

30 Jahre karrierefürer

Das Jobmagazin für Hochschulabsolventen # 09.2017 - 02.2018



www.karrierefuehrer.de

Auch als iOS- und Android-App

Folgen Sie uns in den Social-Media

wirtschaftswissenschaften

Digitalisierung

Generation Global

Create-ups

Handel

Medienbranche

Management

Ungleichheit

Gespräche mit:

- * Prof. Dr. Christian Scholz
Ökonom und Personal-Experte
- * Dr. Anja Hartmann
Consultant, Coach und Unternehmerin
- * Isabell Prophet
VWLerin und Glücksforscherin

Individualität zählt





Inhouse Consulting

Selbstvertrauen bringt uns voran. Uns in Frage zu stellen, bringt uns weiter.

Das Vertrauen in die eigenen Stärken hilft, Projekte anzugehen, die eigentlich unmöglich erscheinen. Weil sich aber die Herausforderungen und Methoden ständig ändern und verbessern, ist es notwendig, die eigene Arbeitsweise immer wieder zu hinterfragen. Darum rekrutiert thyssenkrupp Management Consulting kontinuierlich die besten Nachwuchskräfte, die gemeinsam mit unserem erfahrenen Team ständig neue Methoden entwickeln, die thyssenkrupp immer in die erste Reihe pushen. Wenn Sie glauben, dass Sie das Zeug haben, dazu beizutragen, bewerben Sie sich unter www.thyssenkrupp-management-consulting.com

engineering.tomorrow.together.



thyssenkrupp

Digitorial



Willkommen zur neuesten Ausgabe des karrierefuehrer wirtschaftswissenschaften, in der Sie spannende Themen rund um Ihren Einstieg ins Berufsleben finden, z. B. #Work-Life-Blending, #Create-ups, #Holokratie, #Ada Lovelace Festival, #Soziale Kompetenz, #Glück, #Manager ohne Grenzen u.v.m. Nur das Beste wünscht Ihnen:

Ihr karrierefuehrer-Team



Web: News, Themen wie Frauen in Führungspositionen, CSR, Work-Life, MINT u. v. m., Bewerbungsratgeber, Coaching, Top-Manager-Interviews, Erfahrungsberichte, Blog auf www.karrierefuehrer.de



Mobil: Sie möchten unsere Magazine auf dem Tablet oder Smartphone lesen? Kostenfreie Apps für iOS und Android gibt es im Google Play Store und im Apple iTunes Store. Mehr: www.karrierefuehrer.de



Teilen! Folgen Sie uns in den jeweiligen Social-Media-Kanälen.

Impressum: **karrierefuehrer** wirtschaftswissenschaften 2.2017 8. Jahrgang, 09.2017-02.2018 Das Jobmagazin für Hochschulabsolventen ISSN: 1869-7747 **Herausgeber:** Walhalla u. Praetoria Verlag GmbH & Co. KG, Haus an der Eisernen Brücke, 93042 Regensburg, Fon: 0941 5684-0 Fax: 0941 5684-111 E-Mail: walhalla@walhalla.de Web: www.walhalla.de **Verlagsleitung karrierefuehrer und Redaktionskonzept:** Viola Strüder (verantw.), Redaktionsanschrift: Verlagsbereich karrierefuehrer in der Walhalla u. Praetoria Verlag GmbH & Co. KG, Weyertal 59, 50937 Köln, Fon: 0221/4722-300 **Redaktion dieser Ausgabe:** neurohr & andrä GbR (verantw.), Dillenburg Straße 75, 51105 Köln **Freie Mitarbeit:** André Boße, Stefan Trees **Anzeigen:** Meike Goldmann (verantw.) **Anzeigendisposition und -technik:** Verlag Loss Jonn Meike Goldmann, Neufelder Straße 18, 51067 Köln, Fon: 0221 6161-267 **Onlineauftritt:** www.karrierefuehrer.de **Grafik:** Olaf Meyer Gestaltung, Köln **DTP/Lithografie:** Köllen Druck+Verlag GmbH, Bonn+Berlin **Druck:** Westermann Druck GmbH, Georg-Westermann-Allee 66, 38104 Braunschweig, Fon: 0531 708-501, Fax: 0531 708-599 **Coverfoto:** Fotolia/your123 **Verlag:** Walhalla u. Praetoria Verlag GmbH & Co. KG, Haus an der Eisernen Brücke, 93042 Regensburg, Fon: 0941 5684-0 Fax: 0941 5684-111 E-Mail: walhalla@walhalla.de Web: www.walhalla.de **Geschäftsführer:** Johannes Höfer (V.i.S.d.P.). Der **karrierefuehrer** wirtschaftswissenschaften wird auf 100 % chlorfrei gebleichtem Papier gedruckt. **Copyright:** © Walhalla u. Praetoria Verlag GmbH & Co. KG, Regensburg. Alle Rechte vorbehalten. Auszüge dürfen nicht ohne schriftliche Genehmigung des Verlages vervielfältigt oder verbreitet werden. Dies gilt auch für die Vervielfältigung per Kopie oder auf CD-ROM sowie die Aufnahme in elektronische Datenbanken.

Inhalt:



Foto: Fotolia/trongngu



Prof. Dr. Christian Scholz

Foto: privat



Foto: Fotolia/doomu

Top-Thema

8 Individualität zählt

Die Unternehmen der Zukunft ticken individuell. Ihr wichtigstes Kapital: Kunde und Mitarbeiter.

Top-Interview

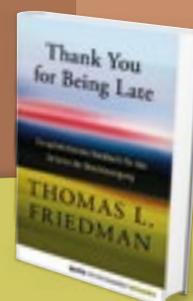
16 Prof. Dr. Christian Scholz

Personal-Experte und BWL-Professor Christian Scholz meint, die junge Generation der BWL-Absolventen sei ein „stiller Treiber des Wandels“. Im Interview erklärt er, weshalb Unternehmen umdenken müssen und punkten, wenn sie Mitarbeitern eine klare Work-Life-Separation garantieren.

Frauen in Führung

20 Die Branchen sortieren sich neu

Dr. Anja Hartmann ist erfolgreiche Top-Beraterin. Sie kennt die Erfolgsfaktoren für eine Karriere in der Consulting-Branche genau.



REDAKTIONSTIPP:

ZURÜCKTRETEN UND ORIENTIEREN

Ein Schritt zurück und zwei Schritte vorwärts: Mit seiner Analyse der Gegenwart gibt Bestseller-Autor und Pulitzer-Preis-Gewinner Thomas L. Friedman eine kluge und vor allem optimistische Betrachtungsweise der radikalen Umwälzungen durch Technologie und Vernetzung an die Hand – einen Moment innezuhalten bietet Orientierung für unsere Zeit und zeigt, was eine erfolgreiche Zukunft möglich macht.

Thomas L. Friedman: Thank you for being late. Ein optimistisches Handbuch für das Zeitalter der Beschleunigung. Lübbe 2017. Erhältlich als Hardcover für 24 Euro und E-Book für 17,99 Euro.



karrierefuehrer-Titel u.a. zu den Themen Consulting, Handel/e-Commerce, Digitalisierung gibt es kostenfrei unter dem QR-Code:



Foto: Fotolia/martialred



Isabell Prophet



Helene Pröbß

Foto: privat

Special

22

Trends im Handel

Die Digitalisierung schafft neue Jobprofile im Handel: Alte Berufsbilder wandeln sich, neue Jobprofile entstehen – das zeigt der Retail Report 2018.

Weiterbilden

24

Einstieg in die Medienbranche – kompakt

Diese Masterstudiengänge bereiten bestens auf die digitale Zukunft der Medienbranche vor.

Inspiration

26

Business-Smoothie

Kultur-, Buch- und Linktipps

Kulturwandel

28

Dem Glück auf der Spur

Isabell Prophet studierte VWL und Wirtschaft, war als Journalistin tätig und hat nun ein Buch über das Glück geschrieben. Unterhaltsam zeigt sie, was Glück bedeutet und wie wir es beeinflussen können.

Aufbruch

32

Das letzte Wort hat ... Helene Pröbß

Die Diplom-Betriebswirtin ist CEO der Stiftung „Manager ohne Grenzen“. Sie vermittelt BWL-Studenten und -Absolventen weltweit in Management-Projekte zur Entwicklungshilfe.

Standard

- 01 Digitalior
- 01 Impressum
- 04 Inserenten
- 06 kurz + knapp

Service

- 29 Firmenporträts

karrierefuehrer crossmedial

Diese Ausgabe erscheint als:

- Printmedium
- iOS- und Android-App
- E-Paper



Hinweise darauf finden Sie u. a. auch
 → auf unserer Facebook-Fanpage
 → auf unserem Twitter-Kanal
 → in unserem Youtube-Channel
 Mehr dazu: www.karrierefuehrer.de



Inserenten

accenture
High performance. Delivered.

Accenture

Allianz 

Allianz Deutschland AG

BERTELSMANN

Bertelsmann SE & Co. KgaA



Deutsche Bahn AG / DB Management Consulting



Dr. August Oetker Nahrungsmittel KG



EDEKA AG

HAYS Recruiting experts
worldwide

Hays AG

IQB.de
CAREER SERVICES

IQB Career Services GmbH

 **Jobware**
ERSTKLASSIGE JOBS. ERSTKLASSIGE BEWERBER.

Jobware Online-Service GmbH



TEMA Technologie Marketing AG



thyssenkrupp Management Consulting



Weiterbildung Wissenschaft Wuppertal gmbH
c/o Bergische Universität Wuppertal



Mit Qualität Zukunft gestalten.



www.oetker.de/karriere

„Nach meinem Studium stand sofort fest: Bei Dr. Oetker habe ich als Trainee in einem Familienunternehmen mit internationaler Präsenz beste Entwicklungsmöglichkeiten. Gemeinsam mit tollen Kollegen innovative Ideen entwickeln und umsetzen, sämtliche Sortimentsbereiche kennenlernen, spannende Auslandseinsätze absolvieren – meine Erwartungen wurden mehr als erfüllt.“

Tim Hempelmann



Bei Dr. Oetker steht Qualität an erster Stelle. Auch dann, wenn es um Ihre Zukunft und Ihre Karriere geht! Denn bei der beliebtesten Marke im Bereich Lebensmittel erwarten Sie vielfältige Perspektiven – und das sogar mit internationalem Geschmack. Schließlich sind wir in mehr als 40 Ländern vertreten – und suchen an vielen Standorten Verstärkung. Wir unterstützen Sie auf Ihrem Weg und vermitteln Ihnen die Kompetenzen und Fähigkeiten, die Sie brauchen, um erfolgreich zu sein und nachhaltige Karriere zu machen. Starten Sie bei uns durch! Wir suchen engagierte

» Absolventen und Studenten (m/w)

Kommunikative Teamspieler, die den Kopf voller Ideen haben, Verantwortung übernehmen und Lösungen entwickeln möchten und Ziele mit Ausdauer und Begeisterung verfolgen, sind bei uns richtig. Erleben Sie tolle Kollegen, ein globales, von Respekt geprägtes Umfeld und gestalten Sie Ihre Zukunft bei Dr. Oetker. Worauf warten Sie noch? Bewerben Sie sich jetzt! www.oetker.de/karriere

Kurz+ knapp

Von Elisa Maifeld

agil arbeiten

MANAGEMENTDIAGNOSTIK: AGILITÄT UND PERSÖNLICHKEIT

Die Arbeitswelt verändert sich in immer rasanerem Tempo und erfordert von Unternehmen und ihren Mitarbeitern viel Flexibilität. Die vielzitierte „Agilität“ gilt dabei als zukunftsweisendes Leitbild. Doch welche Voraussetzungen benötigen Menschen, um mit den schnellen Veränderungen der Arbeitswelt Schritt zu halten? Was sind die Merkmale und Kompetenzen agiler Strukturen, und wie kann man der neuen Unbeständigkeit, Unsicherheit, Komplexität und Mehrdeutigkeit begegnen? Und noch viel wichtiger: Wie kann man sie ermitteln? Faktoren wie Veränderungsmanagement, Selbststeuerung, Ambiguitätstoleranz sowie Kommunikationsfähigkeit werden zukünftig noch stärker in den Fokus von Personalern rücken. Warum diese Faktoren von Bedeutung sind und welche wichtige Rolle eine fundierte Personaldiagnostik, beispielsweise durch den Einsatz modernster Sprachtechnologien spielt, hat das ifp | Personalberatung Managementdiagnostik ermittelt. Einen Gastbeitrag dazu finden Sie auf www.karrierefuehrer.de, der Direktlink zum Artikel: <http://bit.ly/2wyFTRe>.

partizipiert!

GENERATION GLOBAL: NACHHALTIGKEIT UND POSTMATERIALISMUS

Etwa 20 Jahre alt, die halbe Welt bereist und das Credo lautet: Vernetzt sein und partizipieren – das ist die Generation Global. Sie wird geprägt von einem neuen Selbstverständnis von Weltbürgertum, Nachhaltigkeit und Postmaterialismus. Globales Denken ist schön, doch diese Generation macht durch lokales Handeln auf sich aufmerksam. Ihr Streben nach Partizipation beschränkt sich nicht nur aufs Private, sondern sie lebt es im Beruf aus – und genau das macht die Generation Global zum neuen Impulsgeber für die Wirtschaft. Ein Report des Zukunftsinstituts beschäftigt sich in den Kapiteln Generation Global, Global Adopters und der Rubrik Global Leaders mit diesem Trendthema. Tristan Horx, Cornelia Kelber, Verena Muntschick, Lena Papasabbas (Zukunftsinstitut Frankfurt): Generation Global. 2017. 133,75 Euro.

revolutioniert

BYE-BYE, HIERARCHIE!

Holokratie – dieser Organisationsansatz des amerikanischen Unternehmers Brian Robertson revolutioniert die Arbeitswelt. Hierarchien und Führungspositionen werden radikal abgeschafft. Stattdessen verteilen sich alle Aufgaben und Strukturen auf das komplette Team. Über verbindliche Kooperationsregeln definieren die Mitarbeiter ihre Arbeit selbstständig und übernehmen bestimmte Rollen, zusammengehörige Rollen organisieren sich selbst in Teams. Das stärkt die Eigenverantwortlichkeit und steckt bestimmte Entscheidungsbereiche und Ressourcen ab. Die Organisation der Arbeit orientiert sich am jeweiligen Arbeitsumfang – der Vorteil: flache Hierarchien sorgen für mehr Entwicklungspotential, experimentelles Vorgehen stößt kreative Veränderungen an, Spannungen werden schnell erkannt und abgebaut. www.holacracy.org



Foto: Olaf Meyer



Du willst Deine Zukunft gestalten. Und die der Mobilität gleich mit.

Willkommen, Du passt zu uns.
Als Inhouse Consultant (w/m).

Du willst die Deutsche Bahn fit für die Zukunft machen? Als Inhouse Consultant gestaltest Du wesentliche Teile der digitalen Agenda der DB mit – von Produktinnovationen über Automatisierungen im Bahnbetrieb bis hin zu selbst fahrenden Zügen.

DBKarriere     

Jetzt bewerben:
[deutschebahn.com/karriere](https://www.deutschebahn.com/karriere)

Unternehmen der Zukunft

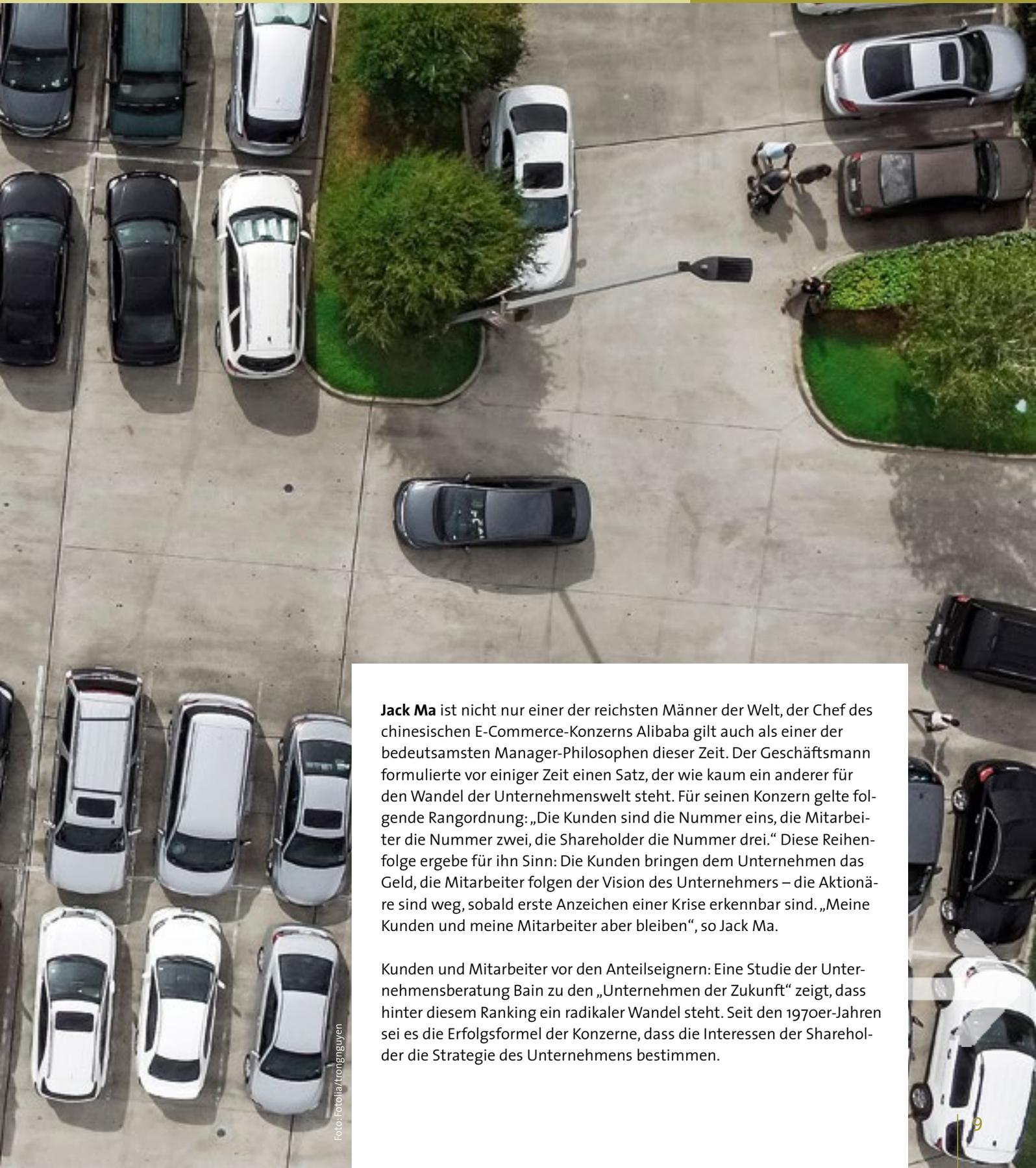


Individualität zählt

Paradigmenwechsel: Erst die Kunden und Mitarbeiter, dann die Shareholder

Trendwende. Die Unternehmen der Zukunft nehmen zwei Gruppen wichtiger als ihre Shareholder: die Kunden und die Mitarbeiter. Das ist klug – holen die eigenen Leute das Beste für die Kunden heraus, kommen die Aktionäre ganz von allein. Damit das funktioniert, benötigen die Firmen Führungskräfte mit hoher sozialer Kompetenz. Im Fokus stehen nicht mehr Leitung und Kontrolle: Es kommt darauf an, eine Organisation zu entwickeln, die Innovationsmanagern und Wirtschaftsprüfern gleichsam gerecht wird. Das bedeutet: Das Unternehmen der Zukunft tickt individuell. Von André Boße

Top-Thema



Jack Ma ist nicht nur einer der reichsten Männer der Welt, der Chef des chinesischen E-Commerce-Konzerns Alibaba gilt auch als einer der bedeutsamsten Manager-Philosophen dieser Zeit. Der Geschäftsmann formulierte vor einiger Zeit einen Satz, der wie kaum ein anderer für den Wandel der Unternehmenswelt steht. Für seinen Konzern gelte folgende Rangordnung: „Die Kunden sind die Nummer eins, die Mitarbeiter die Nummer zwei, die Shareholder die Nummer drei.“ Diese Reihenfolge ergebe für ihn Sinn: Die Kunden bringen dem Unternehmen das Geld, die Mitarbeiter folgen der Vision des Unternehmers – die Aktionäre sind weg, sobald erste Anzeichen einer Krise erkennbar sind. „Meine Kunden und meine Mitarbeiter aber bleiben“, so Jack Ma.

Kunden und Mitarbeiter vor den Anteilseignern: Eine Studie der Unternehmensberatung Bain zu den „Unternehmen der Zukunft“ zeigt, dass hinter diesem Ranking ein radikaler Wandel steht. Seit den 1970er-Jahren sei es die Erfolgsformel der Konzerne, dass die Interessen der Shareholder die Strategie des Unternehmens bestimmen.



Top-Thema



Foto: Fotolia/eyetronic

GRÖSSE SCHÜTZT VOR SERVICE NICHT

Zu den bestimmenden Entwicklungen für die Unternehmen der Zukunft zählt die Bain-Studie auch den Kundenservice. Bislang gilt hier – besonders in der Wahrnehmung der Kunden – je größer, desto unpersönlicher. Für die erfolgreichen Konzerne von morgen werde das nicht mehr gelten: „Neue Technologien und Analysetools ermöglichen es, Kundenbedürfnisse schneller zu erkennen und darauf zu reagieren“, formulieren die Autoren der Studie. Auch dies ist ein Bereich, in dem für den Nachwuchs IT-Know-how und ein Gefühl für soziale Kompetenz einhergehen.

So entstand zum Beispiel das System der Bonuszahlungen: Sind die Aktionäre glücklich, darf das Management kassieren. Was die Kunden und Mitarbeiter davon halten, spielte keine große Rolle. Genau dieses System jedoch stehe nun auf der Kippe: „Der Shareholder-Value wird in Zukunft das Ergebnis einer guten Unternehmensstrategie sein, nicht mehr deren Ziel“, heißt es in der Studie. Das nennt man einen Paradigmenwechsel: Es geht nicht mehr darum, das gesamte Unternehmen danach auszurichten, die Anteilseigner zufrieden zu stellen. Denn diese Zufriedenheit ergebe sich ganz von alleine, wenn das Unternehmen bei den Kunden erfolgreich ist und die besten Talente an Bord hat.

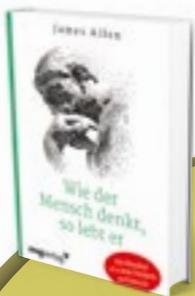
schutz die größten Herausforderungen für die Unternehmen der Zukunft sind. Dies ist das Ergebnis des Trendbarometers „Arbeitswelt“ des Instituts für angewandte Arbeitswissenschaft (ifaa). „Die Unternehmen sind sich ihrer Verantwortung bewusst“, sagt ifaa-Direktor Prof. Dr.-Ing. Sascha Stowasser. „Was sie brauchen, sind Informationen und praktische Unterstützung, um im Zeitalter neuer technischer Möglichkeiten individuelle Arbeitszeitsysteme einzuführen.“ Der Personaler von morgen jongliert also nicht mehr mit Modulen, sondern sucht mit den Mitarbeitern nach individuellen Lösungen – im Idealfall eng verknüpft mit dem IT-Bereich, der die digitalen Assistenzsysteme zur Verfügung stellt. Mehr denn je wird es im Unternehmen der Zukunft darum gehen, die Talente der Mitarbeiter optimal einzusetzen. Doch diese Arbeit wird komplexer, denn für den Businesserfolg kommt es in Zukunft verstärkt darauf an, die alten organisatorischen Strukturen aufzubrechen.

Personalarbeit wird individuell

Doch was bedeutet das konkret? Zunächst der Blick auf die Mitarbeiter: Seit vielen Jahren rauscht der Begriff der flexiblen Arbeitszeit durch die Debatten – vielfach offen ist allerdings die Frage, wie sich diese Flexibilität gestalten lässt, gerade mit Blick auf Industrie 4.0 und Systeme der künstlichen Intelligenz. Müssen jetzt, da Roboter zu Kollegen werden, die Menschen noch mehr wie eine Maschine arbeiten? Welcher Grad von Flexibilität erfreut den Mitarbeiter – und ab wann entsteht nur noch zusätzlicher Stress, weil man immer und überall auf Abruf zur Verfügung stehen muss? Wie sehr die Arbeitgeber diese Fragen umtreiben, zeigt eine Umfrage, nach der die Themen Arbeitszeitflexibilität und gesetzlicher Arbeits- und Gesundheits-

Mission erfüllen als Führungsaufgabe

Jedes Unternehmen hat in seinem Geschäftsmodell kritische Faktoren, die darüber entscheiden, ob die Strategie aufgeht oder nicht. Will zum Beispiel ein Möbelhersteller günstige Bio-Möbel anbieten, um umweltbewusste Kunden zu gewinnen, muss er einerseits sicherstellen, dass die Zulieferer diesen Ansprüchen genügen, andererseits die Effizienz der Produktion im Blick behalten – schließlich sollen die Öko-Modelle bezahlbar bleiben.



BUCHTIPP

KLASSIKER DER PERSÖNLICHKEITSENTWICKLUNG

„Wie ein Mensch in seinem Herzen denkt, so ist er“ – diese Redewendung hat den britischen Autor James Allen 1903 zu seinem Buchtitel inspiriert. Dieser Pionier war einer der ersten, der über Persönlichkeitsentwicklung und Selbsthilfe schrieb. Bis heute ist dieser Klassiker eines der am meist gelesenen Werke zu diesem Thema. Frisch in deutscher Sprache erschienen. James Allen: Wie der Mensch denkt, so lebt er. mvg – Münchner Verlagsgruppe 2017, 8,99 Euro. Auch als E-Book erhältlich!





DATEN KOMPONISTIN

CREATE
YOUR
OWN
CAREER

#digital

Caroline Zimmermann, Brückenbauerin zwischen Kreativen und Zahlenmenschen, lebte schon in fünf Ländern, Big-Data-Künstlerin, wechselte von der Buch- in die Musikbranche, hat allem Ungesunden abgeschworen, hilft Musikern, ihr Publikum besser kennenzulernen, kann sich in sechs Sprachen verständigen, liebt ihre neue Heimat London wegen der Internationalität und Entspanntheit, Kunst- und Kulturliebhaberin, Bertelsmann Entrepreneurs Program Alumna, Senior Director, Data Insights & Analytics, BMG Rights Management, London.

Lesen Sie, wie Sie Ihre persönliche Karriere bei Bertelsmann starten:
www.createyourowncareer.de

BERTELSMANN



Top-Thema



Foto: Fotolia/ccfoto

CREATE-UPS: NICHT DER UMSATZ ZÄHLT

Businessplan? Kann man machen – muss aber nicht sein. Was die moderne Unternehmensform der Create-ups viel mehr interessiert, ist die Frage, wie man möglichst schnell viele Leute für eine Idee gewinnen kann. „Sie verlassen sich nicht auf ein bestehendes Geschäftsmodell, sondern drehen den Markt um“, schreibt Unternehmensberater Reinhold Rapp in einem Beitrag für das Zukunftsinstitut. Mit Blick auf die Organisation funktionieren sie eher wie ein experimentelles Labor als eine klassische Firma. Und selbst wenn die Create-ups zunächst häufig keinen Gewinn erzielen, bleiben Investoren am Ball, weil die Zahl der Kunden steigt. Was macht die Kultur der Create-ups aus? Mehr dazu unter: www.punktmagazin.ch/wirtschaftliches/der-gute-unternehmer

THE FUTURE OF FINANCE

Einen Überblick zu aktuellen Entwicklungen der Transformation und Wirkungsweise neuer Geschäfts- und Marktmodelle bietet die Wirtschaftsprüfungsgesellschaft pwc – PricewaterhouseCoopers unter: www.pwc.de/de/future-of-finance.html

Ein solches Unternehmen habe also eine klare „Mission“, so die Bain-Studie zu den „Unternehmen der Zukunft“. Steht die Mission fest, komme es darauf an, „erfolgskritische Rollen“ zu definieren – also Positionen zu bestimmen, die dafür sorgen, dass die Mission erfüllt wird. Das haben die Unternehmen bislang auch gemacht – aber mit einem anderen Ansatz. „Das Ziel der Organisation war es, die besten Kräfte ins obere Management zu befördern: Der geübteste Maurer wurde zum Vorgesetzten aller Maurer.“ So mauerte man, um im Bild zu bleiben, im Unternehmen auf verschiedenen Baustellen vor sich hin, zusammengeführt wurden die vielen Arbeiten häufig erst auf der Chef-Ebene. Dort kam es dann dazu, dass Steuerberater, Wirtschaftsprüfer und Controller auf der einen und Unternehmensstrategen auf der anderen Seite ziemlich unvermittelt aufeinander trafen. In Zukunft, so die Studie, komme es für die Unternehmen darauf an, immer wieder neue „Expertengemeinschaften“ zu etablieren, die eine bestimmte Mission erfüllen. Zum Beispiel die Lieferkette so zu gestalten, dass sie den Öko-Anspruch erfüllt. Und hier kann dann der Nachhaltigkeitsmanager direkt neben dem Wirtschaftsprüfer sitzen.

Führung morgen braucht soziale Kompetenz

So entstehen in den Unternehmen immer wieder neue Zellen, die – jedes Mal spezifisch zusammengesetzt – innovativ an Lösungen arbeiten. „Diese Mitarbeitergruppen schaffen einen

direkten Kundenmehrwert“, schreiben die Autoren der Bain-Studie. „Sie müssen daher nicht nur gemanagt, sondern effektiv gefördert und weiterentwickelt werden.“ In den Unternehmen passiert dadurch etwas Interessantes: Die Zahl der herkömmlichen Manager nimmt ab. „Kooperationen und Outsourcing verringern den eigenen Investitions- und Managementbedarf“, so die Studie. „Durch effektives Partner-Management entstehen komplexe Unternehmens-Ökosysteme, die aktiv gepflegt werden müssen, um reibungslos zu funktionieren.“ Dadurch entstehen auch neue Karrierewege: Eine Führungskraft ist eben nicht mehr zwingend der Chef-Maurer, der dann anderen sagt, wie das Mauern am besten geht. Leadership stehe in Zukunft für die Qualität, diese Ökosysteme innerhalb der Unternehmen zu ermöglichen und zu fördern. Aber eben nicht dafür, diese zu leiten und zu kontrollieren. Das erfordert von den Führungskräften hervorragende soziale und kommunikative Kompetenzen, denn wer diese Zellen zusammensetzt, muss seine Leute wirklich kennen: Talente, aktuelle Lebenssituation, individuelles Arbeitszeitmodell – diese Punkte werden zu entscheidenden Faktoren für den Erfolg.

Rebellen gegen die Trägheit

Nun lesen sich Begriffe wie Zellen und Ökosysteme gut – wer aber als Einsteiger in ein Unternehmen kommt, wird merken, dass die Sprache größtenteils eine andere ist. „Unternehmen sind Organisationen – und die haben eines mit uns Menschen gemeinsam, näm-



Wenn Erfahrung auf Innovationskraft trifft

Allianz



Wer online Reisen bucht, Musik herunterlädt, Bücher kauft und Bankgeschäfte abwickelt, möchte auch Sicherheit mit einigen Klicks bestellen. Die Allianz erfüllt diese Erwartung.

„Unsere Kunden haben täglich mit Amazon, Google oder Apple zu tun, die Fragen schnell beantworten und Kundenwünsche zügig und unkompliziert erfüllen. Mit diesem Maßstab messen sie auch Versicherungsangebote“, sagt Tobias Tschiersky, Leiter der Abteilung „Digital Sales“ der Allianz Deutschland AG.

Die Kunden erwarten besten Service und reibungslose digitale Prozesse. Und nicht nur die Kundenerwartung hat sich verändert, sondern auch der Markt. Es gibt neue Wettbewerber, Start-ups drängen auf den Markt und die Zahl der Insurtechs hat sich in den vergangenen drei Jahren verdoppelt. „Die meisten Anbieter konzentrieren sich allerdings weniger darauf, Produkte zu entwickeln. Die Absicherung der Risiken durch einen starken Deckungsstock und über 125 Jahre Erfahrung in der Versicherungsindustrie können Wettbewerber nicht so einfach kopieren“, erklärt Tschiersky. Aufbauend auf diesem Erfahrungsschatz gehe die Allianz seit einigen Jahren verstärkt auf Kundenbedürfnisse ein. Das Ziel: innovative und individuelle Lösungen.

Die Ausrichtung des Unternehmens hat sich auch auf Führung und Mitarbeiterentwicklung ausgewirkt. „Ob Kunde oder Mitarbeiter: Der Mensch steht hier im Mittelpunkt“, sagt Dr. Maximilian Federhofer, Referatsleiter im Maklervertrieb Zentralbereich. Als er vor zweieinhalb Jahren zur Allianz kam – damals noch als Vorstandsassistent – fiel ihm sofort auf, dass

die Ideen und Meinungen jedes Einzelnen zählen. Gerade bei einem Großunternehmen sei das keine Selbstverständlichkeit. Und noch andere Dinge sind untypisch: „Wir haben etwa unsere zweistündigen Teammeetings abgeschafft und treffen uns stattdessen einmal pro Woche zum Standup-Meeting. Jeder bringt in 15 Minuten kurz sein Thema auf den Tisch. Wir wiederholen nicht, was in der Woche passiert ist, sondern besprechen nur noch drei Fragen: Was war? Was ist? Wo wollen wir hin?“

Wahrscheinlich ist genau das das Geheimnis: den Mitarbeitern Freiräume lassen, ihre Ideen anhören und sie zur Innovation anregen. Nur wenn es auch im Unternehmen an allen Stellen menschelt – ob im Vertrieb, im Betrieb oder in der Produktentwicklung – können Versicherungsexperten Lösungen für die differenzierten Kundenbedürfnisse finden. Schließlich gehören auch sie zu den Menschen, die Reisen im Internet buchen, Überweisungen mit Online-Banking abwickeln und sich nach Feierabend durch die Mediatheken klicken.

Allianz 



Foto: Fotolia/M. Dörr & M. Frommherz

BLOG VON REINHOLD RAPP

Auch auf seinem Blog „The next next thing“ berichtet Reinhold Rapp über aktuelle Trends: www.reinholdrapp.com/the-next-next-thing



lich die Trägheit“, sagt Reinhold Rapp. Der Unternehmensberater und Keynote-Speaker war Top-Manager im Bereich der Organisationsentwicklung bei der Lufthansa, bevor er sich als Consultant und Start-up-Unternehmer selbstständig machte. Wie Unternehmen ticken, weiß er also aus eigener Erfahrung und durch viele Einblicke. „Veränderungen ergeben sich selten aus den Organisationen heraus“, sagt er. „Verantwortlich dafür sind eher die Rebellen, die mit ihrem individuellen Verhalten den Wandel einsetzen.“ Alleine mit dem Kopf durch die Wand – das wäre eine mögliche Strategie. Klüger ist es wohl, mit Hilfe von sozialen Kompetenzen ein innovationsfreudiges Netzwerk zu knüpfen, Allianzen zu schmieden – wobei es gar nicht das Ziel sein muss, das ganze Unternehmen umzukrempeln.

Der Idee, dass Megatrends wie die Digitalisierung die gesamten Unternehmen umwälzen und dafür sorgen, dass kein Stein auf dem anderen bleibt, steht Rapp skeptisch gegenüber: „Es ist zunächst sogar sinnvoll, dass einige Bereiche in den Unternehmen weiterhin traditionell organisiert sind.“ Wenn der Berater in Unternehmen hineinschaut, beobachtet er bei Veränderungsprozessen häufig eine große Ungeduld. „Viele Führungskräfte und Top-Manager haben den Eindruck, der Wandel funktioniere überall sehr schnell – nur eben nicht im eigenen Unternehmen.“ In der Folge komme es schnell zu Wechseln auf den Positionen. Was dann fehle, sei die Kontinui-

tät, die bei erfolgreichen Veränderungsprozessen genau so wichtig ist wie die Dynamik. „Sinnvoll ist daher eine klarere Trennung zwischen den Stabilitäts- und den Neuerungsbereichen“, schlägt Rapp vor. „Häufig werden Mitarbeiter heute dazu motiviert, beides zu machen: das Standardgeschäft zu optimieren und parallel dazu in einem Innovationsprojekt nach neuen Geschäftsmodellen zu suchen. Für den Mitarbeiter ist das schwierig.“

Drei Unternehmen in einem

Die Gefahr, dass sich das Unternehmen durch die Trennung in etablierte sowie innovativ-querdenkende Bereiche aufsplittet und nicht wieder zusammenfindet, sieht Rapp nicht. Im Gegenteil: Das Unternehmen der Zukunft sei für ihn eines, in dem drei Teil-Unternehmen existieren: eines für die Innovationen, eines für das Wachstum, eines für die Bereitstellung des Know-hows. „Jeder dieser Unternehmensteile benötigt die besten Talente“, sagt Rapp, „und diese finde ich für meinen Bereich wesentlich besser, wenn er sauber von den anderen getrennt ist.“ Ein Mitarbeiter, der Wert auf Stabilität legt, muss sich nicht ständig Innovationsdruck aussetzen. Ein Querdenker steht nicht permanent vor der Aufgabe, sich Freiräume erkämpfen und (noch) fehlende Umsätze erklären zu müssen. Davon profitieren beide Typen, weil weniger Bemühungen darauf verwendet werden müssen, sich dem jeweils anderen anzunähern. Das kostet nämlich nicht nur Zeit, sondern auch Nerven.

WIRTSCHAFTSPRÜFUNG: REKRUTIERUNG NEBEN DIGITALISIERUNG WICHTIGSTES ZUKUNFTSTHEMA

Die aktuelle Lünenonk-Studie „Wirtschaftsprüfung und Steuerberatung in Deutschland“ belegt die Auswirkungen der digitalen Transformation auf den Markt: Die „Big Four“ haben ihre Mitarbeiterbasis um etwa 2.400 neue Arbeitsplätze aufgestockt. Und sowohl die Anforderungen an die Mitarbeiter als auch die Unternehmenskultur verändern sich. Klassische Wirtschaftsprüfung ist zunehmend weniger gefragt, bei einigen Gesellschaften liegt der Prüfungsanteil bereits unter 25 Prozent. Immer wichtiger werden Services wie Rechtsberatung, Managementberatung und Digital-Content-Services sowie digitale Transformation. Mehr zur Studie unter: www.luenendonk-shop.de



MASTER OF SCIENCE REAL ESTATE MANAGEMENT + CONSTRUCTION PROJECT MANAGEMENT

PROJEKTENTWICKLUNG | PROJEKTMANAGEMENT | REAL ESTATE MANAGEMENT

INTERDISZIPLINÄRES BAU- UND IMMOBILIENMANAGEMENT ÜBER DEN GESAMTEN LEBENSZYKLUS

Der Masterstudiengang Real Estate Management + Construction Project Management (REM + CPM) ist ein berufsbegleitender Studiengang, also für alle interessant, die sich neben ihrer beruflichen Tätigkeit interdisziplinäres Wissen über den gesamten Lebenszyklus von Immobilien aneignen wollen.

Von der Projektentwicklung über das Projektmanagement bis hin zum Real Estate- und Facility Management statten REM + CPM die Teilnehmer mit einem disziplinübergreifenden Wissensspektrum aus, das es ihnen erlaubt, über alle Lebenszyklusphasen hinweg tätig zu werden.

Immobilienwirtschaftliche Kenntnisse werden ebenso vermittelt, wie juristische und technische Kenntnisse, die helfen Gesamtzusammenhänge besser zu beurteilen und richtige Entscheidungen zu treffen.

In 12 Modulen lernen die Studierenden in von mehr als 80 renommierten Dozenten. Sie erwerben sowohl technische als auch kaufmännische Kompetenzen. Immobilienmanagement und Unternehmensführung gehören ebenso zu den Inhalten, wie die Stärkung der Methoden- und Sozialkompetenz, um Mitarbeiter oder Teams besser führen zu können. Mit zwei Auslandsmodulen sind die Studierenden auch international gut gerüstet. Mehr als 200 Absolventen stehen dafür, dass der Masterstudiengang REM + CPM entscheidende Karrierevorteile verschafft.

BERUFSBEGLEITEND STUDIEREN.
KOMPETENZEN FÜR DIE ZUKUNFT ERWERBEN.

www.rem-cpm.de

Der Generationenkenner. Wenn sich BWL-Professor Christian Scholz mit den Unternehmen der Zukunft beschäftigt, blickt der Personal-Experte und Ökonom vor allem auf die Menschen, die dort arbeiten. Scholz erkennt, dass die junge Generation Z mit vielen Ansätzen bricht, die heute als zeitgemäß gelten. Garantien statt Flexibilität, Trennung statt Blending – Führungskräfte sind gut beraten, sich mit den Vorstellungen des Nachwuchses auseinanderzusetzen. Die Fragen stellte André Boße.

Prof. Dr. Christian Scholz



”
*Was als Flexibilisierung verkauft wird,
ist eine Mogelpackung.“*

Top-Interview

Herr Prof. Dr. Scholz, Ihr neues Buch ist eine kritische Abrechnung mit der Idee des Work-Life-Blending. Was ist falsch daran, wenn die Grenzen zwischen Privatleben und Arbeit zerfließen?

Bei der Work-Life-Balance gab es noch den Anspruch, eine Balance zu finden. Das Blending – manche sagen auch Work-Life-Flow oder Work-Life-Integration – steht für eine völlige Vermischung: Alles geht ineinander über. Es gibt also keine zeitlichen und räumlichen Grenzen mehr zwischen Freizeit und Arbeitszeit. Das ist der Abschied von geregelten Arbeitszeiten, oft aber auch von festen Arbeitsplätzen. Wir reden also von der vollkommenen Flexibilisierung der Arbeit.

Aber ist diese Flexibilisierung der Arbeitszeit nicht genau die Entwicklung, die von der jungen Generation eingefordert wird? Das wird behauptet. Von Seiten der Unternehmen und der Politik. Bei den Vertretern der Generation Y war das in vielen Fällen auch noch so: Die haben beim Einstieg in den Job geglaubt, dass sich Leistung lohnt und Loyalität auszahlt. Diese Generation war optimistisch.

Ist die Generation Z pessimistisch?

Nein, eher realistisch. Diese jungen Menschen haben sehr genau hingeschaut, was in den vergangenen Jahren passiert ist. Sie haben erkannt, dass Karriere mit Stress oder Burn-out einhergehen kann, dass Unternehmen ganz andere Dinge im Kopf haben, als sich tatsächlich um das Wohl ihrer Mitarbeiter zu kümmern. Wenn diese jungen Leute den Begriff Flexibilisierung hören, läuten sofort die Alarmglocken.

Zurecht? Ja, denn was als Flexibilisierung verkauft wird, ist eine Mogelpackung. Im Grunde handelt es sich um eine Planlosigkeit des Personalma-

agements. Statt die Arbeit in Teams so aufzustellen, dass jeder weiß, was und wann zu tun ist, wird auf diesen Plan verzichtet und improvisiert: „Jetzt brauchen wir ein Meeting – jetzt holen wir die Leute zusammen, egal, wo sie gerade sind und was sie gerade machen.“ Das Management verfügt also über die Zeit der Mitarbeiter. Hier ist verstärkt Management-Diagnostik erforderlich, denn was bei diesem Ansatz fehlt, ist die soziale Management-Kompetenz, eine Arbeitsstruktur aufzustellen, an die sich alle zu halten haben, die aber eben auch freie Zeit planbar macht und garantiert. Stattdessen wird Arbeit auf Abruf eingefordert.

Wird nicht auch diese Improvisation als Fortschritt verkauft? Hier findet eben der perfide Etikettenschwindel statt. Personalierer behaupten, die jungen Leute möchten die flexible Arbeitszeit – aber gehen Sie mal auf die Straße und fragen Sie die Generation Z. Die meisten werden Ihnen sagen: Bitte nicht! Viele junge Menschen glauben nicht mehr an die Begriffe, die ihnen Unternehmen stolz und fast schon mit arroganter Überheblichkeit verkaufen.

Welche sind das zum Beispiel?

Vertrauensarbeitszeit. Vertrauen funktioniert immer gegenseitig. Sobald aber klar wird, dass das Unternehmen selbst nur wenig dafür tut, das Vertrauen der Mitarbeiter zu gewinnen, ist das Modell dahin. Nehmen wir das Beispiel eines jungen Elternteils, der für den Kindergeburtstag seines Kindes am frühen Nachmittag nach Hause darf. Ehrensache. Jedoch mit der kleinen Einschränkung, dass die Feier kurz für eine kurzfristig angesetzte Skype-Konferenz unterbrochen werden muss, mit der Bitte, dann abends schnell noch das Protokoll zu schreiben.

Man hat also frei, aber...

...und genau dieses „aber“ ist das Problem. Hier beginnt das Blending – und zwar auf Kosten des Mitarbeiters. Oder nehmen Sie Open-Office und Desk-Sharing: Diese Konzepte stehen nicht für Offenheit und Freiheit, sondern sind Signale dafür, dass jeder ersetzbar ist.

Wie reagiert die Generation Z, wenn sie mit solchen Konzepten, die sie nicht möchte, konfrontiert wird? Ich bin Teil der Babyboomer-Generation, und wir waren gut darin, über alles zu diskutieren und laut zu protestieren. Die Generation Z ändert ihr Verhalten dagegen still und leise: Sie geht dem großen Diskurs aus dem Weg. Denkt also die Führungskraft, der Laden ist ruhig, alles ist gut, dann täuscht sie sich, wenn sie die Denk- und Handlungsweise der Generation Z nicht kennt.

Das Bild von der trügerischen Ruhe.

Und diese ist fatal. Die junge Generation unterhält sich nämlich untereinander sehr wohl über die Missstände, davon bekommen die Führungskräfte zunächst nichts mit. Bis die hoffnungsvollen Einsteiger plötzlich das Unternehmen verlassen. Hier entsteht in den Unternehmen eine Art Schizophrenie: Das Management missversteht die Ruhe als Zufriedenheit, die Mitarbeiter distanzieren sich immer mehr. Hier zeigt sich, wie wichtig auf beiden Seiten die soziale Kompetenz ist.

Verpasst der Nachwuchs durch dieses Verhalten die Chance, Dinge zu ändern?

Die Generation Z ist ein stiller Treiber des Wandels. Es geht hier nicht um die große Revolution, sondern um konsequentes Handeln: Gefällt mir das nicht, gehe ich weg. Gefällt mir das gut, bleibe ich und zwar auch lange. Denn das darf man nicht vergessen: Die



Foto: Fotolia/Walpmenne

Generation Z ist überraschend loyal – aber nur dann, wenn die Rahmenbedingungen wirklich stimmen. Vor kurzem habe ich zwei Unternehmen einer Branche kennengelernt, dem einen liefen die guten Leute weg, das andere konnte sich vor lauter Bewerbungen kaum retten. Wo der Unterschied lag? Nicht im Gehalt oder den Karrierechancen, sondern darin, dass ein Unternehmen Garantien für Arbeit und Freizeit gab – das andere aber alles eher offen und flexibel halten wollte. Die junge Generation belohnt also Unternehmen, die eine Work-Life-Separation garantieren. Das ist eine Erkenntnis, die sich gerade junge Führungskräfte unbedingt merken sollten: Ich bin gespannt darauf, wann die ersten Unternehmen im Personalmarketing darauf reagieren und nicht mehr mit flexiblen Vertrauensarbeitszeiten, sondern mit geregelten Arbeitszeiten werben. Das wäre ein Paradigmenwechsel, der dieser jungen Generation gerecht wird.

Dann hätte die Generation Z gewonnen.

Na ja, die jüngste Generation gewinnt eigentlich immer, denn sie wird ja gebraucht. Aber in diesem Fall wäre sie ein stiller Sieger, weil sie damit den Etikettenschwindel und die Mogelpackungen als solche entlarvt hätte. Und dass dieser Wandel kommen wird, dafür gibt es spannende Belege. Nehmen Sie Google: Viele denken, der Konzern sei ein Paradebeispiel für improvisierte Arbeit. Um das zu widerlegen, müssen Sie sich einmal die Busse anschauen, die Google für die Mitarbeiter einsetzt, um ins Silicon Valley zu kommen: Die fahren nicht flexibel, sondern streng nach Fahrplan: beispielsweise Abfahrt von zu Hause per Bus 8:34, Ankunft am Abend zu Hause um 18:54. Google weiß genau, dass auch kreative und innovative Leute gerne wissen wollen, ab wann sie abends frei haben.



Foto: privat

ZUR PERSON

Christian Scholz (geboren 1952 in Vöcklabruck/Oberösterreich) studierte in Regensburg und an der Harvard Business School. Seit 1986 ist er Inhaber des Lehrstuhls für Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Organisation, Personal- und Informationsmanagement an der Universität des Saarlandes in Saarbrücken. Er etablierte sich als Experte für Personalmanagement, sein zentrales Tätigkeitsfeld ist die Erforschung der Arbeitswelt. Dabei beschäftigt sich Christian Scholz intensiv mit der Generation Z und ihren Auswirkungen auf die Arbeitswelt der Zukunft. Im Oktober erscheint als Nachfolger zu „Generation Z“, ebenfalls bei Wiley, sein neues Buch „Mogelpackung Work-Life-Blending“.

GENERATION Z & WORK-LIFE-BLENDING

Ganz grob zählen zur Generation Z die jungen Menschen ab Jahrgang 1990. Es handelt sich also um die Generation der Berufseinsteiger von heute. Die Vorgänger-Generation Y strebte auch in der Arbeitswelt nach persönlicher Weiterentwicklung und Selbstentfaltung, sie machte sich das Konzept des Work-Life-Blending zu eigen: Arbeit und Freizeit gehen ineinander auf. Die Generation Z erkennt, dass der Plan der Generation Y für die wenigsten aufgeht. Sie trennt daher wieder klar zwischen Arbeits- und Privatleben, was von den Unternehmen ein Umdenken erfordert.



Christian Scholz: **Mogelpackung. Work-Life-Blending. Warum dieses Arbeitsmodell gefährlich ist und welchen Gegenentwurf wir brauchen.** Wiley 2017. 19,99 Euro. Erscheinungstermin: 15.10.2017.

Die Branchen sortieren sich neu“

Dr. Anja Hartmann war Top-Beraterin bei McKinsey, heute ist sie als selbstständige Beraterin für zahlreiche DAX30-Unternehmen tätig. Wir haben mit ihr darüber gesprochen, wie sich die Digitalisierung auf die Consulting-Branche auswirkt. Die Fragen stellte Elisa Maifeld.

Frau Dr. Hartmann, wagen wir einen Blick in die digitale Zukunft: Vor welchen Herausforderungen und Chancen stehen die Unternehmen?

Auch im digitalen Zeitalter geht es im Kern weiter darum, dass und wie Menschen miteinander kommunizieren und interagieren. Unternehmen, die ihre Zielgruppe genau kennen, werden auch die Möglichkeiten der Digitalisierung erfolgreich nutzen. Die größte Herausforderung ist es, dass wir alle – Unternehmen wie Individuen – nicht aus den Augen verlieren dürfen, dass am Anfang und am Ende aller digitalen Prozesse immer (noch) Menschen stehen. Besonders spannend finde ich, wie durch die digitale Transformation ganze Branchen und Unternehmen auseinanderfallen und sich anschließend komplett neu sortieren. Unternehmen werden in Branchen wettbewerbsfähig, in denen sie bisher keine Rolle gespielt haben – und umgekehrt: Etablierte Spieler sehen sich mit neuen Wettbewerbern konfrontiert, die sie klassischerweise nie auf dem Wettbe-

werbsradar hatten. Die Aktivitäten von Google im Energie- oder Auto-Umfeld sind dafür ein bekanntes Beispiel, aber auch traditionellere Unternehmen entdecken, dass ihnen ihre Daten oder ihr Wissen digitale Einstiege in ganz andere Branchen erlauben.

Welche Rolle kann die neue Generation von Wirtschaftsexperten einnehmen?

Unternehmen werden auch in Zukunft immer nach Expertise außerhalb ihrer Unternehmensgrenzen suchen – zur Ergänzung ihrer eigenen Kompetenzen und Perspektiven, aus Mangel an haus-eigenen Ressourcen, oder auch einfach zur Inspiration. Erfolgreiche Berater brauchen demnach einerseits spezifische technische, fachliche oder branchentypische Kompetenzen – wer berät, sollte bestimmte Industrien und Geschäftsmodelle im Detail kennen. Andererseits entsteht der Mehrwert von Beratung aus der Fähigkeit, über Branchen- und Unternehmensgrenzen hinweg Muster zu erkennen, Ansätze in geeigneter Weise zu übertragen und dadurch kreative Lösungen zu entwickeln. Hierzu braucht es überfachliche Kompetenzen, die auf ganz verschiedene Weise erworben werden können – soziales Engagement, persönliche Lieblingsprojekte oder künstlerische Tätigkeiten können genauso einen Beitrag leisten wie die eigentlichen Studien- oder Ausbildungsinhalte.

Weltweit werden zunehmend konzerneigene Inhouse-Consulting-Abteilungen mit Aufgaben der Unter-

nehmensberatung betraut. Wie wirkt sich das aus?

Inhouse-Consultants spielen in vielen Unternehmen eine wichtige Rolle und sind oft ein Katalysator für die Karriere- und Persönlichkeitsentwicklung gerade junger, engagierter Mitarbeiter. Das ist auch eine Chance für externe Berater, da in der Zusammenarbeit Probleme oft sehr effizient und effektiv angegangen werden können: Der Inhouse-Consultant bringt die Kenntnis der internen Abläufe mit und versteht gleichzeitig die Methoden des externen Beraters; der externe Berater bringt Wissen aus dem Markt mit und kann über die Methodenschnittstelle schnell und wirksam im Unternehmen agieren. Ganz abgesehen davon ist der Einstieg über die Inhouse-Beratung für viele ehemalige externe Berater ein hervorragender Schritt in eine Unternehmenskarriere.

VERANSTALTUNGSTIPP DER REDAKTION

Das Ada Lovelace Festival ist eine Plattform für Young Professionals aus der Informatik- und Technologiebranche, um sich über die neuesten Trends, Forschungsergebnisse und Erfolgsgeschichten von Frauen in der IT auszutauschen. Connecting Women in Computing & Technology
19.-20. Oktober 2017 in Berlin
<http://wiwo.konferenz.de/ada>



**KATHARINA
IST
EXPERTIN
FÜR**

**UND
DRACHENBOOTE
MANDARIN
SUPPLY CHAIN
MANAGEMENT**

**BE YOURSELF.
MAKE A DIFFERENCE.**

Jetzt bewerben auf [accenture.com/MakeADifference](https://www.accenture.com/MakeADifference)
#MakeADifference



Trends im Handel

Nichts bleibt wie es war – das gilt auch für die Arbeit in der Handelsbranche.
„Die Digitalisierung des Handels hat eine neue Entwicklungsstufe erreicht“, heißt es im **Retail Report 2018**, herausgegeben vom Zukunftsinstitut und dem Wirtschaftsmagazin **Der Handel**.

Von **Kerstin Neurohr**



Foto: Fotolia/doomu

Die Forscher benennen vier Trends, welche die Handelsbranche im nächsten Jahr entscheidend prägen werden:

1. Retail Recruiting: Der Verkäufer hinter der Kasse ist ein Auslaufmodell – die Retail-Branche braucht in Zukunft Digital-Experten. Der Handel muss sich als attraktiver Arbeitgeber präsentieren, um die Young Talents mit den benötigten Digital-Skills zu begeistern.

2. Robo Retail: Die Automatisierung von Prozessen macht vor dem Handel nicht Halt: Vor allem in der Logistik und Lagerhaltung kommt Robotertechnologie verstärkt zum Einsatz. Am Point-of-Sale allerdings bleiben Roboter die Ausnahme.

3. Dash Delivery: Durch den anhaltenden Boom des E-Commerce wird die Auslieferung auf der letzten Meile zur Herausforderung. Der Wettstreit zwischen Händlern und Logistikern um die besten Innovationen ist entbrannt. Convenience wird zum Trumpf.

4. Voice Commerce wird zu einer intelligenten Erweiterung des E-Commerce. Digitale Sprachassistenten ermöglichen das Einkaufen per Sprachsteuerung unabhängig von Bildschirmen.

Die Digitalisierung schafft neue Jobprofile: Alte Berufsbilder wandeln sich, neue Jobprofile entstehen. Die Unternehmen suchen Spezialisten mit Digitalkompetenzen. Sie sollen dabei helfen, in einer Handelslandschaft voranzukommen, in der die digitale und die „echte“ Welt immer mehr miteinander verschmelzen. Hier können Hochschulabsolventen punkten: Gerade die jungen Generationen seien für die neuen Aufgaben prädestiniert, argumentieren die Autoren – weil sie nur die digitalisierte Welt kennen, also von Grund auf Digital Retailer sind.

Janine Seitz, Theresa Schleicher: Retail Report 2018.

www.derhandel.de/retailreport2018

Weitere Studie zum Thema:

Für „Total Retail 2017“ hat die Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsgesellschaft PwC 25.000 Konsumenten in 29 Ländern online interviewt. Die Studie gibt Aufschluss über die aktuellsten Trends im Konsumentenverhalten und zeigt auf, was die Konsumenten vom Handel erwarten. Die Autoren analysieren diese disruptiven Faktoren im weltweiten Vergleich und geben Einblicke, wie sich Händler im dynamischen Umfeld aufstellen können. Die Studie steht zum kostenlosen Download zur Verfügung unter: www.pwc.de.



Karriere in der EDEKA-Zentrale.

**Unternehmertum erleben.
Mit Herz und Verstand handeln.**

Wir lieben Lebensmittel. Und suchen Nachwuchskräfte, die diese Liebe mit uns teilen. Bei uns haben Sie die Chance in einer dynamischen Branche an spannenden Herausforderungen zu wachsen. Wenn Sie gerne Engagement zeigen und Lust auf verantwortungsvolle Aufgaben haben, dann sind Sie bei uns an der richtigen Stelle. Entdecken Sie unsere vielfältigen Einstiegsmöglichkeiten vom Praktikum über unser Trainee-Programm bis hin zum Direkteinstieg auf www.edeka-karriere.de. Wir freuen uns auf Sie!

Einstieg in die Medienbranche [kompakt]

Die digitale Transformation macht auch vor Berufen in der Medienwirtschaft nicht Halt und stellt Unternehmen vor Herausforderungen. Gut, wenn Einsteiger digitales Know-how mitbringen. Wir stellen eine Auswahl an Masterstudiengängen vor, mit denen man bestens für die digitale Zukunft der Medienbranche gerüstet ist.

- **Wirtschaftsinformatik und Digitale Transformation (M.Sc.) an der Universität Potsdam**

Neu ab WS 2017/18: Forschungsorientierter Studiengang, der einen interdisziplinären Ansatz zwischen den Fächern Wirtschaftsinformatik, Informatik, Betriebswirtschaftslehre und Verwaltungswissenschaft verfolgt.

www.wirtschaftsinformatik-potsdam.de

- **Digital Entrepreneurship (M.A.) an der Hochschule Macromedia**

Englischsprachiges Studium, um strategisches, technisches und betriebswirtschaftliches Know-how zu erwerben und digitale Medienprodukte zu entwickeln.

www.macromedia-fachhochschule.de/master/digital-entrepreneurship-en-ma.html

- **Digital Marketing (M.A.) an der Cologne Business School**

Englischsprachiges Masterprogramm, das neben betriebswirtschaftlichen Modulen Schwerpunkte auf die Bereiche Medienproduktion, Medieninhalte und Medienmarketing legt.

www.cbs.de/studium/master/online-marketing-master-studieren

Berufsbegleitende Studiengänge

- **Master of Digital Transformation Management (MBA) an der Goethe Business School**

Berufsbegleitender Studiengang in englischer Sprache für (Young) Professionals mit Berufserfahrung. Klassische Managementkenntnisse werden mit aktuellen Inhalten kombiniert, die auf die digitale Transformation von Arbeitsprozessen Bezug nehmen.

www.uni-frankfurt.de/65533318/gbs-digital

- **Digital Media Management & Online-Marketing (M.Sc.) / Digital Innovation and Business Transformation (M.Sc.) an der Steinbeis School of Management and Innovation**

Die beiden berufsbegleitenden Studiengänge befähigen dazu, digitale Strategien und Geschäftsmodelle zu entwickeln sowie Vermarktungskonzepte zu gestalten.

www.steinbeis-smi.de/de/master

- **Unternehmenskommunikation und Rhetorik (M.A.) an der Universität Koblenz-Landau**

Berufsbegleitender Studiengang mit Fokus auf die Kommunikation in digitalen Medien. Blockveranstaltungen wechseln sich mit Online-Events und angeleitetem Selbststudium ab.

www.uni-koblenz-landau.de/de/zfuw/unternehmenskommunikation

- **Management Digitales Publizieren (M.A.) an der Hochschule für Angewandte Wissenschaften**

Berufsbegleitender Studiengang für angehende Manager im Corporate Publishing, digitalen Marketing und Content Management.

www.dp.hm.edu/master-digitales-publizieren.html

Portale

Master in den Bereichen Medien & Digitalisierung, Media-Management und Digitalisierung

- Informationen zum Masterstudium www.master-and-more.de

- Hochschulkompass – Studieren in Deutschland www.hochschulkompass.de

- Medienstudienführer und Job-Datenbank www.medienstudienfuehrer.de

Auszeichnung: „Digital Transformer of the Year“

Die Initiative Digital Transformer of the Year möchte einen Beitrag zur Förderung der digitalen Transformation in Deutschland leisten, indem sie Transformationserfolge deutscher bzw. in Deutschland ansässiger Unternehmen sichtbar macht. Anfang Dezember 2017 werden in Berlin Unternehmen aus mehreren Branchen ausgezeichnet – für Transformationsleistungen, die als Leuchtturm dienen und praktische Hilfestellung bieten.

www.digitaltransformeroftheyear.de

STICHWORT: SELBSTOPTIMIERUNG

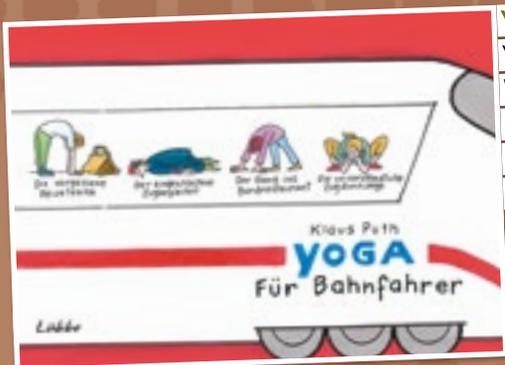
Gute Aussichten – junge deutsche Fotografie, eine gemeinnützige Organisation, prämiert jährlich die besten Nachwuchsfotografen unter den Absolventen deutscher Hochschulen. Zum ersten Mal gab es 2017 ein Stipendium, den „Gute Aussichten GRANT“, zur Realisierung einer neuen Arbeit. Die Gewinnerin ist Stefanie Schroeder mit ihrer Video-Projektion „40h. max. 2 Monate (work in progress)“. Ihr hoch aktuelles Thema: die Selbstoptimierung. Zu sehen vom 25. August 2017 bis 8. Oktober 2017 im Museum für Fotografie in Berlin und ab 23. November 2017 im NRW-Forum Düsseldorf. www.guteaussichten.org



Foto Stefanie Schroeder, 40h. max. 2 Monate. www.guteaussichten.org

YOGA IM HANDGEPÄCK

Yoga und Bahnfahren passen nicht zusammen? Doch! Ein genauer Blick lohnt: Wer tiefenentspannt am Ziel ankommen will, der findet im neuen Cartoon von Klaus Puth Anleitungen zum stressfreien Reisen – mit viel Humor und Übung kann einen so schnell nichts aus der Ruhe bringen. Klaus Puth: Yoga für Bahnfahrer. Lübbe 2017. 8 Euro.



MAKE IT OR FAKE IT

„Wozu arbeiten, wenn ich Aktien besitze“, kokettiert Facebook-Snob „BWL-Justus“ und treibt damit den Usern Tränen in die Augen – vor Lachen oder Fremdschämen: www.facebook.com/BWLJustus
Ganz anders BWL-Studentin Natalie Pohl. Sie ist Freiwasserschwimmerin und erkämpft sich hartnäckig sportliche Etappenziele – Respekt! www.nathaliepohl.de.

DIE DURCHSTARTER – UNTER 35 UND EXTREM ERFOLGREICH

Viele unterschiedliche Stories, ein verbindender Fakt: Die Generation Y, die sogenannten Millenials, ist jung und extrem erfolgreich – wie Jonathan Sierck, selbstständig seit er 17 Jahre alt ist. Er hat zahlreiche andere interessante Vertreter seiner Generation getroffen und interviewt. Die inspirierenden Geschichten kann man nun in seinem Buch nachlesen: Durchstarter wie Unternehmerin Lencke Steiner, Rapper Kontra K, Deutschlands jüngster Sternekoch Philipp Stein, Comedian Chris Tall, Fashion-Bloggerin Masha Sedgwick, Fußballer Joshua Kimmich oder Österreichs Außenminister Sebastian Kurz sprechen über ihre Erfahrungen, Mentoren und Vorbilder, Schlüsselmomente und Überzeugungen. Jonathan Sierck: Junge Überflieger. Millenials – eine Generation auf der Erfolgsspur. Redline 2017. 16,99 Euro.



LONDON SCHOOL OF ECONOMICS: STUDIENSCHWERPUNKT UNGLEICHHEIT

Erster Thinktank, Kaderschmiede der Führungskräfte von morgen: Seit der Gründung im Jahr 1895 werden richtungsweisende Trends aus Wirtschaft und Gesellschaft analysiert und mitgestaltet. Aktueller Leuchtturm der Forschung sind Studien zu Ungleichheit – einem bisher zu wenig betrachteten Katalysator für die Herausforderungen von morgen. www.lse.ac.uk/Study-at-LSE/Graduate/Degree-programmes-2017/MSc-Inequalities-and-Social-Science

Kulturwandel

Dem Glück auf der Spur

Foto: Petra Prophet

Jung, erfolgreich und trotzdem nicht glücklich. Für Isabell Prophet ist das keine Option! Für ihr erstes Buch „Die Entdeckung des Glücks“ setzt sich die VWLerin und Journalistin mit neuesten Studien und Alltagsfallen auseinander und stellt fest: Glück entsteht durch Aufmerksamkeit für die kleinen Dinge. In ihrem Gastbeitrag erklärt sie, wie es mit wenigen Tricks gelingt, in jedem Job glücklich zu werden und Herausforderungen gelassen entgegen zu treten.



BUCHTIPP

Isabell Prophet: Die Entdeckung des Glücks. Dein Leben fängt nicht erst nach der Arbeit an. Mosaik 2017. 16 Euro.

Ich bin nicht glücklich. Das erkannte ich, als ich begann, mich mit dem Glück zu beschäftigen. Ich bin Journalistin und entdeckte das Thema eher zufällig für mich. Glück ist ein Forschungsthema, gleich mehrere Disziplinen beschäftigen sich damit. Die Psychologin Sonja Lyubomirsky hat das Glück analysiert. Sie sagt: 50 Prozent unseres Glücksempfindens werden durch unsere Gene bestimmt. Für 40 Prozent ist unser Verhalten verantwortlich, und für 10 Prozent unsere Lebensumstände. Doch für gewöhnlich sind es jene Umstände, die wir für unser Unglück verantwortlich machen. Der Chef, die Wohnung, die Stadt in der wir leben. Dinge, die wir ändern könnten – doch es wäre aufwendig.

Glücksforscher raten deshalb zu einer Verhaltensanpassung. Ihr Experiment: Studenten und Absolventen sollten Tagebücher schreiben – mal neutral, mal mit positivem Schwerpunkt. Wer einen Filter auf seinen Tag legte, der fühlte sich schon nach wenigen Tagen glücklicher. Genau das Gegenteil machen viele von uns, sobald sie ihren ersten Job haben: Sie klagen. Dabei passieren viele gute Dinge – wir müssen sie nur wahrnehmen. Das gelingt besser, wenn wir wissen, dass wir am Abend darüber sprechen werden. Eine gute Beschwerde

ist auch eine gute Geschichte, sie verspricht Aufmerksamkeit. Doch mit Klagen laugen wir nicht nur uns selbst aus, sondern auch unsere Beziehungen.

Dabei sind es Freunde und Familie, die uns glücklich machen. Einige Hochschulpsychologen haben mir erzählt, dass Studenten immer häufiger einsam sind, gerade zu Beginn und Ende ihres Studiums. Besser geht es ihnen, wenn sie sich Uni-Gruppen anschließen. Als ich für mein Masterstudium die Hochschule wechselte, verschlug es mich deshalb in den Debattierclub. Ich war furchtbar schlecht und hatte viel zu viel Angst, vor anderen zu sprechen. Aber ich lernte neue Leute kennen, das tat mir gut. In einem anderen Experiment mussten die Teilnehmer einige Wochen lang regelmäßig Sport treiben, bevor sie eine Präsentation hielten. Es half! Am Tag der Wahrheit litten sie weniger unter Ängsten, fühlten sich stärker und beeindruckten die Chefs mehr. Der Effekt ist im Gehirn messbar: Wer Sport treibt, kann besser arbeiten.

Es sind die kleineren Dinge, die uns glücklich machen, das habe ich bei meinen Recherchen für das Buch gelernt. Die ganz großen Lebensumstände, die halten wir dann auch noch aus.

Fünf kleine Veränderungen können unseren Arbeitstag verbessern – das ist sogar wissenschaftlich belegt.

1. Ein richtig guter Arbeitstag startet erst am Arbeitsplatz – nicht schon im Bett mit E-Mails auf dem Smartphone.
2. Abwechslung ist die Würze eines Tages – nicht die Würze einer Stunde. Multitasking funktioniert nicht, einen Tag lang an einer Sache durcharbeiten aber auch nur selten.
3. Powermodus in Stillarbeit – 90 Minuten ohne Kommunikation schaffen vielleicht schon das halbe Tagespensum.
4. Alle 60 bis 90 Minuten braucht unser Kopf eine Pause von der Arbeit; das gilt vor allem, wenn wir uns konzentrieren müssen. Danach geht es schneller weiter – und besser.
5. Motiviert und macht den Kopf frei: abends die eigenen Erfolge durchdenken und einen Plan für den nächsten Tag notieren.

Allianz Deutschland AG

Dieselstraße 6-8
85774 München Unterföhring
Internet: <https://karriere.allianz.de>
www.facebook.com/allianzkarriere
www.twitter.com/allianzkarriere
<https://karriere.allianz.de/allianz-entdecken/karriere-blog>
www.youtube.com/user/allianzkarriere

Kontakt

Laura Luisa Müller
Fon: 089 3800-3127
E-Mail: extern.mueller_laura@allianz.de

Branche

Versicherungen, Finanzdienstleistungen

Produkte/Dienstleistungen

Die Allianz Deutschland AG ist in der Schaden- und Unfallversicherung, der Lebensversicherung sowie der Krankenversicherung tätig. Ihren über 20 Millionen Kunden hilft sie, sich gegen Risiken zu schützen und finanzielle Chancen zu nutzen.

Als führender Versicherer in Deutschland bietet die Allianz Deutschland AG umfassende und auf den Bedarf ihrer Kunden zugeschnittene Lösungen rund um Versicherung, Vorsorge und Vermögen aus einer Hand.

Anzahl der Standorte

7 im Inland, rund 70 im Ausland

Jahresumsatz

32 Mrd. EUR (2016); 122,4 Mrd. EUR gesamt (2016)

Anzahl der MitarbeiterInnen

29.000 in Deutschland, 140.000 weltweit

Gesuchte Fachrichtungen

Vorstandsassistentenprogramm:
Absolventen (Master/Diplom in Wirtschaftswissenschaften, (Wirtschafts-)Informatik, Rechtswissenschaften, Mathematik o.ä.)

Allianz Inhouse Consulting:

Absolventen (Master/Diplom/MBA) in Wirtschaftswissenschaften o.ä.

Einstiegsprogramme

Vorstandsassistentenprogramm:

<https://karriere.allianz.de/absolventen/vorstandsassistentenprogramm/>

Allianz Inhouse Consulting Programm:

<https://karriere.allianz.de/absolventen/inhouse-consulting/>

Mögliche Einstiegstermine

Vorstandsassistentenprogramm:

Ganzjährig; Vorlauf mindestens 3 Monate

Allianz Inhouse Consulting Programm:

Ganzjährig möglich

Auswahlverfahren

Mehrstufiger Auswahlprozess

Auslandstätigkeit

Evtl. im Rahmen von Dienstreisen

Angebote für StudentInnen

Praktikum, Werkstudium, Abschlussarbeit

Firmenporträts

Checkliste Bewerbung unter:
www.karrierefuehrer.de



BERTELSMANN

Bertelsmann SE & Co. KGaA

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

Kontakt

Dr. Nico Rose
E-Mail: n.rose@bertelsmann.de

Branche

Medien-, Dienstleistungs- und Bildungsunternehmen

Produkte/Dienstleistungen

Zum Konzernverbund gehören die Fernsehgruppe RTL Group, die Buchverlagsgruppe Penguin Random House, der Zeitschriftenverlag Gruner + Jahr, das Musikunternehmen BMG, der Dienstleister Arvato, die Bertelsmann Printing Group, die Bertelsmann Education Group sowie das internationale Fondsnetzwerk Bertelsmann Investments.

Anzahl der Standorte

Standorte in rund 50 Ländern weltweit

Jahresumsatz

17,0 Mrd. Euro (2016)

Anzahl der MitarbeiterInnen

Circa 116.000 weltweit

Bedarf an HochschulabsolventInnen

Der Bedarf variiert, ist jedoch jederzeit und in allen Unternehmensbereichen gegeben

Gesuchte Fachrichtungen

Wirtschaftswissenschaften, MBA, Information Technology, Wirtschaftsingenieurwesen, Medien- und Kommunikationswissenschaften, Geistes- und Sozialwissenschaften

Einsatzmöglichkeiten

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

Einstiegsprogramme

Wir bieten unter anderem Traineeprogramme und -positionen, die Position als Assistenz der Geschäftsführung z.B. bei Arvato, das Bertelsmann Entrepreneurs Program und natürlich bereichsübergreifend die Möglichkeit zum Direkteinstieg

Mögliche Einstiegstermine

Laufend

Auswahlverfahren

Die konkreten Verfahren variieren im Konzern. Beispielhaft wären Telefoninterviews, persönliche Gespräche und auch gelegentlich Assessment Center

Einstiegsgehalt

Je nach Einstiegsposition

Auslandstätigkeit

Generell ja - aber vom Einsatzbereich abhängig

Angebote für StudentInnen

Praktika sind jederzeit und über alle Unternehmensbereiche möglich



Deutsche Bahn AG

DB Management Consulting
Gallusanlage 8
60329 Frankfurt am Main
Internet: www.deutschebahn.com/management-consulting

Kontakt

Katja Hiesinger
E-Mail: managementconsulting@deutschebahn.com

Unternehmensgeschichte

Als erster Ansprechpartner für Topmanagement-Beratung im Konzern entwickeln wir wegweisende Konzepte für die strategischen und operativen Herausforderungen des Konzerns und setzen sie wirksam um. Die Vielfalt der Projektthemen reicht von der digitalen Transformation über die Entwicklung neuer Geschäftsmodelle und die Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit im Schienenverkehr bis hin zur konzernweiten Umsetzung operativer Exzellenz. Als Inhouse Consultant arbeiten Sie in nächster Nähe zum Vorstand, lernen die DB in ihrer Vielfalt, Dynamik und Komplexität kennen und qualifizieren sich für anspruchsvolle Führungsaufgaben. Nehmen Sie jetzt neue Herausforderungen an und gestalten Sie mit uns die Zukunft der DB!

Anzahl der Standorte in Deutschland

Frankfurt am Main, Berlin

Bedarf an HochschulabsolventInnen

Ca. 5 pro Jahr

Mitarbeiterförderung

- zielgerichtete Unterstützung in Ihrer fachlichen und persönlichen Entwicklung
- halbjährliche Entwicklungsgespräche
- hochwertige Trainings
- mehrere Schulungstage pro Jahr
- bezahlter Urlaub für ehrenamtliches Engagement

Tätigkeitsbereiche

- General Management (Gesamthafte Ergebnisverbesserung, Geschäftsfeldstrategien, neue Geschäftsmodelle)
- Digitalisierung (Digitalisierung der Kundenschnittstelle, Prozessdigitalisierung, Steuerung komplexer IT-Großprojekte)
- Marketing & Sales (Marktstrategie, Pricing, Produkt-/ Innovationsmanagement)
- Operations (Operative Exzellenz in Instandhaltung, Betrieb und Disposition, Asset Management)
- Supply Chain Management / Global Services (Steuerung von Leistungsbeziehungen, Beschaffung, Make or buy)
- Mobilität (Produktentwicklung, Qualität & Kundenzufriedenheit)
- Transport & Logistik (Europ. Schienengüterverkehr, Globale Logistikdienstleistungen)
- Infrastruktur (Schieneninfrastruktur, Personenbahnhöfe, Energieversorgung)

Anforderungsprofil

Überdurchschnittliche Studienleistungen, analytisches Denken, Ergebnisorientierung, überzeugendes Auftreten, Teamgeist, Spaß an immer wieder neuen Herausforderungen

Karriereaussichten

- sechs Karrierestufen bei DB MC
- vielfältige Perspektiven im DB Management

Angebote für StudentInnen

Praktika, Direkteinstieg

Einstiegsvergütung

branchenüblich



Dr. August Oetker Nahrungsmittel KG

Lutterstraße 14
33617 Bielefeld
Internet: www.oetker.de/karriere
Internet: www.facebook.com/Dr.OetkerKarriere
Internet: www.instagram.com/droetkerkarriere

Kontakt

Nora Thelen
Fon: 0521-155-2949

Branche

Nahrungsmittel

Produkte/Dienstleistungen

Backartikel, Backmischungen, Dessertpulver, Süße Mahlzeiten, Einmachprodukte, Müsliprodukte, Pizzen und Snacks, Fertiggerichte und Sahneprodukte, Großverbrauchergeschäft

Anzahl der Standorte

6 Standorte im Inland, international in 40 Ländern

Jahresumsatz

2.414 Mio. Euro im Jahr 2016

Anzahl der MitarbeiterInnen

Weltweit über 11.500, davon über 4.400 in Deutschland

Bedarf an HochschulabsolventInnen

Ca. 10 pro Jahr

Gesuchte Fachrichtungen

BWL, Wirtschaftswissenschaften, (Wirtschafts-)Ingenieurwesen, (Wirtschafts-)Informatik, Lebensmitteltechnologie, Öcotrophologie

Einsatzmöglichkeiten

Controlling, Einkauf, Forschung und Entwicklung, IT, Logistik, Marketing, Vertrieb, Personal, Produktion und Technik

Einstiegsprogramme

Internationales Trainee-Programm, Direkteinstieg

Mögliche Einstiegstermine

Laufend

Auswahlverfahren

Für das internationale Trainee-Programm: mehrere Gespräche mit dem entsprechenden Fachbereich und der Personalabteilung, Fallstudien

Einstiegsgehalt

Nach Vereinbarung

Auslandstätigkeit

6 Monate im Rahmen des internationalen Trainee-Programms, ansonsten abhängig vom jeweiligen Aufgabengebiet

Angebote für StudentInnen

Praktika und Abschlussarbeiten, über die Oetker-Gruppe bieten wir ebenfalls ein Gap Year Programm an (www.oetker-gruppe.de)



EDEKA AG

New-York-Ring 6
22297 Hamburg
Internet: www.edeka-karriere.de
www.edeka.de

Kontakt

Christina Castor
Fon: 040 6377 5441

Branche

Lebensmitteleinzelhandel

Produkte/Dienstleistungen

Die Hamburger EDEKA-Zentrale koordiniert die verbundweite Strategie, steuert das nationale Warengeschäft ebenso wie die Markenkampagne „Wir lieben Lebensmittel“ und setzt mit Netto Marken-Discount erfolgreiche Akzente im Discountgeschäft. Das IT-Unternehmen LUNAR GmbH setzt für den EDEKA-Verbund innovative IT-Dienstleistungen um und realisiert derzeit eine der modernsten und umfassendsten Softwarelösungen für den Lebensmitteleinzelhandel.

Jahresumsatz

49,6 Mrd. Euro im Jahr 2016

Anzahl der MitarbeiterInnen

351.500 Mitarbeiter/-innen im EDEKA-Verbund, davon ca. 1.800 in der EDEKA-Zentrale

Bedarf an HochschulabsolventInnen

Ca. 50 pro Jahr

Gesuchte Fachrichtungen

Betriebswirtschaftslehre, Handelsmanagement, Volkswirtschaftslehre, (Wirtschafts-)Informatik, Lebensmittelproduktion, Ökotropologie, Agrarwirtschaft o.ä.

Einsatzmöglichkeiten

Einkauf Food/NonFood, IT, Logistik/Supply Chain Management, Marketing, Personal- und Bildungswesen, Projekt-/Prozessmanagement, Qualitätsmanagement, Rechnungswesen/Controlling und Unternehmenskommunikation

Einstiegsprogramme

Als Absolvent/-in bei uns haben Sie die Möglichkeit, durch einen Direkteinstieg oder unsere Trainee-Programme Teil des EDEKA-Teams zu werden.

Mögliche Einstiegstermine

Trainee-Programm: Start jeweils im April und Oktober eines jeden Jahres
Direkteinstieg und Praktikum: jederzeit

Auswahlverfahren

Ggf. Telefoninterview, persönliche Gespräche, ggf. Assessment Center

Angebote für StudentInnen

Praktika sind möglich, Abschlussarbeiten werden betreut

HAYS Recruiting experts worldwide

Hays

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

Kontakt

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

Branche

Specialist Recruitment

Produkte/Dienstleistungen

Hays ist weltweit die Nr. 1 in der Rekrutierung von Spezialisten und besetzt Positionen bei über 3.000 renommierten Kunden. Ein internationales Netzwerk und jahrzehntelange Erfahrung sichern uns das nötige Vertrauen unserer Kunden. Für unser Key Account Management in Deutschland, Österreich und der Schweiz suchen wir neue Talente zur Verstärkung unserer internen Organisation.

Anzahl der Standorte

D-A-CH-DK-Region: 23
Weltweit: 252 Büros in 33 Ländern

Jahresumsatz

GJ 2015/2016
D-A-CH-DK-Region: über 1,6 Mrd. Euro
Weltweit: 5,07 Mrd. Euro

Anzahl der MitarbeiterInnen

D-A-CH-DK-Region: ca. 2.000
Weltweit: über 9.200

Bedarf an HochschulabsolventInnen

Ca. 380

Gesuchte Fachrichtungen

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

Einsatzmöglichkeiten

Direkteinstieg im Key Account Management als Account Manager oder Manager of Candidate Relations – unterstützt durch unser Mentorenprogramm und Hays Learning Center

Einstiegsprogramme

Individuelles Einstiegs- und Weiterbildungsangebot: Training-on-the-Job, Mentorenprogramm, Seminare, Workshops, Feedback von Kollegen.

Mögliche Einstiegstermine

Laufend; Aktuelle Stellenangebote unter www.hayscareer.net

Auswahlverfahren

Telefoninterview und in der Regel zwei persönliche Gespräche

Einstiegsgehalt

Marktüblich

Auslandstätigkeit

Im Rahmen der International Transfer Policy möglich

Angebote für StudentInnen

Praktika und Werkstudententätigkeit in den Bereichen Sales und Recruiting möglich



thyssenkrupp

thyssenkrupp Management Consulting

thyssenkrupp Allee 1
45143 Essen
Internet: www.thyssenkrupp-management-consulting.com

Kontakt

Isa Mackenberg
Fon: 0201-844534915
E-Mail: recruiting@thyssenkrupp.com

Branche

Inhouse Consulting

Produkte/Dienstleistungen

Interne Managementberatung des thyssenkrupp Konzerns

Anzahl der Standorte

Essen
(nationale und internationale Projektstandorte)

Anzahl der MitarbeiterInnen

Wir haben derzeit rund 65 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

Bedarf an HochschulabsolventInnen

Wir suchen laufend exzellente Absolventinnen und Absolventen

Gesuchte Fachrichtungen

Wirtschaftswissenschaften, BWL, VWL, Wirtschaftsingenieurwesen, Ingenieurwesen, Naturwissenschaften, Wirtschaftsinformatik

Einstiegsprogramme

Direkteinstieg

Mögliche Einstiegstermine

Laufend – jeweils zum Monatsanfang

Auswahlverfahren

Zweistufiger Auswahlprozess mit insgesamt fünf Einzelgesprächen

Einstiegsgehalt

Branchenüblich

Auslandstätigkeit

Wir haben sowohl nationale als auch internationale Beratungsprojekte im gesamten thyssenkrupp Konzern

Angebote für StudentInnen

Praktika sind laufend möglich



Helene Pröbß im Gespräch



Foto: Privat

Diplom-Betriebswirtin Helene Pröbß ist Strategicoach, Sinnstifterin und CEO der Stiftung „Manager ohne Grenzen“, die sie aufgebaut hat, um Know-how aus dem Management und Entwicklungshilfe zusammenzuführen. Afrika, Asien, Mittelamerika – weltweit ist das Fachwissen erfahrener Experten gefragt, die während eines mehrwöchigen Auslandseinsatzes konkrete Projekte mit Einheimischen planen und umsetzen. Welche Kompetenzen wichtig sind, um in einem von rund 20 Social-Business-Projekten weltweit mitzuarbeiten und welche Tipps sie für Absolventen mit Fernweh hat, erfragte Elisa Maifeld im Interview.

STUDENTENPROGRAMM

Das Programm zielt auf soziales Engagement, Wissenstransfer und die praktische Umsetzung in einem Social-Business-Projekt ab. Bewerben können sich Studenten im Masterstudium, die eine Position im Management anstreben, sowie Berufseinsteiger. www.stiftung-managerohne Grenzen.de/engagement/young-leader-students

BWLER engagieren sich für Manager ohne Grenzen ganz konkret in der Entwicklungshilfe. Verraten Sie uns, wie das funktioniert?

Wir ermöglichen Beratungshilfe für unternehmerische Entwicklung und stellen entsprechendes Know-how zur Verfügung. Wir planen und stellen die richtigen Fragen. Die Aufgaben und Antworten kommen aber immer aus der Bevölkerung. Momentan gehen wir noch einen Schritt weiter und bauen im afrikanischen Tansania Netzwerke mit lokalen Partnern, die sogenannten Business HUBs, auf. So kann Wissen der Einheimischen integriert und sofort abgerufen werden.

Sie sagen, Sie bieten keine perfekten Lösungen an, sondern die Menschen vor Ort lösen ihre Probleme selbst. Wie sehen Hilfestellungen aus?

Die Anträge der möglichen Projektpartner aus den Entwicklungsländern, die bei uns eintreffen, legen die Problematik sehr deutlich offen. Im Fragebogen tritt das sofort zutage, und dann analysieren wir gemeinsam. Aktuell steht ein Manager kurz vor der Ausreise in ein Dorf in Tansania, knapp 100 Kilometer nördlich von Daressalam. In einem sehr verzweigten Gebiet soll die Milch von etwa 1500 Kühen besser vermarktet werden, und die Frauen fordern höhere Milchpreise. Uns ist klar: Für den Einsatz brauchen wir einen Manager aus dem Marketing. Je nach Kompetenz der Manager bieten wir dann weitere Hilfe an und empfehlen einen Experten, der dabei unterstützt, das Problem zu lösen.

Doch bevor es soweit ist, durchlaufen die Interessenten – sowohl die deutschen Manager als auch die Partner aus den Ländern – einen Bewerbungsprozess. Wie können wir uns das vorstellen?

Die Manager müssen sich erstmal bei uns bewerben: Sie stellen sich mit Vita und Motivationsschreiben vor. Im Gegenzug schlagen wir ein Projekt vor, das zum Profil passt. In einem Vorbereitungsseminar – übrigens eine Grundvoraussetzung für jeden Einsatz – analysieren wir die Gegebenheiten der Länder, die Herausforderungen und Aufgaben bis hin zu Lösungsmöglichkeiten in der praktischen Umsetzung. Auch die Anwärter bewerben sich bei uns, indem sie detailliert ihr Problem schildern – wir prüfen das und machen dann ein Projekt daraus. Wichtig ist uns, dass sie bestimmte standardisierte Kriterien erfüllen – etwa dass die Bewerber eigenständig und spendenunabhängig arbeiten, das Projekt ein realistisches Vorhaben ist und eine langfristige Perspektive bietet.

„Klassisches“ Management und Entwicklungshilfe: Worauf kommt es bei einer nachhaltigen Zusammenarbeit an?

Wir erwarten eine interkulturelle Kompetenz, sprich: Wir agieren nicht übergriffig, sondern unterstützen ausschließlich methodisch: Der Manager lernt, was die typischen Vorgehensweisen in dem jeweiligen Land sind und was adäquat für den Markt im jeweiligen Einsatzprojekt ist. Dennoch: Hier wie dort braucht man die gleichen Module der Marktanalyse – von der Zielgruppendefinition bis zur genauen Problembeschreibung.

Es gibt auch ein Studentenprogramm für Berufseinsteiger oder Master-Studenten mit Schwerpunkt Management. „Young Leaders“ arbeiten als Tandem mit erfahrenen Managern zusammen – wie genau funktioniert das?

Wir brauchen Nachwuchsführungskräfte! Ihnen geben wir die Möglichkeit, neue Kompetenzen zu erschließen. Die Teilnehmer reisen im Tandemverfahren zusammen mit einem erfahrenen Manager als Mentor zu einem Projekteinsatz in ein Entwicklungsland. Wir fördern die Jungen, schätzen ihre Ideen und ihr frisches Uniwissen. Sie haben den doppelten Nutzen: Sie lernen von einer erfahrenen Führungskraft und für sich persönlich – und das in einem anderen Land.

Die Karrieremesse auf
deinem Campus



Nimm deine Karriere in die Hand!

Besuche die meet@-Karrieremessen, um dich bei Unternehmen aus unterschiedlichen Branchen über ihre Unternehmenskultur, Anforderungsprofile sowie Einstiegsmöglichkeiten zu informieren. Egal, ob du dich für ein Praktikum, eine praxisbezogene Abschlussarbeit, eine Nebentätigkeit oder eine Festanstellung interessierst: Nutze deine Chance und überzeuge in einem persönlichen Gespräch!

Unsere nächsten Events:

**meet@hochschule-
rheinmain**
Hochschule RheinMain
→ 8. + 9.11.2017

meet@h_da
Hochschule Darmstadt
→ 21. + 22.11.2017

meet@tum
TUM School of Management
München
→ 23.11.2017

meet@campus-mainz
Johannes-Gutenberg-
Universität Mainz
→ 29.11.2017

meet@campus-mainz
Hochschule Mainz
→ 20.11.2017

meet@uni-frankfurt
Goethe-Universität
Frankfurt
→ 5.12.2017

meet@campus-gießen
Kongresshalle Gießen
Gemeinsame Karrieremesse
der Justus-Liebig-Universität
Gießen und der Technischen
Hochschule Mittelhessen
→ 6.12.2017



eReminder aktivieren
und erinnern lassen!
www.iqb.de/eReminder

Abheben zum Traumjob



BEWERBUNG2GO.DE

SUPER-VORLAGEN FÜR HELDEN

Was wird von Dir erwartet?

Bei Bewerbung2go findest Du erprobte
Anschreiben und Lebensläufe, die Dich
Deinem Traumjob näherbringen.