen vor, wie es auch ohne Filialen gut laufen kann. Der einst sehr dankbare Job in der Bank wird zunehmend zum unsicheren Beruf. Die Beschäftigtenzahlen in der Bankenbranche sprechen eine klare Sprache: Seit dem Jahr 2000 sind sie um 27 Prozent gesunken. 2018 waren rund 200.000 Beschäftigte weniger bei einer Bank angestellt als noch vor 18 Jahren.

Lohnt sich also ein Job bei einer Bank überhaupt noch? Wer sich die Gehälter ansieht, muss eindeutig mit „Ja“ antworten. Der Median der Bruttoeinstiegsgehälter von Hochschulabsolventen lag im letzten Jahr bei 52.500 Euro. Das ist mehr, als andere Branchen ihren Absolventen zahlen. Auch wenn das Bankwesen an Attraktivität seit der Bankenkrise vor über



Thomas Rienecker

einem Jahrzehnt stark abgenommen hat, ist es für Führungskräfte auch weiterhin eine lukrative Karriereperspektive. Denn abseits des überdurchschnittlichen Gehalts bieten Banken moderne

Arbeitsformen und eine Vielzahl attraktiver Sozialleistungen, wie flexible Arbeitszeiten, 30 Urlaubstage oder betriebliche Altersversorgungssysteme.

„Die Institute der Sparkassen-Finanzgruppe stehen, wie die gesamte Bankenbranche, vor einem anspruchsvollen Transformationsprozess. Betriebswirtschaftlich gilt es vor dem Hintergrund der Digitalisierung, Regulatorik und Niedrigzinsphase, kundennahe Lösungen zu gestalten, um auch weiterhin als attraktiver Finanzdienstleister in der Beratung zu überzeugen“, sagt Thomas Rienecker, Pressesprecher des Deutschen Sparkassen- und Giroverbands e. V. in Berlin. „Die Grundlage dafür sind neben einer IT, die dienstleistungsorientierte Prozesse unterstützt, in erster Linie engagierte Führungskräfte im stationären sowie medialen Vertrieb und gut ausgebildete Kolleginnen und Kollegen für komplexe Aufgaben in den Stabs- und Steuerungsbereichen wie: Gesamtbanksteuerung, IT/Prozessmanagement, Compliance, Marketing oder auch Personalmanagement.“

TRAINEESHIP ODER DIREKTEIN-STIEG – BANKEN BIETEN BEIDES

Menschen mit den unterschiedlichsten Vorkenntnissen sind im Bankwesen willkommen: „Gerade für Hochschulabsolventen mit Bachelor und Master-Abschluss sind die Banken attraktive Arbeitgeber. Der Berufseinstieg erfolgt hier häufig über Trainee-Programme, in denen eine

Absolventin oder ein Absolvent verschiedene Bereiche einer Bank durchläuft und berufliche Erfahrungen sammeln kann. Daneben bieten



Ulf Grimmke

Banken natürlich auch für Hochschulabsolventinnen und -absolventen in vielen Bereichen die Möglichkeit eines Direkteinstiegs als Spezialist ins Arbeitsleben“, sagt Ulf Grimmke, Leiter Arbeitsmarkt- und Bildungspolitik beim Arbeitgeberverband des privaten Bankgewerbes e. V. „Dies gilt nicht nur für Abschlüsse eher typischer Studiengänge wie Wirtschaftswissenschaften und Jura, sondern auch für (Wirtschafts-)Informatik oder Mathematik. Auch für Absolventinnen und Absolventen mit auf den ersten Blick nicht unbedingt banktypischen Studiengängen wie Informatik, Physik oder Geisteswissenschaften sehen wir zunehmend gute Einstiegschancen.“

Es kommt also mehr denn je auf analytische und kommunikative Fähigkeiten im Bankwesen an. So werde heute, so Thomas Rienecker, zudem darauf geachtet, „dass sie sich selbst gut organisieren, ihre Kreativität einbringen, neugierig sind, Neues schätzen und digitale Kompetenzen mitbringen“.

Mit dem traditionellen Geschäftsmodell können Banken eine Großzahl an Kunden nicht mehr erreichen. Vor allem jüngere Kunden ziehen ein kostenloses Konto bei



Corinna Vogt

einer Direktbank wie ING vor. Deren Geschäftsmodell ist gekennzeichnet durch wenige und transparente Produkte, günstige Konditionen, ein konzentriertes Angebot und hohe Kosteneffizienz. Im Gegenzug verzichten diese Kunden auf eine Bank vor Ort.

Corinna Vogt, Head of Talent, Learning & Recruiting der ING in Deutschland, sagt: „Banken müssen vor allem in der Lage sein, die sich dynamisch verändernden Kundenwünsche schnell zu identifizieren, in unternehmerisches Handeln umzusetzen und dann in Form von passgenauen Produkten und Dienstleistungen innerhalb kürzester Zeit an die Kunden zurückzugeben. Dieser grundlegende Wandel gelingt nur mit Agilität.“

BEI DER BAUFINANZIERUNG ZÄHLT DIE BERATUNG – UND NICHT NUR DA

Ulf Grimmke erklärt die Umbruchphase im Bankgewerbe so: „Auf der einen Seite führen strukturelle Änderungen am Markt zu Filialschließungen und zur Reduzierung des Personals, auf der anderen Seite bieten aber gerade die Veränderungen einer fortschreitenden Digitalisierung und damit auch die Erschließung neuer Geschäftsfelder für Berufseinsteiger viele neue moderne Arbeitsplätze mit Chancen und Herausforderungen.“ Bei der ING hat der Wandel gut funktioniert: „Wir haben im Zuge der agilen Transformation unsere Hierarchiestufen verschlankt. Das hat zur Folge, dass sich für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter neue Karrierepfade öffnen. Sie können früh Verantwortung übernehmen und Erfahrungen sammeln“, sagt Corinna Vogt. „Für Berufseinsteiger bieten wir Ausbildungsprogramme an, wie das 18-monatige „International Talent Programme“ für Masterstudenten oder das „Junior Expert Programme“ für Master- und Bachelor-Studenten der Wirtschaftswissenschaften oder eines MINT-Studienganges sowie die Möglichkeit für Abiturienten, ein duales Studium zu absolvieren.“

Mit ihren 50 Millionen Kunden zählt die Sparkasse zu den Big Playern – die Konkurrenz agiler Banken ist dementsprechend gering. Sparkassen-Kunden, die es mobiler mögen, können ihre Überweisungen auch über die Internet-Filialen oder per S-App mit dem Smartphone erledigen. „Wenn es aber komplexer wird, wie bei einer Baufinanzierung, Versicherung oder der Altersvorsorge, dann

suchen sie nach Beratung und wollen individuelle Fragen klären.“ Thomas Rienecker glaubt daran, dass die Sparkassen als Arbeitgeber sehr attraktiv für Berufseinsteiger bleiben: „Sparkassen bieten heutzutage unterschiedlichste

Arbeitszeitmodelle und gehen damit immer stärker auf die Bedürfnisse einer geänderten Work-Life-Balance ein, auf die gerade junge Mitarbeiter hohen Wert legen.“

Zusammengestellt von Rita Martens-Baentsch

ZAHLEN, DATEN, FAKTEN



Frauenquote:

33,7% Frauen unter den außertariflichen Beschäftigten im privaten Bankgewerbe

(Quelle: AGV Banken)



Bruttoeinstiegsgehalt von deutschen Hochschulabsolventen 2018 in der Bankenbranche:

Unteres Quartil: **45.150 Euro**

Median: **52.500 Euro**

Oberes Quartil: **57.400 Euro**

Damit hat die Bankenbranche das höchste Einstiegsgehalt und liegt noch vor der Automobilindustrie und der Pharma- sowie Consultingbranche.

(Quelle: gehaltsreporter.de)



Beschäftigtenzahlen im Kreditgewerbe 2018

Private Banken und Bausparkassen:

165.300

Sparkassen:

209.600

Landes-/Förderbanken, öfftl. Bausparkassen, Spezialinstitute:

48.100

Volks- und Raiffeisenbanken, Sparda-Banken:

148.700

Gesamtes Kreditgewerbe:

571.700

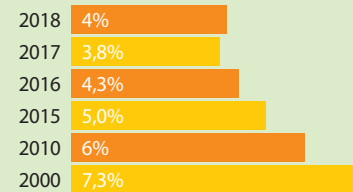
Bundesbank:

11.600

Im gesamten Kreditgewerbe sinkt die Zahl der Beschäftigten jährlich immer weiter. Waren es im Jahr 2000 noch 774.550 Beschäftigte, waren es im Jahr 2010 nur noch 657.700 Beschäftigte.

(Quelle: AGV Banken)

Ausbildungsquote im privaten Bankgewerbe:



Bei Einbeziehung aller Ausbildungsformen (duale, ausbildungs- oder praxisintegrierte Studiengänge) lag die **Ausbildungsquote 2018** bei **5%**.

(Quelle: AGV Banken)

Zahl des Monats:

105.031.000 Girokonten bei deutschen Kreditinstituten gab es 2018.

(Quelle: Deutsche Bundesbank)

ONLINE MARKETING MANAGER

FLEXIBLE KÖNNER

Wer übers Internet verkauft, setzt auf Marketing im Web. Deshalb brauchen Internetshops, Werbeagenturen und Onlinemedien Online-Marketing-Manager. Allein ein „Digital Native“ zu sein, reicht nicht aus.

Beste Chancen haben Hochschulabsolventen mit einem Studium der Wirtschaftswissenschaften, aber auch Kommunikationsdesigner und ITler. Doch Quereinsteiger mit einem geisteswissenschaftlichen Abschluss finden ebenfalls Beschäftigungsmöglichkeiten.

Die 25-jährige Irina Pokovba arbeitet für die „Outletcity Metzingen“, die auch einen eigenen Onlineshop hat. Sie ist dort für Kooperationen mit Angebotsportalen und Bonusprogrammen wie Payback zuständig. „Ich plane Angebote und Werbemaßnahmen – zum Beispiel exklusive Gutscheine in Zusammenarbeit mit dem Grafikteam und dem Shopmanagement. Außerdem bin ich für das Reporting meiner Maßnahmen zuständig.“ Dabei hatte sie das Thema „Marketing“ noch gar nicht auf dem Schirm, als sie ihr Studium der Volkswirtschaftslehre begann. „Ich hatte damals noch keinen richtigen Plan. Für das Studium entschied ich mich, weil der Besuch des Wirtschaftsgymnasiums mein Interesse für Wirtschaftsthemen weckte und ich in diesen Fächern gut war.“ Sie lernte an der Hochschule Nürtingen auch BWL und Marketing kennen. So entschied sie sich, ihren Master im Fach Marketingmanagement zu machen. „Mein Fokus war schon damals auf das digitale Marketing gerichtet. In einem Projekt befasste ich mich zum Beispiel mit Onlineshops.“ Pokovba ist seit sechs Monaten bei Outletcity Metzingen. „Meine Entscheidung fürs Online-Marketing war genau richtig, denn es ist sehr vielseitig. So habe ich viel Kontakt zu anderen Teams und Kooperationspartnern.“ Auch mit ihrem Arbeitgeber ist sie sehr zufrieden. „Die Arbeitsatmosphäre ist locker. Es macht mir Spaß, mit Menschen zusammenzuarbeiten, die viel erreichen wollen und von denen ich viel lernen kann.“

Wer ins Online-Marketing einsteigen will, kann das auf unterschiedlichen Wegen tun. „Die verschiedenen Medienstudiengänge beschäftigen sich heutzutage alle mit dem Thema ‚digitale Kommunikation‘ und Online-Marketing“, erklärt Prof. Harald Eichsteller, Studiendekan der Medienmasterstudiengänge an der Hochschule der Medien in Stuttgart. „Dabei ist es egal, wie sich diese im Einzelnen nennen.“ Natürlich gäbe es auch spezielle Studiengänge wie etwa Onlinemedienmanagement. Aus seiner

Erfahrung weiß er außerdem, dass viele Online-Marketing-Manager einen betriebswirtschaftlichen Hintergrund haben. „Andere Berufseinsteiger studierten vorher aber auch Medien- oder Wirtschaftsinformatik.“ Insgesamt sieht Eichsteller hervorragende Berufsperspektiven.

MARKETING IST IMMER AUCH ONLINE-MARKETING

Prof. Dr. Georg Rainer Hofmann, Leiter der Kompetenzgruppe E-Commerce beim „eco – Verband der Internetwirtschaft“ betont: „Das Online-Marketing ist ein stockseriöses Geschäft.“ Es gehe oft um die Auswertung von Zahlen und Daten. Deshalb seien für diesen Bereich BWLer mit guten mathematischen Kenntnissen prädestiniert. Hofmann – der am Information Management Institut der Technische Hochschule Aschaffenburg lehrt – hält eine Spezialisierung auf Online-Marketing für nicht zwingend notwendig: „Heute ist Marketing immer auch Online-Marketing, denn das Internet ist zur Schlüsseltechnologie geworden.“ Eine zu starke Spezialisierung sieht er sogar kritisch: „So eine Spezialisierung legt Hochschulabsolventen zu früh auf einen bestimmten Bereich fest.“

Hofmann sieht für Absolventen verschiedener Richtungen Einstiegsmöglichkeiten in die Branche: Es gibt Jobs für Hochschulabsolventen, die einen technischen Hintergrund mitbringen, wie zum Beispiel Wirtschaftsinformatiker, es finden sich aber auch Jobs für Kreative, die etwa Kommunikationsdesign oder Grafikdesign studiert haben. Auch Raffaella Drüppel, Talent Sourcing Managerin bei Otto, sucht für ihr Unternehmen Mitarbeiter im Bereich Online-Marketing. Infrage kommen für sie Hochschulabsolventen mit Bachelor- oder Masterabschluss. „Wir bevorzugen allerdings Kandidaten aus den wirtschaftswissenschaftlichen Studienfächern mit dem Schwerpunkt Marketing oder Online-Marketing. Auch Wirtschaftsinformatiker oder Absolventen von Studiengängen mit analytischem Fokus sind gern gesehen.“ Talente mit einem sozial- oder medienwissenschaftlichen Hintergrund bekommen bei Otto ebenfalls eine Chance. Die Chancen für Quereinsteiger bei Otto sind dagegen eher gering. „Grundsätzlich ist es uns jedoch wichtig, dass jemand für

KLICKST DU NOCH ODER SPRICHST DU SCHON?

„Dem Konsumenten was auf die Ohren geben“, lautet im Handel die Devise der Zukunft. Wie akustische Anwendungen die Beziehung zwischen Marke und Kunde prägen werden.



Text » Dr. André Gärisch Foto » Getty Images/Slphotography

Hört, hört!“ – Handelsunternehmen rüsten aktuell mächtig auf. Sie verfolgen das Ziel, verstärkt in die Gehörgänge vorzudringen. Dort soll die Marke sich entfalten und das Shoppen erleichtern. Voice-Anwendungen bieten die Möglichkeit, neue Käufergruppen zu erschließen und originelle Kaufmomente zu erzeugen. Derzeit experimentieren die Retailer mit Technologien, Klängen und Inhalten, die beim Konsumenten zünden sollen; sogar die Stimmung des Verbrauchers soll irgendwann exakt erfasst werden können: künstliche Intelligenz mit empathischem Talent. Wem es gelingt, den richtigen Ton zu treffen, dessen Ruf werden die Menschen folgen.

„Derzeit spielt das Thema noch eine untergeordnete Rolle. Allerdings haben Sprachassistenten nach unserer Auffassung ein enormes Potenzial, den gesamten Handel grundlegend zu verändern. Aber wie bei allen innovativen Technologien braucht der Konsument auch hier eine gewisse Eingewöhnungszeit, um seine gelernten Verhaltensweisen anzupassen und die Vorteile des neuen User Interface vollständig auszunutzen“, analysiert Volkmar Vogel, der bei Rewe den Bereich Conversational UI leitet. Insbesondere nichtklärungsbedürftige Produkte eignen sich gegenwärtig für den Kanal, etwa wenn Kurzentschlossene eine Pizza Margherita oder ein Taxi bestellen möchten; doch mit der Entwicklung ausgefeilter Back-End-Intelligenzen, die anspruchsvollere Dialoge ermöglichen, könnte eine Revolution ins Rollen kommen. Laut einer Publikation des Bundesverbands Digitale Wirtschaft (BVDW) werden sich Siri, Alexa und Co. schon bald zu vertrauten Befehlsempfängern mausern. 190 Millionen Haushalte weltweit nutzen mittlerweile smarte Lautsprecher. Das globale Wachstum beträgt Erhebungen des Capgemini Digital Transformation Institutes zufolge jährlich 653 Prozent. Während mehr als vier von fünf Verbrauchern Sprachassistenten bereits zur Informationssuche eingesetzt haben, verwendeten sie 35 Prozent, um beispielsweise Lebensmittel, Kleidung oder Heimpflege zu ordern. 71 Prozent zeigen sich zufrieden mit der Einbindung des digitalen Artikulators.

EINKAUF MIT ANSAGE

Rewe hat als eines der ersten deutschen Handelsunternehmen auf den Trend reagiert – und eine spezielle Voice-Commerce-Strategie entwickelt. „Wir haben den Rewe Assistant ins Leben gerufen, der die drei Voice-Apps ‚Rewe Rezepte‘, ‚Rewe‘ und ‚Rewe Shop‘ umfasst – damit bieten wir unseren Kunden für jedes Bedürfnis eine eigene sprachgesteuerte Anlaufstelle“, erläutert Melanie Weitz, verantwortliche Voice User Interface Designerin. Wer „Okay Google, lass mich mit Rewe sprechen“ sagt, aktiviert das Programm. Das Rezept-Modul ermöglicht, nach Rezeptvorschlägen zu recherchieren und sich die Tagesempfehlung ansagen zu lassen: „Nach Auswahl eines Rezeptes können die Zutaten auf die Einkaufsliste gesetzt und später die Schritt-für-Schritt-Anleitung zum interaktiven Kochen gestartet werden“, sagt Weitz.

Das allgemeine Modul entwarf man für den Besuch der stationären Filialen: „Die Angebote der Woche können angefordert, die Einkaufsliste durch das Befüllen, Abfragen und Löschen von Produkten verwaltet werden.“ Ideal sei dies für Situationen, in denen kein Stift in greifbarer Nähe liegt. Die Shop-Variante gewährt Online-Käufern die Option, schnell und einfach nach Produkten zu suchen, sie dem Warenkorb hinzuzufügen und zu bestellen. Das Unternehmen betrachtet „Voice“ als interdisziplinäre Herausforderung: „Software Engineer, Voice User Interface Designer, Voice User Experience Researcher und Content Creator – diese vier Funktionen müssen sich stets miteinander austauschen und eng miteinander verzahnt sein, damit eine App Nutzerbedürfnissen optimal entsprechen kann“, ordnet Vogel ein.

NOCH WIRD EXPERIMENTIERT

Noch befindet sich die Technologie in den Kinderschuhen und auch das Berufsbild des Voice User Interface Designers müsse erst final definiert und etabliert werden. Da es bislang an dedizierten Studiengängen für diesen Beruf fehle, werde diese Qualifikation bei Rewe momentan entweder durch Workshops oder on-the-job erworben. „Für den Software Engineer hingegen ist der Einstieg in diese Technologie unkomplizierter, da sich die Tools von der üblichen Backend-Entwicklung nicht großartig unterscheiden“, resümiert Vogel.

GESUCHT: INNOVATIVE GESCHÄFTSIDEEN

start2grow 2020



„Neben der konkreten Unterstützung durch das start2grow-Netzwerk und das fundierte Know-how ein unbezahlbarer Vorteil für die Startups“, betont Friedrich-Wilhelm Corzilius, Teammanager start2grow bei der Wirtschaftsförderung Dortmund.

Das start2grow-Netzwerk mit über 600 Experten aus unterschiedlichen Fachbereichen steht den Gründern bei der Entwicklung ihrer Geschäftsidee und der Erstellung ihres Businessplans zur Seite.

Für die besten Businesspläne sind Preisgelder im Wert von 84.000 Euro ausgelobt. Die Anmeldung zur kostenfreien Teilnahme ist auf www.start2grow.de jederzeit möglich.

Corzilius: „Bei start2grow ist am Ende jeder ein Gewinner! Egal, ob man als Preisträger oben auf dem Siebertreppchen steht oder nicht. Die Teilnehmer von start2grow gehen gut vorbereitet in die Gründung ihres Unternehmens und die Besten bekommen dazu noch etwas Startkapital. Alle Teilnehmer erhalten auch nach dem Wettbewerb weiteren Support und z. B. die Gelegenheit zu einem Matching, das die Startups mit etablierten Unternehmen zusammenbringt.“

Ideen aus Hochschulen und Forschungseinrichtungen haben das Potenzial zum Preisträger beim Gründungswettbewerb start2grow. Wer eine technologische oder digitale Idee für ein innovatives Produkt oder eine innovative Dienstleistung hat, ist bei start2grow genau richtig! Egal, ob es sich erst um eine vage Geschäftsidee handelt oder schon ein kompletter Businessplan fertig ist, in jedem Fall hat start2grow etwas zu bieten.

„Bei start2grow finden die Teilnehmer alles, was für ihre Unternehmensgründung notwendig ist und das kostenlos! Neben den Preisgeldern sind vor



KONTAKT

Friedrich-Wilhelm Corzilius
Teammanager start2grow

Wirtschaftsförderung Dortmund
Töllnerstr. 9-11, 44122 Dortmund
E-Mail: info@start2grow.de
Hotline: 0800 / 4 782 782

www.start2grow.de

The next D.I.T.

Unsere Zukunft:
Digital. Innovativ. Technologisch.



Sie haben eine digitale oder technologische Geschäftsidee, aber noch keinen Businessplan? Oder braucht Ihr Businessplan nur noch den letzten Schliff?

In jedem Fall sind Sie beim Gründungswettbewerb start2grow 2020 richtig!

Unser Angebot für Ihre erfolgreiche Gründung:

- Preisgelder im Wert von 84.000€
- Kostenfreies Coaching und Mentoring
- Kontakte zu Wirtschaft und Kapital
- Events zum Netzwerken, Lernen und Feiern
- Bundesweiter Wettbewerb
- Kostenfreie Teilnahme

Jetzt informieren und anmelden:

www.start2grow.de

ABER JA DOCH! AKADEMIKER GESUCHT!

Wohin man auch blickt – überall lauert die Digitalisierung. Und damit der allgemeine Jobverlust. Wirklich? Gerade in einer Branche, der man das nicht zugute hielt, bietet sie Chancen für Akademiker. Ja doch! Wir reden vom Lebensmittel-Einzelhandel.

Milch und Obst im Onlineshop kaufen oder selbst den Einkauf scannen statt in der Kassenschlange stehen: Die Digitalisierung hält Einzug im Lebensmitteleinzelhandel. So bietet die Branche Informatikern und anderen MINT-Absolventen gute Einstiegschancen und eröffnet ihnen neue Entwicklungsmöglichkeiten. Sie haben damit die Gelegenheit, den Supermarkt der Zukunft mitzugestalten – als Angestellter oder als Gründer eines Food-Start-ups.

Die 28-jährige Eva Hipp arbeitet bei Lidl Deutschland im Digitalbereich. Zuvor studierte sie den Bachelorstudiengang „Dienstleistungsmanagement“ an der „Dualen Hochschule Baden-Württemberg Mosbach“. Anschließend war sie für den Onlineshop einer marktführenden Parfümerie tätig. „Vor zwei Jahren kam ich zu Lidl. Aktuell bin ich für das Projekt ‚Lidl Plus‘ – unsere digitale Kundenkarte – verantwortlich.“ Diese Kundenkarte in Form einer App beinhaltet neben Rabattcoupons einen Filialfinder, Prospekte und eine Ablage für digitale Kassenbons.

Eva Hipp betreut das Projekt „Lidl Plus“ in Deutschland von Anfang an. „Zu Beginn besuchte ich Kollegen in anderen Lidl-Ländern, die bereits die App erfolgreich eingeführt haben, um Erfahrungswerte auszutauschen.“ In einem zweiten Schritt ging es darum, die

Text » Anja Schreiber

Foto » Getty Images/pressureUA

App für den deutschen Markt zu adaptieren. „Wichtig ist dabei, uns in die Kunden hineinzusetzen, ihre Bedürfnisse zu berücksichtigen und die App anwenderfreundlich zu gestalten.“ Im Sommer 2019 war es dann so weit: Die digitale Kundenkarte ging in rund 250 Lidl-Filialen in Berlin und Brandenburg live. „Nun arbeiten wir daran, zusätzliche Features zu integrieren und ‚Lidl Plus‘ bundesweit anzubieten.“

Bei der Wahl ihres Arbeitgebers war Hipp wichtig, dass sie bereits als Berufseinsteigerin Verantwortung übernehmen konnte. Außerdem findet sie ihre Branche spannend: „Der Lebensmitteleinzelhandel ist dynamisch und die Digitalisierung spielt eine zunehmend wichtige Rolle – also genau das Richtige für mich.“



DIGITALE TRENDS IM LEBENSMITTELEINZELHANDEL

Jens Urich, Geschäftsleiter Personal bei Lidl Deutschland, sieht in der Branche viele neue digitale Trends wie den Onlinevertrieb von Lebensmitteln. „Auch die Filialen werden immer digitaler, ohne dabei Arbeitsplätze zu gefährden.“ So kommen die Mitarbeiter vor Ort gerade bei den Serviceleistungen mit neuen Techniken in Kontakt, beispielsweise mit einem neuen Kassensystem, der Bargeldauszahlung oder der App „Lidl Plus“. „Durch die Digitalisierung entstehen neue Berufsbilder und Ausbildungen, zum Beispiel die von uns angebotenen dualen Studiengänge ‚Digitale Medien‘ oder ‚Digitaler Handel‘.“

Im Digitalgeschäft hat Lidl in den letzten Jahren viele Entwickler, Controller und Digitalexperten eingestellt. „Aber Bedarf ist weiterhin da. Grundsätzlich sollten die Nach-





„foodstarter“ fördert die Zusammenarbeit von Gründern und Einzelhändlern.

„Von Marmelade aus der Tube bis hin zu plastikfreien Wattestäbchen werden unseren Kaufleuten auf der Onlineplattform stets neue und spannende Produkte für ihre Märkte vorgeschlagen“, berichtet Hunstock. Hat ein Einzelhändler eine Ware bestellt, verfolgt das Team gemeinsam mit dem Jungunternehmer die Reaktionen und Umsätze. „So können die Start-ups ihre Produkte direkt am Kunden erproben.“ Von den Einzelhändlern erhalten sie wertvolles Feedback zu Verpackungsgrößen, Preiskonzepten und Regalplatzierungen.

Der 40-jährige Jörg van Wershofen aus Oberhausen gehört zu den Unternehmern, die bei der foodstarter-Plattform mitmachen. Er hat die Firma „Innovative Brands GmbH“ gegründet, die neuartige Food- und Non-Food-Produkte verkauft. „Mit unseren Soft COOKIES machen wir einen guten Umsatz“, berichtet er. „Gleich am ersten Tag auf der Plattform hatten wir schon 50 Musterbestellungen. Heute beliefern wir mit unseren einzelverpackten Cookies mehr als tausend Edekamärkte. Das ist ein voller Erfolg.“

Van Wershofen sieht gerade für Studierende und Hochschulabsolventen, die in der Branche ein Start-up aufziehen wollen, viel Potenzial: „Der Lebensmitteleinzelhandel ist im Aufbruch! Denn durch Youtube und Social Media ist es für Gründer viel einfacher geworden, ihre Produkte publik zu machen und so erfolgreich zu werden.“

INNOVATIVE LÖSUNGEN IM COWORKING-SPACE FINDEN

Ein weiteres Digital-Projekt ist der „Food Tech Campus“ direkt neben dem Edeka-center in Berlin-Moabit. Der Campus ist ein Coworking-Space, der Gründern neben zeitlich flexiblen Arbeitsplätzen auch ein Küchenstudio und eine Eventfläche bietet. Hier können Start-ups ihre Produkte launchen oder für einen Medienauftritt ins rechte Licht setzen. Außerdem gibt es ein Weiterbildungsangebot und ein Mentorenprogramm. „Die Kooperation mit Start-ups ermöglicht uns, neue Trends noch schneller zu erkennen und innovative Lösungen und Produkte für den Lebensmitteleinzelhandel zu entwickeln“, erklärt Hunstock. Wer sich für die Zukunft des Lebensmitteleinzelhandels interessiert, kann sein Glück also auch als Start-up versuchen. Unterstützungsmöglichkeiten sind vorhanden.

wuchskräfte technikaffin sein und für die jeweilige Position die entsprechenden Kenntnisse mitbringen.“ Wichtig ist dem Unternehmen, dass sich die Bewerber mit Lidl identifizieren können und sich mit Leidenschaft ins Team und in ihr Projekt einbringen.

FOOD-START-UPS UND EINZELHÄNDLER KOOPERIEREN

Auch der Edeka-Verbund mit über 3.700 selbstständigen Kaufleuten geht neue digitale Wege. Dafür zuständig ist seit 2015 das „Food Tech Projects Team“. Es entwickelt, testet und betreibt nutzerzentrierte Lösungen. „Wir suchen qualifizierten Nachwuchs für Forschung und Entwicklung. Bewerber sollten ein MINT-Studium absolviert haben oder fundiertes Wissen in den MINT-Fächern mitbringen. Wir suchen klassische Wirtschaftsinformatiker genauso wie Softwareingenieure“, berichtet Björn Hunstock vom „Edeka foodstarter“-Team. Die Online-Plattform

Interview

KÜNSTLICHE INTELLIGENZ IM SUPERMARKT

Der Lebensmittelhandel verändert sich durch die Digitalisierung stark, erklärt Dr. Ulrike Regele, Referatsleiterin Handel beim Deutschen Industrie- und Handelskammertag (DIHK).

UNICUM BERUF: Wie sieht die Digitalisierung im Lebensmitteleinzelhandel aus?

Regele: Die Digitalisierung der Supermärkte zeigt sich in der Selbstbedienung an der Kasse – dem Selfscanning ganz ohne Kassierer – aber auch beim digitalen Preisschild. Apps wie die digitale Kundenkarte gehören genauso dazu wie der Online-Handel. Digitalisierung spielt sich aber vor allem im Hintergrund ab. Dabei hat die künstliche Intelligenz eine wichtige Rolle.



Dr. Ulrike Regele, DIHK

Beschreiben Sie doch bitte den Einsatz der KI im Supermarkt?

Künstliche Intelligenz wird zunehmend das Auffüllen der Warenbestände übernehmen. Bei gutem Wetter wird dann zum Beispiel mehr Bier bestellt. Daten wie Wettervorhersagen, Erfahrungswerte, aber auch die Preisaktionen der Mitbewerber fließen dann in die Bestellvorgänge ein. Es wird auch neue digitale Tools geben, die etwa Informationen zu Nährwerten und Zusatzstoffen anbieten. Sie ermöglichen auch eine Rückverfolgung der Produkte. Diese ist beispielsweise für den Versand kühlpflichtiger Ware wichtig.

Bietet die Digitalisierung Hochschulabsolventen auch jenseits der großen Handelsunternehmen und Start-ups Berufsperspektiven?

Ja! Gerade kleine Unternehmen und sogar Handwerksbetriebe haben inzwischen Onlineshops und sind mit einem speziellen Warenangebot sehr erfolgreich. Diese Betriebe brauchen zwar nicht unbedingt einen fest angestellten IT-Experten, aber auf sie zugeschnittene Softwarelösungen. So entstehen Jobs zum Beispiel bei Dienstleistern.

Text » Rita Martens-Baentsch
Foto » privat, Getty Images/elenabs



ZAUBERWORT MULTI-CHANNEL

HANDELN AUF ALLEN KANÄLEN

Ist der Berufseinstieg in den stationären Handel überhaupt noch zukunftsfähig, da doch E-Commerce so stark wächst? Durch den Multi-Channel-Handel verschwimmen die Grenzen zwischen Online-Handel und dem Handel vor Ort.

Der deutsche Einzelhandel steuert das zehnte Jahr in Folge auf ein Wachstumsjahr zu, teilte das Statistische Bundesamt mit. Dabei kam der Internet- und Versandhandel mit 8,8 Prozent auf die größte Umsatzsteigerung zum Vorjahr. Sprich: Der Online-Handel boomt.

Heißt das aber im Umkehrschluss, dass der stationäre Handel sich für Berufseinsteiger gar nicht mehr lohnt? Das findet Stefan Hertel, Pressesprecher des Handelsverbands Deutschland (HDE), nicht: „Die strikte Trennung zwischen E-Commerce und stationärem Handel entspricht in vielen Fällen nicht der Realität. Immer mehr Handelsunternehmen bauen sich ein zweites Standbein im Internet auf und profitieren so vom Online-Wachstum. Umgekehrt suchen auch immer mehr bisher reine Online-Händler den Weg in die Fußgängerzonen. Die Zukunft des Handels liegt in der Verknüpfung beider Welten, dem Multi-Channel-Handel.“

SHOWROOMS MIT KAUFMÖGLICHKEIT – SOWAS LIEGT IM TREND

Die Multi-Channel-Strategie beruht auf dem Konzept mehrerer Absatzkanäle: Neben dem stationären Ladengeschäft betreibt ein Händler einen Online-Shop und bietet seine Produkte außerdem noch bei eBay an – die

Konditionen können sich dabei in den einzelnen Channels unterscheiden. Über diese diversen Vertriebskanäle erweitert der Händler seinen Kundenkreis. Mit dieser Strategie fährt auch Peek & Cloppenburg: „Wir befinden uns mitten im Wandel der Modebranche“, sagt Dr. Igor Matic, Mitglied der Unternehmensleitung für den Bereich HR & Corporate Communications bei der Peek & Cloppenburg KG (Düsseldorf/Wien). „Der Bereich E-Commerce wächst, Bekleidungsgeschäfte entwickeln sich auch zu Showrooms mit Kaufmöglichkeit. Hinzu kommt, dass die Frequenzrückgänge in den Innenstädten den Handel aktuell herausfordern.“



Dr. Igor Matic,
Peek & Cloppenburg

URSACHE ODER FOLGE? DIE VERÖDUNG DER INNENSTÄDTE SETZT DEM HANDEL ZU

Die Folge ist: Viele Innenstädte veröden, weil die Mieten für Ladenflächen zu teuer werden. Welche Konzepte haben große Handlungshäuser, um dagegen vorzugehen? „Um die Innenstädte attraktiv zu erhalten, braucht es die Zusammenarbeit aller Beteiligten vor Ort. Da sind natürlich die Händler gefragt, aber genauso die Gastronomie, die Kommunen oder die Stadtmarketinggesellschaften“, erläutert Stefan

Hertel vom HDE. „Nur wenn alle an einem Strang ziehen, kann eine Innenstadt dauerhaft attraktiv gestaltet werden. Die Händler sind im Citymarketing oder in Werbegemeinschaften oft die treibende Kraft. Die Kunden wünschen sich ihren Lieblingshändler beim Einkaufsbummel in der Innenstadt und beim Internetsurfen auf der heimischen Couch.“

INTELLIGENTE VERKNÜPFUNG IST DER HEILIGE GRAL DER KAUFMANNSCHAFT

Dr. Igor Matic wirbt für die intelligente Verknüpfung des stationären Handels und des Online-Handels. Sein eigenes Haus setzte das seit 2013 um: „Mit unserer Omnichannel-Strategie gelingt es uns, die Kunden zielgruppengerecht zu erreichen und ihnen einen nahtlosen Übergang von Online- zu Offline-Erlebnissen zu beschern. Im Fokus steht die Schaffung einzigartiger Einkaufserlebnisse für unsere Kunden auf beiden Kanälen.“

SELBST AMAZON SETZT INZWISCHEN AUF DEN STORE

Die Top-Händler in Deutschland sind zu 64 Prozent Multi-Channel-Händler. Die bekanntesten mit dem Schwerpunkt auf Online-Handel sind Zalando, Otto und bonprix. Das Ranking wird allerdings dominiert von Multi-Channel-Händlern, deren Schwerpunkt das stationäre Geschäft ist, wie: Media Markt, Tchibo, IKEA, Saturn, Douglas, C&A, Deichmann oder H&M. Dagegen gibt es nur wenige große Internet-Pure-Player – hinter Amazon kommt Zooplus erst auf Rang 58 und Aboutyou auf Rang 63. Bei ihnen spielt der Bekanntheitsgrad eine große Rolle.

„Stand heute entfallen 90 Prozent des Umsatzes im Einzelhandel in Deutschland auf den stationären Handel und zehn Prozent auf den Online-Handel. Allerdings ist E-Commerce der klare Wachstumstreiber der Branche. Angesichts der Entwicklung zum Multi-Channel-Handel kann es aber sehr gut sein, dass die Unterscheidung zwischen online und stationär in naher Zukunft gar keinen Sinn mehr macht“, sagt Stefan Hertel vom HDE.



NEUE TRAINEE-PROGRAMME BIETEN GUTE PERSPEKTIVEN FÜR EINSTEIGER

Für Berufseinsteiger bieten Multi- sowie Cross-Channel-Anbieter hervorragende Karriereperspektiven. Denn bis vor kurzem gab es noch keine Trainee-Programme im E-Commerce. Das hat sich geändert: Ernsting's Family sucht beispielsweise für sein E-Commerce-Trainee-Programm Absolventen der Wirtschaftswissenschaften, Wirtschaftspsychologie, Informatik, Mathematik und Statistik.

Auch P&C als Arbeitgeber bietet eine große und attraktive Spanne an Aufgabenfeldern. „Gute Karriereaussichten – online wie offline – und der Erfolg eines Unternehmens sind entscheidende Kriterien, sich zu bewerben“, erklärt Dr. Igor Matic. „Die Attraktivität der P&C-Unternehmensgruppe steigt aber sicherlich durch die Verzahnung beider Kanäle und deckt sich mit den unterschiedlichen fachlichen Präferenzen unserer Kollegen.“



Die Tech-Konferenz zum Mitgestalten.

Termine:
DevCamp

03.04.2020 ▶ München
22.05.2020 ▶ Aachen
05.06.2020 ▶ Karlsruhe

23.10.2020 ▶ Mannheim
20.11.2020 ▶ Hamburg
04.12.2020 ▶ Berlin

Jetzt anmelden in Deiner Stadt!

www.dev-camp.com

Text » Dr. André Gärisch

Fotos » privat, Getty Images/spainter_vfx

BLOCKCHAIN

KARRIERE MIT KETTE

Die Blockchain gibt ein Versprechen auf optimierte Transparenz und hat damit das Zeug, die Wirtschaft grundlegend zu verändern. Um die Technologie beherrschen und kontrollieren zu können, werden Spezialisten gesucht.

In der Digitalbranche drehen sich die Zeiger der Uhr rasend schnell. Buzzwords werden im Wochentakt durch die Fachgazetten gejagt. Manche der Begriffe, um die ein Hype entfacht wird, verblassen binnen kürzester Zeit. Beispiele hierfür sind Second Life, Google Glass oder Smartwatch. Ein Phänomen, das nun schon seit mehreren Jahren Entscheider, Wissenschaftler und Anwender in Atem hält, ist die Blockchain – ein dezentrales Protokoll für Transaktionen, das jede vorgenommene Veränderung transparent erfasst. In ihrem Umfeld entstehen Jobs für Hochschulabsolventen verschiedener Disziplinen, mit der Herausforderung, die digitale Zukunft auf ein ungeahntes Level zu heben.



Martin Breitsprecher

Martin Breitsprecher ist Blockchain-Experte. Der Hamburger unterstützt Organisationen bei der Entwicklung und Umsetzung von Digitalisierungsstrategien auf Basis von Blockchain, Machine Learning und anderen Technologien. Er erläutert Idee und Nutzen der Blockkette: „Bei den heute eingesetzten digitalen Lösungen handelt es sich um zentrale Systeme. Zentrale Systeme haben eine Instanz, etwa eine Bank oder einen Retailer, die dafür sorgt, dass es eine einheitliche Sicht auf die Daten gibt. Alle vertrauen dieser zentralen Instanz. Mit Blockchains lassen sich Daten und Transaktionen sicher dezentral speichern und verarbeiten, ohne

das die beteiligten Parteien einander kennen müssen.“ Die Blockchain eröffne völlig neue Möglichkeiten der unternehmensübergreifenden Zusammenarbeit und biete die Chance, die Macht zentraler Plattformen zu brechen und den Menschen die Datenhoheit zurückzugeben.

PERSPEKTIVEN FÜR QUERDENKER

Für Breitsprecher gibt es kaum ein Thema, bei dem Interdisziplinarität eine bedeutendere Rolle spiele: „Der größte Bedarf besteht derzeit an Menschen, die die Blockchain-Technologie verstehen, aus ökonomischem Blickwinkel erklären und passende Konzepte erstellen können. Führungskräfte, die sich nicht mit der Blockchain-Systematik auseinandersetzen, haben es schwer, Anwendungsfälle zu erkennen und umzusetzen, geschweige denn, Geschäftsmodelle darauf aufzubauen.“ Auch juristische Fragen würden sich ergeben, vor allem im Datenschutz. Schließlich brauche man IT-Entwickler, die sich in die Besonderheiten der Distributed-Ledger-Technologie eingearbeitet haben und die relevanten Werkzeuge und Sprachen beherrschen.

Die Conserve Blockchain-Service GmbH berät Firmen, die die Potenziale der Blockchain-Technologie erkunden wollen. In Vorträgen, Schulungen und Seminaren möchte das Unternehmen gemäß Chief Technology Officer Jörg Hermsdorf „eine Übersetzerrolle auf dem Markt übernehmen, um den Zugang zum Thema zu erleichtern“. Das Unternehmen

zeige sich bei der Mitarbeiterrekrutierung recht offen: „Wir müssen nicht aktiv suchen, sondern bekommen viele direkte Anfragen auf Konferenzen. Uns ist wichtiger, dass jemand begeistert ist von der Materie, sich für technische und gesellschaftliche Umschwünge interessiert, als dass er topausgebildet ist.“ Studenten, etwa der VWL, Mathematik oder Informatik, sollten sich auf jeden Fall mit der Technologie befassen, um zukünftige Fragestellungen besser antizipieren und verstehen zu können, lautet sein Rat.

GEWISSHEIT IN GELDFRAGEN

Momentan sehe er insbesondere in einem alternativen Finanzsystem eine unmittelbare Anwendung für die Blockchain. „Das Vertrauen in die Zentralbanken ist angeknackst; wenn man unabhängig prüfen will, welche Transaktionen rund um das Geld ablaufen, bietet sich das bereits etablierte Bitcoin-Konzept an.“ Microsoft schwört auf das Prinzip und gestaltet aktuell ein Identitätsnetzwerk auf Grundlage der Bitcoin-Blockchain. Breitsprecher blickt voraus: „Die Blockchain-Revolution findet hauptsächlich hinter den Kulissen statt, in vielen kleinen und großen Projekten innovativer Unternehmen. Die langfristige Entwicklung wird vergleichbar sein mit anderen bahnbrechenden Erfindungen, zum Beispiel dem World Wide Web: Einige Unternehmen werden die neu entstehenden Chancen nutzen, andere werden das Thema vernachlässigen und irgendwann überholt.“

BANK BERUFE

KARRIERE HOCH 5!

Fondsmanager? Investmentbanker? „Was genau machen die Typen eigentlich?“, fragt sich so mancher. Hier geben Fachleute Auskunft.

FONDSMANAGER

Fonds Manager halten stets die Märkte im Blick und entscheiden auf dieser Grundlage, wie Fonds im aktuellen Marktumfeld ausgerichtet werden sollten. Fonds Manager gehören zu den bestbezahlten Berufen. So sieht der Arbeitsalltag aus: „Fondsmanager helfen ihren Kunden, den Anlegern der Fondsgesellschaft, ihre finanziellen Ziele zu erreichen. Er oder sie verwalten Investmentfonds. Dazu beobachten sie Kapitalmärkte und Unternehmen, analysieren Bilanzen, verfolgen die Umsatz- und Margenentwicklung der Unternehmen. Zusätzlich verarbeitet ein Fondsmanager die Informationen aus Wirtschaftsnachrichten. Die Herausforderung besteht darin, aus der Flut von Informationen die wichtigen herauszufiltern und dann schnell richtig zu handeln. Viele Fondsmanager der DWS haben BWL studiert, was aber keineswegs zwingend ist. Es hängt von der zu betreuenden Branche ab, welches Studium am besten geeignet ist. So sind für Pharmaunternehmen die Studiengänge Biologie und Medizin relevant. Empfehlenswert sind verschiedene, auch internationale Praktika während des Studiums.“ (Jutta Herzog, Leiterin Human Resources DWS Investments, einer Tochter der Deutschen Bank)

ANLAGE- UND VERMÖGENSBERATER

Hier steht das Privatkundengeschäft im Vordergrund, reiche Leute gibt's ja genug: „Anlage- und Vermögensberater beraten private Anleger in Geld- und Vermögensfragen und vermitteln fachgerecht die optimale Geldanlage. Sie realisieren Anlage- und Vorsorgestrategien gemeinsam mit dem Kunden und zeigen unterschiedliche Möglichkeiten, die für die Bildung, Sicherung und Vermehrung von Vermögen bestehen. Bei der TARGOBANK findet die Beratung dieser anspruchsvollen Kunden in den Vermögenscentern statt. Voraussetzung ist eine Ausbildung zum Bankkaufmann oder ein wirtschaftswissenschaftliches Studium.“ (Lars Göbel, Leiter Ausbildung TARGOBANK)

RISKMANAGER

Risk Manager schätzen die Risiken vor einer großen unternehmerischen Entscheidung ein: „Ein Risk Manager analysiert und bewertet Risiken. Es gibt verschiedene Risikoarten, zum Beispiel Markt-, Kredit- oder auch Liquiditätsrisiken. Beispielsweise analysiert und bewertet der Credit Risk Manager komplexe Kreditengagements der Firmenkunden einer Bank. Dabei werden das Marktumfeld, die Sicherheiten und klassische Kennzahlen (Bilanzen etc.) betrachtet und somit die aktuellen und künftigen Risiken eingeschätzt und gegebenenfalls Handlungsempfehlungen entwickelt. Ein Einstieg und die Ausbildung zum Risk Manager ist in der Commerzbank über das Trainee Programm Risk Management möglich. Voraussetzung



Text » Rita Martens-Baentsch
Fotos » Getty Images/fizkes

dafür ist ein BWL-Studium oder auch der Mathematik. Wichtig sind analytische Fähigkeiten wie zum Beispiel ein gutes Zahlenverständnis und Spaß am Lesen und Bewerten von Bilanzen.“ (Melanie Loriz, Pressesprecherin, Commerzbank AG)

INVESTMENTBANKER

Der Beruf des Investmentbankers erfordert Hingabe und Leidenschaft, denn die eigene Work Life Balance kann in diesem Berufsbild schon mal zu kurz kommen. „Anders als bei einer klassischen Bank dreht sich bei einer Investmentbank alles um die verschiedenen Bereiche des Kapitalmarkts. Dazu zählen unter anderem Unternehmenskäufe und -verkäufe, Fusionen, Börsengänge, Kapitalerhöhungen und die Begebung von Unternehmensanleihen. Investmentbanker beraten Unternehmen hinsichtlich der Durchführung, Finanzierung und des Risikomanagements bei all diesen unterschiedlichen Themen. Die meisten Berufseinsteiger haben ein wirtschaftswissenschaftliches Studium absolviert, meist BWL, oft mit einem Schwerpunkt auf Finanzen. Auch Absolventen anderer Studiengänge werden eingestellt; eine finanzwirtschaftliche Grundausbildung, ein hohes Maß an Internationalität und erste praktische Erfahrungen sind in jedem Fall hilfreich. Der Einstieg erfolgt fast ausschließlich über ein Praktikum während des Studiums.“ (Corinna Haas, Graduate Recruiter, J.P. Morgan)

COMPLIANCE OFFICER

Compliance Officer sind für die Einhaltung der legalen Richtlinien in einem Unternehmen verantwortlich. „Ein Compliance Officer wird von Unternehmen eingesetzt, um Schaden von Unternehmen durch gesetzwidriges Verhalten der Mitarbeiter abzuwenden. Er benötigt gute Kenntnisse der Gesetze und rechtlichen Vorgaben, in großen Unternehmen sind es deshalb oft Juristen. Es gibt keine typische Berufsausbildung für ihn. Zu den Aufgaben eines Compliance-Beauftragten gehört es zumeist auch, die Mitarbeiter des Unternehmens zu schulen, so dass auch didaktische Fähigkeiten für die Tätigkeit gebraucht werden.“ (Steffen Steudel, Pressereferent, Bundesverband der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken BVR)

ARBEITEN IN DER LUXUSBRANCHE

MEINE UHR, YACHT, KARRIERE

Die Luxusbranche bietet abwechslungsreiche berufliche Perspektiven. Qualitätsbewusstsein und Stil spielen im Arbeitsalltag eine herausragende Rolle.



Text » Dr. André Gärisch

Fotos » Getty Images/Deagreed

Ich gönne mir“, denken sich derzeit viele Menschen. Premiumbrands sind begehrt wie selten zuvor. So ist der globale Umsatz mit Luxusgütern laut einer Studie der Managementberatung Bain & Company im vergangenen Jahr um sechs Prozent gestiegen, heuer soll das Geschäft auf 276 Milliarden Dollar anwachsen, bis 2025 auf gigantische 365 Milliarden Dollar. Zentraler Treiber sind Konsumenten aus dem Reich der Mitte, wo sich die ab 1995 geborene Generation Z mit hippen Fashion-Pieces und aufsehenerregenden Accessoires eindeckt. 2025 werden chinesische Konsumenten rund die Hälfte aller weltweiten Luxuskäufe tätigen, so die Prognose. Wer sich für eine Karriere bei Dior, Hermès und Co. entscheidet, begibt sich also in relativ ruhigen Fahrwasser – mit angenehmem Wellengang, der ein ordentliches Gehalt an Land spült. Doch welche Eigenschaften wünschen sich High-Class-Produzenten bei frisch graduierten Bewerbern? Und welche besonderen Herausforderungen bieten sie ihnen?

„Bei Luxusmarken steht die Werthaltigkeit des Angebots im Mittelpunkt. Das spiegelt sich in der jeweiligen Firmen-Policy und im Verhaltenskodex wider. Man kleidet sich etwa schick, ist höflich und kennt sich hervorragend mit den Bedürfnissen der Kunden aus – ein edles Produkt entfaltet seine Strahlkraft aus seinem gesamten Ökosystem“, erläutert Rupert Wild, Managing Director der Luxusmarken-Agentur White Communications, auf was es in

der Branche ankommt. Auch Kandidaten aus der „Unterschicht“ hätten eine realistische Chance, im Dunstkreis handgeschliffener Ohringe und glänzend polierter Rennwagen Fuß zu fassen: „Für einen Job qualifiziert man sich nicht nach Herkunft, sondern durch eine gute Kinderstube, eine solide Ausbildung, persönliches Engagement und eine kulturelle Affinität gegenüber dem Premium- und Luxuskosmos“, erklärt er.

DIE VORZÜGE EINES ZEITMESSERS VERINNERLICHEN

A. Lange und Söhne gilt als hochwertige Luxusmarke. Seit 1845 fertigt das Unternehmen aus Glashütte mechanische Armbanduhren; für das teuerste Modell „Grand Complication“ bezahlen Kunden fast zwei Millionen Euro. In ganz verschiedenen Positionen verkörpern und unterstützen Hochschulabsolventen das exklusive Firmenimage: „Wir beschäftigen in der Produktentwicklung und der Produktion Ingenieure, Technologen und Wirtschaftsingenieure. In Marketing und Vertrieb ist eher ein betriebs- oder kommunikationswissenschaftlicher Hintergrund gefragt. Informationstechnik, Human Resources und Finanzen bieten weitere Möglichkeiten für Akademiker“, schildert Christine Land, Mitglied der Geschäftsleitung. Die Ausrichtung als Luxusplayer spiele für sich allein betrachtet eine untergeordnete Rolle bei der Personalauswahl, Bewerber

sollten nichtsdestotrotz kulturell zur Marke passen – was bedeutet, bereit zu sein, durch Leidenschaft und Spitzenleistungen Produkte von höchstem Wert zu kreieren. Im Vertrieb sei ein seriöses, sicheres und authentisches Auftreten elementar. Da sich das Unternehmen als weltoffen positioniere, schaffe es trotz überschaubarer Beliebtheit seiner Heimatregion Sächsische Schweiz, High Potentials aus ganz Europa anzulocken.

Wie andere Sektoren steht die Luxusbranche vor der Challenge, den Megatrends, etwa dem demografischen Wandel, der Mobilität, der Digitalisierung, der Individualisierung, der Globalisierung und der Nachhaltigkeit zu begegnen. „In diesem Spannungsfeld gilt es für die Unternehmen, ihre Marken stets auf ihre Wertbeständigkeit und die Relevanz ihrer Botschaften hin zu überprüfen und gegebenenfalls dynamisch nachzukalibrieren. Social Media, Data-Driven-Marketing, Augmented- und Virtual-Reality können hierbei taugliche Instrumente darstellen. Es zeigt sich, dass die verbindende Klammer zwischen digitaler und analoger Welt das ganz unmittelbare emotionale Markenerlebnis ist, zum Beispiel bei Store-Events“, sagt Wild. Auf Glaubwürdigkeit ist bei einhergehenden Aktionen besonders zu achten, denn laut einer Analyse der Beratung Brand Trust entlarvten Millennials auffallend schnell übertriebene Werbeversprechen. Luxusakteure bleiben also gefordert, erst recht, wenn internationale Märkte erschlossen werden sollen.

FERRERO

LOVED BY GENERATIONS. CRAFTED BY YOU.

Mit rund 35.000 Mitarbeitern ist die Ferrero-Gruppe einer der größten Süßwarenhersteller weltweit. Wir streben nach Exzellenz und innovativen Ideen für unsere Produkte, Prozesse und Technologien. Diese Einstellung zeichnet auch unsere Mitarbeiter aus. Darum sucht Ferrero Menschen, denen Engagement und Eigeninitiative genauso viel bedeuten wie Spaß an der Arbeit. Menschen, die im Team Dinge anpacken und bewegen wollen und ihre Aufgaben mit Leidenschaft voranbringen.

PERSÖNLICHKEIT STATT SUPERGLATTEM LEBENS LAUF

Neben der fachlichen Qualifikation sind bei Ferrero das Mindset und die Persönlichkeit der Bewerber wichtig. „Wir suchen keine superglatten Lebensläufe, sondern smarte Mitarbeiter mit Charakter“, erklärt Verena Hartmannsgruber, Head Talent Acquisition Germany. Das können zum Beispiel Mitarbeiter sein, die das Naheliegende beiseiteschieben können, um originelle Ideen und umsetzbare Lösungen zu entwickeln. „Ein kreativer Einfall kann bei unvorhergesehenen Ereignissen im Arbeitsalltag den entscheidenden Unterschied machen“, weiß Verena Hartmannsgruber. Beispielsweise kann es im Vertrieb vorkommen, dass die vom Kunden bestellte Ware nicht rechtzeitig geliefert wird. „Ein Vertriebsmitarbeiter, der in dieser Situation auf den Kunden eingeht und ihm spontan eine Alternative anbietet, ist ein echter Gewinn für das Unternehmen“, so Hartmannsgruber. „Er zeigt dem Kunden: Auf Ferrero ist Verlass, auch wenn mal etwas schiefgeht.“

VIelfÄLTIGE JOBperspektiven BEI FERRERO

Ferrero bietet zahlreiche Karrieremöglichkeiten in den unterschiedlichsten Bereichen. Am Produktionsstandort Stadtallendorf entwickeln unsere Mitarbeiter täglich unsere hochkomplexen Maschinen und Herstellungsverfahren weiter, sichern die Qualität der Rohstoffe und Produkte und stellen viele unserer Kult-Produkte her. Unsere Mitarbeiter in Frankfurt beschäftigen sich mit den täglichen Herausforderungen und Erfolgen der Bereiche Marketing, Sales und Management Services. Dabei sind unser starkes Marketing, unsere innovativen Vertriebsstrukturen sowie das im Konsumgüterbereich einzigartige Category Management auf dem Markt und im Handel besonders hoch angesehen.

Studierende können bei Ferrero Praktika, beispielsweise im Marketing, absolvieren. Für Berufseinsteiger eröffnet sich in Frankfurt die Möglichkeit eines aussichtsreichen Traineeships in Marketing oder Sales sowie eines Direkteinstiegs. In Stadtallendorf bieten wir Absolventen über das »Industrial Graduate Program« den Einstieg als Trainee in den Bereichen Ingenieurwesen sowie in der Verfahrens-, Lebensmitteltechnik oder Qualitätssicherung an.

Ferrero verdankt seinen Erfolg dem Engagement der Mitarbeiter. Honoriert wird dies mit einer fairen Vergütung und weiteren Benefits wie z.B. 30 Tage Urlaub, Urlaubsgeld, flexible Arbeitszeitmodelle oder Fitness-Angebote.

FIRMENSTECKBRIEF

Branche:
Konsumgüter/Lebensmittel

Standorte in Deutschland:
Frankfurt am Main (Hauptsitz);
Stadtallendorf bei Marburg (Produktion)

Mitarbeiter in Deutschland:
> 4.000 Mitarbeiter

Einstiegsmöglichkeiten:
Traineeprogramme oder Direkteinstieg in den Bereichen Marketing, Sales, Ingenieurwissenschaften und verwandten Fachbereichen

Gesuchte Studiengänge:
Wirtschafts- und Ingenieurwissenschaften oder vergleichbare Studiengänge

Kontakt:
Ferrero Deutschland GmbH
Hainer Weg 120
60599 Frankfurt am Main
Tel. (069) 68 05-0
Fax (069) 68 05-288

kariere-frankfurt@ferrero.com
www.ferrerocareers.com

Text » Svenja Friedrichs
Foto » Getty Images/Mykita Dolmatov



DIE BÖRSE UND IHRE BERUFE

DER DUFT DER WALLSTREET

Mit Rohstoffen und Wertpapieren handeln, den Kapitalmarkt am Laufen halten, ständig unter Strom arbeiten. So sieht der Joballtag an der Wallstreet in New York oder der Börse in Frankfurt aus. Aber welche Berufe gibt es eigentlich an der Börse? UNICUM BERUF stellt euch eine Auswahl vor.

Die Börse ist ein organisierter Markt, auf dem Angebot und Nachfrage zusammentreffen und wo der Preis (Kurse) der gehandelten Waren festgesetzt wird. Es gibt den Wertpapier- und den Rohstoffmarkt. Wertpapiere sind Urkunden, die bestimmte Rechte an Unternehmen garantieren, etwa eine Miteigentümerschaft, dies ist bei den Aktien der Fall. Auf dem Rohstoffmarkt werden, wie das Wort schon sagt, Rohstoffe wie Öl, Diamanten oder Metalle gehandelt.

AUSBILDUNG

Heute überwiegt eine akademische Ausbildung, schließlich sind Börsenvorgänge immer komplexer, schneller und computerisiert worden. Diese findet in den betriebswirtschaftlichen Studienfächern wie BWL und VWL mit der möglichen Spezialisierung Bank, Finanzen und Controlling oder über mathematisch statistische Fächer wie Mathe, Finanz- und Wirtschaftsmathematik statt. Auch Physiker und andere Naturwissenschaftler sind in den Börsensälen dieser Welt zu finden. Zusätzlich sollte man Soft Skills wie ein kommunikationsstarkes Auftreten, Belastbarkeit, Zielstrebigkeit und Interesse an Kapitalmärkten mitbringen. Die Beherrschung der englischen Sprache ist eine Grundvoraussetzung, weitere Sprachenkenntnisse können den Einsatzbereich vergrößern.

DIE BERUFE: BÖRSENMAKLER

Makler sind Vermittler, die Wertpapiere kaufen und verkaufen beziehungsweise die Wertpapiergeschäfte zwischen Anbieter und Nachfrager

an der Börse verhandeln. Es gibt zwei Arten von Maklern: zum einen den amtlichen Makler, der bei der Börsenaufsichtsbehörde angestellt ist und Börsengeschäfte vermittelt sowie die amtlichen Börsenpreise (Kurse) von ihm zugewiesenen Waren feststellt.

Zum anderen gibt es den freien Makler, der Wertpapiere zwischen Kreditinstituten an der Börse vermittelt und Geschäfte mit den Papieren macht. Er darf, im Gegensatz zum amtlichen Makler, keine Kurse feststellen.

Kleine Nebeninfo: Börsenmakler sind die Personen, die man immer wild rumgestikulierend auf Fotos in den Zeitungen oder im Fernsehen sieht. Eben die, die einem sofort in den Sinn kommen, wenn man an die Börse denkt. Mittlerweile läuft der Job aber ruhiger und hauptsächlich mit Blick auf den Computermonitor und am Telefon ab.

BROKER

Broker sind ebenfalls Makler, die mit Wertpapieren für Strom, Devisen, Waren und Rohstoffen an der Börse handeln. Sie erstellen Analysen oder Berichte zu Märkten, Branchen und Unternehmen. Der Unterschied zu den Börsenmaklern ist, dass sie neben den Kreditinstituten auch Privatkunden betreuen dürfen.

PORTFOLIOMANAGER

Portfoliomanager tragen die Verantwortung für die Anlagepakete, die sogenannten Portfolios, ihrer Kunden. Ein Portfolio umfasst die Gesamtheit der Wertpapieranlagen, die ein Kunde oder ein Unterneh-

men hält. Für diese Anlagen erstellen Portfoliomanager Strategien, die für eine optimale Entwicklung des Portfolios sorgen. Zu diesem Zweck analysieren sie die nationalen und internationalen Finanz- und Börsenmärkte, um anhand der Schlussfolgerungen mit den Wertpapieren und Immobilien zu handeln.

Sie betreuen nicht nur Wertpapieranlagen, sondern auch Wertanlagen in Form von Immobilien. In diesem Fall beurteilen sie Immobilieninvestments und Bauprojekte auf ihre Rentabilität. Das setzt voraus, dass sie über Kenntnisse und Erfahrungen in der Immobilienbranche verfügen. Aus diesem Grund ist dieses Arbeitsfeld vor allem für entsprechend qualifizierte Ingenieure interessant.

Grundsätzlich ist für den Beruf des Portfoliomanagers ein wirtschaftswissenschaftlicher Masterabschluss oder wenigstens eine kaufmännische Ausbildung nötig. Um Immobilienpakete zu betreuen, eignen sich ein Architekturmaster oder sonstige ingenieurwissenschaftliche Abschlüsse. Banken und Versicherungen, die als Hauptarbeitgeber eines Portfoliomanagers gelten, erwarten zumeist zusätzliche Qualifikationen im Gebiet Vermögensverwaltung sowie Finanz- und Anlagekenntnisse. Weitere Beschäftigungsmöglichkeiten bieten sich bei Immobiliengesellschaften oder Großunternehmen.

FONDSMANAGER

Der Fondsmanager ist eine Spezialisierung des Portfoliomanagers, das Hauptaugenmerk liegt auf Geldanlagen. Fondsmanager legen das Geld ihrer Kunden am Aktien- oder Rentenmarkt an. Dabei verfolgen sie das Ziel, möglichst viel Gewinn für sie zu erwirtschaften. Die Höhe des Gewinns wird vom Risikograd bestimmt, den der Kunde wählt. Je höher die Risikobereitschaft ist, desto größer kann der Gewinn ausfallen. Wie der Risikobegriff allerdings bereits signalisiert, besteht auch die Möglichkeit, Geld zu verlieren.

Um Verluste zu vermeiden, müssen die Manager über sichere Kenntnisse der Kapitalmärkte verfügen und gegebenenfalls spezifische Branchenkenntnisse vorweisen können. Sie beobachten ständig die Kursentwicklung von Aktien, die Entwicklung von internationalen Märkten und Branchen sowie die Zinsenentwicklung und behalten Unternehmensfusionen und politische Ereignisse im Auge. Fondsmanager tragen gegenüber den Kunden hohe Verantwortung, da sie teilweise Fonds verwalten, die einen Wert vieler Milliarden Euro haben. Erwartet wird eine hohe Rendite mit sehr viel höheren Aus- als Einzahlungen.

FINANCIAL CONSULTANT

Financial Consultants übernehmen die Analyse der Gesamtvermögens- und Steuersituation ihrer Kunden. Anhand der Ergebnisse entwickeln sie Finanzpläne und Vermögensstrukturanalysen. Außerdem schätzen sie vorhandene Anlagen ein. All diese Tätigkeiten sollen dafür sorgen, dass sich die Vermögens- und/oder Steuersituation des Kunden verbessert. Besonders reizvoll ist der Job des Financial Consultant, weil für jeden einzelnen Kunden spezifische und individuelle Konzepte ausgearbeitet werden müssen. Es existieren keine Standardlösungen, die Allgemeingültigkeit besitzen. Financial Consultants haben in der Regel ein BWL-Studium absolviert und sich in dessen Verlauf mit finanziellen Themen und dem Immobilien- und Versicherungswesen beschäftigt. Ein ausgeprägtes Verständnis von finanzmathematischen und statistischen Grundlagen ist unabdingbar.

Neben den fachlichen Qualifikationen müssen Financial Consultants die Fähigkeit mitbringen, mit Kunden kommunizieren zu können und die Kommunikation zu dokumentieren. Schließlich macht der Kunden-

umgang den Großteil der Arbeit aus. Eine weitere Stärke sollte darin bestehen, an mehreren Projekten gleichzeitig arbeiten zu können, auch Teamarbeit ist unbedingt notwendig.

RISIKOCONTROLLER

Beim Beruf des Risikocontrollers geht es um die Quantifizierung, Analyse, Überwachung und Steuerung der Risiken aus den Kapitalanlagen eines Investors. Hauptaufgabe ist es, Risiken zu erkennen und Methoden zu entwickeln, um diese zu überwachen und abzuschätzen. Die Überwachung orientiert sich an den Vorgaben (Limits) des jeweiligen Investors. Besetzt wird die Position mit Betriebs- und Volkswirten, die sich auf das Controlling mit Risikobewertung und Risikomanagement spezialisiert haben. Ein weiteres Einstellungskriterium von Banken und Finanzdienstleistern sind SAP-Kenntnisse sowie verhandlungssicheres Englisch. Unabdingbar ist Vertrautheit mit regulatorischen Anforderungen.

Wichtige Soft Skills sind insbesondere Zuverlässigkeit, Kommunikationsstärke und Teamfähigkeit. Weiterhin wird von Risikocontrollern eine hohe Belastbarkeit erwartet, da diese gleichzeitig in mehrere Projekte eingebunden sind und unter einem ständigen Termindruck stehen.

DIE ZUSATZQUALIFIKATIONEN

CIIA – CERTIFIED INTERNATIONAL INVESTMENT ANALYST

Das CIIA ist ein Weiterbildungsprogramm für Kapitalmarktexperten mit internationaler Ausrichtung. Am Ende steht die Qualifikation zum (zu Deutsch) zertifizierten internationalen Investmentanalysten. Das Programm richtet sich an berufsbegleitende Teilnehmer und beinhaltet 28 Tage Präsenzunterricht. Bis zum Bestehen werden drei Prüfungen absolviert, die innerhalb von 7 Monaten geleistet werden können. Der CIIA wird von der Association of International Investment Analysts (ACIIA) vergeben und von der Deutschen Vereinigung für Finanzanalyse und Asset Management (DVFA) durchgeführt. Der CIIA ist das deutsche Gegenstück zum CFA.

CFA – CHARTERED FINANCIAL ANALYST

Zum CFA führt ein dreistufiges Programm, bei dem nach jedem Jahr und Abschnitt eine Prüfung abgelegt wird, Inhalt ist die Mikro- und Makroökonomie sowie Ethik. Es basiert auf einem Selbststudium, die Examen können weltweit an ausgewählten Orten abgelegt werden. Das Programm richtet sich an Teilnehmer, die entweder mindestens vier Jahre Berufserfahrung haben oder die im letzten Jahr ihres Bachelors stehen. Weitere Infos gibt es unter www.cfa-germany.de

CAIA – CHARTERED ALTERNATIVE INVESTMENT ANALYST

Die Weiterbildung besteht aus einem reinen Selbststudium mit zwei Prüfungen, die innerhalb eines Jahres in Massachusetts absolviert werden können. Inhaltlich geht es um alternative Anlageklassen und -strategien, sowie Portfoliostrukturierung und Risikomanagement. Weitere Infos gibt es unter www.caia.org

WELCHE FIRMA PASST ZU MIR AM BESTEN?

Der Erfolg im Beruf hängt nicht zuletzt von einem Faktor ab, der oft übersehen wird: der Wahl der Firma und des richtigen Umfelds. Karriereberater Martin Wehrle verdeutlicht das mit einem Beispiel aus dem Sport.



Text » Martin Wehrle

Fotos » André Heeger, Getty Images/g-stockstudio



Martin Wehrle

Wie brachte es der Fußballtrainer Otto Rehhagel zum Heldenstatus? Aus dem Underdog-Verein Werder Bremen formte er ein Spitzenteam, das Titel gewann. Und den Fußballzweig Griechenland beförderte er zum Europameister. Aber: Derselbe Rehhagel, der in Bremen gefeiert und in

Griechenland vergöttert wurde, erlebte 1996 bei Bayern München Schiffbruch – nach nur neun Monaten und einer verkorksten Bundesliga-Saison.

Ob ein Fußballtrainer erfolgreich ist, hängt vor allem von der Frage ab: Passen seine Fähigkeiten zur Kultur, zum Kader, zum Tabellenplatz eines Vereins? Bayern München vorm Abstieg bewahren, das hätte der Aufbau-Spezialist Rehhagel vielleicht gekonnt. Doch ein Star-Team noch höher zu hieven, war sein Ding nicht. Dasselbe gilt in Firmen. Wie oft habe ich dieselben Menschen, die im einen Unternehmen untergingen, in der nächsten Firma triumphieren sehen; jene, die unter der einen Aufgabe zusammenbrachen, an der nächsten Aufgabe über sich hinauswachsen; einen, der hier gemobbt wurde, dort als beliebten Kollegen. Doch noch öfter bleiben Menschen im falschen Umfeld hängen – dort scheinen sie unfähig, ohne es insgesamt zu sein! Gut kann ich mich an einen mittleren Manager erinnern, der in seinem Konzern von seinen Vorgesetzten gedrängt wurde, das eigene Team einzuschmelzen, unter Druck zu setzen und die Rechnungen der Zulieferer runterzuhandeln. In dieser Rolle fühlte sich mein Klient so unwohl, dass er sie schlecht ausfüllte. Er kürzte zu wenig, die Zahlen waren schlecht, sein Management unzufrieden. Er stand schon auf der Kippe, als ihn ein Wettbewerber abwarb. Dort hatte er die Chance, eine Abteilung nach seiner Philosophie zu führen: wertschätzend, nachhaltig,

aufrichtig. Und prompt stieg derselbe Manager, der im alten Unternehmen noch Wackelkandidat war, zum Vorbild auf und wurde bald befördert. Oder: Eine Controllerin liebte „Action“. Knappe Termine nahm sie als sportliche Herausforderung wahr, die sie zu Höchstleistungen anspornte. Als dieselbe Frau in ein Familienunternehmen wechselte, mit riesigen Zeitfenstern für die Arbeit, verlor sie vollkommen ihre Motivation. Sie begann, sich bei der Arbeit zu langweilen, und beging Flüchtigkeitsfehler. Die Kultur des Unternehmens passte so wenig zu ihr wie eine Tempo-30-Zone zu einem Formel-1-Rennauto.

Fragen Sie sich immer: Wie gut passe ich in meine Firma? Wie jede Blume eine bestimmte Erde braucht, um zu wachsen, brauchen auch Sie ein bestimmtes Umfeld, um Ihre Stärken auszuspielen. Große oder kleine Firma, Inland oder Ausland, enge oder weite Führung, viel oder wenig Verantwortung, Tages- oder Projektarbeit, Fach- oder Führungsaufgaben – was lässt Sie zur Hochform auflaufen? Welche Firma, welche Aufgabe kitzeln meisterliche Leistungen aus Ihnen? Ein Blick nach hinten hilft: Wo(bei) waren Sie am erfolgreichsten? Was ging Ihnen am besten von der Hand? Wann haben Sie mehr bewegt, als es anderen möglich schien? Tun Sie alles, um Ihre persönliche Wachstums Erde zu finden. Große Erfolge werden Sie nur dort erzielen, wo Ihr Typ wirklich gefragt ist. Hätte Otto Rehhagel den Absprung von Bayern nicht geschafft: Womöglich wäre er zur tragischen Figur geworden – statt mit Griechenland Europameister.

Martin Wehrle ist Bestseller-Autor, Karrierecoach, Coaching-Ausbilder (www.karriereberater-akademie.de) und betreibt den größten deutschen Karriere-Kanal auf YouTube. Sein aktuelles Buch: „Noch so ein Arbeitstag, und ich dreh durch“ (Mosaik).



DIE NÄCHSTE AUSGABE ERSCHEINT AM 01.04.2020

IMPRESSUM

UNICUM BERUF – Das bundesweite Karrieremagazin erscheint sieben Mal im Jahr. Verbreitete Auflage: 78.695 (IVW 3/19)

HERAUSGEBER
UNICUM Stiftung
www.unicum-stiftung.de

REDAKTIONSLEITUNG
Anna Lenja Hartfiel

REDAKTION
Uwe Heinrich (V.i.S.d.P.),
Elena Weber, Sandra Ruppel, Marvin Kesper

VERLAG
UNICUM GmbH & Co. KG,
Ferdinandstraße 13, 44789
Bochum, Tel.: 0234 96151-0,
Fax: 0234 96151-11, E-Mail:
redaktion@unicum.com

MITARBEIT AN DIESER AUSGABE
Dr. Simone Cardoso de Oliveira, Janna Degener-Storr, Svenja Friedrichs, Dr. André Gärisch, Manfred Kolkmann (Korrektur), Rita Martens-Baentsch, Andreas Monning, Anja Schreiber, Tiziana Sepe, Martin Wehrle

GRAFIK
Martin Kampschulte (verantwort.)

ANZEIGENLEITUNG
Joachim Senk

DISTRIBUTION
UNICUM GmbH & Co. KG

DRUCK
Sattler Media Press, Barleben

Für alle Gewinnspiele im Heft und auf UNICUM.de gilt: Der Rechtsweg ist ausgeschlossen. Namentlich gekennzeichnete Artikel geben nicht unbedingt die Meinung der Redaktion wieder. Für unverlangt eingesandte Manuskripte, Zeichnungen und Fotos wird keine Haftung übernommen.

UNICUM BEI FACEBOOK

/unicum.de

NOCH MEHR VON UNICUM

UNICUM UNICUM
UNICUM.de UNICUM
UNICUMBERUF UNICHECK
UNICUM
UNICUM **UNIKUSCHELN**

MACH CLEVER KARRIERE!

Tausende Jobs und Praktika im In- und Ausland auf karriere.unicum.de

Das UNICUM Karrierezentrum ist die Online-Jobbörse speziell für Studierende und Absolventen. Wir sind deine Anlaufstelle für einen erfolgreichen Berufseinstieg.

Jetzt kostenlos anmelden und

- von attraktiven Arbeitgebern finden lassen.
- den passenden Job mit dem UNICUM Jobtest finden.
- praktische Tipps für Berufseinstiege per Newsletter erhalten.



Werde Fan auf Facebook und Twitter!
facebook.com/unicum.karrierezentrum
twitter.com/UNICUM_Karriere
instagram.com/unicum_karrierezentrum



Deloitte.



ALL IN

Was verbindet Innovationen und wirkliche Spitzenleistungen? Sie sind stets Ergebnis von erfolgreicher Teamarbeit. Und erstklassige Teams zeichnen sich vor allem durch unterschiedliche Sichtweisen, Charaktere und Kompetenzen aus. Bei Deloitte arbeiten allein in Deutschland Kolleginnen und Kollegen aus 99 Nationen und über 100 Fachrichtungen. Diese Vielfalt macht uns erfolgreich. Deshalb setzen wir auf gleiche Karrierechancen für alle – unabhängig von Geschlecht, Herkunft oder Alter. Denn Unterschiede machen den Unterschied.



What impact will you make?
careers.deloitte.com