

SQUEAKER

Handel & Marken

Insider-
Wissen
für deine
Karriere

Next Level Shopping

Deine Skills für die Einkaufswelt

CAREERSTART

Beste Chancen
für Digital-
expert:innen

HOMEOFFICE

Remote Work in
Jogginghose?

NEWRECRUITING

Selfies &
Social Media
Neue Wege
zum Job



Ihr Herz schlägt für große Herausforderungen und super Lebensmittel?

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

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



Wir  Lebensmittel.



Schöne neue Einkaufswelt

Die „neue Einkaufswelt“ hatten wir uns alle anders vorgestellt. Dank Lockdown waren plötzlich alle Türen dicht: Ein Schock auf der einen Seite – und gleichzeitig ein Tempobeschleuniger in Sachen Digitalisierung, E-Commerce und Online-Shopping. Denn was viele Handelsunternehmen bislang als Zukunftsmodell betrachteten, wurde auf einmal zum einzig sinnvollen Szenario.

Vor allem für kleinere Marken und Unternehmen, die in Sachen Digitalisierung eher in Slow Motion unterwegs waren, bedeutet das: Neue Techniken kennenlernen, innovative Tools einsetzen, ganz anders denken als bisher. Plattformen wie Shopify oder Agenturen für E-Commerce boomen, auch die Rewe-Tochter Fulfilmenttools bietet Support bei der Optimierung des Onlinegeschäfts: So gibt es auch im Handel Gewinner der Krise.

Denn nicht nur die Job-Einsteiger:innen erwarten einen Umbruch, auch die Kunden der Zukunft. Sie sitzen den großen Playern gehörig im Nacken. Denn Treuepunkte waren gestern, im „Next Level Shopping“ zählt nur noch eine Währung: Customer Trust. Die Kunden von morgen wünschen sich vertrauenswürdige, personalisierte und vernetzte Erfahrungen im digitalen Bereich. Die neue Einkaufswelt erfordert einen Kulturwandel und damit ein neues Denken bis hoch in die Chefetagen. Die digitale Welt braucht agil arbeitende, kleine Teams, die nicht auf Anweisungen von oben warten müssen, bevor sie wichtige Entscheidungen treffen.

Hier kommst du als Vertreter:in der „Generation Y-Z“. Mit deinem Pioniergeist, Knowhow und digitaler Schlagkraft wirst du zum Bindeglied zwischen alter und neuer Einkaufswelt. Du kannst Bewährtes im Blick behalten und gleichzeitig die Weichen für die Zukunft stellen. Du bist also ein Glücksgriff für Handel und Konsumgüterindustrie – wenn du deine Skills gewinnbringend verkaufst und deinen Job-Alltag auch dann im Griff hast, wenn niemand zuguckt. Deshalb zeigen wir dir in diesem Magazin, wie du im Homeoffice echt gute Arbeit leistest.

Und wir gehen der Frage auf den Grund, ob Karl Lagerfeld recht hatte, als er behauptete: „Wer eine Jogginghose trägt, hat die Kontrolle über sein Leben verloren.“ Wer den Karrierestart in Handel und Markenwelt sucht, der findet – bei uns den exklusivsten.

Deine SQUEAKER-Redaktion



10 #NEXTLEVELSHOPPING

Deine Skills für die Einkaufswelt

Handel und Marken sind auf dem Weg in die digitale Zukunft. Die Konsument:innen sind dort schon angekommen. Was wollen die Future Consumer? Wie und wo wollen sie einkaufen? Customer Trust heißt das große digitale Thema.

6 #CAREERSTART

Beste Chancen für Digitalexpert:innen

Als IT-ler:in in einem Handelsunternehmen arbeiten? Wir zeigen dir, was der Handel dem IT-Nachwuchs zu bieten hat.

16 #MINDSET

Im Fokus: Agile Führung

Die wichtigste Aufgabe für Führungskräfte: Mitarbeiter:innen ermutigen, eigenständige Entscheidungen zu treffen.

22 #NETWORKING

Jedes Engagement bietet Vorteile

Im Gespräch mit Julian Tenner von MTP

29 #PLACETOBE

Top 10 Konsumgüterhersteller

37 #PLACETOBE

Top 10 Handelsunternehmen

38 #EMPOWERMENT

Be your own Love Brand!

Es ist wichtig, nicht nur deine Love Brand, sondern auch dich selbst gut zu kennen.

42 #HOMEOFFICE

Remote Work in Jogginghose?

Wir zeigen dir, wie du im Homeoffice einen guten Job machst.

45 #ERFOLGSSTORIES

Smarte Vorbereitung

52 #RETAIL4.0

Tante Emma wird digital

56 #NEWRECRUITING

Selfies & Social Media Neue Wege zum Job

Auf diese digitalen Tools & Tricks setzen Recruiter heute.

60 #DURCHSTARTEN

Die ersten 100 Tage im Job

64 #CAREERSTART

Hier kannst du einsteigen

Unsere Partner

AUGUST STORCK 26 66

Dr. Oetker 30 48 67

EDEKA 34 50 68

Peek & Cloppenburg 69

Einsteiger:innen-Interview

Erfahrungsbericht

Unternehmensprofil

Kooperationspartner



Erfolg
beginnt
nicht durch
Zufall.
**Sondern
bei dir.**



Beste Chancen für Digitalexpert:innen

Der Handel boomt. 2018 hat der Online-Handel seinen Umsatz um 11,4 Prozent gesteigert. Klingt super, aber als IT-ler:in in einem Handelsunternehmen arbeiten? Geht, sagen wir. Denn angestaubt war gestern. Wir zeigen dir, was der Handel IT-Nachwuchs zu bieten hat.

Vom Dinosaurier zum Digitalunternehmen

Die meisten Handelsunternehmen haben mittlerweile verstanden, dass sie neue Wege gehen müssen, um mit Branchenriesen wie Amazon mitzuhalten. Denn der Online-Händler beweist es jeden Tag: Consumer Goods sind und bleiben im Trend – und es lässt sich auch im Internet richtig Geld damit verdienen. Zugegeben: Viele deutsche Handelsunternehmen hinken vor allem im Bereich Digitalisierung hinterher. Aber das Potential ist riesig.

Buzzword: Kulturwandel. Die alte EDV-Abteilung zieht aus dem Keller in die oberen Etagen. Großraumbüros waren gestern. Heute ist agiles, selbstbestimmtes Arbeiten in kleinen Teams angesagt. Bei **EDEKA**, **KAUFLAND** oder **ALDI SÜD** findest du für deine IT-Karriere im Handel mittlerweile Top-Bedingungen vor. Mobile und Social Commerce und Augmented Reality sind nur einige der Themen, die den Handel heute umtreiben.

Was bietet mir der Handel?

Agile Teams und flexible Arbeitszeiten gehören bei vielen Handelsunternehmen mittlerweile zum Standard. In teilweise neu geschaffenen IT-Abteilungen und Co-Working-Spaces vereinen sie Tradition mit neuen Ideen – sozusagen als Start-Ups für Erwachsene. Und Waren verkaufen sich immer. Egal, ob Lebensmittel, Shampoo oder Bonbons, die Kunden greifen zu. Und immer öfter auch auf digitalen Wegen. Das ist die Chance für High-Potentials aus der IT.

Welche Jobs sind gefragt?

Die Aufgaben sind vielfältig und die Handelsunternehmen suchen unter anderem nach diesen Expert:innen: Software Developer, IT Consultants, Product Owner, Data Scientists, Business Intelligence Experts, E-Commerce-Profis, Full Stack Developer, Mobile Developer, Content Manager oder Data Engineers.

Brand Feeling ist die Grundvoraussetzung, damit du ins Unternehmen passt.

Was muss ich mitbringen?

Überzeuge Personaler:innen mit deiner Hands-on-Mentalität. Zeige, dass du die Leute an der Kasse genau so schätzt, wie die Chefetage. Brand Feeling ist die Grundvoraussetzung, damit du ins Unternehmen passt. Schwer vorstellbar, dass du Storck verstehst, wenn du privat eine knallharte No-Sugar-Strategie fährst. Top ist, wenn du die Produkte schon als Kind mochtest. Schau dir die Geschäfte, die Produkte und die Firmengeschichte vor der Bewerbung genau an. Denn du punktest am besten, wenn du dich mit der Marke identifizierst und Bock hast, sie mit Mut und Neugier fit für die Zukunft zu machen.

Wo kann ich arbeiten?

Die meisten der großen Player im Handel haben das Potential erstklassiger Absolvent:innen aus der IT mittlerweile erkannt. Denn nahezu jede Marke ist eine gute Anlaufstelle. Aber auch unter den klassischen Unternehmensberatungen gibt es Spezialisten für Handelsunternehmen mit Fokus auf Marketing & Pricing wie Simon-Kucher & Partners.

Was kann ich verdienen?

Okay, reden wir Klartext: Der Handel gilt als geizig. Denn vor allem stationäre Händler rechnen mit spitzem Bleistift. Aber die Handelsunternehmen wissen mittlerweile, dass du mit deinen Fähigkeiten ihre Zukunft sicherst – und das zeigt sich konkret in Zahlen: Im Schnitt verdienst du zum Beispiel als Software-Entwickler:in im Groß- und Einzelhandel 63.705 Euro Jahresbrutto. Damit stehst du teilweise besser da als in anderen Branchen. Ein weiteres Plus: Ein sicherer Job mit Zukunftspotential.

Exzellenz
ist keine
einmalige
Anstrengung.
**Sondern
Gewohnheit.**

Deine Skills für die Einkaufswelt



Handel und Marken sind auf dem Weg in die digitale Zukunft. Die Konsument:innen sind dort schon angekommen. Was wollen die Future Consumer? Wie und wo wollen sie einkaufen? Customer Trust heißt das große digitale Thema und wird als neue Währung gehandelt.

Im Jahr 2027 wird ein Drittel der Weltbevölkerung der Generation Z angehören – also zwischen 1998 und 2016 geboren worden sein. Diese zukünftigen Konsument:innen sind „hyper-connected“ – also ganz selbstverständlich auch über die sozialen Medien miteinander verbunden. Die Digital Natives der nächsten Generation erleben Einkaufen ganz anders als noch ihre Eltern oder Großeltern. Aber was bedeutet das für Unternehmen und Marken der Zukunft? Die Berater:innen von Kearney wollten es wissen und haben mehr als 7.000 Kunden aus den Generationen Z, Y und X in Deutschland und sechs weiteren Ländern zu ihrem Konsumverhalten befragt. In einer zweiten Studie untersuchten die Consultants, wie die Unternehmen auf die veränderten Ansprüche reagieren. Etwas über die Ergebnisse zu wissen, kann wichtig für Bewerber:innen sein, die sich für einen Einstieg in die Konsumgüterindustrie interessieren.

Global Future Consumer

Wenn man die Wünsche der Befragten ernst nimmt, gehören personalisierte Angebote zu den dominierenden Marktstrategien der nächsten Dekade – so richtige Vorreiter gibt es bisher jedoch nicht. Dabei wäre das ein wichtiger Schritt in die Zukunft. Denn die zukünftigen Kunden haben andere Vorstellungen von einer idealen Einkaufswelt. Wenn sich der Handel von den alten Strategien der Zielgruppenorientierung löst und agiler und flexibler wird, könnte das laut Kearney zu einem geschätzten Umsatzzuwachs von 23 Prozent führen. Doch die meisten Unternehmen zögern und springen nicht auf den Zug in die Zukunft auf. Trotz der dringenden Notwendigkeit für einen Kulturwandel stellen 89 Prozent der Firmen ihre althergebrachte Firmenkultur nach wie vor über disruptives Denken – vor allem, wenn es um das Rekrutieren neuer

Talente geht. Aber ein Umdenken wird einsetzen müssen. Denn die zukünftigen Konsument:innen wollen individuelle Angebote – und nicht mehr nur als Teil einer Zielgruppe gesehen werden.

Persönlich und dicht dran

Aber viele Firmen nutzen das Potenzial der neuen Strategien bisher nicht: Gemäß der zweiten Studie setzen 70 Prozent der Firmen nach wie vor auf altbekannte Methoden der Kundenbindung – wie zum Beispiel Rabatte und Treuepunkte. Diese Methoden werden dem Global Future Consumer jedoch nicht mehr gerecht. Die neue Einkaufswelt erfordert einen Kulturwandel. Für Marketingprofis und Vertriebsexpert:innen lautet die Devise: Den Kunden zuhören und sich an deren Wünschen orientieren! Dabei ist der direkte Kontakt mit den Kunden notwendig, um eine ganz persönliche Einkaufswelt für sie erschaffen zu können.

Customer Trust

Die neue Währung in der schönen neuen Einkaufswelt ist Vertrauen. Dabei müssen Qualität und Service stimmen, um den Kunden zufriedenzustellen. Das Einkaufserlebnis sollte dabei so angenehm wie möglich sein. Und ganz wichtig: Personalisiertes Shopping darf nicht zu einem störenden Erlebnis werden. Es nervt einfach, wenn du dir nach einer Online-Recherche eine neue Jacke für den Winter gekauft hast und danach bis in den Frühling hinein überall im Netz mit Werbung für Winterjacken bombardiert wirst.

Der Handel muss vielmehr beweisen, dass er die Kunden wirklich versteht und ihnen zuhört. Dann macht es auch Spaß, wenn dir ein Blumenladen kurz vor einem Geburtstag eine Erinnerung schickt. Das ist individueller Service und du bestellst vielleicht sogar einen extragroßen Strauß. Die Vorschusslorbeeren sind dabei immens groß. Fast ein Drittel der Verbraucher:innen hat großes Vertrauen in Marken – oftmals sogar mehr als in Politik und NGOs. Und nicht jeder Fehltritt lässt das Vertrauen schwächer werden. Erst wenn eine Firma in ihrer Kernkompetenz versagt, haben Verbraucher:innen in der Regel die Nase voll und wenden sich ab.

Personalisierte
Angebote gehören zu
den dominierenden
Marktstrategien der
nächsten Dekade.

**Du punktest,
wenn du neben
Fachwissen und
relevanten Soft
Skills auch
eine Menge
Fingerspitzengefühl
mitbringst.**



Kundenbeziehung ist Gold

Melanie Vogel ist Initiatorin der Karriere-messe für Frauen women&work. Zum Thema Vertrauen sagt sie: „Zwischen Verbraucher:innen und Produzent:innen besteht eine Beziehung, die weit über den Austausch von ‚Ware gegen Geld‘ hinausgeht. Diese Beziehung beruht in erster Linie auf Vertrauen und Verlässlichkeit, dass Kunden und Verbraucher:innen wirklich auch das erhalten, was sie glauben gekauft zu haben.“ Kundenbindung, die auf Vertrauen basiert, ist deshalb unbezahlbar. Und verlorenes Vertrauen, so merkt es Melanie Vogel an, sei ein erheblicher Kostenfaktor. Denn sinke das Vertrauen, stiegen automatisch die Kosten. Viel Vertrauen sorgt im Umkehrschluss für niedrigere Kosten – und einen höheren Gewinn. Die Unternehmen tun deshalb gut daran, vertrauenswürdige Beziehungen zu ihren Kunden aufzubauen. Melanie Vogel identifiziert dafür vier Erfolgsfaktoren:

- **KOMPETENZ** des Unternehmens bei Expert:innenwissen und Lieferketten
- **GLAUBWÜRDIGKEIT** gelebter Werte
- **FÜRSORGE**, indem das Unternehmen die Bedürfnisse der Kunden erkennt und stets transparent handelt
- **ZUVERLÄSSIGKEIT**, indem Werbe- und Qualitätsversprechen eingehalten werden.

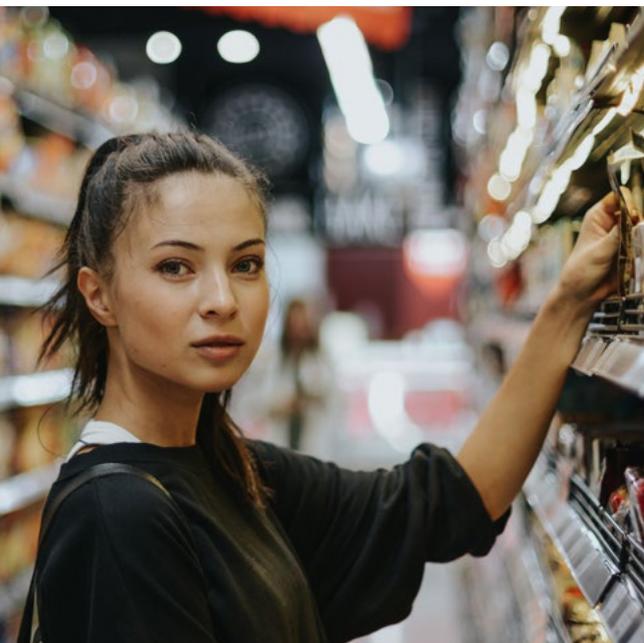
Die Besonderheit vertrauensvoller Kundenbeziehungen besteht darin, dass Vertrauen langsam wächst. Vertrauen kann man weder erzwingen noch imitieren oder erkaufen. Eine vertrauensvolle Beziehung ist also vor allem im digitalen Handel ein wichtiger Faktor – denn jedes Dislike oder jede vernichtende Kundenbewertung wirkt sich unmittelbar auf die Performance des Unternehmens aus.

Die Rating Economy

Das Thema Vertrauen hängt deshalb eng mit dem Thema Kundenbewertungen zusammen. Eine globale Studie der Unternehmensberatung **SIMON-KUCHER** zur Rating Economy zeigt, dass Kunden den Handel mittlerweile auf ihre Weise erobern. Produktbewertungen im Internet werden immer wichtiger und beeinflussen das Einkaufsverhalten. Sie bestärken das Vertrauen in Marken und Produkte – oder zerstören es. 66 Prozent der deutschen Konsument:innen schätzen Produktbewertungen als wichtig oder sogar sehr wichtig ein. Ratings anderer Kunden sind mittlerweile nach den Eigenschaften des Produkts und dem Preis das drittwichtigste Kriterium für den Kauf – und damit beispielsweise sogar wichtiger als die Marke. Haltlose Marketingversprechen reichen deshalb nicht mehr aus – Kunden gründen ihre Kaufentscheidungen immer öfter auf echte Erfahrungen. Die Unternehmen müssen also langfristig gute Qualität und hohen Service bieten, um den Erwartungen der Kunden gerecht zu werden. Diese Entwicklung begünstigt hochwertigere und teurere Produkte.

Einsteiger:innen an die Macht

Was bedeuten die Entwicklungen für Einsteiger:innen? Mit einer frischen Denke, kommunikativen Skills und digitalem Verständnis, Hands-on-Mentalität und Brand Feeling bist du im Handel und der Konsumgüterindustrie ganz weit vorne. Zukünftige Kunden wollen in personalisierter Form, aber angemessen und genau zur richtigen Zeit angesprochen werden. Als Marketingprofi reicht es nicht mehr, bloß eine Marke zu etablieren – du sorgst für eine direkte, ehrliche und transparente Kommunikation mit den Kunden. Denn heute kannst du niemandem mehr mit großen Versprechen irgendetwas verkaufen, das Produkt muss die Kunden tatsächlich wegen seiner Qualität überzeugen, und das muss sich rumsprechen. Lesestoff gefällig? In unserem **Insider-Dossier „Marketing und Vertrieb“** erfährst du mehr darüber, wie die Branche tickt.



Kunden gründen ihre Kaufentscheidungen immer öfter auf echte Erfahrungen.

Je mehr digitalisiert und automatisiert wird, umso stärker werden in Zukunft unsere menschlichen Ressourcen gefragt sein.

Neben einem Verständnis rund um technologische Entwicklungen sind Soft Skills umso wichtiger. Melanie Vogel schlägt die Brücke zwischen Digitalisierung und menschlichen Skills, die nicht weniger wichtig sein werden: *„Neben dem digitalen Verständnis und den zum Teil sehr radikalen Auswirkungen auf den Handel, müssen Bewerberinnen und Bewerber aber tatsächlich auch mehr und mehr analoge Skills und Kenntnisse mitbringen. Denn je mehr digitalisiert und automatisiert wird, umso stärker werden in Zukunft unsere menschlichen Ressourcen gefragt, die weder digitalisiert, noch automatisiert werden können. Dazu gehören Empathie, Kooperationsfähigkeit – aber auch Neugier und Kreativität. Wer Kunden überzeugen und langfristig binden möchte, ist mit diesen Kompetenzen hervorragend ausgestattet.“*

Unternehmen mit Zukunft

Die Umstellung fällt den traditionellen Unternehmen in manchen Bereichen nicht leicht. Deshalb punktest du im Handel und der Konsumgüterindustrie, wenn du neben handfesten Fachwissen und relevanten Soft Skills auch eine Menge Fingerspitzengefühl mitbringst. Als Bindeglied zwischen der alten und der neuen Einkaufswelt kannst du Bewährtes im Blick behalten und gleichzeitig die Weichen für die Zukunft stellen. Alteingesessene Marken wie **ALDI SÜD**, **EDEKA**, **KAUFLAND** und Konsumgüterhersteller wie **HENKEL** oder **STORCK** haben mittlerweile deutlich mehr zu bieten als nur den Wocheneinkauf. Das stationäre Geschäft wird auch im traditionellen Handel allmählich digital – in Form automatisierter Prozesse oder transparenter Supply Chains. Langweilig und angestaubt war einmal. Jetzt ist Pioniergeist gefragt – und der Umbruch, der gerade im Handel stattfindet, ist deine Chance, die Zukunft mitzugestalten.



Im Fokus: Agile Führung

Die Kunden der Zukunft haben andere Vorstellungen von einer idealen Einkaufswelt. Das erfordert ein neues Denken bis in die Chefetagen hinein. Die wichtigste Aufgabe einer Führungskraft: Mitarbeiter:innen ermutigen, eigenständige Entscheidungen zu treffen.

Was ist Agiles Management und wie kann ein Unternehmen agil werden?

Agiles Management hat in der Softwarebranche viel bewegt. 2001 verabschiedeten 17 erfahrene Software Developer das „Agile Manifesto“. Nun schwappen die Werte und Prinzipien in Unternehmensbereiche jenseits der IT:

- **MENSCHEN** sind wichtiger als Prozesse und Tools
- **FUNKTIONIERENDE SOFTWARE** ist wichtiger als übermäßige Dokumentation
- **ZUSAMMENARBEIT** mit den Kunden ist wichtiger als starre Verträge
- Auf **VERÄNDERUNGEN** reagieren ist mehr als einen Plan abzuarbeiten

Warum Agilität für die Konsumgüterindustrie und den Handel bedeutsamer wird

Damit ein Unternehmen heutzutage erfolgreich ist, muss es anpassungsfähig sein, schnell reagieren und sich neu entwickeln können. Agilität wird auch für die Konsumgüterindustrie und den Handel bedeutsamer, weil sich Geschäftsmodelle durch die Digitalisierung ändern. Viele verlassen sich auf ihre 100-jährige Marktpräsenz – wer aber heute nicht mitdenkt und in die Zukunft schaut, scheidet morgen vielleicht schon aus.

Die Ansprüche der Kunden und Konsument:innen haben sich besonders im Einzelhandel geändert, man schaue sich nur einmal das Online- und Offline-Kaufverhalten an: Bisher sind noch knapp 54 Prozent der Läden im stationären Handel vertreten, allerdings soll diese Zahl bis 2030 weiterhin sinken. Die

Unternehmen müssen daher neue Strategien entwickeln, um sich an stetig verändernde Situationen anpassen zu können und um weiterhin zielgruppenorientiert zu verkaufen. Außerdem werden stets innovative Produkte und ein überaus guter Service mit viel Kundeninteraktivität von den Konsument:innen gefordert. Heißt die Lösung Agiles Management?

Wie sieht ein Agiles Mindset aus?

Kommunikation

Kommunikation und insbesondere der ständige Austausch ist ein ausschlaggebender Faktor im Agilen Management. Es ist wichtig, dass aufgrund der ständig wechselnden Trends und somit auch verändernden Anforderungen Informationen kontinuierlich und zeitnah übermittelt werden, zum Beispiel durch Daily Standup-Meetings. Nur so kann gewährleistet werden, dass alle Beteiligten immer auf dem neuesten Stand sind, welche Ziele zu erfüllen sind, und schnell die passende Lösung zur Zielerreichung gefunden werden kann.

Vertrauen

Vertrauen ist eine der Grundvoraussetzungen für Agiles Management. Es gehört zu den Aufgaben der Führungskräfte, ihre Mitarbeiter:innen darin zu ermutigen, eigenständige Entscheidungen zu treffen. Nur so können lange Entscheidungswege durch zentrale Vorgaben vermieden werden – und schließlich sind die Mitarbeiter:innen im Regelfall ausreichend informiert und ausgebildet, um solche Entscheidungen selbstständig treffen zu können.

Offene Kritik

Agiles Management zeichnet sich ebenfalls dadurch aus, dass Herausforderungen, Probleme und Herangehensweisen direkt angesprochen werden. Das bedeutet, dass eine offene Kritik sowohl von Führungskräften als auch von Mitarbeiter:innen nötig ist, denn nur so können die geplanten Ziele bestmöglich erreicht werden. Insbesondere, wenn es um veraltete Strategien und Ansichtsweisen geht, gilt es, diese kritisch zu hinterfragen und wenn nötig, neue zu entwickeln.

Menschen sind wichtiger als Prozesse und Tools.

Funktionierende Software ist wichtiger als übermäßige Dokumentation.

Flache Hierarchien

Der flexible Umgang mit Problemstellungen ist nur innerhalb flacher Hierarchien umsetzbar. Lange Entscheidungswege, wo zahlreiche Mitarbeiter:innen und Vorgesetzte erst einmal involviert werden müssen, bevor Entscheidungen getroffen werden, sind in der heutigen Zeit ungünstig. Kunden wollen schließlich so schnell wie möglich Rückmeldungen und Lösungsvorschläge für ihre Anliegen.

Kurze Umsetzungszeiten

Flache Hierarchien wiederum ermöglichen kurze Umsetzungszeiten. Dadurch, dass Projekte oftmals über mehrere Monate lang andauern und innerhalb dieser Zeit sehr viele Veränderungen stattfinden können, ist es wichtig, dass man Entwicklungen regelmäßig kontrolliert, sich immer wieder die Ziele vor

Augen setzt und prüft, ob die derzeitigen Bedingungen diese Zielerreichung möglich machen. Stehen bestimmte Gegebenheiten dem Projekt im Weg, müssen andere Problemlösungsansätze gewählt werden, um das Projekt in die richtige Richtung zu lenken.

Delegieren

Führungskräfte kostet es viel Zeit, einzelne Schritte nachzuvollziehen und in jedes Projekt involviert zu sein. Das versucht man im Agilen Management zu umgehen. Führungskräfte sollten bestimmte Aufgabenbereiche und die damit verbundene Verantwortung an Mitarbeiter:innen abgeben und die Position eines Coaches einzunehmen – nur so kann das volle Potenzial des Teams ausgeschöpft und wertvolle Zeit gespart werden.

Zusammenarbeit mit den Kunden ist wichtiger als starre Verträge.

Wie sieht das in der Praxis aus?

Es gibt verschiedene Methoden, die Agiles Management unterstützen: Kanban oder Scrum sind sehr verbreitet. Bei Scrum beispielsweise gibt es lediglich drei Rollen, die direkt im Prozess beteiligt sind: der Product Owner, der die fachlichen Anforderungen stellt und priorisiert, der Scrum Master – zuständig für die Durchführung des Prozesses – und das Team, welches das Produkt entwickelt.

Der agile Prozess zeichnet sich durch einfache Regeln, wenige Beteiligte und Pragmatismus statt Dogmatik aus. Es wird in interdisziplinären Teams gearbeitet, die sich selbst organisieren und die volle Verantwortung tragen. Dabei werden Änderungen der Kundenanforderungen als normal und nicht als störend empfunden, da das Projekt dynamisch und nicht statisch verläuft. So kann eben schnell auf Veränderungen reagiert werden.

Klingt logisch, aber die Umsetzung bedarf mehr als einer E-Mail an das Team, dass agiles Arbeiten eingeführt wird. Denn Agiles Management ist auch eine organisatorische Veränderung, die nur zusammen bestritten werden kann. Gerade deshalb ist es wichtig, dass den Mitarbeiter:innen nicht nur die Managementthematik vermittelt, sondern der Weg zum Umdenken bereitet wird.



Mit diesen smarten Fragen punktest du beim Jobinterview im Handel



Was sind Anwendungsbeispiele aus dem Handel für Agiles Management? Wo findet Agiles Management im Handel statt?

Wie wird Agiles Management im Handel praktiziert, gibt es Beispielprojekte oder Teilerfolge?

In welchen Bereichen wird Agiles Management zuerst eingeführt, wo ist es weniger geeignet?

Wo ist die Differenzierung zum bisherigen Projektmanagement?

Jedes Engagement bietet Vorteile für die persönliche Weiterentwicklung

Der gemeinnützige MTP – Marketing zwischen Theorie und Praxis e.V. wurde 1981 als studentische Initiative gegründet, um die Marketingausbildung an Universitäten praxisnäher zu gestalten. Der MTP engagiert sich in zahlreichen Veranstaltungen, Beratungsprojekten und Fachkongressen. Der Verein versteht sich als das größte generationsübergreifende Marketingnetzwerk aus Student:innen, Professionals, Unternehmen und Wissenschaft. MTP hat aktuell Standorte an 19 Hochschulen und wird von rund 100 Unternehmen und ca. 90 Professor:innen gefördert.

JULIAN TENNER ist 23 Jahre alt und hat an der Friedrich Alexander Universität Erlangen Nürnberg studiert und einen **BACHELOR IN WIRTSCHAFTSWISSENSCHAFTEN** abgelegt. Aktuell ist er der **1. NATIONALE VORSITZENDE** des **MTP – MARKETING ZWISCHEN THEORIE UND PRAXIS E.V.** (kurz MTP e.V.) und repräsentiert 3.600 studentische und Alumni Mitglieder. Er engagiert sich seit 3,5 Jahren im MTP e.V.



SQ: Eure Message auf den Punkt gebracht: Beschreibt in zwei Sätzen, was eure Initiative macht.

Wir sind das generationsübergreifende akademische Netzwerk mit Autorität durch Marketingkompetenz. Der Verein setzt es sich zur Aufgabe, allen interessierten Studierenden von Universitäten und Fachhochschulen einen die Vorlesungen ergänzenden Einblick in die praktische Marketingarbeit zu ermöglichen – dieses Ziel wird durch die Zusammenarbeit mit Unternehmen, Professor:innen, Alumni und Studierenden erreicht.

SQ: Welche Aufgaben übernimmt dabei der Vorstand?

Bei MTP engagieren sich 2.200 Studierende an 19 Standorten bundesweit. Insgesamt haben wir im Verein etwa 3.600 Mitglieder – Alumni und Studierende. Jeder Standort wählt jedes Semester ihre regionalen Vorstandsmitglieder. Hierbei gibt es 1. und 2. Vorsitzende, die für die Leitung, Strategie und Finanzen der Geschäftsstelle verantwortlich sind. Außerdem wird Vorstandsarbeit in den Ressorts Human

Resources, Key Account Management, Kommunikation sowie Beratung und Veranstaltungen geleistet. Darüber hinaus gibt es Ansprechpersonen von nationaler Seite, die gemeinsam die Vorstände und verschiedenen Ressorts der jeweiligen Geschäftsstellen betreuen. So bilde ich zusammen mit zwei weiteren Personen den Nationalen Vorstand des MTP e.V. und gemeinsam mit weiteren nationalen Leitungen leiten wir den Verein.

SQ: Wenn du an die Zusammenarbeit in eurer Initiative denkst: Welche drei Begriffe fallen dir sofort ein?

- Praxisnahes Marketingwissen
- Ein starkes Netzwerk
- Erfahrungen fürs Leben

SQ: Was lernt man durch die Arbeit in der studentischen Initiative für die Karriere?

Die Liste der Dinge, die einem die Studentische Vereinsarbeit ermöglicht, ist schier unendlich. Jedes Engagement bietet Vorteile für die eigene persönliche Weiterentwicklung. MTP ist dabei wie eine Spielwiese, die eine Entwicklung in vielen verschiedenen Bereichen ermöglicht.

Ich persönlich kann von mir behaupten, ein stark verbessertes Selbst- und Zeitmanagement vorweisen zu können. Man lernt, wie großartig es sich anfühlen kann, Verantwortung zu übernehmen und mit Energie gemeinsam eine Sache zu verfolgen. Zudem lernt man Theoriewissen aus den Vorlesungen in der Praxis anzuwenden und sich einfach in verschiedenen Bereichen auszuprobieren. Dinge, die dabei helfen, zu verstehen, wo man später selbst einmal arbeiten möchte. Das alles erlernt man spielerisch und baut sich nebenbei ein starkes berufliches Netzwerk auf.

SQ: Welche konkreten Vorteile hattest du bislang dadurch?

Ich habe auch durch MTP gelernt wie wichtig ein breites Netzwerk sein kann. Personen aus den verschiedensten Bereichen zu kennen hilft einfach dabei, den Traumjob zu finden – und zu bekommen. Ein Beispiel: Im Bewerbungsgespräch meines ersten Werkstudentenjobs hat sich während des Gesprächs herausgestellt, dass mein zuständiger Personalleiter, ebenso als Student bei MTP war. So hatten wir gleich zahlreiche Gesprächsthemen und das Bewerbungsgespräch war erfolgreich.

SQ: Was sind deine drei Insider-Tipps für einen erfolgreichen Karriere-Einstieg?

- Starkes berufliches und soziales Netzwerk durch aktive Vereinsarbeit aufbauen
- Soft Skills sind Gold wert
- Sich bereits vor dem Berufseinstieg in verschiedenen Bereichen ausprobieren

SQ: Gibt es im Gegensatz dazu auch No-Gos?

Verspätet zu Terminen erscheinen. Pünktlichkeit ist enorm wichtig.

SQ: Wenn du allen Kommiliton:innen und künftigen Berufseinsteiger:innen eine einzige Botschaft mitgeben könntest: Welche wäre das?

Engagiere dich! Breche aus deiner Komfortzone aus und probiere dich in studentischen Initiativen aus. Du wirst es nicht bereuen!

Personen aus den verschiedensten Bereichen zu kennen hilft dabei, den Traumjob zu finden – und zu bekommen.



DARE
TO MAKE
AN IMPACT?



My journey at Henkel started in Egypt, then I went to Dubai and Düsseldorf. These opportunities were daring but always brought me further. Henkel feels like a family with homes everywhere in the world, who support and invest in you.

Ali,
Head of Marketing Turkey



henkel.com/careers



August Storck KG



Ganz oben
auf der Agenda
**Fordern und Fördern
von Trainees**

Mein Name ist **MARTIN JANSEN** und ich bin 29 Jahre alt. Nach meinem **MASTERABSCHLUSS IN BWL** habe ich im Oktober 2019 das **TRAINEE-PROGRAMM SALES** bei **STORCK** begonnen. Aktuell befinde ich mich im **KEY ACCOUNT MANAGEMENT** und lerne dabei die ganzheitliche Vertriebswelt von Storck kennen.



Bei welchem Unternehmen bist du eingestiegen und was ist deine Aufgabe?

Seit Ende 2019 bin ich Teil von Storck und absolviere das Trainee-Programm Sales, das sich über 24 Monate erstreckt. Das Trainee-Programm bietet mir durch das Durchlaufen verschiedener Stationen zahlreiche Einblicke in das Unternehmen. Im Außendienst gestartet, wo ich mich nah am Point of Sale befand, bin ich aktuell im Key Account Management eingesetzt. Dabei lerne ich intensiv die ganzheitliche Vertriebswelt von Storck kennen. Es folgen weitere Stationen im Category Management und Trade Marketing.

Warum hast du dich für Storck entschieden?

Für mich gab es drei ausschlaggebende Gründe: erstens habe ich mich gezielt nach Trainee-Programmen in der Lebensmittelbranche orientiert, wobei das Familienunternehmen Storck als Motor dieser Branche gilt. Zweitens haben mir die Entwicklungsmöglichkeiten, die sich nach dem Trainee-Programm bieten, imponiert. Key Account Manager, Regionale:r Verkaufsleiter:in oder Category Manager sind mögliche Einstiegspositionen. Drittens die Wertschätzung, die mir bereits während des Auswahlverfahrens wiederfahren ist und mich final überzeugt hat.

Was hast du während deines Studiums getan, um dahin zu kommen, wo du jetzt bist?

Während meines Studiums habe ich versucht, zahlreiche Einblicke in verschiedene Unternehmen und Bereiche zu erhalten. Dabei half mir das

praxisorientierte Studium und diverse Praktika. Meine Begeisterung für die FMCG-Branche ist sowohl durch meine Bachelor- als auch meine Masterarbeit entstanden. Darin habe ich mich intensiv mit den verschiedenen Facetten der Lebensmittelbranche auseinandergesetzt. Das hat dazu geführt, dass ich mich in der Welt der FMCG-Branche sehr gut aufgehoben fühle.

Wie unterscheidet sich dein Arbeitsalltag von deinen Erwartungen?

Meine Erwartungen zum Berufseinstieg waren hoch und wurden durch meinen Arbeitsalltag bei Storck übertroffen. Wirklich positiv überrascht bin ich von der Verantwortung, die mir von Anfang an von den Führungskräften übertragen worden ist. Fordern und Fördern von Trainees steht oben auf der Agenda der Führungskräfte. Hinzu kommt der phänomenale Zusammenhalt zwischen den Kolleg:innen. Speziell die Führungskräfte sind sehr nahbar und stehen jederzeit für einen guten Rat und Dialog zur Verfügung.

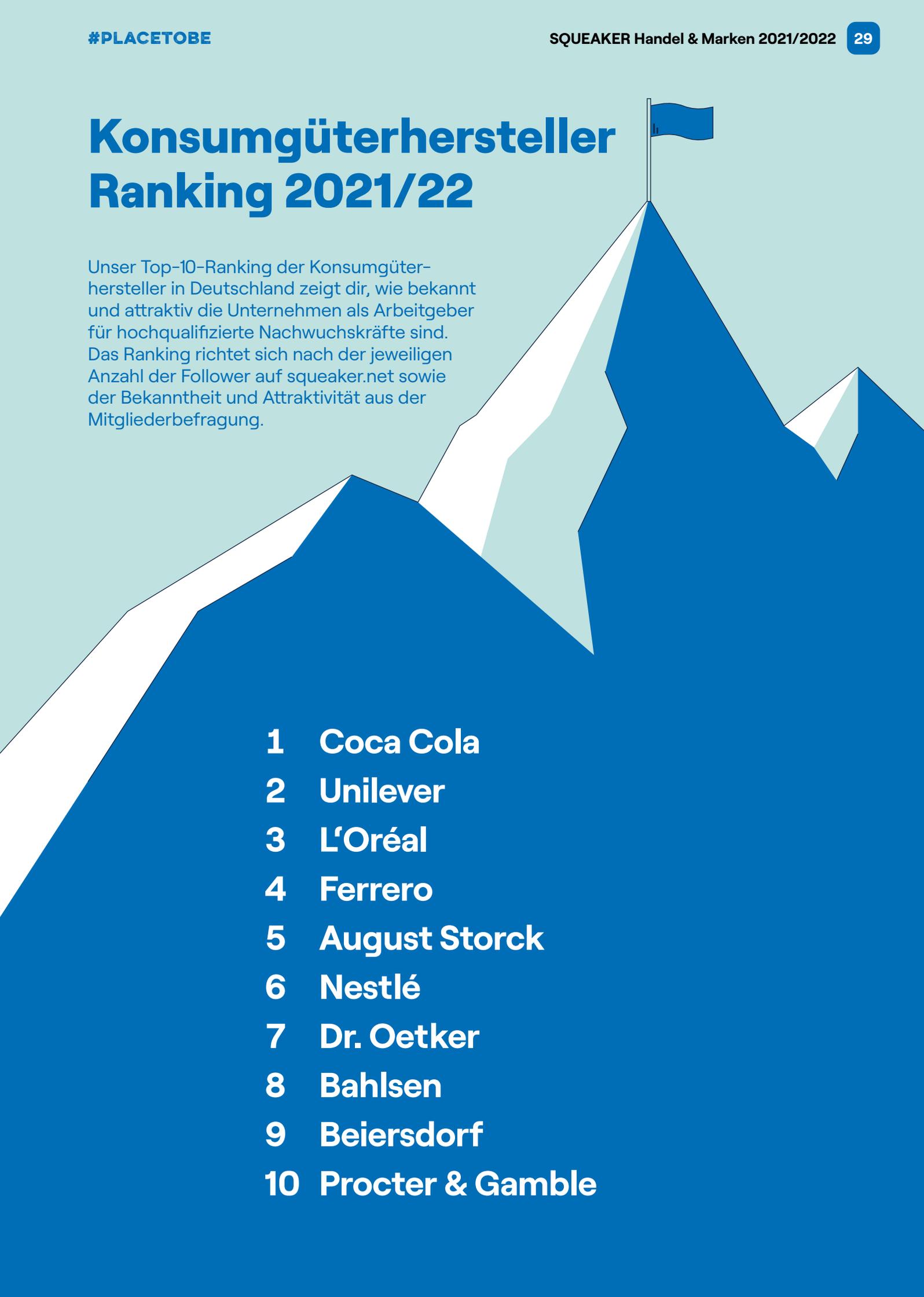
Was hast du „on-the-Job“ über dich selbst gelernt?

Eine große Lernkurve habe ich zum Start des Trainee-Programms im Außendienst erfahren. Als Bezirksleiter habe ich täglich unterschiedliche Kunden aus dem Lebensmitteleinzelhandel besucht. Kein Büro und keine Kolleg:innen im klassischen Sinne, sondern Manager eines eigenen Bezirkes. Schnell merkte ich, was es heißt, Verantwortung für die Kunden und die Umsatzentwicklung zu tragen. Diese Erfahrungen lassen einen sowohl beruflich als auch persönlich wachsen. Selbst schwere Verkaufsgespräche wandle ich in Motivation für etwas großes Neues um.

Hast du einen Karriere-Tipp für die SQUEAKER-Community?

Wenn du deine Zielbranche bzw. dein Zielunternehmen auserkoren hast, befasse dich im Bewerbungsprozess intensiv mit der Historie, den Werten und der Philosophie des Unternehmens und überzeuge im Bewerbungsgespräch neben deinen Fähigkeiten vor allem durch Motivation.

Konsumgüterhersteller Ranking 2021/22



Unser Top-10-Ranking der Konsumgüterhersteller in Deutschland zeigt dir, wie bekannt und attraktiv die Unternehmen als Arbeitgeber für hochqualifizierte Nachwuchskräfte sind. Das Ranking richtet sich nach der jeweiligen Anzahl der Follower auf [squeaker.net](https://www.squeaker.net) sowie der Bekanntheit und Attraktivität aus der Mitgliederbefragung.

- 1 Coca Cola**
- 2 Unilever**
- 3 L'Oréal**
- 4 Ferrero**
- 5 August Storck**
- 6 Nestlé**
- 7 Dr. Oetker**
- 8 Bahlsen**
- 9 Beiersdorf**
- 10 Procter & Gamble**



Dr. Oetker



Traditionsreiches
Familienunternehmen
und erfolgreicher
Global Player

THILO GRIEME hat nach seinem Abitur und einer Ausbildung zum **INDUSTRIEKAUFMANN** ein **BACHELOR- UND MASTERSTUDIUM** im Bereich **WIRTSCHAFTSWISSENSCHAFTEN** absolviert. Im Mai 2020 ist er mit 28 Jahren als **INTERNATIONALER TRAINEE** im Bereich Controlling & Accounting bei **DR. OETKER** in Bielefeld eingestiegen.



Bei welchem Unternehmen bist du eingestiegen und was ist deine Aufgabe?

Ich bin im Mai 2020 bei Dr. Oetker in Bielefeld eingestiegen und arbeite dort als internationaler Trainee im Bereich Controlling & Accounting. Im Rahmen des Traineeprogramms lerne ich innerhalb von 18 Monaten diverse Hauptabteilungen kennen, arbeite selbstständig an Projekten und unterstütze meine Kolleg:innen. So werde ich bestmöglich auf eine entsprechende Anschlussposition im Unternehmen vorbereitet.

Warum hast du dich für Dr. Oetker entschieden?

Ich habe mich für Dr. Oetker entschieden, weil das Unternehmen als starke Marke und sehr guter Arbeitgeber bekannt ist. Neben attraktiven Rahmenbedingungen und guten Entwicklungsmöglichkeiten sagt mir besonders die strategische Ausrichtung zu. Dr. Oetker verbindet die Vorteile eines traditionsreichen Familienunternehmens aus Ostwestfalen mit denen eines Global Players. Heißt: Dr. Oetker setzt in vielen Bereichen internationale Maßstäbe – und gibt gleichzeitig seinen Mitarbeiter:innen, Verbraucher:innen und Geschäftspartner:innen ein Gefühl von zu Hause.

Was hast du während deines Studiums getan, um dahin zu kommen, wo du jetzt bist?

Bereits während des Studiums war es mir wichtig, Praxiserfahrung zu sammeln, um die erlernte Theorie in Projekten umzusetzen. Neben der Ausübung verschiedener Werkstudententätigkeiten habe ich Dr. Oetker über die Talent Days der Oetker-Gruppe kennengelernt. Danach habe ich zuerst ein Praktikum in Bielefeld und im Anschluss daran ein zweites Praktikum in der spanischen Landesgesellschaft mit Sitz in Barcelona absolviert.

Wie unterscheidet sich dein Arbeitsalltag von deinen Erwartungen?

Da ich das Unternehmen aus meinen vorherigen Praktika bereits kannte, hatte ich eine ungefähre Vorstellung davon, was mich erwartet. Besonders begeistert mich das wirklich hohe Maß an selbstständig zu erledigenden Aufgaben. Außerdem hat das Team immer ein offenes Ohr für neue Ideen und Ansätze und unterstützt mich gerne, wenn ich Hilfe benötige.

Was hast du „on the job“ über dich selbst gelernt?

Durch die umfassenden Einblicke in die Lebensmittelbranche sowie unterschiedliche Unternehmensbereiche habe ich festgestellt, dass mich besonders crossfunktionale Tätigkeiten und Aufgaben mit internationalem Bezug interessieren und in diesem Bereich auch meine Stärken liegen. Außerdem konnte ich durch das regelmäßige, persönliche Feedback viel für mich lernen, z.B. wie wichtig die verständliche Informationsaufbereitung und Zielorientierung ist.

Hast du einen Karriere-Tipp für die SQUEAKER-Community?

Gute Erfahrungen habe ich damit gemacht, früh Praxisluft zu schnuppern und mich international zu orientieren. So erhöht man die Attraktivität für potenzielle Arbeitgeber und erweitert seinen eigenen Horizont. Ein relativ simpler Tipp für den ersten Schritt ist außerdem, einfach nett und proaktiv nach Möglichkeiten und Chancen zu fragen. Vielleicht resultiert daraus bereits eine Praktikums- oder Werkstudent:innenstelle.

Mit Qualität Zukunft gestalten.

» Absolventen und Studenten (m/w/d)

Kommunikative Teamspieler, die den Kopf voller Ideen haben, Verantwortung übernehmen, 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



Mit Qualität Zukunft gestalten.





EDEKA



Verantwortungsvolle
Aufgaben &
**schnelle fachliche
Weiterentwicklung**

FELIX UNGRUHE hat eine **AUSBILDUNG IM GROSS- UND AUSSENHANDEL** gemacht, danach ein **STUDIUM** im Bereich der **BETRIEBSWIRTSCHAFTSLEHRE** mit finanzwirtschaftlichem Schwerpunkt mit dem Master abgeschlossen. Im November 2020 ist er als **TRAINEE** in der **EDEKA-ZENTRALE** eingestiegen. Felix ist 26 Jahre alt.



Bei welchem Unternehmen bist du eingestiegen und was ist deine Aufgabe?

Am 1. November 2020 bin ich in der EDEKA-Zentrale in Hamburg als Trainee im Bereich Einkauf Food / Nonfood eingestiegen. Meine Aufgaben während des Programms sind sehr vielfältig. Dazu gehören Einsätze sowohl in den verschiedenen Abteilungen des Einkaufs in der EDEKA-Zentrale als auch Stationen in den Regionalgesellschaften, im Einzelhandel und bei Netto-Marken-Discount. Das Programm bietet einem die Möglichkeit, EDEKA über diese drei Stufen hinweg kennenzulernen.

Warum hast du dich für EDEKA entschieden?

Neben der Attraktivität des Unternehmens hat vor allem das 18-monatige Trainee-Programm den Ausschlag für meine Entscheidung für die EDEKA-Zentrale gegeben. Durch den Wechsel in die verschiedenen Abteilungen lernt man nicht nur das Unternehmen gut kennen, sondern hat auch die Möglichkeit, sich persönlich und fachlich weiterzuentwickeln. Daher ist mir die Entscheidung für EDEKA sehr leicht gefallen.

Was hast du während deines Studiums getan, um dahin zu kommen, wo du jetzt bist?

Während meines Studiums habe ich durch verschiedene Praktika und Werkstudententätigkeiten bei unterschiedlichen Industrieunternehmen und E-Food-Startups den Einkauf sowohl aus strategischer, operativer als auch prozessualer Sicht kennengelernt. Durch diese Tätigkeiten ist mir schnell klargeworden, dass ich meine Karriere mit einem vielfältigen Trainee-Programm im Einkauf beginnen möchte.

Wie unterscheidet sich dein Arbeitsalltag von deinen Erwartungen?

Ich hätte nicht erwartet, dass ich ab dem ersten Tag an in alle Themen der jeweiligen Abteilungen / Teams voll integriert werde und sofort verantwortungsvolle Aufgaben und eigene Projekte übertragen bekomme. Das führt dazu, dass ich bereits in kürzester Zeit einen tiefen Einblick in das Unternehmen bekommen habe und mich sehr schnell weiterentwickeln kann.

Was hast du „on-the-Job“ über dich selbst gelernt?

Durch meine bisherigen praktischen Erfahrungen und Einblicke in die unterschiedlichen Unternehmen und Branchen habe ich gelernt, dass man immer bereit sein sollte, Neues zu lernen. Man sollte nicht darauf hoffen, dass alle Herausforderungen mit dem bereits Erlernten immer vollumfänglich zu lösen sind. Das hat mir geholfen, den Einstieg bei EDEKA erfolgreich zu gestalten und stetig dazuzulernen.

Hast du einen Karriere-Tipp für die SQUEAKER-Community?

Aus meiner Sicht ist es besonders wichtig, schon neben dem Studium praktische Erfahrungen in der Arbeitswelt zu sammeln. So hat man neben dem Praxisbezug auch die Möglichkeit, erste Grundsteine für die persönliche Karriere zu legen und hilfreiche Kontakte zu knüpfen.

Handelsunternehmen Ranking 2021/22

Unser Top-10-Ranking der Handelsunternehmen in Deutschland zeigt dir, wie bekannt und attraktiv die Unternehmen als Arbeitgeber für hochqualifizierte Nachwuchskräfte sind. Das Ranking richtet sich nach der jeweiligen Anzahl der Follower auf squeaker.net sowie der Bekanntheit und Attraktivität aus der Mitgliederbefragung.

- 1 Amazon**
- 2 ALDI SÜD**
- 3 Peek & Cloppenburg**
- 4 EDEKA**
- 5 Kaufland**
- 6 Lidl**
- 7 REWE Group**
- 8 Gebr. Heinemann**
- 9 dm drogerie markt**
- 10 Rossmann**



Be your own Love Brand!

Ein Job als Marketingprofi bringt viel Abwechslung, verlangt dir kreativ und analytisch aber einiges ab. Klar, denn die schnelllebige Branche sucht nach Bewerber:innen, die Consumer Goods begehrenswert machen. Warum es wichtig ist, nicht nur deine Love Brand, sondern auch dich selbst gut zu kennen.

Du willst in die Konsumgüterindustrie und bist nur noch ein Anschreiben von deinem Wunschjob entfernt? Bevor du jetzt spontan eine Bewerbung raushast, solltest du dich vorbereiten. Damit du weder deine noch die Zeit der Personaler:innen verschwendest, solltest du dir vorab ein paar Fragen stellen und dein Stärken-Schwächen-Profil schärfen.

Nice to meet you!

Damit du dich im Bewerbungsgespräch von deiner besten Seite zeigen kannst, musst du dich selbst kennen. Keine Angst, du musst dafür nicht „auf die Couch“. Aber setz dich konkret mit deinen Stärken und Schwächen auseinander. Auch langfristig zahlt es sich aus: Denn nur wenn du deine Skills im Job ausspielen kannst, lieferst du eine gute Performance und bleibst langfristig bei der Stange.

SQUEAKER-Autorin Anna Czerny (Das

Insider-Dossier: Marketing & Vertrieb) arbeitet heute als selbstständige Trainerin und Coach. Davor hat sie unter anderem als Produktmanagerin beim Weltmarktführer im Beauty Business gearbeitet. Sie kennt die Branche von Grund auf. Einsteiger:innen in die Consumer Goods Branche empfiehlt sie folgende Übung zur Vorbereitung auf den Bewerbungsprozess:

Let's talk about... Stärken

Liste zunächst deine Stärken auf – berücksichtige dabei sowohl persönliche Eigenschaften als auch Fachwissen. Notiere, wie du jede Stärke schon mal erfolgreich im Beruf oder im Studium angewendet hast. Deine Liste könnte zum Beispiel so aussehen. Nimm dir diese Liste als Beispiel und mache deine eigene nach dem gleichen Schema.

Persönliche Eigenschaften:

- **ZIELORIENTIERUNG** ist meine Stärke, weil ich mein Studium unterhalb der Regelstudienzeit abgeschlossen habe.
- **ANALYTISCHES DENKEN**, weil ich während meines Praktikums die Analyse von ... erfolgreich abgeschlossen habe.
- **KONFLIKTFÄHIGKEIT**, weil ich in einem Business Project einen Gruppenstreit erfolgreich schlichten konnte.

Fachwissen:

- **MARKETINGWISSEN** ist meine Stärke, weil ich mehrere Marketingpraktika absolviert habe.
- **EXCEL-KENNTNISSE**, weil ich super mit Pivot-Tabellen und Auswertungs-Files klarkomme.
- **RHETORISCHE FÄHIGKEITEN**, weil ich an der Uni im Debattierclub war.

Noch ein Tipp vom Coach: Anna Czerny empfiehlt, die Liste so selbstkritisch wie möglich auszufüllen und die Eigen- und Fremdwahrnehmung miteinander zu vergleichen. Befrage dazu drei Leute, die dich gut kennen und vergleiche deren Antworten mit deiner Einschätzung. Oft bekommst du wertvolle Einblicke, die du für deine Bewerbung nutzen kannst.

Let's talk about... Schwächen

Klar, die Stärken waren einfach. Aber auch deine Schwächen zählen – denn die hat schließlich jeder. Und es ist wichtig, dass du sie kennst und nutzt. Denn wenn du im Job ständig Aufgaben erledigen musst, die dir

gar nicht liegen, schmeißt du wahrscheinlich irgendwann hin. Liste dafür alle Schwächen auf, die dir einfallen und überlege dir anschließend genau, was du im Gespräch angibst und was lieber nicht. Mit den Schwächen, die du im Interview nennst, kannst du geschickt deinen hohen Anspruch an dich selbst ver-raten. Beispiele für „gute“ Schwächen sind zum Beispiel Perfektionismus und Ungeduld, weil sie nicht nur Schwächen sind, sondern von Stärken herrühren.

Love Brand?

Nach dieser Übung kennst du dich besser und kannst souverän auf Fragen antworten. Vielleicht hast du aber auch gemerkt, dass du mehr Bock auf Fashion als auf Lebensmittel hast – und weißt jetzt besser, welcher Arbeitgeber zu dir passt. In der Vorbereitung steckt viel Potenzial für den Bewerbungsprozess. Nimm deinen Wunscharbeitgeber genau unter die Lupe. Egal, ob bekannte Brands oder jüngere Marken: Schau dir nicht nur die Produkte an und studiere die dazugehörigen Claims, sondern auch die Präsentation im Handel, den Wettbewerb, die Preispositionierung und die Social Media Präsenz.

Job Love!

Mit den neu gewonnenen Infos fällt dir dein Anschreiben viel leichter. Und auch für ein Bewerbungsgespräch bist du bestens vorbereitet. Die Personaler:innen schätzen es, wenn Bewerber:innen ihre Hausaufgaben gemacht haben. Das Interview meisterst du deshalb locker. Und als angehender Marketingprofi punktest du sowieso mit Kreativität und Kommunikationsstärke. Anna Czerny hatte übrigens Glück: Auf einer Recruitingmesse hatte sie ihr erstes Vorstellungsgespräch, auf das noch weitere mit ihrem späteren Arbeitgeber folgten. Hier zeigt sich wieder: Es gibt nicht den einen Weg zum Wunschjob. Du solltest Chancen nutzen, wenn sie sich ergeben.

Es gibt nicht den einen Weg zum Wunschjob – nutze Chancen, wenn sie sich ergeben.

KARRIEREEINSTIEG FÜR STUDIERENDE UND ABSOLVENT:INNEN



MEHR INFOS

karriere.peek-cloppenburg.de



Peek & Cloppenburg

& SO VIEL MEHR.

ES GIBT ZWEI UNABHÄNGIGE UNTERNEHMEN PEEK & CLOPPENBURG MIT IHREN HAUPTSITZEN IN DÜSSELDORF UND HAMBURG. DIES IST EINE INFORMATION DER PEEK & CLOPPENBURG KG DÜSSELDORF. STANDORTE UNTER WWW.PEEK-CLOPPENBURG.DE



Remote Work in Jogginghose?

Morgens den Laptop ins Bett holen, ein paar Mails schreiben, zwischendurch Cornflakes löffeln – und beim nächsten Videocall einfach darauf achten, dass nichts auffällt? Die Corona-Krise hat für einen Boom von „Remote Work“ gesorgt. Wir zeigen dir, wie du im Homeoffice einen guten Job machst.

Kommunikation stärken statt „got it alone“: Projekte am Laufen halten

Es ist gar nicht so leicht, Kaffeepausen, Flurgespräche, persönliche Meetings oder das Afterwork Bier im Homeoffice zu kompensieren. Damit aus allein nicht einsam wird und du deine Projekte am Laufen hältst, solltest du im Homeoffice umso mehr mit deinen Kollegen kommunizieren und Status-Updates zum Kundenprojekt geben. Achte darauf, dass jede Aufgabe gut dokumentiert ist und für jedes Teammitglied nachvollziehbar bleibt, damit sämtliche Ansätze, Aktionen und Schlüsselentscheidungen zurückverfolgt werden können. Slides und andere Dokumente werden ab sofort nicht mehr als Emailanhang verschickt, sondern auf Clouds hochgeladen. So vereinfachst du die Teamarbeit auf Distanz enorm.

Nutze aber auch deine Pausen oder den Feierabend bewusst, um dich mit deinen Kolleg:innen auszutauschen. Videocalls über Skype, Facebook oder Whatsapp sind eine kleine Alternative. Und ja, es hilft dem Sozialkitt, wenn ihr euch beide gleichzeitig einen Kaffee zuhause macht. Aber tut euch einen Gefallen: Sprecht nicht nur über Corona.

Arbeiten & Aufhören können: Setze dir Schlusspunkte

Die Corona Krise bedeutet für Viele ein erhöhtes Arbeitspensum. Und noch viel stärker als im Büro fällt es im Homeoffice gar nicht auf, wenn du bereits über deine mentalen Kapazitäten hinaus gearbeitet hast. Die Herausforderung im Homeoffice heißt daher – auch unabhängig von Corona: Setze dir Schlusspunkte und einen Rahmen für Arbeits- und Pausenzeiten. Und ganz wichtig: Verlasse auch in den Pausen mal den Schreibtisch, um deine Freizeit auch als solche bewusst zu erleben.

Das Homeoffice ist dein Arbeitsplatz: Richte ihn dir richtig ein

Auf den, der von heute auf morgen ins Homeoffice geschickt wird, wartet zuhause wahrscheinlich nicht gerade ein Arbeitsplatz mit 1A-Instagramability. Versuche trotzdem, dein Homeoffice so gut wie möglich und nach ergonomischen Gesichtspunkten zu gestalten. Ein Schreibtischstuhl, ein passender Schreibtisch und eine geeignete Schreibtischleuchte sind die Mindestanforderungen.

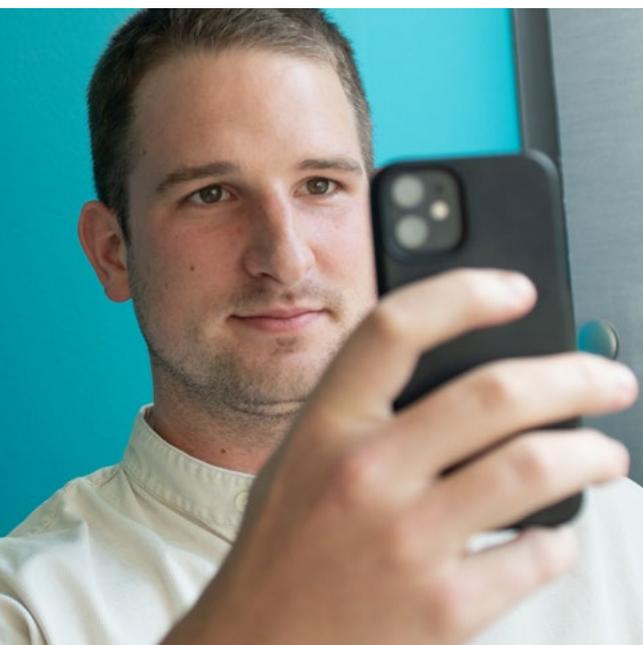
Routine unterstützt dein Wohlbefinden: Starte professionell in den Tag

Vom Bett an den Schreibtisch in 10 Minuten! Ganz klar, dass schafft man nur im Homeoffice. Aber auch wenn es noch so verlockend ist bis 7:50 zu schlafen, solltest du dir eine Morgenroutine angewöhnen. Versuche dich wie vor deinem Einsatz im Büro zu duschen, zu kleiden, zu frühstücken, um dann pünktlich und aufgeräumt starten zu können. Außerdem hilft es, wenn du dir gerade als Neuling täglich Ziele setzt, damit du deine Roadmap nicht aus den Augen verlierst.

Können Business Outfits jetzt im Schrank bleiben?

„Wer eine Jogginghose trägt, hat die Kontrolle über sein Leben verloren“ – Karl Lagerfeld. Auch wenn wir es nicht ganz so drastisch formulieren würden, hat die Jogginghose am Arbeitsplatz nichts zu suchen. Warum?

1. Kann dich dein Chef jeden Moment mit einem Videocall überraschen. 2. Solltest du dich in deinen Klamotten zwar wohl fühlen aber auch so als würdest du einen verantwortungsbewussten Job ausüben und nicht beim Binge-watching-Marathon auf dem Sofa liegen.



Nutze Pausen bewusst, um dich mit deinen Kolleg:innen auszutauschen.



Mach dein
Vorstellungsgespräch
zum Gespräch, wie
du es dir vorstellst.
**Mit Insider-Wissen
aus erster Hand.**



DIE BEWERBUNG Nach meiner Bewerbung wurde ich per Mail zu einem Telefoninterview mit einem Recruiter von Barilla eingeladen. Das Telefoninterview fand auf Englisch statt und hat ungefähr eine Stunde gedauert. Danach wurde ich zu einem Vorstellungsgespräch in Köln eingeladen. Dieses Gespräch war auf Deutsch und hat insgesamt 1,5 Stunden gedauert. In der ersten Stunde hat man sich selbst vorgestellt und es wurden viele Fragen gestellt. Danach habe ich eine Aufgabe bekommen. Hier galt es, wichtige Kennzahlen und KPIs in den Zusammenhang zu bringen und daraus für Barilla sowie Wettbewerber zu schlussfolgern. Eine Woche nach dem Gespräch habe ich dann den Anruf mit der Zusage erhalten. Der Bewerbungsprozess war für ein Praktikum recht anspruchsvoll, jedoch transparent, fair und die Stimmung in den Gesprächen war sehr angenehm. Man hat recht schnell Rückmeldung erhalten.

DIE INTERVIEW-FRAGEN

Während meines Vorstellungsgesprächs wurden mir unter anderem diese Fragen gestellt:

- Was war Ihre bisher größte Errungenschaft/ Ihr größter Erfolg im Arbeitsleben?
- Wann haben Sie es in Ihrer Arbeit einmal so richtig verbockt und wie sind Sie damit umgegangen?
- Was stresst Sie im Arbeitsalltag? Und was machen Sie, um mit diesem Stress umzugehen?
- Wer waren die letzten Testimonials von Barilla? Wer ist das aktuelle Testimonial?
- Heute ist der „...“tag, der auf Facebook und Instagram etc. in aller Munde diskutiert wird. Was würden Sie heute im Namen von Barilla für einen Spruch und was für ein Bild posten?

- Was ist der Unterschied zwischen Trade und Consumer Marketing?
- Was glauben Sie, erwartet Ihre Chefin von Ihnen auf Ihrer Position? Welche Eigenschaften müssen Sie hier mitbringen?
- Was ist Ihre Lieblingspasta und warum?

DIE ARBEIT Die Aufgaben aus der Stellenausschreibung treffen die Arbeit ganz gut: Du unterstützt das Trade Marketing im operativen Tagesgeschäft und arbeitest selbstständig mit Agenturen und externen

Dienstleistern zur Erstellung von POS/POC-Unterlagen zusammen. Du bist zuständig für die Analyse von Markt-, Wettbewerbs- und Produktdaten mit Haushalts- und Handelspanel sowie die eigenverantwortliche Aktualisierung und Aufbereitung. Du kümmerst dich um die Erstellung von Verkaufs- und Informationsmaterialien zur internen und externen Kommunikation von Produktneheiten und -änderungen.

Barilla

Ich habe mich für ein **MARKETING-PRAKTIKUM** bei **BARILLA** entschieden, weil...

Die Produkte einfach gut sind und man sich als Mitarbeiter:in mit der Marke leicht identifizieren kann.

Die Arbeit super spannend und abwechslungsreich ist.

Es fast täglich frisch gekochte Pasta gibt.

INSIDER-TIPPS Nicht die zu 100 Prozent richtigen Antworten sind ausschlaggebend, denn insbesondere der Personal Fit und die Art und Weise mit schwierigen Fragen und Problemstellungen umzugehen, spielen im Bewerbungsprozess bei Barilla eine große Rolle. Es ist wichtig, authentisch zu bleiben!

Der Bewerbungsprozess war recht anspruchsvoll, jedoch transparent, fair und die Stimmung in den Gesprächen war sehr angenehm.



WORK My work involves the monitoring and reporting of Key Performance Indicators (KPIs) as well as business planning and cost management. So far my biggest success was contributing to the go-live of multiple supply chain top functional KPIs. While I work with multiple tools, communicating and working closely with colleagues from other departments and countries is even more important to understand the figures correctly and manage the business. In the past six months, I have already worked on several projects. Coping with changes in the market, harmonizing the business processes among countries, expecting new product launches – in an international company like Dr. Oetker, there are always projects that require a lot of effort from each department. I especially like being involved in several sustainability projects, which address different issues and implement changes that benefit consumers, environment, society and us employees like becoming a climate neutral company.

ATMOSPHERE What I like best is the diversity at Dr. Oetker and the mutual respect. From the beginning, everyone made me feel at home by being friendly, open and supportive. Although I was new in the company, I was immediately accepted as an equal member of the team and very much appreciated. It is inspiring to work in a team where everyone contributes different skills and experiences and is open towards the ideas of others and their feedback. Everyone is being heard because every employee is important for the team and the company.

PERSONALITY FIT Someone who likes to communicate because good communication between colleagues is the key to successful daily work and projects. Moreover, a good personality fit for Dr. Oetker needs to be team-oriented and respectful towards other

people. Since the business is changing all the time, it is also important to be able to cope with changes and keep learning. This means being goal-oriented, but at the same time being dedicated, open, creative and an interdisciplinary thinker.

WORKING EXPERIENCE Before I started working at Dr. Oetker, I did three internships and gained about a year's work experience. During my bachelor studies in China, I did a three-month internship in WMF's sales department and a five-month internship in CHANEL's marketing department. I also worked six months as an intern in Beiersdorf's Controlling department while I was studying for my master's degree in Germany.

CAREER PATHS

Dr. Oetker offers many opportunities to build up a sustainable career based on the individual wish for support and further development. I have personally grown a lot over the past six months because of

challenging tasks on the one hand, but also due to training provided by the People and Culture International department on the other hand. I am participating e.g. in one of their language courses to learn German and it is very helpful. Besides language courses, the company also offers various other learning activities to further develop yourself and the company, e.g. internal and external trainings in the field of leadership. With regard to possible career paths and talent management, Dr. Oetker regularly posts vacancies internally and often fills these positions with employees from their own ranks.

CONCLUSION Dr. Oetker is a great place to work, if you like to surround yourself with kind, creative and open-minded people and if you like to work as a team. Dr. Oetker is a family business inside and out and I am happy to have become part of this family.

Dr. Oetker

I choose my **ENTRY JOB**
at **DR. OETKER** because of...

Great opportunities to grow as a person
and build a sustainable career.

The internationality and diversity.

Its commitment to the business, the
consumers and the employees.

Wir  Lebensmittel.

DIE BEWERBUNG Über die Stellenbörse der EDEKA-Zentrale habe ich mich online beworben und meine Unterlagen im Bewerber:innenportal hochgeladen. Das ging relativ fix und einfach. Nach etwa zwei Wochen habe ich dann die Rückmeldung erhalten, dass ich in der Vorauswahl punkten konnte und es in den nächsten Schritt des Auswahlverfahrens geschafft habe. Dieser bestand aus einem Online-Test mit Übungen zur kognitiven Leistungsfähigkeit und einem zeitversetzten Videointerview. Da ich beide Aufgaben erfolgreich absolviert hatte, wurde ich ins virtuelle Assessment Center eingeladen. Das fand wegen Corona als Live-Videokonferenz mit künftigen Kollegen und Kolleginnen aus dem HR-Bereich statt und dauerte etwa von 9 Uhr bis 15 Uhr. Ansonsten hätte der Tag in der EDEKA-Zentrale Hamburg stattgefunden.

DIE INTERVIEWFRAGEN

Im zeitversetzten Videointerview wurden mir Fragen zur Motivation und zu meinen ersten praktischen Erfahrungen gestellt. Im virtuellen

Assessment Center durchläuft man klassische Übungen und Aufgaben, wie man sie grundsätzlich auch aus den Präsenzformaten kennt.

DAS FEEDBACK Ich erhielt direkt am Tag nach dem Assessment Center ein qualifiziertes Feedback zu jeder Übung, die ich während des virtuellen ACs durchlaufen habe. Ich konnte die Kolleginnen und Kollegen überzeugen und so wurde mir in dem Gespräch auch direkt das Vertragsangebot für das Trainee-Programm ausgesprochen.

FAZIT Der Prozess war sehr angenehm. Im ersten Prozessschritt konnte ich innerhalb eines gewissen Zeitrahmens selbst einen passenden Zeitpunkt für den Online-Test und das Videointerview aussuchen und konnte auch Pausen einlegen, wenn ich das wollte. Auch das virtuelle Assessment Center war zeitlich und organisatorisch gut strukturiert und aufgebaut. Ich habe mich während des gesamten Prozesses sehr gut aufgehoben gefühlt. Ich hatte das Gefühl, dass immer klar war, was auf mich zukommt: Sei es durch die Testseite für das Videointerview oder die

Möglichkeit sich vorab mit der virtuellen Umgebung des Assessment Center auseinanderzusetzen. Außerdem wurde sich viel Zeit für meine Fragen zwischen den Prozessschritten genommen.

INSIDER-TIPPS Man sollte sich natürlich gut vorbereiten und alle Features testen, damit man im Bewerbungsprozess selbst einen großen Stressfaktor weniger hat und sich auf das Wesentliche konzentrieren kann. Ganz besonders

wichtig ist es meiner Meinung nach auch authentisch zu sein. Wer sich in einem Auswahlverfahren verstellt, tut sich selbst damit keinen Gefallen, weil er dann auch nie die Stelle bekommen wird, die zu ihm passt.

EDEKA

Ich habe mich für den Einstieg als
TRAINEE IM HR-BEREICH
bei **EDEKA** entschieden, weil...

Die Handelsbranche sehr dynamisch ist,
so dass man schnell Verantwortung
übernehmen kann.

Kein Tag dem anderen gleicht, die
Aufgaben sind vielfältig und abwechslungsreich.

EDEKA ein attraktiver Arbeitgeber
in Hamburg ist.

Ich habe mich
während des
gesamten Prozesses
sehr gut aufgehoben
gefühlt.



Tante Emma wird digital

Eine Karriere im Handel zwischen Wühltisch und Rabattaktionen war gestern. Heute geht es um Retail 4.0, Augmented Reality, das Internet der Dinge oder Personalized Shopping. Wenn du als Einsteiger:in eine Karriere im Handel willst, stellen wir dir die angesagtesten Zukunftstrends der Branche vor.

Der Handel boomt: Laut Handelsverband Deutschland (HDE) stieg der Umsatz im Jahr 2018 zum neunten Mal in Folge – und besonders E-Commerce legt weiter ungebremszt zu. Denn gekauft wird immer, ganz gleich ob Sneakers, trendige Fashion oder Alltagsdinge wie Waschpulver, Shampoo oder Lebensmittel. Langweilig, denkst du? Keineswegs, denn die Digitalisierung bringt krasse Veränderungen – sowohl bei den technischen Möglichkeiten als auch bei den Ansprüchen der Kunden. Aktuelle Studien großer Beratungsfirmen zeigen, welche Themen den Handel in Zukunft beschäftigen werden.

Design fürs Auge und die Bilanz

Was Porsche oder Apple schon lange wissen, bestätigt eine Studie von **MCKINSEY**: Design wirkt. Und der Fokus auf Design steigert die finanzielle Performance messbar. McKinsey

hat Unternehmen aus unterschiedlichen Branchen befragt und daraus den McKinsey Design Index, kurz MDI, abgeleitet. Wie die Ergebnisse zeigen, ist Design alles andere als ein Kostentreiber. Wer nämlich Best Practice in Design bietet, steigert Umsätze und Aktionärsrenditen fast doppelt so schnell wie die Konkurrenz. Mehr noch: Firmen, die konsequent auf Design setzen, erreichen über fünf Jahre hinweg im Schnitt 32 Prozent mehr Umsatz und 56 Prozent mehr Zuwachs bei Aktionärsrenditen.

Automatisierte Visionen

ACCENTURE hat in einer weiteren Studie die Top 500 Unternehmen Deutschlands unter die Lupe genommen und auf ihre Zukunftsfähigkeit hin untersucht. Dabei fällt vor allem auf, dass Deutschland dringend digitale Plattformmodelle braucht, die als offene Ökosysteme

Das ganz große Ding für den Handel der Zukunft ist ohne Zweifel personalisiertes Shopping.

konzipiert sind. Aktuell fehlen noch klare Visionen – aber das Thema liegt auf dem Tisch. Automatisierung und KI sind ebenfalls auf der Agenda. Unternehmen, die darauf setzen und gleichzeitig konsequentes Upskilling ihrer Mitarbeiter:innen betreiben, sorgen aktiv für Wachstum und Zukunftsfähigkeit.

Ganz neue Einkaufserlebnisse

Omnichannel-Strategien sorgen für ein nahtloses Einkaufserlebnis online und offline. Eine Studie von **ROLAND BERGER** hat die Omnichannel-Strategien deutscher Unternehmen untersucht: Die Ergebnisse sind ernüchternd: Trotz des gigantischen Potenzials einer funktionierenden Omnichannel-Strategie haben 70 Prozent der Befragten bisher keine Kompetenzen auf diesem Gebiet. Und sogar 78 Prozent der Unternehmen verbinden Offline- und Online-Shopping (noch) nicht miteinander.

Personal and Social Shopping

Das ganz große Ding für den Handel der Zukunft ist ohne Zweifel personalisiertes Shopping. Laut einer Studie von **MCKINSEY** wollen Kunden individuell auf sie zugeschnittene Angebote erhalten. Das erfordert ganz

neue Strategien und verändert die Beziehung zwischen Handel und Kunden tiefgreifend. Dazu passt der Trend zum Social Shopping. Social-Media-Plattformen wie zum Beispiel Instagram bieten Followern zukünftig die Möglichkeit, mit einem Klick im Post direkt einzukaufen – ohne die Seite verlassen zu müssen. Das bietet dem Handel ganz neue Möglichkeiten, da nicht mehr nur Posts, sondern auch Shopping-Empfehlungen und Einkaufserlebnisse geteilt werden können. Der Kauf erfolgt nicht mehr wegen eines konkreten Bedarfs, sondern spontan und inspiriert durch bestimmte Posts und deren positives Umfeld.

Karrierechancen überall

Was bedeutet die Digitalisierung im Handel für deine Karriere? Die Digitalisierung verändert die Handelsbranche massiv. Für Einsteiger:innen entstehen so neue Karrierechancen. IT-Skills sind in der neuen Handelswelt ebenso gefragt wie Kreativität, Führungsstärke und kritisches Denken. Die gesamte Branche ist auf dem Weg in eine digitale Zukunft. Das Stichwort lautet „New Work“. Der gute alte Handel braucht kluge Köpfe, der Tante Emma zum Retail 4.0 hinüberzuhelfen.

Starte
heute schon,
um morgen
durch-
zustarten.



Selfies & Social Media Neue Wege zum Job

Du kannst Produkte vermarkten? Super – aber wie sieht es mit dir selbst aus? Deine Selbstmarketing-Skills können auf dem Weg in den neuen Job entscheidend sein. Auf welche digitalen Tools & Tricks Recruiter heute setzen und wie du bei großen Marken gut ankommst.

Social Media als Recruiting-Tool

Du wunderst dich, warum große Unternehmen mit coolen Bildern im Thread auftauchen? Um dich zu finden. Kurz: Hier wird das Unternehmen zum Bewerber. Die Ad-Kampagne verleitet zum Webbereich, dort hält cooler Content geeignete Kandidat:innen bei Laune – und generiert den digitalen Gästebucheintrag. Vorteil? Wer auf der Landingpage war, ist bereits durchs Verfahren qualifiziert – und der Kandidat:innenkreis massiv um die nicht aktiven Bewerber:innen erhöht. Auf Grund dieser Daten sprechen nun geeignete Personaler :innen Topkandidat:innen an. Die große

Datenabfrage läuft also andersrum. Lead statt Lebenslauf. Und: digital oder analog, das wichtigste ist, ins Gespräch zu kommen.

INSIDER-TIPP Was heißt das für die Jobsuche?

Für beide Seiten gilt: Social Media aufräumen. So wie Recruiter in Facebook-Videos die Attraktivität des Arbeitsplatzes anpreisen, indem sie spaßige Kolleg:innen und den Bürohund vorstellen, so solltest du auch die coolste, aber auch die menschliche Seite, dort präsentieren. Für höhere Positionen eignet sich „Reverse Recruiting“ weniger. Hier könnten zum Beispiel durch eng angelegte Funnels die Bewerber:innen vorab selektiert werden.

Digital oder analog, das wichtigste ist, ins Gespräch zu kommen.

Das Selfie als Recruiting-Tool

Das wichtigste Recruiting-Tool hast du vielleicht in der Hand, um das hier zu lesen – das Smartphone. Außer Scrollen kannst du nämlich knipsen: Betrachte das Selfie als sympathische Notiz vom letzten Event: nette Leute kennengelernt, die super ins Team passen? Einfach das Foto als Dank fürs Treffen per Messenger senden – und Zusammenarbeit vorschlagen. Ist nett, wirkt jünger als die alte Visitenkarte und hat weniger Hürden: Im Chat schreibt man schnell zurück. Nur eins gilt: Fragen first – nicht jeder lässt sich fotografieren.

INSIDER-TIPP Dahinter steckt ein höfliches Prinzip: Ins Gespräch kommen, abtasten, Netzwerk ansehen – ohne mit der Tür ins Haus zu fallen. Abwerben darf nicht zum Drama werden. Man fragt im Zweifelsfall lieber nach guten Kontakten im Netzwerk, als das Gegenüber direkt zum Jobwechsel zu bewegen. So ist Interesse schon signalisiert, Schlüsse zieht jeder selbst. Gleiche Strategie für dich als Bewerber:in: Erst das Netzwerk pflegen, später auf Jobs ansprechen.

Familie als Recruiter

Findige Personaler:innen spannen Family & Friends ein. Nach dem Interview schickt man ein Kurzvideo fürs Unternehmen nach: Müde vom Erzählen kann dies zuhause rumgereicht werden – und zack, das Recruiting hat die Angehörigen eingebunden. Was sich sehr lohnt, da das nächste Umfeld der Kandidat:innen immer die wichtigen Entscheidungen mit trifft.

INSIDER-TIPP Und du? Kannst das mit dem Video ja auch mal privat austesten. Vielleicht zu schräg, um die nächste Verabredung mit Freunden klarzumachen. Aber wenn es darum geht, Leute „an Land zu holen“, kann ein professionell aufgezogenes Video von dir auch beim Jobeinstieg helfen.

Kolleg:innen als Recruiter

Erste Kontakte entscheiden: Warum nicht das Onboarding den Kolleg:innen überlassen? Das stärkt Bindungen und spart Zeit. Oder noch einen Schritt weitergehen und die Einarbeitung „verselbständigen“: mit einem Logbuch, das jeder Neuankömmling weiterführt. Hier wird nicht nur Protokoll geführt über das Was, wie und wo. Neue können sich unmittelbar einbringen und vorige Onboarding-Prozesse nachlesen.

INSIDER-TIPP Und keine Sorge: Der Gedanke an den nächsten Einstieg ist auch ein Vertrauen in dich als neue:n Mitarbeiter:in. Du gestaltest ab Einstieg ja die Unternehmenskultur mit – inklusive Pannen, Erfolge und Kuriositäten.

Ex-Kolleg:innen als Recruiter

Trennen sich einmal die Wege, sollte auch das höflich ablaufen. Eine sympathische Idee: ausscheidende Mitarbeiter:innen indirekt ins Recruiting einzubinden, etwa mit einem „Reisekoffer“ für den Neustart – inklusive „Arbeitsvertrag“ für den Wiedereinstieg. Lässt schmunzeln und macht die Runde: hier greift das Schneeballprinzip mündlicher Empfehlung. Die nette Geste sagt ja nichts anderes als: Du bist hier immer willkommen. Und sie garantiert den Zusammenhalt über Jahre. Netzwerk inklusive.

INSIDER-TIPP Gilt für alle: egal, ob Arbeitgeber:in oder Arbeitnehmer:in – man sieht sich immer zweimal. Vorlieben ändern sich, Kolleg:innen ebenfalls. Kontakt- und Netzwerkpflge zahlt sich aus. Entweder in barer Münze. Oder fürs eigene Gefühl. Zieht es dich also mal weiter, halte deine Ex-Kolleg:innen bei Laune.

Warum nicht das Onboarding den Kolleg:innen überlassen? Das stärkt Bindungen und spart Zeit.





Die ersten 100 Tage im Job

Nach erfolgreicher Bewerbung gilt es für Berufsanfänger:innen, den Einstieg im neuen Unternehmen zu meistern. Die Karriere in der Konsumgüterindustrie beginnt als Marketing oder Sales Manager.

Für eine effiziente Einarbeitung in deine neuen Aufgaben im Marketing und Sales ist der Dialog mit Kolleg:innen und Vorgesetzten von großer Bedeutung. Stell viele Fragen! Alle Kolleg:innen waren selbst einmal Einsteiger:innen und helfen dir gerne weiter. Unsere Interviews mit Bewerber:innen, Berufseinsteiger:innen und Personaler:innen zeigen, dass von Absolvent:innen und neuen Kolleg:innen nichts Unmögliches erwartet wird. Wichtig ist, dass du schnell ins Team hineinwächst und dazulernst. Wenn dir Fehler passieren, geh offen damit um, reagiere besonnen und handlungslösungsorientiert, um sie auszubügeln. Derselbe Fehler sollte dir möglichst nur einmal passieren.

Aufgaben organisieren

Um die Vielzahl von Aufgaben zu managen, ist es notwendig, dass du dich direkt gut organisierst. Auch im kreativen Umfeld ist strukturiertes Arbeiten essenziell für deinen Erfolg. Ob du dein Zeitmanagement in Outlook, Excel oder auf Papier im Blick behältst, ist dir überlassen. Neben Organisationstalent ist vor

allem die Fähigkeit gefragt, bei langen To-Do-Listen Prioritäten zu setzen. Frag Kolleg:innen nach ihren Erfahrungswerten, wenn nötig. Mit der Zeit wirst du aber selbst ein gutes Gespür dafür entwickeln, was wichtig und dringend und was nur wichtig ist. Rechne zu Beginn mit längeren Arbeitszeiten, da es immer ein wenig dauert, Routine aufzubauen.

Markt sondieren

Zur erfolgreichen Einarbeitung gehören auch Branchenkenntnisse über Konsumgüterunternehmen. Du musst den Markt kennenlernen, d.h. gleichzeitig Expertise für deine eigenen Produkte entwickeln und die Konkurrenz im Blick haben. Während Sales-Mitarbeiter:innen jeden Tag Kontakt zu Kunden haben, sind Marketing Manager etwas weiter entfernt. Such daher immer nach Möglichkeiten, dein Ohr am Puls des Marktes zu haben: Nimm dir z.B. Zeit, dich mit den Augen der Endverbraucher:innen am Point of Sale zu bewegen oder begleite den Außendienst bei Kundenbesuchen.



Networking am Arbeitsplatz ist unerlässlich für einen regen Austausch unter Kollegen.

Networking im Unternehmen

Der persönliche Bezug zu den Kolleg:innen ist entscheidend für den Verlauf deiner Karriere. Natürlich muss deine fachliche Leistung stimmen, doch mindestens genauso wichtig ist, dass du deinen Platz im Team findest. So punktest du mit deinem Auftreten gegenüber Kolleg:innen und Vorgesetzten:

- Als Neuling solltest du deine Kolleg:innen zunächst siezen. Auch wenn das Duzen zur Unternehmenskultur gehört, gibt es in der Regel Mitarbeiter:innen, die lieber gesiezt werden möchten. Diejenigen, die darauf keinen Wert legen, werden dir ohnehin schnell das „Du“ anbieten.
- Bist du unsicher über den Büro-Dresscode, kleide dich lieber etwas zu formell und korrekt als zu lässig. Nach kurzer Zeit wirst du merken, welche Business-Kleidung am neuen Arbeitsplatz als angemessen gilt.
- Saug alles auf und lies zwischen den Zeilen. Welche Rituale und Codes – etwa das gemeinsame Mittagessen, der Austausch in der Teeküche – gibt es im Unternehmen? Entdecke und nutze sie für dich.
- Geh jederzeit proaktiv auf Kolleg:innen zu. Networking am Arbeitsplatz ist unerlässlich für einen regen Austausch im Team.

Dein eigenes Profil entwickeln

Die am Anfang dringend erforderliche Zurückhaltung solltest du nach der Einarbeitungsphase ablegen, um ein eigenes Profil zu entwickeln und deine Position im Unternehmen zu stärken. Dieser „Wendepunkt“ ist gekommen, wenn du für erste erfolgreich durchgeführte Projekte Anerkennung erntest. Warte diesen Zeitpunkt geduldig ab, bevor du Abläufe hinterfragst und konstruktives Feedback übst. Sobald du deine Aufgaben routiniert beherrschst, werden deine Eigeninitiative und deine nützlichen Vorschläge umso willkommener sein. Mit dieser sorgfältig entwickelten Profilschärfe gelingt es dir am besten, einen erfolgreichen Karriereweg einzuschlagen.

Träume
nicht
von der
Karriere.
**Arbeite
daran.**

Du brennst für Top-Marken und die Handelsbranche? Auf den nächsten Seiten erfährst du, wie du durchstartest. Informiere dich über Angebote, Benefits und Visionen von spannenden Arbeitgebern. Mit diesen Insights geht's ab in eine steile Karriere. Die folgenden Unternehmensprofile und Informationen haben wir bei unseren Partnerunternehmen abgefragt. Wir bedanken uns bei den Unternehmen und ihren Mitarbeiter:innen für ihre wertvollen Angaben und Insider-Tipps.



Insights von
Top-Unternehmen
**Hier kannst du
einsteigen**



WIR BIETEN

Als weltweit agierendes Familienunternehmen bieten wir vielseitige Einstiegsmöglichkeiten in einem spannenden und wertschätzenden Arbeitsumfeld mit vielen erfolgreichen Marken. Abgerundet wird dies durch eine Vielzahl von Benefits rund um die Themen Weiterbildung, Gesundheit, Freizeit und Altersvorsorge.

WIR SUCHEN

Engagierte Student:innen, Absolvent:innen und Young Professionals, die sich für unsere Marken begeistern, Spaß daran haben bereits vom ersten Tag an, spannende Aufgaben zu übernehmen und erfolgreich weiter mit uns wachsen möchten. Im besten Fall bringen unsere Bewerber:innen zudem erste Erfahrungen im Konsumgüter-Bereich mit.

DEINE KARRIERE

Attraktive Einstiegsmöglichkeiten bieten wir im Rahmen eines DirektEinstiegs oder unserer Trainee-Programme. Mit den Trainee-Programmen im Sales oder Marketing bilden wir so unsere Führungskräfte von morgen aus. Begleitet werden die Trainees von erfahrenen Pat:innen und diversen Seminaren, die sie optimal auf ihre Zielposition vorbereiten.



AUGUST STORCK KG

Melanie Zentgraf
Personalreferentin

Waldstraße 27
13403 Berlin
+49 (0) 30 41773-7105

storck.com/de/karriere/

Bezieh dich bei deiner Bewerbung bitte immer auf SQUEAKER.

DAS BRINGST DU MIT

Du solltest ein Teamplayer sein, Leistungsbereitschaft zeigen und Begeisterungsfähigkeit für unsere Marken mitbringen. Wir schätzen Menschen, die offen und ehrlich kommunizieren, aber auch gleichzeitig eigenständig arbeiten möchten. Storck agiert in einem dynamischen Umfeld. Daher solltest du Abwechslung mögen, vor Verantwortung nicht zurückschrecken und Spaß an neuen Herausforderungen haben.

Da Teamwork und ein respektvolles Miteinander Werte sind, die uns in der tagtäglichen Arbeit begleiten, solltest du zudem kommunikationsfreudig sein.

DAS BEGEISTERT UNS

Authentizität, Begeisterungsfähigkeit und Persönlichkeit. Wir freuen uns immer, wenn uns jemand mit seiner Persönlichkeit überzeugt und ehrlich sowie authentisch rüberkommt. Wir möchten gerne sehen, was die Bewerber:innen bewegt und ob sie sich mit unserer Unternehmenskultur identifizieren können.



WIR BIETEN

Wir bieten verantwortungsvolle Aufgaben, viele Entwicklungsmöglichkeiten, regelmäßiges Feedback, persönliches Mentoring sowie eine inspirierende und vielfältige Arbeitskultur. Außerdem bieten wir flexible Arbeitszeitmodelle und viele weitere Benefits.

WIR SUCHEN

Neue Kolleg:innen mit unternehmerischem Gespür, die mit fachlicher Qualifikation und Persönlichkeit überzeugen. Authentische und zukunftsorientierte Teamplayer, die Veränderungen mitgestalten und ihre Persönlichkeit einbringen, sind besonders willkommen.

DEINE KARRIERE

Eine Karriere bei uns kann als motivierte:r Praktikant:in, Trainee oder Direkteinsteiger:in beginnen und wird durch individuelle nationale und internationale Entwicklungsmöglichkeiten sowie zielgruppenspezifische Qualifizierungsprogramme gefördert.

DAS BRINGST DU MIT

Neugierde, Begeisterungsfähigkeit und Zielorientierung sollten neue Mitarbeiter:innen auf jeden Fall mitbringen. Auch Kollegialität und Teamfähigkeit werden bei uns großgeschrieben und sind wichtig, um in unserem Familienunternehmen glücklich zu werden.

„Creating a taste of home“ – dafür steht Dr. Oetker. Wenn du in Lösungen denkst, statt nur Probleme zu sehen, mitgestalten und Verantwortung übernehmen möchtest und den Erfolg des Teams in den Fokus stellst, dann solltest du dich bei uns bewerben.

DAS BEGEISTERT UNS

Wenn Bewerber:innen fachliche Defizite nicht überspielen, sondern ehrlich reflektieren und Offenheit für Neues bekunden. Immer wieder faszinieren uns auch die wertschätzenden Gespräche sowie die unterschiedlichen Lieblingsprodukte von Dr. Oetker.



DR. AUGUST OETKER NAHRUNGSMITTEL KG

Victoria Pohl
Professional Process &
Recruiting

Lutterstraße 14
33617 Bielefeld
Telefon 0521 155 2520
bewerbung@oetker.de

www.oetker.de/karriere

Bezieh dich bei deiner
Bewerbung bitte immer
auf SQUEAKER.



WIR BIETEN

Die EDEKA-Zentrale bietet Ihnen nicht nur einen zukunftsorientierten, sicheren Arbeitsplatz, sondern auch herausfordernde Aufgaben und attraktive Benefits, wie z. B. ein umfangreiches Gesundheitsmanagement und zahlreiche Weiterbildungsmöglichkeiten.

WIR SUCHEN

Engagierte Persönlichkeiten, die durch unternehmerisches Denken und Handeln, Zielorientierung und Teamfähigkeit überzeugen und mit Engagement und Leidenschaft in die Praxis einsteigen möchten. Begeisterung für den Handel und für unser vielfältiges Sortiment setzen wir ebenfalls voraus.

DEINE KARRIERE

Vom Praktikum über Abschlussarbeit bis hin zum Traineeprogramm oder Direkteinstieg – wir bieten für jedes Karrierelevel die passende Einstiegsoption. Es erwarten Sie z. B. in den Bereichen Einkauf, Marketing, Finanzen, Controlling, Logistik, Qualitätsmanagement oder IT anspruchsvolle Aufgaben.



EDEKA ZENTRALE STIFTUNG & CO. KG

Wolfgang Blancke
Bereichsleiter Personal

New-York-Ring 6
22297 Hamburg
Telefon (040) 6377-5441
personalmarketing
@edeka.de

www.karriere.edeka

Bezieh dich bei deiner
Bewerbung bitte immer
auf SQUEAKER.

DAS BRINGST DU MIT

Sie denken und handeln wie ein Unternehmer und gehen Dinge proaktiv an? Sie übernehmen Verantwortung für Ihr Handeln und für Ihre Mitmenschen? Zudem haben Sie einen hohen Qualitätsanspruch an Ihre Arbeit und Ergebnisse? Dann sind Sie bei uns genau richtig!

DAS BEGEISTERT UNS

Vor allem Kandidat:innen, die über den Tellerrand hinausschauen und Erfahrungen außerhalb des akademischen Rahmens, wie z. B. soziales oder sportliches Engagement mitbringen, können bei uns punkten. Aber auch Kenntnisse über Trends im Handel fallen uns besonders positiv auf.



DAS BRINGST DU MIT

Wir suchen Talente mit dem Mut zur eigenen Meinung, dem Willen im Team zu arbeiten, ebenso eigenverantwortlich und hands-on Projekte anzugehen. Menschen mit Begeisterung für Fashion & Retail, die die Motivation haben Verantwortung zu übernehmen, kommunikativ sind, kreativ und analytisch handeln.

Wir leben von der Vielfalt unserer Kollegen:innen und sind immer auf der Suche nach spannenden Persönlichkeiten. Egal, ob du im Rahmen eines Praktikums erste Erfahrungen sammeln willst oder den perfekten Berufseinstieg suchst, wir freuen uns auf deine Bewerbung.

DAS BEGEISTERT UNS

Selbstbewusstsein und der Mut zur eigenen Meinung. Zeig uns, was in dir steckt. Neugierde und die Offenheit Fragen zu stellen. Begeisterung und Leidenschaft.



PEEK & CLOPPENBURG KG DÜSSELDORF

Sebastian Lorenz

Berliner Allee 2
40212 Düsseldorf
Telefon (0211) 3662 0
karriere@
peek-cloppenburg.de

karriere.
peek-cloppenburg.de

Bezieh dich bei deiner Bewerbung bitte immer auf SQUEAKER.

Peek & Cloppenburg

WIR BIETEN

Die Aufgaben sind abwechslungsreich, die Perspektiven vielversprechend und Herausforderungen werden nicht alleine, sondern im Team gemeistert. Schnelle Verantwortungsübernahme, vielfältige Karriere- und Weiterbildungsmöglichkeiten und die Möglichkeit eigene Ideen voranzubringen, erwarten dich.

WIR SUCHEN

Wir suchen Zahlenjongleure und Trendsetter, Zukunftsgestalter und Wertebewahrer, Konzeptentwickler und Ärmelhochkrempler, Leistungsträger und Teamplayer – denn unsere Familie möchte weiter wachsen. Wir sind gespannt, dich kennenzulernen.

DEINE KARRIERE

Mit einer Vielzahl spannender Weiterbildungen und gezielter Förderprogramme begleiten wir unsere Mitarbeitenden individuell auf ihrem persönlichen Karriereweg und entwickeln gemeinsam die Talente und Führungskräfte von morgen.

Insider-Magazin**Handel & Marken**

Ausgabe 2021/2022

Copyright © 2021 squeaker.net GmbH

Schutzgebühr: 6 Euro

ISSN: 2511-0446

www.squeaker.net

www.facebook.com/squeaker

kontakt@squeaker.net

Verlag: squeaker.net GmbH, Holzmarkt 2,
50676 Köln, kontakt@squeaker.net,
Telefon +49 (0)221 / 986547-0

Redaktion (verantw.): Jennifer Kiepe

Anzeigen (verantw.): Roman Bauer

Grafikdesign: Holger Schwarz

Icons: Linearicons by Perxis

Druck: DCM Druck Center, Meckenheim

Bildlizenzen:

Die Bilder sind urheberrechtlich geschützt und dürfen weder reproduziert noch wiederverwendet oder für gewerbliche Zwecke verwendet werden.

Bildrechte:

Alle Rechte an den Unternehmensbildern liegen bei den jeweiligen Unternehmen.

Die Unternehmen haben SQUEAKER die Nutzung des jeweiligen Bildmaterials in diesem Medium gestattet.

Alle Rechte vorbehalten:

Trotz sorgfältiger Recherchen können Verlag, Herausgeber und Redaktion für die Richtigkeit der Angaben keine Gewähr übernehmen. Eine Haftung für Personen-, Sach- und Vermögensschäden ist ausgeschlossen. Anregungen, Lob oder Kritik für die nächste Ausgabe bitte an kontakt@squeaker.net. Bitte nicht kopieren oder verbreiten. Das Magazin einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Alle Rechte, insbesondere das Recht auf Vervielfältigung, Verbreitung sowie Übersetzung, bleiben dem Verlag vorbehalten. Kein Teil des Werks darf in irgendeiner Form ohne schriftliche Genehmigung des Verlages gespeichert, kopiert, übersetzt oder verbreitet werden.

Noch ein Hinweis:

Soweit in redaktionellen Beiträgen und in Beiträgen von Kunden ausschließlich oder überwiegend die männliche Form verwendet wird, erfolgt dies lediglich aus Gründen der Lesbarkeit und stellt keine Wertung gegenüber weiblichen Personen dar.

Das Insider-Wissen der SQUEAKER-Community bildet eine wichtige Grundlage für unsere Recherche zu diesem Magazin. Viele squeaker.net-Mitglieder haben uns ausführlich von ihren Erfahrungen in Bewerbungsgesprächen bei den Top-Unternehmen berichtet. Im Magazin findest du eine Auswahl aktueller Erfahrungsberichte. Nutze den Einblick in die Interviewpraxis bei Top-Unternehmen zum Üben! Ein Wort der Vorsicht: Die Erfahrungsberichte müssen trotz mehrmaliger Überprüfung der Angaben, nicht mit dem tatsächlichen Ablauf deines Bewerbungsgesprächs übereinstimmen. Die Erfahrungen sind subjektiv geprägt und hängen von der individuellen Situation der Interviewer und Bewerber:innen ab. Darüber hinaus kann sich das Bewerbungsverfahren in der Zwischenzeit geändert haben.



ALS ABSOLVENTIN BEKOMME ICH VERANTWORTUNG. **UND RIESEN UNTERSTÜTZUNG.**

Kira W., Junior Key Account Managerin

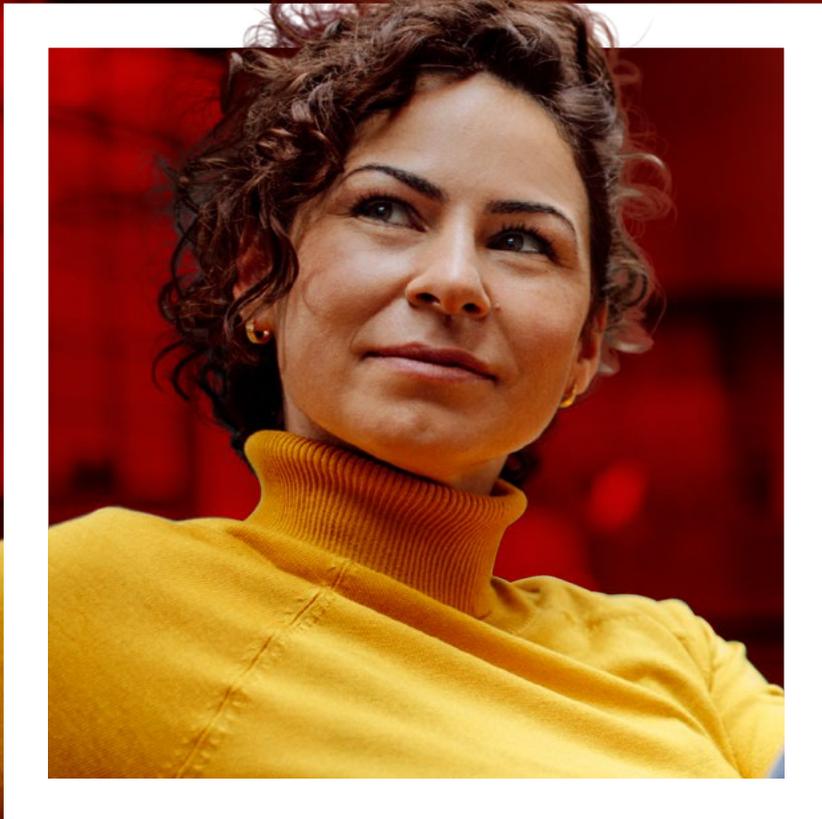
Mehr über Ihre Perspektiven und
alles über uns erfahren Sie unter
www.storck.de/karriere


STORCK

Wir entwickeln Freude

ZEIT FÜR WAS NEUES. EIN JOB, EIN ZIEL: WEITERKOMMEN.

Mit deinem Einstieg in einem unserer
vielfältigen Tätigkeitsbereiche.



Ob Traineeprogramm oder
Direkteinstieg – wachse
gemeinsam mit uns
über dich selbst hinaus.
Dich erwarten verant-
wortungsvolle Aufgaben
und individuelle Weiter-
bildungsangebote, die dich
voranbringen.

Erfahre mehr unter
[kaufland.de/karriere](https://www.kaufland.de/karriere)

