

Jobguide

by matchboxmedia[©]

Annette Eicker (Hrsg.)
Januar 2022

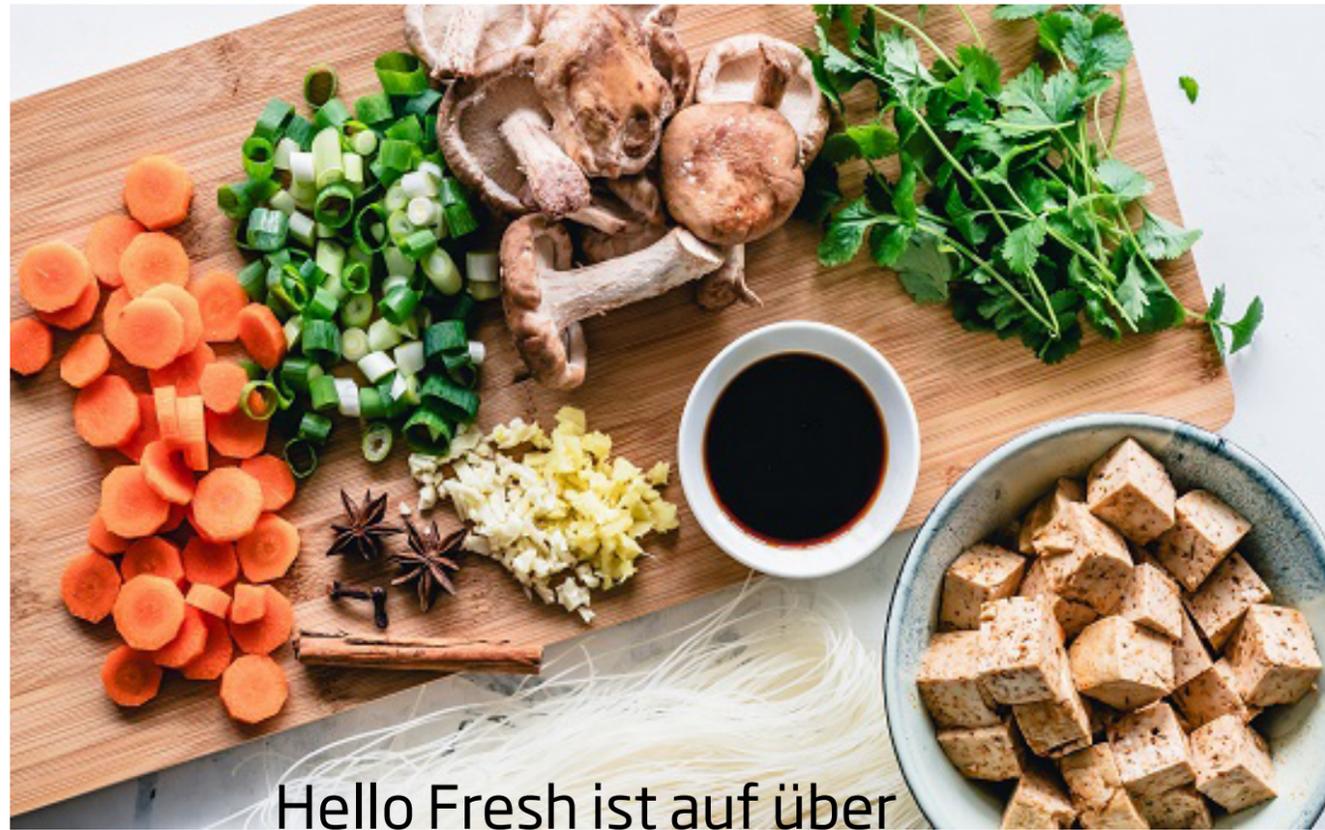
Business



Mit allen
**Kontakt-
Infos für
Bewerber**

Karriere machen nach dem
Wirtschaftsstudium

Einstiegs- und Aufstiegschancen
für Studierende, Absolventen und
Young Professionals



Hello Fresh ist auf über 7.000 Mitarbeiter gewachsen

Mehr als ein Lebensmittellieferant: Hello Fresh ist Shooting Star an der Börse und sieht weiteres Wachstumspotenzial von mehreren 100 Prozent. Dafür braucht das Unternehmen IT- und Datenspezialisten aber auch jede Menge kaufmännische Qualifikationen.

Auf den ersten Blick ein simples Geschäftsmodell: Das Berliner Unternehmen liefert an Haushalte frische, genau abgewogene Lebensmittel inklusive Rezept, das die Kunden nur noch nachkochen müssen – ohne dass etwas übrigbleibt. Damit hat es das Unternehmen nicht nur an die Börse geschafft, sondern ist, so schreibt die FAZ, sogar Weltmarktführer mit bereits rund 1,8 Milliarden Euro Umsatz im Jahr 2019.

Vor allem ein Tech-Arbeitgeber - aber nicht nur

Hello Fresh wurde 2011 gegründet und beschäftigt heute bereits mehr als 7.000 Mitarbeiter in 14 Ländern. Der Lieferdienst sieht sich selbst als Tech-Unternehmen. Denn hinter der punktgenauen, frischen Auslieferung stehen jede Menge Daten, die Spezialisten in Lieferket-

ten umwandeln müssen. Allein in der Berliner Zentrale arbeiten 400 bis 500 Spezialisten an der Tech-Infrastruktur: Für die selbst entwickelten Rezepte müssen die Lebensmittel bei landesweit eingekauft, in Boxen verpackt und pünktlich ausgeliefert werden.

Jobs für viele Qualifikationen

Trotz der enormen Umsätze sieht Hello Fresh noch ein Wachstumspotenzial von mehreren Hundert Prozent - und braucht dafür neben IT-Spezialisten auch Produktmanager und Supply Chain-Experten. Die Bandbreite an Aufgaben ist groß: Neben der Ausweitung der klassischen Zielgruppe, den Vier-Personen-Haushalten, geht es um die Erschließung von Single- oder Mehrpersonen-Haushalten.

Quelle: FAZ am Sonntag



Allianz dominiert den Versicherungsmarkt

Am „Blauen Riesen“ kommt in der Versicherungsbranche keiner vorbei. Der Konzern verdient mehr als dreimal so viel wie die Nummer zwei im Markt (Münchener Rück) und in der Lebensversicherung ist das Beitragsvolumen so hoch wie das der sieben nächstgrößeren Versicherer zusammen. Die Allianz beeinflusst daher mit ihrer Produktgestaltung wesentlich den Markt. Derzeit hat sie über 400 Stellen in Deutschland ausgeschrieben, darunter Kundenberater, Finanzanalysten und Compliance-Experten.

Quellen: FAZ, Der Versicherungsbote



BRINGING IDEAS TO LIFE

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

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

Mehr erfährst du hier:



@ www.unilever.de/karriere

f www.facebook.com/UnileverCareersDACH

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



Wissenschafts-Pressesprecher gesucht

Die Corona-Pandemie hat gezeigt: Auch Forschung und Wissenschaft müssen sich der Debatte in der Gesellschaft stellen. Pressesprecher, Kommunikationsmanager und Wissenschaftsredakteure stehen daher in wissenschaftlichen Institutionen und Instituten hoch im Kurs. Die großen Herausforderungen der Zeit – das Klima, Wasserknappheit, Ernährung, Mobilität und KI – haben eines gemeinsam: Es sind forschungsnahe Themen mit Auswirkungen auf die Mitte der Gesellschaft – und es sind Krisen-Themen, sagt Prof. Dr. Annette Leßmöllmann vom Karlsruher Institut für Technik (KIT) im MDR-Interview. Das ändert die Art, wie Wissenschaftskommunikation ausfällt: Sie muss Wissen bereitstellen und beraten oder helfen.

Weil das viele Institute erkannt haben, sind Pressesprecher und Wissenschaftsredakteure gefragt wie nie. Jobportale wie Stepstone oder Indeed werfen bis zu 700 Jobs für Pressesprecher aus, darunter viele von Hochschulen und Forschungs-Instituten. Ihre Herausforderung: Sie müssen das Know-how der Wissenschaft so übersetzen, dass es verständlich ist, ohne die Fakten zu verfälschen.

Quelle: MDR



Fressnapf geht per Omnichannel in die Zukunft



Zu den klaren Pandemie-Gewinnern in der Handelsbranche zählt Fressnapf – europäischer Marktführer im Handel mit Tiernahrung und -zubehör. Die Fachhandelskette erzielte 2020 mit ihren 1.676 Fachmärkten in elf europäischen Ländern einen Umsatz von 2,65 Milliarden Euro und wuchs um 15,2 Prozent. Größter Wachstumstreiber war der Online-Kanal, der um 50 Millionen Euro auf rund 160 Millionen Euro Umsatz zulegen konnte.

Mehr Zeit und Geld für Tiere
Die Gründe für den Erfolg sind vielfältig: In der Pandemie wuchs die Zahl der Haustiere kräftig. Die Tierhalter hatten mehr Zeit und gaben auch mehr Geld für ihre Tiere aus. Weil systemrelevant, blieben die 920 stationären Läden in Deutschland durchgängig auf.

Tierärzte im Supermarkt
Künftig will Fressnapf seine

Omnichannel-Strategie weiter ausbauen. Ziel ist es, ein komplettes Ökosystem rund ums Tier aufzubauen. Dabei setzt das Unternehmen mit Hauptsitz in Krefeld neben dem Verkauf von Produkten auch verstärkt auf Beratung und Dienstleistungen, etwa auf Tierarztpraxen in Fressnapf-Märkten. Für 2021 plant die Gruppe ein Umsatzwachstum von mehr als zehn Prozent.

Jobs in der Fläche und Zentrale
Das Unternehmen will in weitere 100 Standorte in Europa investieren – genauso wie in den Ausbau des Online-Kanals. Daher sucht Fressnapf neben Führungskräften und Organisationsexperten für seine Märkte insgesamt über 130 Mitarbeiter allein für die Unternehmenszentrale – vom Marketingmanager über den Personalentwickler bis zum Verkaufsmanager.

Quelle: Kölner Stadtanzeiger

Modeplattform About You wächst rasant

Mit Outfits für Partys, Hochzeiten und hipper Mode zum Ausgehen hat die Otto-Tochter About you seit 2014 ein rasantes Wachstum hingelegt. Jetzt stellt der Zalando-Konkurrent jede Menge Personal ein, um als Online-Modeplattform den E-Commerce europaweit aufzurollen.

Marketing- und Contentmanager, Customer Relationship-Experten und Advertiser sind nur einige der rund 360 Stellen, die der Online-Modehändler About you derzeit anbietet. Er tritt mit dem Ziel an, zur führenden Modeplattform aufzusteigen – am liebsten weltweit. 2014 von Tarek Müller, Hannes Wiese und Sebastian Betz gegründet, setzte das Tochterunternehmen des Handelskonzerns Otto im Jahr 2020 bereits 1,17 Milliarden Euro mit dem Verkauf von Mode übers Smartphone um.



In ganz Europa aktiv

Schon heute ist der Senkrechtstarter auf 23 europäischen Märkten unterwegs und zählt mehr als 30 Millionen aktive „Nutzer“ – darunter vor allem modebewusste Konsumenten der Generationen Y und Z, also die zwischen 1980 und 2012 Geborenen. Nach der Ausdehnung des Geschäfts nach Osteuropa geht es zurzeit vor allem darum in West- und Nordeuropa noch präsenter zu werden.

Second hand-Plattform folgt

Von Anfang an setzte About You auf junge Zielgruppen, die mithilfe von Influencern und personalisierten Angeboten umgarnt werden. Auch das Thema Nachhaltigkeit ist angesagt: Wie Zalando baut das Modeportal derzeit eine Secondhand-Modeplattform auf, um Mode in der Kreislaufwirtschaft zu halten und will gleichzeitig mehr nachhaltig produzierte Waren ins Sortiment aufnehmen.

Wichtig: Social Media-Kompetenz

About you-Kunden sind vor allem in Sozialen Medien aktiv. Bewerber sollten sich mit der Zielgruppenansprache in den Kanälen auskennen.

Software für Online-Shops

Daneben setzt About you auf das B2B-Softwaregeschäft, bei dem eine selbstentwickelte Software für Online-Shops lizenziert wird. In diesem Feld treten die Hamburger gegen Konkurrenten wie Salesforce, Shopify und SAP an. Ihr vorläufig größter Kunde im B2B-Softwaregeschäft ist bislang der Mutterkonzern Otto Group.

Quelle: Kölner Stadtanzeiger

Fotos: Pixvels, Stefan Bonness



BCG sucht 800 Berater

Von der Strategieberatung zum breit aufgestellten Alleskönner: Mit der Diversifizierung seiner Geschäftsfelder hat es BCG global zur Nummer zwei nach McKinsey gebracht – und sucht allein in 2021 in Deutschland und Österreich 800 neue Berater. Hier kommen 40 Prozent des Umsatzes aus der Restrukturierung und Transformation, weitere 40 Prozent aus „Digital & Analytics“. Diese Geschäftsfelder, aber auch der Aufbau von Strukturen und Prozessen für mehr Krisen-Resilienz, der Umgang mit der Klimakrise und das Geschäftsfeld „Risk & Compliance“ zählen 2021 zu den Wachstumstreibern. Quellen: Consultancy.eu; BCG

jobguide

News

Company

Allianz Beratungs- und Vertriebs-AG

Dieselstr. 11_85774 Unterföhring_www.allianz-vertrieb.de

Die Gesellschaft. Gegründet im Jahr 1890 ist die Allianz ein Teil deutscher Wirtschaftsgeschichte. Seit 2005 existiert die Allianz Deutschland AG als Führungsgesellschaft über den operativen Gesellschaften hierzulande: der Allianz Versicherungs-AG, der Allianz Lebensversicherungs-AG, der Allianz Private Krankenversicherungs-AG und der Allianz Beratungs- und Vertriebs-AG. Darüber hinaus unterhält die Allianz Deutschland AG Kooperationen mit der spanischen Banco Santander, der Commerzbank, der Oldenburgischen Landesbank sowie der Hypovereinsbank.

Muttergesellschaft der Allianz Deutschland AG wiederum ist die Allianz SE, die mit ihren weltweiten Gesellschaften unter dem Namen Allianz Group auftritt, börsennotiert ist und Mitglied im Dax und Euro-Stoxx. Vorstandsvorsitzender ist seit Mai 2015 Oliver Bäte.

Dienstleistungen und Marktbedeutung. Das Geschäft der Allianz dreht sich um drei Vs: Versicherungen, Vorsorge und Vermögen. In Deutschland ist die Allianz Versicherungs-AG zuständig für das Geschäft mit Sach-, Lebens- und privaten Krankenversicherungen und mit einem Marktanteil von rund 16,5 Prozent die größte Versicherungsgesellschaft hierzulande.

Das Bankgeschäft verteilt sich auf die Commerzbank, die Oldenburgische Landesbank (OLB), die Banco Santander und die Hypovereinsbank. Der kleinste Geschäftsbereich, das Asset Management, firmiert unter Allianz Global Investors und umfasst unter anderem die Asset Manager Pimco (Anleihen) und RCM (Aktien). Verwaltet werden Vermögenswerte für Privatpersonen und institutionelle Anleger sowie für die eigenen Tochtergesellschaften im Versicherungsbereich.

Um ihre marktführende Position zu sichern, hat die Allianz schon vor einigen Jahren angefangen, sich zunehmend vom Kostenerstatter zum Problemlöser zu entwickeln. Ein Beispiel dafür sind die sogenannten Assistance-Leistungen, mit denen die Allianz Kunden in akuten Notsituationen ganz praktisch organisatorisch unterstützt.

2019 verbuchte die Allianz Deutschland bei einem Umsatz von 42 Milliarden Euro (Vorjahr: 36,5) einen Jahresüberschuss von 2,3 (Vorjahr: 2,6) Milliarden Euro. Dazu trug das Segment Schaden- und Unfallversicherung 10,7 Milliarden Euro bei, das Geschäft mit Lebens- und Krankenversicherungen 27,7 Milliarden Euro und das Segment Krankenversicherung erzielte knapp 3,6 Milliarden Euro Umsatz. Am Gesamtumsatz der Gruppe war die Allianz Deutschland AG mit mehr als einem Viertel beteiligt.

Standorte und Mitarbeiter. Direkt am Englischen Garten in München ist der internationale Hauptsitz des Konzerns zu finden und Stuttgart ist der Hauptsitz der Lebensversicherung. Die Allianz Deutschland AG hat ihren Sitz auf dem Alli-

anz Campus in Unterföhring. Niederlassungen gibt es in Deutschland überdies in Hamburg, Köln, Berlin, Leipzig, Nürnberg und Frankfurt. Insgesamt ist der Finanzdienstleistungskonzern in mehr als 70 Ländern mit 147.000 Mitarbeitern vertreten. Davon gehören 26.400 Mitarbeiter und rund 8.200 Vertreter der Allianz Deutschland AG an.

Unternehmensorganisation. In Deutschland bildet die Allianz Deutschland AG das Dach über den operativen Gesellschaften, der Sachversicherung, Lebens- und Privaten Krankenversicherung sowie dem Bankgeschäft. Quer zu diesen vier Geschäftsbereichen sind Betrieb und Vertrieb segmentübergreifend tätig. Dabei fungiert der Betrieb als virtuelle Service-Gesellschaft und der Vertrieb ist mit den Ausschließlichkeitsvertrieben in der Allianz Beratungs- und Vertriebs-AG gebündelt.

Im Zentrum der Allianz Vertriebsorganisation stehen die Agenturen, die jeweils von selbständigen Handelsvertretern geführt werden und durchschnittlich vier bis fünf Mitarbeiter haben.

Ergänzt wird diese Vertriebsform durch eigene, fest angestellte Vertriebsmitarbeiter der Allianz, die in den Geschäftsstellen angestellt sind sowie durch den Vertrieb über das Internet, unabhängige Makler, die Filialen der kooperierenden Banken sowie über Partner in der Automobilwirtschaft.

Karriere bei der Allianz Beratungs- und Vertriebs-AG (ABV). Zentrales Element der Personalentwicklung sind bei Angestellten die jährlichen Zielvereinbarungen. Die Mitarbeiter legen im Dialog mit ihren Vorgesetzten fest, wie sie sich und ihr Aufgabengebiet weiterentwickeln wollen. Aufstiegskandidaten müssen sich zudem in regelmäßig stattfindenden Assessment-Centern bewähren.

In speziellen Förderkreisen, etwa dem Allianz Förderprogramm (AFP), qualifizieren sich Mitarbeiter aus vergleichbaren Funktionen in unterschiedlichen Themen. Gewünschter Nebeneffekt: Sie erweitern ihr

Netzwerk im Konzern. Speziell Führungskräfte und Nachwuchskräfte aus allen Gruppengesellschaften bilden sich an der Corporate University weiter. Das Allianz Management Institute (AMI) schult in Mitarbeiterführung, Kommunikation, Betriebs- und Versicherungswirtschaft.

Wer als Selbstständiger für die Allianz tätig ist, wird ebenfalls regelmäßig weitergebildet. Dies geschieht an der Allianz Außendienst Akademie, die deutschlandweit über zahlreiche Standorte verfügt und ein teils kostenloses, teils kostenpflichtiges Seminarprogramm bietet.

Junior Professionals. Die Allianz hat laufend Bedarf an Young Professionals, die quer einsteigen. Zum einen gilt dies für die Zentralfunktionen der Allianz Deutschland AG, ganz be-

CHANCEN FÜR	
Junior Professionals	+
Hochschulabsolventen	+
Abschluss-/Doktorarbeiten	+
Werkstudenten	+
Studentische Praktikanten	+
Azubis/Duales Studium	+
Schul-Praktikanten	-
Wirtschaftswissenschaftler	++
Geistes- und Sozialwissenschaftler	+
Juristen	+
Ingenieure	+
ITler	+



Optionen gibt es sowohl im Angestelltenverhältnis als auch als selbstständiger Unternehmer.

sonders viele Möglichkeiten aber offeriert das Unternehmen in der Allianz Beratungs- und Vertriebs-AG.

Hier gibt es verschiedene Optionen für eine Mitarbeit, sowohl im Angestelltenverhältnis als auch als selbstständiger Unternehmer.

Für eine selbstständige unternehmerische Tätigkeit als Ausschließlichkeitsvertreter mit einer eigenen Allianz Agentur sucht das Unternehmen Kandidaten, die einen Hochschul- oder FH-Abschluss haben oder nach einer – idealerweise kaufmännischen – Berufsausbildung bereits Praxiserfahrung als Versicherungskaufleute oder Versicherungsfachleute gesammelt haben. Wichtig ist, dass sie Spaß am Verkaufen haben oder schon Vorerfahrung aus dem Vertrieb von Versicherungen oder anderen Produkten mitbringen. Ausschließlichkeitsvertreter sind selbstständige Handelsvertreter nach § 84 HGB. Ihre Vertragsbeziehungen zur Allianz sind in einem Agenturvertrag geregelt, der durch Provisionsvereinbarungen ergänzt wird.

Wer als Branchenfremder einsteigt, durchläuft berufsbegleitend eine 24-monatige Vertriebsausbildung an der Allianz Außendienst Akademie und legt nach vier und 15 Monaten die IHK-Prüfungen ab. Nach weiteren neun Monaten steht dann der Start in einer eigenen Agentur an.

Während der Ausbildung werden Reisekosten, Verpflegung, Unterkunft und Gehalt von der Allianz abgedeckt. Die Vergütung entwickelt

sich bei den Selbstständigen im Laufe der Zeit durch wachsende Kundenbestände und zunehmendes „Vorrücken“ in der Provisionstabelle. Kandidaten, die bereits Erfahrung im Versicherungsvertrieb mitbringen, können sich schon nach drei Monaten selbstständig machen, nachdem sie zuvor eine Einarbeitung zu Produkten, Technik und dem Beratungsansatz der Allianz erhalten haben. Ausschließlichkeitsvertreter übernehmen einen bestehenden Kundenstamm, den sie ausbauen und pflegen.

Sie werden auch nach Gründung ihrer Agentur von der Allianz noch weiter unterstützt bei allen Fragen der Führung ihres Unternehmens, ihrer Weiterbildung, dem Personaleinsatz und der Ausrichtung ihrer Agentur. Ausschließlichkeitsvertreter kaufen sich nicht in ein Vertriebsgebiet ein und haben keinen Gebietsschutz, jedoch genießen sie Vertragsschutz auf eine von ihnen aufgebaute Kundenbeziehung.

Alternativ zur Selbstständigkeit gibt es auch die Möglichkeit, im Angestellten-Verhältnis in der Vertriebsorganisation der Allianz tätig zu werden. Dabei gibt es in den Geschäftsstellen verschiedene Positionen: den Geschäftsstellenleiter, der oberster Ansprechpartner für alle personellen Belange ist und Verantwortung trägt für die Vertriebspolitik und das Erreichen der Ziele.

Eine Ebene tiefer ist der Büroleiter zuständig für den betriebsorganisatorisch und technisch reibungslosen Verwaltungsablauf und den



nicht so genau wissen, in welche Richtung sie sich im Vertrieb entwickeln wollen, gibt es das Traineeprogramm Sales Management. Es bereitet perspektivisch auf unterschiedliche Funktionen im Vertrieb vor.

Der Trainee ist von Anfang an in das Team einer Allianz Agentur vor Ort eingebunden. Gleichzeitig durchläuft er die umfassende Vertriebsausbildung der Allianz, inklusive zweier IHK-Prüfungen. In der zweiten Phase vertieft der Trainee seine Vertriebskompetenz, lernt Produktdetails und wird sicherer in der Beratung der Kunden.

Um um einen Einblick in die tägliche Arbeit zu bekommen, folgt danach eine vierwöchige Hospitation in den späteren Zielfunktionen des Programms: „Selbstständiger Unternehmer“, „Produktspezialist“, „Vertriebstrainer“ oder „Führungskraft“. Im Anschluss an die Hospitationen entscheidet der Trainee, in welcher Funktion sich seine Karriere nach dem Traineeprogramm weiterentwickelt.

Darüber hinaus bietet sich das Expertenprogramm Vertrieb an, das über drei Jahre läuft und zum Beispiel münden kann in die Leitung einer Agentur des Spezialvertriebs, eine Position als disziplinarische Führungskraft im Vertrieb, in die selbstständige Führung eines Vertriebsbereichs oder in einen Einsatz als Fachspezialist.

Azubis/Duales Studium. Ausgebildet werden Kaufleute für Versicherungen und Finanzen für den Außendienst sowie Kaufleute für Büromanagement für den Vertriebsinnendienst. Außerdem gibt es Plätze für ein duales Studium mit Abschluss Bachelor Versicherung mit Ausrichtung Vertrieb. Es wird in Kooperation mit diversen Dualen Hochschulen angeboten. Ziel des Studiums ist eine Tätigkeit als Unternehmer in einer eigenen Agentur oder als Fach- oder Führungskraft im Vertrieb.

BEWERBEN

Bevorzugt über die Websites www.allianz-vertrieb.de oder www.karriere.allianz.de

ANSPRECHPARTNER

In der Vertriebsorganisation der jeweils zuständige Leiter Personalrekrutierung in der Fläche

AUSWAHLVERFAHREN

Strukturiertes Interview, Assessment-Center mit Fallstudien, Abschlussgespräch



Allianz auf Facebook



Allianz auf Twitter

Geschäftsstellen-Innendienst, dem sämtliche Verwaltungsaufgaben obliegen.

Im angestellten Außendienst gibt es neben den Kundenbetreuern ebenfalls verschiedene Führungspositionen: den Vertreterbereichsleiter, den Leiter Organisationsgebiet, den Leiter Verkaufsqualifikation und den Leiter Verkaufsregion.

Wer im Außendienst keine Führungsaufgabe übernehmen will, kann auch Spezialist werden für die Themen Vorsorge und Anlage, Sach/Privat, Bauspar- und Baufinanzierung, Krankenversicherung oder Firmengeschäft.

Hochschulabsolventen. Wer von der Hochschule kommt, steigt bei der ABV über eins der Vertriebs-Programme ein: das Allianz Management Programm Vertrieb (AMP), das Traineeprogramm Sales Management oder das Expertenprogramm Vertrieb.

Das Allianz Management Programm Vertrieb richtet sich an Hochschulabsolventen – vorzugsweise Wirtschaftswissenschaftler und Juristen –, die eine leitende Position auf der zweiten Managementebene im Vertrieb der Allianz anstreben. Dahin führt sie das Programm im Laufe von sieben Jahren. In dieser Zeit werden sie an wechselnden Standorten eingesetzt und mit Seminaren und Workshops weiterentwickelt.

Im ersten Jahr lernen sie die Produkte kennen und wie man sie verkauft, werden an der Allianz Außendienst-Akademie geschult und sind im Praxiseinsatz in einer Allianz Topagentur. Im zweiten und dritten Jahr qualifizieren sie sich zu Spezialisten für Personenversicherungsprodukte und übernehmen anschließend die fachliche Führung eines Vertreterbereichs. Parallel werden sie auf künftige Führungsaufgaben vorbereitet, die sie dann im vierten Jahr bereits tragen – etwa in zentralen Stabsabteilungen oder als Vorstandsassistent.

Bei Kandidaten dieses Programms sind die Soft Skills besonders wichtig: Sie müssen aktiv auf Gesprächspartner zugehen können, aufgeschlossen, kontaktfreudig und konfliktfähig sein und gut argumentieren können. Zudem müssen sie analytisch und strategisch denken und selbstständig und strukturiert arbeiten können.

Für Hochschulabsolventen mit Verkaufstalent, die zu Beginn noch



Ziel

Mit Strategie und
Fingerspitzengefühl
Karriere machen!

**Kundenbegeisterter
gesucht:
Konzentriert, mit
Ausdauer und guter
Reaktion, immer am Ball**

Anja Behle, Trainee im Führungskräftenachwuchs der Allianz und begeisterte Volleyballspielerin.

**Ihre Stärken – Ihre Zukunft:
Als Trainee zur Allianz.**

Sie suchen den nächsten Karriereschritt, um Ihre Erfahrungen und Kompetenzen einzubringen? Dann entdecken Sie die flexiblen und vielfältigen Perspektiven im Vertrieb der Allianz.

Jetzt informieren unter:
kundenbegeisterter-gesucht.de



Für uns zählen Ihre Qualifikationen und Stärken. Deshalb ist jeder unabhängig von sonstigen Merkmalen wie z. B. Geschlecht, Herkunft und Abstammung oder einer eventuellen Behinderung willkommen.

Baum, Reiter & Collegen Rechtsanwaltskanzlei

Benrather Schlossallee 101_40597 Düsseldorf_02 11-83 68 05-70_www.baum-reiter.de

Die Gesellschaft. 2001 gründeten die Rechtsanwälte Julius Reiter und Olaf Methner ihre Rechtsanwaltskanzlei, in die 2006 der ehemalige Bundesinnenminister Gerhart Baum als Seniorpartner eintrat. Bereits zuvor bestand eine enge Kooperation mit Baum.

Dienstleistungen und Marktbedeutung. Baum, Reiter & Collegen ist eine Kanzlei, die sich einen Namen gemacht hat durch ihre Spezialisierung auf Bank- und Kapitalmarktrecht, IT-Recht und Compliance-Beratung. Ein besonderes Markenzeichen der Kanzlei ist, dass sie auf dem Gebiet des Bank- und Kapitalmarktrechts ausschließlich Anleger und Bankkunden vertritt, die ihre Interessen gegen Kreditinstitute, Versicherungen und Fondsgesellschaften durchsetzen wollen, wenn es um Falschberatung und gescheiterte Kapitalanlagen geht. So vertritt die Kanzlei zahlreiche geschädigte Käufer von Lehman-Zertifikaten, aber auch Kommunen und Unternehmen, die im Zuge ihres Zinsmanagements durch falsche Beratung von Banken Verluste

erlitten haben. Auch auf politischer Ebene engagiert sich die Kanzlei seit Jahren für eine Verbesserung des Anlegerschutzes.

In verfassungsrechtlichen Fragen werden die Rechtsanwälte Reiter und Methner immer wieder als Sachverständige im Gesetzgebungsverfahren hinzugezogen. Darüber hinaus hat die Kanzlei erfolgreich Beschwerden vor dem Bundesverfassungsgericht erhoben, darunter gegen die Online-Durchsuchung, die Vorratsdatenspeicherung und die Neufassung des BKA-gesetzes.

Daneben berät die Sozietät ihre Klienten bei arbeitsrechtlichen Problemen sowie bei Themen des Datenschutzes und IT-Rechts. Hier erfährt neuerdings zum Beispiel das Thema Datenschutz und Datensicherheit in Fahrzeugen zunehmende Aktualität.

Ein wichtiges Betätigungsfeld ist seit Jahren auch der Opferschutz. So setzt sich die Kanzlei etwa für die Hinterbliebenen des Germanwings-Absturzes vom März 2015 ein und vertritt Verletzte und Angehörige der Loveparade-Katastrophe in Duisburg.

jobguide

Standorte und Mitarbeiter. Neben den Sozisten sind insgesamt 27 Mitarbeiter für die Kanzlei tätig, darunter zwölf angestellte Rechtsanwälte.

Karriere bei Baum, Reiter & Collegen. Assessoren steigen nach ihrem zweiten Staatsexamen als Associate ein. Jedem angestellten Anwalt steht die Chance offen, gleichberechtigter Partner zu werden, wenn er im Laufe seiner Tätigkeit zeigt, dass er unternehmerisch denkt und

die Kanzlei gewinnbringend weiterbringen kann. Die Kanzlei unterstützt individuelle Weiterbildungsmaßnahmen, insbesondere werden Fachanwaltslehrgänge finanziert.

Junior Professionals. Baum, Reiter & Collegen sucht generell nach erfahrenen Juristen. Eine Tätigkeit mit wirtschaftsrechtlichem Schwerpunkt – vor allem eine Spezialisierung im Bank- und Kapitalmarktrecht – ist von Vorteil.

Hochschulabsolventen. Zur Ergänzung des Anwalts Teams werden einzelne Volljuristen eingestellt. Überdurchschnittliche Examina und sehr gute Kenntnisse in mindestens einer Fremdsprache sind erwünscht. Eine abgeschlossene Ausbildung zum Bankkaufmann oder eine durch praktische Tätigkeit nachgewiesene Affinität zum Wirtschaftsrecht sind vorteilhaft, jedoch keine ausschließende Bedingung: Auch Bewerber mit geringen wirtschaftsrechtlichen Vorkenntnissen haben gute Chancen, wenn sie sich engagiert in für sie neue Rechtsgebiete einarbeiten wollen und können. Die Höhe des Einstiegsgehalts ist Verhandlungssache und hängt unter anderem von Qualifikationen wie Examensnoten, Doktor- oder LL.M.-Titel ab.

Referendare. Pro Jahr bildet die Kanzlei mindestens zwei Referendare aus. Bei der Auswahl gelten ähnliche Kriterien wie bei der Einstellung von Absolventen. Eine Vergütung während der Wahlstage ist verhandelbar. Wer sich bewährt, hat gute Chancen, nach dem zweiten Examen übernommen zu werden.

Praktikanten. Pro Jahr können ein bis zwei Jurastudenten im Grundstudium und ein bis zwei Jurastudenten im Hauptstudium ein Praktikum in der Kanzlei absolvieren. Die Vergütung wird auch hier im Einzelfall verabredet. Zudem bietet die Kanzlei pro Jahr zwei Plätze für Schüler, die vor allem im Bereich Büroorganisation eingesetzt werden und eine Woche bleiben.

Azubis. Ausgebildet werden Rechtsanwaltsfachangestellte. Pro Jahr wird eine Stelle besetzt, jeweils für den Start im September/Oktober.

BEWERBEN

Unter Bezugnahme auf den Jobguide vorzugsweise per E-Mail

ANSPRECHPARTNER

Hochschulabsolventen, Referendare, studentische Praktikanten: Olaf Methner, kanzlei@baum-reiter.de

Für alle anderen: Maja Beyerlein, bewerbung@baum-reiter.de

AUSWAHLVERFAHREN

Interviews

KOMPETENZ & CHARAKTER

Wir suchen Hochschulabsolventen, die zu uns passen: Mit Interesse an unseren Rechtsgebieten und Charakterstärke.



Julius Reiter vor einem Bild von Gerhart Baum zu dessen Zeiten als Bundesinnenminister

baum ■ reiter & collegen

Rechtsanwälte

Als Spezialisten für

Bank- und Kapitalmarktrecht vertreten wir die Interessen von Mandanten, die von der Finanzwirtschaft, vor allem von Banken, geschädigt wurden.

Gesellschafts- und Arbeitsrecht lösen wir Probleme, die besondere Expertise benötigen.

IT- und Datenschutzrecht beraten wir Unternehmen und leisten Aufklärungsarbeit in Bespitzelungs- und Datenaffären.

www.baum-reiter.de

Bertelsmann SE & Co. KGaA

Carl-Bertelsmann-Straße 270_33311 Gütersloh_0 52 41-80-0_www.bertelsmann.de



Die Gesellschaft. Als einziges europäisches Medienunternehmen hat das US-Magazin Fortune Anfang 2017 Bertelsmann in die Liste der „World’s Most Admired Companies“ aufgenommen. Das dürfte der Bertelsmann-Vorstand als Bestätigung seiner Strategie auffassen, denn er hat in den vergangenen Jahren das Ziel verfolgt, das Unternehmen wachstumsstärker, digitaler, internationaler und diversifizierter zu machen. Bis 2020 sollen nun noch einmal mehrere Milliarden Euro in die Wachstumsgeschäfte investiert und damit die internationalen Aktivitäten, vor allem in Brasilien, Indien, China und den USA ausgebaut werden.

Bertelsmann ist mehr als 180 Jahre alt und hat sich in dieser Zeit stark gewandelt. Nachdem der Drucker und Buchbinder Carl Bertelsmann 1835 seinen Verlag gegründet hatte, ging es in den ersten rund 100 Jahren der Unternehmensgeschichte zunächst um christliche Veröffentlichungen und Druckwerke zur Philologie, Geschichte sowie um Jugendliteratur und Missionsschriften.

Schon Heinrich Mohn erweitert ab 1921 nach und nach das Programm, aber mit seinem Sohn Reinhard Mohn beginnt nach dem Krieg eine ganz neue Ära in der Unternehmensgeschichte. Mit der Gründung des Leseringes legt er den Grundstein für den heutigen weltweit operierenden Konzern.

Bis heute ist der Name Reinhard Mohn zum einen verbunden mit der Diversifizierung in viele weitere Medien- und Geschäftsbereiche, aber auch mit der Entwicklung einer partnerschaftlichen Unternehmenskultur.

Insbesondere seit den 80er Jahren dringt das Unternehmen energisch in neue Märkte vor: Der Einstieg ins Privatfernsehen in Deutschland 1984, und zwei Jahre später die Akquisitionen von Doubleday und RCA in den USA, Investitionen in Ostdeutschland und Osteuropa nach dem Fall des „Eisernen Vorhangs“ sowie die Übernahme der Mehrheit an der RTL Group im Jahr 2001 markieren diese Zeit.

Als 2012 Thomas Rabe den Vorstandsvorsitz des Konzerns übernimmt, kommt es zu weiteren bedeutenden Transaktionen wie dem Zusammenschluss von Penguin und Random House zur weltweit führenden Publikumsverlagsgruppe sowie den Komplettübernahmen von BMG und Gruner + Jahr. Überdies gelingt mit einer Reihe von Akquisitionen und Beteiligungen in den USA, Asien und Lateinamerika der Einstieg in den Bildungsmarkt.

Dienstleistungen und Marktbedeutung. Im Zuge der neuen Strategie des Bertelsmann-

CHANCEN FÜR	
Junior Professionals	++
Hochschulabsolventen	++
Abschluss-/Doktorarbeiten	+
Werkstudenten	+
Studentische Praktikanten	++
Azubis/Duales Studium	++
Schul-Praktikanten	+
Wirtschaftswissenschaften	++
Geisteswissenschaften	++
Medienmanagement	++
(Wirtschafts-) Informatik	++

Vorstands sind entlang der Säulen Medien, Dienstleistungen und Bildung acht Unternehmensbereiche entstanden: 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 Fonds-Netzwerk Bertelsmann Investments.

Die RTL Group gehört zu den größten Medienunternehmen in Europa und ist beteiligt an 31 Radiostationen sowie 60 Fernsehsendern, die in vielen Ländern unter diversen RTL-Marken laufen und in Deutschland auch Sender wie Vox, N-TV und Geo Television umfassen. Darüber hinaus ist das Unternehmen als Anbieter von Content tätig, produziert, lizenziert und vertreibt zusammen mit seiner Tochtergesellschaft Fremantle Media Nachrichtensendungen, Spielfilme und Serien. Zudem ist die RTL Group in Europa eines der führenden Unternehmen im Geschäft mit Online-Videos und der Technologie für deren werbliche Vermarktung.

Penguin Random House ist die weltweit größte Gruppe von Publikumsverlagen. Sie ist auf fünf Kontinenten mit mehr als 250 Verlagen aktiv, zu denen traditionsreiche Namen wie Doubleday und Alfred A. Knopf in den USA, Ebury und Transworld in Großbritannien, Plaza & Janés in Spanien und Sudamericana in Argentinien gehören. Jedes Jahr veröffentlicht Penguin Random House mehr als 15.000 neue Titel und verkauft knapp 800 Millionen Bücher, E-Books und Hörbücher.

Mit Titeln wie Stern, Brigitte, Geo, Capital, Gala, Eltern, Essen & Trinken, National Geographic und PM ist das Druck- und Verlagshaus Gruner + Jahr vor allem in Deutschland sehr bekannt. Im stark wachsenden Digitalgeschäft besetzen publizistische Websites des Hamburger Verlags führende Positionen in den Segmenten Frauen, Familie, People, Living, Food, Wissen und News.

2008 gründete Bertelsmann mit BMG ein Musikunternehmen, das Veröffentlichungs- und Aufnahmerechte von Künstlern auf digitalem Wege international vermarktet. Inzwischen ist BMG nach Aussage des Unternehmens bereits der viergrößte Musikverlag der Welt. Mit 14 Niederlassungen in zwölf wichtigen Musikmärkten vertritt BMG

mittlerweile über 2,5 Millionen Titel und Aufnahmen sowie Tausende von Künstlern und Komponisten.

Arvato übernimmt als Business Process Outsourcing-Dienstleister die unterschiedlichsten Geschäftsprozesse seiner Kunden in mehr als 40 Ländern. Dazu gehören die Betreuung von Kundenbindungsprogrammen, Finanzdienstleistungen sowie Cloud Computing, aber auch das Management von Liefer- und Versorgungsketten.

Seine Druckaktivitäten hat Bertelsmann Anfang 2016 in der Bertelsmann Printing Group gebündelt, die Druckereien in Deutschland, Großbritannien und den USA betreibt. Neben Tiefdruck und Offsetdruck für hohe Auflagen von Zeitschriften, Katalogen, Prospekten und Büchern kommt auch digitale Drucktechnik bei individuellen Projekten wie Verpackungen und kleineren Auflagen zum Einsatz.

Seine Bildungsaktivitäten hat das Unternehmen in der Bertelsmann Education Group zusammengefasst. Zu dieser gehören unter anderem die Bildungsanbieter Relias Learning und Udacity sowie der Online-Bildungsdienstleister HotChalk. Inhaltlich geht es dabei vor allem um Bildungs- und Dienstleistungsangebote in den Sektoren Gesundheit und Technologie. Auf diesen Feldern arbeitet das Unternehmen daran, mit berufsbezogenen Weiterbildungsangeboten dem drohenden Fachkräftemangel in diesen Branchen entgegenzuwirken.

Weltweit, vor allem in Brasilien, China, Indien und den USA hat Bertelsmann in rund 130 Start-Ups investiert und seine Beteiligungen im Bereich Bertelsmann Investments zusammengefasst.

2016 steigerte der Konzern bei einem Umsatz von 17 Milliarden Euro seinen Gewinn um 2,6 Prozent auf 1,14 Milliarden Euro.

Standorte und Mitarbeiter. Das Unternehmen ist mit 116.000 Mitarbeitern in rund 50 Ländern tätig. Der mitarbeiterstärkste Unternehmensbereich ist dabei Arvato mit beinahe 70.000 Mitarbeitern. Die internationale Ausrichtung des Konzerns spiegelt sich auch unter seinen Mitarbeitern wider: Allein das Top-Management von Bertelsmann besteht aus Mitgliedern sechs verschiedener Nationalitäten.

Karriere bei Bertelsmann. Das Unternehmen bietet die Möglichkeit,



sich über die Grenzen der Konzerngesellschaften und Länder hinweg, aber auch zwischen Funktionen zu entwickeln. Dabei kann die Karriere in einer Führungsrolle münden, aber auch im Projektmanagement oder als Experte verfolgt werden.

Der jeweils gewählte Karriereweg wird von Weiterbildungsmaßnahmen unterstützt, die zum Teil über die konzerneigene Bertelsmann University angeboten werden. Deren Aufgabe ist es, die Kompetenzen von Mitarbeitern und Führungskräften weltweit zu entwickeln, ihre Netzwerke zu stärken sowie die Strategieumsetzung des Konzerns zu unterstützen.

Welche Maßnahmen für wen sinnvoll sind, wird in dem sogenannten Leistungs- und Entwicklungsdialog besprochen, in dem jeder Mitarbeiter von seinem Vorgesetzten eine ausführliche Rückmeldung zu seiner Leistung und seinem Verhalten erhält und ein individueller Entwicklungsplan erarbeitet wird.

Dieser jährliche Dialog ist ebenso Bestandteil der Führungskultur wie das Januargespräch, in dem Mitarbeiter in der Gruppe ihrem Vorgesetzten Feedback „von unten nach oben“ geben und damit dem Vorgesetzten helfen sollen, seine Arbeit als Führungskraft zu verbessern.

Um Frauen wie Männern die Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben zu erleichtern, hat der Konzern flexible Arbeitszeitmodelle, Vertrauensarbeitszeit und Home-Office-Regelungen eingeführt. Überdies werden Mitarbeiter mit Kindern und pflegebedürftigen Angehörigen unterstützt, sei es am Standort Gütersloh mit eigenen Kindertagesstätten oder über Kooperationen mit externen Anbietern anderenorts.

In Deutschland gehört Bertelsmann außerdem zu den Pionieren der betrieblichen Gewinnbeteiligung, denn bereits seit 1970 partizipieren alle Mitarbeiter am Gewinn des Unternehmens. Zugrunde gelegt wird dabei sowohl der Erfolg des jeweiligen eigenen Betriebes als auch der des Gesamtkonzerns. So erhielten die berechtigten Mitarbeiter für das Geschäftsjahr 2016 Gewinn- und Erfolgsbeteiligungen in Höhe von insgesamt 105 Millionen Euro.

BEWERBEN

sowohl für konkrete Ausschreibungen als auch bei Initiativbewerbungen über die Karrierewebsite www.createyourowncareer.de oder per Email. Für den Event „Talent Meets Bertelsmann“: www.talentmeetsbertelsmann.com. Für das Creative Management Program: www.creativemanagementprogram.de.

ANSPRECHPARTNER

Corporate Management Development:
Nico Rose, n.rose@bertelsmann.de;
Pamela Taylor, p.taylor@bertelsmann.de

AUSWAHLVERFAHREN

sind in den Unternehmen und Geschäftsbereichen des Konzerns jeweils unterschiedlich organisiert

Bertelsmann auf

XING

LinkedIn

Facebook

Twitter



Bertelsmann setzt sich zudem seit vielen Jahren für die Gesundheit seiner Mitarbeiter ein. Einen wichtigen Teil des Gesundheitsmanagements bilden die Abteilungen Sport und Gesundheit, der Betriebsärztliche Dienst, der Betriebssozialdienst und die Betriebskrankenkasse.

Hochschulabsolventen. Berufseinsteiger mit Hochschulabschluss haben unter anderem die Möglichkeit, sich direkt auf eine Stelle in einer der Einzelfirmen des Konzerns zu bewerben – ganz gleich, ob es dabei um eine Aufgabe in einer Strategieabteilung, im Marketing, Personal- oder Finanzwesen, Vertrieb, Supply Chain Management, der IT, dem Controlling oder in den Bereichen E-Commerce und Publishing geht.

Besonders ambitionierte Kandidaten, die neben einem exzellenten Uni-Abschluss auch Berufs- und Projektmanagement-Erfahrung sowie idealerweise eine Promotion oder einen MBA-Abschluss mitbringen, können ihre Karriere bei Bertelsmann als Assistent eines Vorstands oder Geschäftsführers (Executive Assistant) beginnen. Innerhalb von zwölf bis 18 Monaten gewinnen sie dabei einen tiefen Einblick in den Konzern oder einen der Geschäftsbereiche, gegebenenfalls auch international. Sie unterstützen die Geschäftsleitung bei strategischen und operativen Aufgabenstellungen und übernehmen Verantwortung für Projekte.

Die Tochtergesellschaft Gruner + Jahr bietet darüber hinaus ein eigenes Traineeprogramm für Kandidaten an, die neben einem sehr guten Hochschulabschluss in Wirtschaftswissenschaften auch eine hohe Affinität zur Verlagsbranche und den Medien mitbringen. Das 18-monatige Programm gibt einen Überblick über die Funktionsweise eines Verlages und umfasst Aufgaben und Projekte in den Bereichen Redaktion, Anzeigen, Vertrieb, Controlling sowie in der Verlagsleitung und einer Auslandsstation.

Erstmals schrieb Bertelsmann im April 2017 ein Traineeprogramm speziell für Geistes- und Sozialwissenschaftler aus. Mit diesem „Creative Management Program“ bereitet das Unternehmen Master-Absolventen aus den Geistes-, Sozial-, Politik-, Medien-, Sprach- und Kommunikationswissenschaften sowie aus Soziologie und journalistischen Studiengängen auf eine Management-Karriere im Konzern vor. Während 20 Monaten durchlaufen sie in Deutschland Stationen bei der Mediengruppe RTL Deutschland, der Verlagsgruppe Random House, Gruner + Jahr, BMG und weiteren Bertelsmann-Bereichen. Hier arbeiten sie jeweils an Projekten und besuchen begleitend dazu Seminare, in denen sie wirtschaftswissenschaftliche und unternehmerische Kenntnisse vermittelt bekommen.

Wichtig ist dem Unternehmen, dass Bewerber bereits über erste praktische Erfahrung in der Wirtschaft verfügen.

Abschlussarbeiten. Bertelsmann unterstützt wissenschaftliche Arbeiten mit wirtschaftlichem Bezug zu Medien. Dabei gibt das Unternehmen keine Themen vor, sondern prüft die Vorschläge von Studierenden auf Praxisrelevanz und Umsetzbarkeit. Ideal ist, wenn Studierende bereits ein Praktikum in einem Bereich bei Bertelsmann absolviert haben, der auch für die Betreuung einer Arbeit in Frage kommt und hier direkt mit ihrem Konzept an der richtigen Adresse vorsprechen können.

Praktikanten. Für Studierende im Bachelor- oder Masterstudium, die gute Noten haben und bereits erste Praxiserfahrung, bietet Bertelsmann Praktika an, die optimalerweise mindestens drei Monate dauern sollten.

Wer sich hier durch herausragende Leistungen empfiehlt, kann von seinen Betreuern für die Aufnahme in das exklusive Praktikantenbindungsprogramm „Student Challenge“ nominiert werden. In diesen ausgewählten Kreis werden immer nur zehn bis 15 internationale Top-Talente aufgenommen, die für zwei bis drei Jahre an einer Reihe von Workshops bei Bertelsmann teilnehmen können.

Azubis/Duales Studium. In ganz Deutschland bildet Bertelsmann rund 1.200 Auszubildende in unterschiedlichen Ausbildungsberufen aus. So gibt es am Standort Gütersloh zum Beispiel Ausbildungsplätze für Industriekaufleute und Fachinformatiker. Außerdem werden duale Studiengänge angeboten in International Management mit dem Abschluss Bachelor of Arts und in Wirtschaftsinformatik, der zum Bachelor of Science führt. Darüber hinaus gibt es aber noch viele weitere Ausbildungsberufe und Möglichkeiten zum dualen Studium in den Konzerngesellschaften, die sich jeweils selbst um die Auswahl der Kandidaten kümmern.

Alle Auszubildenden erhalten ihren theoretischen Unterricht am unternehmenseigenen privaten Bertelsmann Berufskolleg, das sich zugleich auch bei allen Azubis um die optimale Vernetzung von Theorie und Praxis kümmert.

Besonderheiten. Zum zehnten Mal veranstaltet Bertelsmann 2017 den internationalen Event „Talent Meets Bertelsmann“. Die Veranstaltung richtet sich an Teilnehmer aus aller Welt, die sich dafür begeistern können, in einem Umfeld, in dem Veränderungen mit sehr hohem Tempo stattfinden, die Medienwelt zu gestalten.

Das Unternehmen lädt zu diesem Event außergewöhnliche Kandidaten ein, die erkennbar kreativ und international orientiert sind sowie unternehmerisch denken. Besonders gefragt sind Bachelor-, Master- und MBA-Studenten sowie Doktoranden aus den Wirtschafts- und Geisteswissenschaften, dem Medienmanagement und der Wirtschaftsinformatik.

Sie haben während des dreitägigen Events in Berlin die Gelegenheit, in einem internationalen Team an Lösungen für reale geschäftliche Herausforderungen zu arbeiten und ihre Konzepte der Führungsspitze des Konzerns zu präsentieren. Die drei besten Teams gewinnen Preise und alle Teilnehmer haben die Chance, Teil des internationalen Bertelsmann Talent Network zu werden, dem rund 500 Mitglieder angehören.



Boehringer Ingelheim

Binger Str. 173_55216 Ingelheim am Rhein_0 61 32-77-9 32 40_www.boehringer-ingelheim.de/karriere

Die Gesellschaft. Es war eine bahnbrechende Entdeckung, die Albert Boehringer 1893 da gemacht hat: Dass er Milchsäure mit Hilfe von Bakterien in großen Mengen herstellen kann, versetzt ihn in die Lage, mit Hilfe dieses biotechnischen Verfahrens die große Nachfrage von Färbereien, Leder-, Textil- und Lebensmittelherstellern nach Milchsäure zu befriedigen. Schnell wird er zum führenden Hersteller und hinterlässt, als er 1939 stirbt, seinen Söhnen Albert und Ernst ein Unternehmen, das bereits auf eine Belegschaft von 1.500 Mitarbeitern angewachsen ist. Während des Krieges und danach werden dann neben Weinsäure, Milchsäure und Zitronensäure eine Reihe neuer Präparate eingeführt und das Unternehmen wird immer mehr zum Global Player in der forschenden Pharmaindustrie.



Zum Konzern gehören inzwischen 145 Gesellschaften auf allen Kontinenten. Trotz seiner Größe ist das Familienunternehmen bis heute nicht börsennotiert und wirtschaftlich unabhängig geblieben. 1991 wurde bewusst die Entscheidung getroffen, die Leitung des Unternehmens einem familienfremden Management zu übertragen. Die Mitglieder der Gründerfamilie sind jedoch weiter im Gesellschafterausschuss tätig, der das Management beaufsichtigt.

Produkte und Marktbedeutung. Boehringer Ingelheim forscht, entwickelt, produziert und vertreibt Medikamente für die Human- und Tiermedizin und gehört nach Aussage von IMS Health Umsatzmäßig zu den 20 führenden Pharmaunternehmen der Welt. Zum Portfolio gehören unter anderem Medikamente gegen Herz-Kreislauf-Erkrankungen, Atemwegserkrankungen, Erkrankungen des Zentralen Nervensystems, Stoffwechselerkrankungen, Immunologische Erkrankungen und für den Einsatz in der Onkologie. Außerdem hat Boehringer Ingelheim ein großes Portfolio an Medikamenten für die Veterinär-Medizin.

Neben eigener Forschung, in die das Unternehmen im Jahr 2015 rund drei Milliarden Euro investierte, gibt es eine feste Zusammenarbeit mit externen Partnern mittelständischen Biotech-Unternehmen, aber auch akademischen Instituten und kleinen Startups.

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

Im Geschäftsjahr 2016 verzeichnete der Konzern einen Umsatz von rund 15,9 (Vorjahr: 14,8) Milliarden Euro und erzielte damit einen Jahresüberschuss von 1,85 (1,57) Milliarden Euro.

Standorte und Mitarbeiter. Insgesamt beschäftigt Boehringer Ingelheim weltweit mehr als 45.700 Menschen in 100 Ländern. Das Produktionsnetzwerk besteht aus 20 Standorten in elf Ländern. Außer der Unternehmenszentrale, in der 800 Mitarbeiter tätig sind, und der Produktion in Ingelheim, hat das Unternehmen in Deutschland noch Standorte in Biberach an der Riss, Dortmund und Hannover. Insgesamt sind es hierzulande 14.900 Mitarbeitende. Viele von ihnen gehören zur Boehringer Ingelheim Pharma GmbH & Co. KG, die die Aktivitäten an den Standorten Ingelheim und Biberach umfasst. Dabei sind in Ingelheim Produktion und Vertrieb konzentriert und das Werk in Baden-Württemberg fokussiert sich auf Forschung und Entwicklung sowie biopharmazeutische Entwicklung und Herstellung.

In Dortmund fertigt die Boehringer Ingelheim MicroParts GmbH Komponenten und Systeme mit Mikrostrukturen für die Biomedizin. Und die Boehringer Ingelheim Vetmedica GmbH ist spezialisiert auf Präparate für landwirtschaftliche Nutztiere, Pferde, Hunde und Katzen. Han-



nover ist der Standort des Boehringer Ingelheim Veterinary Research Center, in dem an innovativen Impfstoffen für Nutztiere geforscht wird.

Karriere bei Boehringer Ingelheim. Die beruflichen Entwicklungsmöglichkeiten der Mitarbeiter zu nutzen, nimmt in der Unternehmensstrategie einen besonderen Stellenwert ein und wird im Rahmen des Talent Managements umgesetzt. Regelmäßig werden zwischen Mitarbeiter und Führungskraft standardisierte Gespräche geführt und Maßnahmen vereinbart, die die Karriereziele und Leistungsentwicklung der Mitarbeiter mit Maßnahmen zur beruflichen Qualifizierung unterstützen. Wer Potenzial zeigt, eine Fach- oder Führungsaufgabe zu übernehmen, wird zusätzlich durch maßgeschneiderte Schulungsprogramme gefördert. Fach- und Führungskräfte haben außerdem die Möglichkeit, lang- oder kurzfristige internationale Einsätze zu absolvieren und länderübergreifend in Projekten zu arbeiten, durch die sie zusätzliche Erfahrung sammeln und ihre Perspektiven und Fähigkeiten weiter formen.

Junior Professionals und Hochschulabsolventen. In Deutschland werden jährlich zwischen 80 und 100 Hochschulabsolventen aus sehr unterschiedlichen Fachrichtungen eingestellt. Der Schwerpunkt am Standort Biberach liegt dabei auf promovierten Naturwissenschaftlern für die Forschung und Entwicklung sowie Fachkräften und Ingenieuren für die Prozesskette in der Biopharmazie. In Ingelheim werden überwiegend promovierte Naturwissenschaftler und Ingenieure für Produktion und Technik beziehungsweise Pharma-Herstel-

lung, Supply Chain Management und Logistik benötigt. Daneben finden auch Informatiker, Wirtschaftsingenieure und Betriebswirte diverse Einsatzmöglichkeiten.

Zum Einstieg bietet es sich an, sich direkt auf eine ausgeschriebene Position zu bewerben, um dann nach einer intensiven Einarbeitungsphase und Training-on-the-job-Maßnahmen Verantwortung zu übernehmen in dem angestrebten Fachbereich.

Alternativ gibt es in den Bereichen Animal Health, Biopharmaceuticals, Engineering, Finance and Controlling, Human Resources, Marketing and Sales, Market Access/Health Economics, Pharma Production, Purchasing sowie Supply Chain Management die Möglichkeit, ein bereichsbezogenes Traineeprogramm zu durchlaufen, das maximal zwei Jahre dauert. Während dieser Zeit arbeiten die Trainees an Projekten, die teilweise auch Auslandsgesellschaften betreffen können, und bauen sich ein abteilungs- und fachübergreifendes Netzwerk auf.

Für Kandidaten mit abgeschlossener Promotion gibt es darüber hinaus in den Geschäftsbereichen Forschung und Entwicklung zahlreiche „Post-Doc“-Stellen.

Abschlussarbeiten. Wer im Unternehmen eine Abschlussarbeit schreiben möchte, sollte sich auf eine Ausschreibung in der Stellenbörse bewerben. Betreut werden Bachelor- und Masterarbeiten in den Bereichen Biopharmazie, Chemie und Pharma, Einkauf/Purchasing, Finanzen und Controlling, Forschung und Entwicklung, Human Resources, Engineering, Marketing und Sales, Supply Chain Management/Logistics. Ein paralleles Praktikum ist nicht vorgesehen, kann



aber in Einzelfällen vereinbart werden. Die Abschlussarbeiten werden differenziert nach Bachelor- und Master-Thesis vergütet.

Praktikanten. In den Unternehmensbereichen, in denen Abschlussarbeiten betreut werden, nimmt Boehringer Ingelheim auch für zwei bis sechs Monate Praktikanten aus den Natur-, Ingenieur- und Wirtschaftswissenschaften sowie der Informatik auf.

Für angehende Pharmazeuten bietet das Unternehmen besondere Möglichkeiten, ihr praktisches Jahr in Ingelheim oder Biberach zu absolvieren. Der Einsatz kann dann zum Beispiel im Bereich Drug Delivery in Ingelheim stattfinden, dem Kompetenzzentrum für die Entwicklung inhalativer Darreichungsformen im Konzern. Hier bearbeiten die Praktikanten Projekte in der Entwicklung von neuen Präparaten, Geräten oder therapeutischen Systemen. Alternativ gibt es Einsätze in der Pharmazeutischen Forschung und Entwicklung in Biberach, wo es um die Entwicklung, Herstellung und Verpackung von festen und flüssigen oralen und parenteralen Darreichungsformen zur Anwendung an Mensch und Tier geht. Drittens bietet sich die Mitarbeit in der Pharma-Herstellung in Ingelheim innerhalb der Prüfung und Qualitätssicherung von Arzneimitteln und viertens im Bereich Biopharmazeutika in Biberach, wo Europas größte biopharmazeutische Anlage zur Herstellung von therapeutischen Proteinen, monoklonalen Antikörpern und Enzymen aus Zell-Kulturen steht.

Azubis/Duales Studium. Zur Wahl stehen Ausbildungsplätze in rund 30 verschiedenen kaufmännischen, naturwissenschaftlichen und technischen Berufen. Außerdem gibt es duale Studiengänge, die zum Bachelor of Arts in BWL mit Ausbildung zum Industriekaufmann,

oder in „International Business“ führen. Alternativ kann der Bachelor of Engineering in Informationstechnik, Technischem Management, Maschinenbau oder Maschinenbau/Produktionstechnik erlangt werden. Der Bachelor of Science kann in Wirtschaftsinformatik oder Medizinischer Informatik angestrebt werden. Je nach Standort und Beruf sind Bewerbungen bereits im Mai/Juni eines Jahres möglich; die Auswahlverfahren beginnen dann immer jeweils im September für das Folgejahr.

BEWERBEN

Onlinebewerbungen über das Bewerberportal mit Bezugnahme auf den Jobguide.

ANSPRECHPARTNER

Karrierefragen können gerichtet werden an jana.von_puttkamer@boehringer-ingelheim.com

AUSWAHLVERFAHREN

Telefoninterview, Bewerbungsgespräch, gegebenenfalls auch ein Auswahltag

Boehringer Ingelheim auf



Stark verwurzelt und weit verzweigt. Auch in der Forschung und Entwicklung.

Wir sind eines der 20 führenden Pharmaunternehmen weltweit. Unabhängig. Familiengeführt. Die Wurzeln unseres Erfolgs liegen in der eigenen Forschung und Entwicklung: Rund 8.000 unserer mehr als 47.700 Mitarbeitenden arbeiten hoch qualifiziert und motiviert an innovativen Arzneimitteln. Zum Beispiel an Produkten im Bereich der Herz- Kreislauf-, Stoffwechsel- und Atemwegserkrankungen, Onkologie oder Erkrankungen des zentralen Nervensystems. Sie sorgen dafür, dass wir auch in Zukunft Menschen ein gesünderes Leben ermöglichen – als wachsendes Unternehmen voller Innovationen.

Wir sind Boehringer Ingelheim.

Wachsen Sie mit uns:
www.boehringer-ingelheim.de/karriere



Deutsche Post DHL Group

Charles-de-Gaulle-Str. 20_53113 Bonn_de.dpdhl.jobs



Die Gesellschaft. So könnte unsere virtualisierte Welt im Jahr 2025 aussehen: Datenbrillen, smarte Kontaktlinsen und andere Wearables gehören zu unserem Alltag. Intelligente Avatare sind unsere Einkaufsberater und erwerben für uns selbstständig Güter des täglichen Bedarfs. Web-Shops passen ihre Angebote in Echtzeit an unsere Kundenprofile an und die Avatare präsentieren uns interessante Produkte in „Personal-Shopping-Hubs“. Auch der stationäre Handel und die Showrooms der Onlineshops arbeiten mit Simulationen, die auf uns als Kunden zugeschnitten sind. Die Auslieferung unserer Bestellungen geschieht in den Metropolen noch am selben Tag. Händler und Logistiker können auf Basis von exakten Kundendaten den Bedarf oftmals vorhersagen. Einige Waren schicken sie über automatisierte Lösungen wie Drohnen, bisweilen bevor der Kunde überhaupt bestellt hat.

Dieses ist eins der Szenarien, die die Deutsche Post DHL Group im Rahmen der Studie „Global E-Tailing 2025“ zusammen mit Forschern und Managern aus Logistik und Handel erstellt hat. Das Unternehmen wolle sich nicht von globalen Entwicklungen und Trends überraschen lassen, sondern die Zukunft aktiv mitgestalten, erklärt Vorstandschef Dr. Frank Appel dazu in einem Interview.

Dass sich die ehemalige Deutsche Post zu einem Global Player entwickelte, der sich über weltweite Trends intensiv Gedanken machen muss, begann Ende der 90er Jahre mit der Über-

nahme von Danzas. Das Schweizer Unternehmen brachte ein Logistiknetz über alle Kontinente ein. Im gleichen Jahr wurde die amerikanische Air Express International erworben, die über Niederlassungen in 135 Ländern verfügte und neben integrierter Logistik und multimodalem Verkehr auch Lagerhaltung, Distribution, Zollabfertigung und IT-gestützte Logistikdienstleistungen anbot.

Der Börsengang der Deutsche Post AG im Jahr 2000 ermöglichte dann weitere große Schritte auf dem Weg der Internationalisierung. So wurde der US-Logistiker DHL eine 100-prozentige Tochter. Das Unternehmen war 1969 in Kalifornien gegründet worden und schnell zu einem global tätigen Dienstleister gewachsen, der von Paketzustellung über Express-, Straßen-, Luft- und Seetransporte bis zum Management industrieller Lieferketten ein breites Portfolio hatte.

Eine Großakquisition im Volumen von 5,5 Milliarden Euro war dann 2005 noch einmal die Übernahme des britischen Unternehmens Exel, das in 135 Ländern vor allem Transport- und Logistiklösungen für Großkunden anbot. Seit 2009 agiert der Konzern nun unter dem Namen Deutsche Post DHL.

Dienstleistungen und Marktbedeutung. Die Unternehmensgruppe ist in vier operative Bereiche gegliedert, die durch eigene Zentralen koordiniert werden. Der Unternehmensbereich Post & Paket Deutschland stellt allein hierzu-

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

lande werktäglich rund 55 Millionen Briefe zu, bietet Dialogmarketing-Dienstleistungen vom Adressmanagement über Konzeption und Kreation bis hin zu Druck, Versand, Response-Steuerung und Erfolgskontrolle sowie digitalen und physischen Versand an. Für Geschäftskunden bietet das Unternehmen darüber hinaus die Brief-Zustellung in europäischen Märkten. Und am nationalen Markt der Paketzustellung ist DHL mit über 40 Prozent beteiligt.

Im Geschäftsbereich Express werden international zeitgenaue Kurier- und Expressdienstleistungen für Geschäfts- und Privatkunden angeboten. Dabei kann es sowohl um Dokumente als auch um „Medical Express“ für die Life Sciences- und Healthcare-Branche gehen, wenn temperaturkontrollierte, gekühlte oder gefrorene Inhalte in Thermoverpackungen zeitgenau befördert werden müssen oder für die Hightechindustrie technische Produkte beim Nutzer abgeholt, zur Reparatur gebracht und danach wieder ausgeliefert werden.

Global Forwarding und Freight sind die Geschäftsbereiche, die sich im Konzern um das Geschäft mit Luftfracht, Seefracht und Straßentransporten kümmern. Das Angebot reicht von Containertransporten bis zu spezialisierten Komplettlösungen für Industrieprojekte.

Zum Unternehmensbereich Supply Chain gehört alles, was mit Kontraktlogistik für Unternehmenskunden zu tun hat – von der Lagerhaltung über den Transport bis zu Mehrwertleistungen. In diesen Bereich gehört auch das Geschäftsfeld Williams Lea, der sich

als Spezialist für „Corporate Information Solutions“ um Dokumentenmanagement, Marketing und Kundenkorrespondenz kümmert.

2020 erreichte der Konzern bei einem Umsatz von 66,8 (Vorjahr: 63,3) Milliarden Euro ein Ergebnis von 2,97 (2,62) Milliarden Euro.

Standorte und Mitarbeiter. Am Hauptsitz in Bonn und zahlreichen weiteren nationalen und internationalen Standorten werden rund 572.000 Mitarbeiter in über 220 Ländern und Territorien beschäftigt – davon rund 42 Prozent in Deutschland. In Troisdorf bei Bonn betreibt das Unternehmen das DHL Innovation Center, ein Forschungs- und Entwicklungszentrum, in dem aus logistischen Zukunftstrends neue, marktfähige Produkte entwickelt und Projekte mit Innovationspartnern wie IBM, Intel und SAP realisiert werden. Daneben pflegt das DHL Innovation Center Partnerschaften mit den Logistikinstituten des Massachusetts Institute of Technology (MIT) in Boston und Saragossa und den deutschen Fraunhofer-Instituten.

Karriere bei Deutsche Post DHL. Viele Mitarbeiter des Unternehmens sind im Laufe ihrer Karriere in unterschiedlichen Rollen tätig – einige haben etwa als Trainees oder Lagerfachkräfte angefangen, dann in verschiedenen Abteilungen und Divisionen – häufig sogar in unterschiedlichen Ländern – gearbeitet und sind heute Senior Experten in ihrem Fachbereich oder Führungskräfte. Zentrale Programme zur





Förderung des Mitarbeiterengagements wie sogenannte „Certified“-Programme helfen den Mitarbeitern dabei, sich zu Spezialisten in ihrem Fachgebiet zu entwickeln.

Das Unternehmen fördere Talente und deren Weiterentwicklung, schaffe Leistungsanreize und belohne Bestleistungen, sagt Katrin Tremel, die zuständig ist für das Traineeprogramm. Auch durch flexible Arbeitskonzepte und eine Kultur der Offenheit und des Respekts sowie durch aktive Führung und eine Vielzahl von Entwicklungsprogrammen unterstütze das Unternehmen seine Mitarbeiter dabei, ihr Potenzial zu entfalten, sagt die Personalmanagerin.

Junior Professionals/Hochschulabsolventen. Neben einem DirektEinstieg bietet das Unternehmen für Hochschulabsolventen auch das Traineeprogramm GROW. Während 18 Monaten, zu dem auch ein Auslandseinsatz gehört, legen die Trainees den Schwerpunkt auf einen selbstgewählten Fachbereich und durchlaufen darin zwei von drei Programmphasen.

Zur Wahl steht eine Vielfalt an Karrierewegen in den Fachbereichen Leadership Operations/Operations, Marketing, Sales, Human Resources, Projektmanagement IT, Finance, Business Development/Strategy sowie in verschiedenen Zentralfunktionen des Unternehmens.

Jeder Trainee wird von einer erfahrenen Führungskraft als Mentor unterstützt. Darüber hinaus werde die Entwicklung der Trainees durch anspruchsvolle Projekte, gezielte Qualifizierung und ein internationales Netzwerk gefördert, erläutert Katrin Tremel.

Für Absolventen mit expliziten Führungsambitionen gibt es zusätzlich das Programm LEAD, für das bundesweit insgesamt 50 Positionen im Jahr zur Verfügung stehen. Die Teilnehmer werden in drei Programmphasen an eine Führungsaufgabe im Brief- und Paketgeschäft sowie im Bereich Supply-Chain-Management herangeführt. Dabei lernen sie die Logistikprozesse und zugehörigen Kennzahlen kennen und erhalten nebenbei Führungs- und Kommunikationstrainings. Betreut werden sie während der 18 Monate vom Programmmanagement und ihrer jeweiligen Führungskraft vor Ort.

Abschlussarbeiten. Der erfolgreiche Abschluss eines Praktikums ist Voraussetzung für die Betreuung einer Bachelor- oder Masterthesis beziehungsweise einer Doktorarbeit. Während des Praktikums ergibt sich meist ein passendes Thema. Die Autoren der Arbeiten können nach Bedarf im Unternehmen sitzen, wenn sie an einem praxisnahen Thema forschen und dafür vor Ort sein müssen, oder daheim arbeiten und zu regelmäßigen Feedbacks ins Unternehmen kommen. Eine Vergütung in Form einer Abschlussprämie kann beantragt werden und richtet sich nach der Art und dem Erfolg der Arbeit.

Praktikanten. Rund 100 Praktikanten nimmt das Unternehmen jährlich auf, die binnen drei bis sechs Monaten in den Konzernbereichen Business Development/Strategy, Finance, Human Resources/Personal, Innovations, IT Project Management, Marketing/Communications oder Operations/Sales eingesetzt werden. Die Vergütung richtet sich in Deutschland nach dem Mindestlohngesetz.

Eine globale Zusammenarbeit hat das Unternehmen mit der Studenteninitiative AIESEC, deren Mitgliedern im Bachelor- und Masterstudium es spezielle sechs- bis zwölfmonatige Berufspraktika in aller Welt anbietet.

BEWERBEN

Unter Bezug auf den Jobguide Business über die Websites de.dpdhl.jobs

ANSPRECHPARTNER

Für GROW- und LEAD-Programm: Katrin Tremel, grow@dpdhl.com

AUSWAHLVERFAHREN

Für das GROW- und LEAD-Programm mehrstufiger Prozess aus Online-Assessment, Telefoninterview und Assessment



Deutsche Post DHL auf Facebook

UNZÄHLIGE CHANCEN. EIN ZUKUNFTSMARKT.

SIE WISSEN VIEL UND WOLLEN ETWAS BEWEGEN?

WIR HABEN DIE SPIELRÄUME FÜR GESTALTER.

Die Welt ist voller Möglichkeiten. Nutzen Sie die beste und steigen Sie in das Traineeprogramm GROW (Graduate Opportunities Worldwide) bei Deutsche Post DHL Group ein. Anspruchsvolle Aufgaben, zielgerichtete Qualifizierung und persönliches Mentoring bereiten Sie in 18 Monaten auf eine hervorragende Karriere vor.

Als einer der größten Arbeitgeber weltweit bieten wir Ihnen eine außergewöhnliche Vielfalt an Karrierewegen in verschiedenen Fachbereichen von Marketing bis Finance.

Wir suchen engagierte Hochschulabsolventen, die die Herausforderungen eines internationalen Logistikkonzerns annehmen möchten. Entscheiden Sie sich für glänzende Entwicklungsmöglichkeiten und bewerben Sie sich jetzt online auf dpdhl.de/grow.

MENSCHEN VERBINDEN. LEBEN VERBESSERN.

Deutsche Post



Deutsche Postbank AG

Friedrich-Ebert-Allee 114-126_53113 Bonn_02 28-9 20-0_www.postbank.de/karriere



CHANCEN FÜR	
Junior Professionals	+
Hochschulabsolventen	+
Abschluss-/Doktorarbeiten	+
Werkstudenten	+
Studentische Praktikanten	++
Azubis	++
Schul-Praktikanten	-
Wirtschaftswissenschaftler	++
(Finanz-)mathematiker	++
Informatiker	++
Juristen	++
Naturwissenschaftler	+
Geisteswissenschaftler	+

Die Gesellschaft. Die Postbank Gruppe besteht aus mehreren Tochtergesellschaften, dem Postbank Filialvertrieb, der Postbank Finanzberatung, der Postbank Immobilien und der BHW Bausparkasse.

Die Geschichte der Postbank beginnt 1909, als die Reichspost die ersten 13 Postscheckämter gründet und den Postüberweisungs- und Scheckverkehr einführt. Nach dem Zweiten Weltkrieg entwickelt sich die Postsparkasse zur Bank für breite Teile der Bevölkerung. 1990 teilt das Poststrukturgesetz die Deutsche Bundespost in Post, Telekom und Postbank auf und die Postbank wird eigenständig. Fünf Jahre später wird das Unternehmen in eine Aktiengesellschaft umgewandelt und erhält die Vollbanklizenz.

Seit 2015 ist die Postbank AG eine hundertprozentige Tochtergesellschaft der Deutschen Bank. Das Unternehmen bleibt jedoch eine eigenständige AG mit eigener Marke.

Dienstleistungen und Marktbedeutung. Die Postbank-Gruppe ist mit rund 13 Millionen Kunden, über 1.000 Finanzcentern und einer Bilanzsumme von 147 Milliarden Euro einer der größten Fi-

Ein Praktikum kann in Teilzeit verlängert oder mit einer Abschlussarbeit kombiniert werden.

nanzdienstleister in Deutschland. Ihr Schwerpunkt ist das Geschäft mit Privatkunden sowie kleinen und mittelständischen Unternehmen. Die Postbank ist Digitalbank Nummer eins im deutschen Markt und verwaltet über die BHW Bausparkasse rund 3,4 Millionen Bausparverträge.

2016 erreichte die Postbank Gruppe ein Ergebnis vor Steuern von 468 (Vorjahr: 582) Millionen Euro.

Standorte und Mitarbeiter. Neben der Bonner Zentrale gibt es weitere rund 6.000 Standorte in Deutschland. Insgesamt sind für das Unternehmen knapp 18.000 Mitarbeiter und 3.000 mobile Berater tätig.

Karriere bei der Deutschen Postbank. „Der Erfolg unseres Unterneh-

mens hängt von unseren Mitarbeitern und unseren Führungskräften ab. Es ist daher Teil der Unternehmenskultur, talentierte Mitarbeiter zu fördern“, betont Gaby Fleschenberg vom Personalmarketing der Postbank. „Unsere Führungskräfte sind dabei die ersten Personalentwickler. In jährlichen, strukturierten Entwicklungsgesprächen geben sie ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern Feedback.“

Auf die berufliche Weiterentwicklung seiner Mitarbeiter legt das Unternehmen großen Wert. Mit einem umfangreichen Seminarangebot und gezielten Talentprogrammen fördert die Postbank deshalb deren Karriere. Hierfür steht ein eigenes Trainerteam der Postbank Akademie zur Verfügung.

Junior Professionals und Hochschulabsolventen. Nach Bedarf stellt die Postbank Young Professionals und Absolventen ein, die idealerweise erste Erfahrung aus Studium oder Praktika nachweisen können. Für den Vertrieb sucht das Unternehmen außerdem Mitarbeiter, die Interesse an Finanzdienstleistungen mitbringen sowie Kommunikationsstärke und Beratungstalent.

Abschlussarbeiten. Die Betreuung von Abschlussarbeiten ist nur nach vorherigem Praktikum bei der Postbank möglich. Dabei sollte die Bewerbung ein strukturiertes Exposé enthalten, eine vorläufige Gliederung sowie die Angabe, welche Form der Unterstützung erwünscht ist.

Praktika. Jährlich gibt es circa 100 Plätze für Vollzeit-Praktika zwi-

Gesucht: Praktikanten/-innen mit **Fingerspitzen-Gefühl.**



Die etwas andere Bank sucht etwas andere Praktikanten/-innen:

Die Deutsche Postbank AG, einer der modernsten Finanzdienstleister Deutschlands, überzeugt ihre 14 Millionen Kunden mit einfachen und attraktiven Lösungen aus einer Hand – digital und persönlich. Im Privat-, Geschäfts- und Firmenkundenbereich. Für jeden Bedarf die beste Lösung zu finden ist dabei unser täglicher Anspruch. Ein Anspruch, den wir nur mit Kolleginnen und Kollegen erfüllen können, die mit viel Freude und Engagement sowie mit ihrer Persönlichkeit zu begeistern wissen.

Wir suchen daher Talente, für die der Blick über den Tellerrand genauso selbstverständlich ist, wie das eigenverantwortliche Anpacken von Herausforderungen. Die mit hohem Qualitätsanspruch die Strukturen und Abläufe in der Postbank Gruppe kennenlernen möchten. Talente, die durchstarten wollen und mit ihren Ideen begeistern.

Sind auch Sie ein Talent mit Fingerspitzen-Gefühl? Dann sollten wir uns unbedingt kennenlernen. Wir freuen uns auf Ihre aussagekräftige Onlinebewerbung unter www.postbank.de/karriere





schon drei und zwölf Monaten in allen Unternehmensbereichen der Postbank Gruppe. Praktikanten kommen aus wirtschaftswissenschaftlichen Studiengängen, sind Finanzmathematiker oder Studierende anderer Fächer und interessieren sich für die Bankbranche. Ein Praktikum kann gegebenenfalls in Teilzeit verlängert oder mit dem Anfertigen einer Abschlussarbeit kombiniert werden.

Voraussetzungen sind gute Studienleistungen, eigenständiges Arbeiten sowie gute analytische Fähigkeiten. Praktikanten-Projekte sind klar definiert und Praktikanten werden ins Tagesgeschehen eingebunden. Die Vergütung liegt bei monatlich 1.500 Euro.

Über das Praktikanten-Programm des Unternehmens werden alle, die jeweils aktuell im Praxiseinsatz sind, weitergebildet und untereinander sowie mit dem Unternehmen vernetzt. Dazu gehören Workshops und Trainings, bei denen es um den Einstieg ins Unternehmen, eine Verhaltensanalyse und eine fachliche Weiterbildung, die sogenannte „Banking School“ geht.

Monatlich finden Stammtische statt, bei denen sich die Praktikanten untereinander kennenlernen. Und einmal im Quartal stellen im Rahmen einer gesonderten Veranstaltung Experten aus dem Unternehmen den Praktikanten ihren Bereich und ihre Aufgaben vor.

Azubis/Duales Studium. Jährlich gibt es rund 400 Ausbildungsplätze für Bankkaufleute, Kaufleute für Dialogmarketing, Verkäufer im Bereich Post- und Bankdienstleistungen, Fachinformatiker für Anwendungsentwicklung oder Systemintegration, vertriebsorientierte Bankkaufleute und vertriebsorientierte Immobilienkaufleute.

Außerdem bietet die Postbank verschiedene duale Studiengänge an: Ein duales Studium zum Bachelor of Arts in Bankbetriebswirtschaft oder zum Bachelor of Science in Wirtschaftsinformatik mit verschiedenen Schwerpunkten an der Hochschule Weserbergland in Hameln.

In Bonn startete 2016 ein neuer Dualer Studiengang in Kooperation mit der Hochschule Bonn-Rhein-Sieg – das Duale Studium zum Bachelor of Science in Betriebswirtschaftslehre. Auch in diesem Studium kann zwischen verschiedenen Schwerpunkten gewählt werden.

Monatlich finden Stammtische statt, bei denen sich die Praktikanten kennenlernen.

BEWERBEN

Mit Bezug auf den Jobguide über die Bewerbungsformulare auf der Website

ANSPRECHPARTNER
Zuständige Ansprechpartner stehen in den Stellenanzeigen; für Rückfragen: Patricia Unsöld, karriere@postbank.de

AUSWAHLVERFAHREN
Interviews; je nach Bereich Assessment-Center für Absolventen und Azubis möglich

Deutsche Postbank auf

Facebook Xing LinkedIn YouTube Twitter



Jobguide Xpress

Konzentriert informiert.

Wirtschaftspresse kurz und knackig: 1x im Monat: Karriere-News kompakt



Foto: fotolia

Die JobguideXpress Newsletter. Jetzt kostenlos bestellen: www.jobguide.de



Ergo Group AG

Victoriaplatz 2_40477 Düsseldorf_08 00-37 46-000_www.ergo.com

Die Gesellschaft. Ergo ist eine der großen Versicherungsgruppen in Deutschland und Europa. Das internationale Geschäft wird von der Ergo International AG gesteuert; das Geschäft in Deutschland wurde 2016 in der Ergo Deutschland AG gebündelt. Gleichzeitig ging die Ergo Digital Ventures AG an den Start, die die digitalen Aktivitäten der Gruppe treibt. Wie schon zuvor ist die Ergo-Tochter Itergo zuständig für die IT-Organisation im Unternehmen. Ergo gehört zum Dax-30-Unternehmen Munich Re, einem der weltweit führenden Rückversicherer und Risikoträger.

Dienstleistungen und Marktbedeutung. Die Versicherungsgruppe bietet ihren Kunden ein breites Spektrum an Versicherungen, Fondsprodukten und Dienstleistungen: Unter der Marke Ergo werden in erster Linie Lebens- und Sachversicherungen angeboten. Die Marke DKV steht für Gesundheitsschutz, die D.A.S. für Rechtsschutz und die ERV für den Schutz auf Reisen. Als Spezialist für den Direktvertrieb von leicht verständlichen Versicherungsprodukten hat sich Ergo Direkt Versicherungen positioniert. Und die Vorsorge Versicherung hat sich spezialisiert auf fondsgebundene Versicherungen und betriebliche Altersversorgung. Fonds für die Geldanlage kommen von der MEAG, dem gemeinsamen Vermögensmanager von Munich Re und Ergo.

2016 erzielte die Ergo Versicherungsgruppe Beitragseinnahmen von mehr als 17,2 Milliarden Euro und ein Konzernergebnis von -40 Millionen Euro. Dabei trägt das internationale Geschäft ein knappes Viertel zu den gesamten Beitragseinnahmen bei und soll noch weiter ausgebaut werden.



MEISTGESUCHTE QUALIFIKATIONEN

(Wirtschafts-) Mathematiker	++
(Wirtschafts-) Informatiker	++
Wirtschaftswissenschaftler	+
Juristen	+

Standorte und Mitarbeiter. International ist das Unternehmen in mehr als 30 Ländern vertreten, wobei der Schwerpunkt der Aktivitäten auf Europa und Asien liegt. Am Hauptsitz der Versicherungsgruppe in Düsseldorf wird die strategische Ausrichtung des Unternehmens bestimmt und hier sind zentrale Bereiche wie Personal, Kommunikation, Finanzen und Risikomanagement gebündelt.

In Deutschland arbeiten die meisten der rund 17.200 angestellten Mitarbeiter an den Standorten Düsseldorf, Köln, Berlin, Hamburg, Leipzig, Mannheim und München sowie bei den Ergo Direkt Versicherungen in Nürnberg. Hinzu kommen mehr als 15.000 hauptberufliche Vertreter. Der IT-Dienstleister der Gruppe, die Itergo, ist in Düsseldorf, Hamburg, Köln und München angesiedelt. Derzeit arbeiten weltweit fast 44.000 Menschen als angestellte Mitarbeiter oder als hauptberufliche selbstständige Vermittler für die Gruppe.

Karriere bei Ergo. Zur Karriereentwicklung gibt es eine Vielzahl an konzernweiten Förder- und Entwicklungsprogrammen. Für Potenzialträger – vom Trainee bis zur Führungskraft – werden fachliche, methodische und persönlichkeitsbildende Trainings angeboten. Auslandseinsätze sind ebenso möglich wie ein Wechsel zwischen Geschäftsbereichen und Funktionen oder in den Mutterkonzern Munich Re. Offene Positionen im In- und Ausland werden in der übergreifenden Jobbörse der Munich Re ausgeschrieben.

Die Personalpolitik der Ergo wurde für ihre Familienfreundlichkeit von der gemeinnützigen Hertie-Stiftung mit dem Zertifikat „berufundfamilie“ ausgezeichnet. Neben variablen Arbeitszeiten gibt es die Möglichkeit, im Home-Office zu arbeiten und an allen großen Standorten Eltern-Kind-Büros. In Kooperation mit einem Dienstleister unterstützt das Unternehmen außerdem bei der Suche nach Kindergärten und Tagesmüttern.

Auch für die Gesundheit der Mitarbeiter hat Ergo eine Vielzahl an Angeboten, die vom Betriebssport über Ernährungs- und Entspannungskurse bis zur Aktion „Gesund führen“ mit der Führungskräfte unterstützt werden, ein gutes Betriebsklima zu schaffen.

Hochschulabsolventen. Gefragt sind vor allem (Wirtschafts-) Mathematiker, (Wirtschafts-) Informatiker, Wirtschaftswissenschaftler und Juristen. Wer im Rahmen seiner Ausbildung bereits Erfahrung im Versicherungswesen gesammelt hat, kann trotz eines anderen Studiengangs



auch damit punkten. An außerfachlichen Qualifikationen sind gute Englisch-Kenntnisse, Sozialkompetenz, Teamfähigkeit und Selbstständigkeit gefragt.

Ein Direkteinstieg ist in fast allen Unternehmensbereichen möglich, insbesondere in der IT ist der Bedarf groß. Wer gerne in den Vertrieb möchte, hat dazu die Möglichkeit im Angestelltenverhältnis oder als selbstständiger Außendienstpartner sowie nebenberuflich und als Spezialist für einzelne Marktsegmente.

Praktika. Wer ein Praktikum machen will, sollte sich drei bis vier Monate vor dem gewünschten Start um einen der Plätze bewerben, die in allen Unternehmensbereichen

an den Standorten Düsseldorf, Hamburg, Köln und München angeboten werden. Bei Studierenden liegt die Praktikumsdauer idealerweise zwischen drei und sechs Monaten. Davon abgesehen unterscheidet das Unternehmen zwischen Pflichtpraktika kurz vor dem Vordiplom von ein bis zwei Monaten, Zweitpraktika ab dem dritten Semester des Bachelor-Studiums oder nach dem Vordiplom, die drei Monate dauern sollten, und Praktika nach Studienabschluss, bei denen die Länge einzeln vereinbart wird. Gefragt sind vor allem (Wirtschafts-)Mathematik- und Informatik-Studenten sowie Wirtschaftswissenschaftler und Juristen. Neben Praktikanten kommen auch Werkstudenten zum Einsatz.

Konzernweit erhalten Praktikanten eine monatliche Vergütung und Werkstudenten einen Stundenlohn gemäß ihren jeweiligen Tätigkeiten und ihrer Qualifikation.

Azubis/Duales Studium. Die zur Ergo Group gehörenden Unternehmen bilden Kaufleute für Versicherungen und Finanzen, Kaufleute für Versicherungen und Finanzen im Vertrieb und Kaufleute für Büromanagement aus. Außerdem werden drei verschiedene duale Studiengänge angeboten: Kaufleute für Versicherungen und Finanzen und Wirtschaftsinformatiker schließen mit dem Bachelor of Science ab und das duale Studium Vertrieb führt zu Bachelor of Arts.

Einstellungstermine sind jeweils der 1. August und 1. September.

BEWERBEN

Mit Bezugnahme auf den Jobguide bevorzugt über www.ergo.com/de/Karriere

ANSPRECHPARTNER

Für alle Bewerbergruppen über die Website

AUSWAHLVERFAHREN

Interviews; zusätzlich für Azubis Tests und für Hochschulabsolventen teilweise Assessment-Center

Ergo auf Facebook XING



Liebe ERGO, mit meinen Talenten will ich schon als Student etwas bewegen. Geht das bei euch?

Klar geht das! Am besten, Sie finden noch während Ihres Studiums heraus, was bei ERGO, einer der großen Versicherungsgruppen in Deutschland und Europa, für Sie alles möglich ist: Übernehmen Sie eigenverantwortlich Projekte, entwickeln Sie Konzepte oder gestalten Sie Fragestellungen mit. Und das alles in einem dynamischen Umfeld mit großem Gestaltungsspielraum und vielen Möglichkeiten, in dem Sie Ihr Wissen direkt in die Praxis umsetzen können. Gehen Sie mit uns neue Wege! Das gemeinsame Ziel: unseren Kunden genau das zu bieten, was sie brauchen.

Mehr auf www.ergo.com/karriere

ERGO Group AG
Victoriaplatz 2, 40198 Düsseldorf



Hannover Rück SE

Karl-Wiechert-Allee 50_30625 Hannover_05 11-56 04-0_www.hannover-rueck.de



Die Gesellschaft. Als im Herbst 2019 der Hurricane „Dorian“ in den USA und Kanada tobte, hinterließ er bei den Sachversicherern einen Schaden von 8,5 Milliarden US-Dollar. Dabei hatte der Sturm noch relativ harmlos zugeschlagen, vergleicht man es mit den Hurrikänen „Harvey“, „Irma“ und „Maria“, die zwei Jahre zuvor die US-Küsten verwüsteten. Damals waren die Sachversicherer mit Zahlungsverpflichtungen von mindestens 93 Milliarden US-Dollar konfrontiert. Solche Naturkatastrophen und andere Großrisiken sind genau der Grund, warum Erstversicherer sich ihrerseits absichern müssen und die Dienste eines Rückversicherers wie der Hannover Rück in Anspruch nehmen.

Gegründet wird die Hannover Rück bereits 1966 in Bochum. 1970 kommt es zur Fusion mit dem Haftpflichtverband der Deutschen Industrie (HDI) und der Sitz wird nach Hannover verlagert. 1994 geht die Hannover Rück an die Börse. Heute ist sie eine Aktiengesellschaft europäischen Rechts, deren Aktien zu 50,2 Prozent in den Händen der Talanx AG liegen.

Das internationale Geschäft ist im Laufe der Jahre erheblich gewachsen und so umfasst der Hannover Rück-Konzern heute mehr als 140 Standorte weltweit. Das Deutschland-Geschäft der Gruppe wird von der Tochtergesellschaft E+S Rück betrieben.

Dienstleistungen und Marktbedeutung. Als „Versicherung der Versicherungen“ betreibt die Hannover Rück ihr Geschäft in allen Sparten der Schaden- und Personen-Rückversicherung.

Dabei wird in dem Geschäftsfeld Schadenrückversicherung Geschäft aus den Bereichen Schaden- und Haftpflichtversicherung gezeichnet: Anfängen von Kfz-Haftpflichtschäden, Produkthaftung, Verwüstungen bei Naturkatastrophen, Schäden an landwirtschaftlichen Nutzflächen und Viehbeständen, an Flugzeugen, Raumschiffen, Seetransporten und Offshore-Energieanlagen bis hin zu Kredit- und Kautionsausfällen. Durch Rückversicherung verteilen Erstversicherer ihr Risiko auf mehrere Schultern und bleiben so im Fall von Großschäden zahlungsfähig. Die Hannover Rück selbst sichert sich ab, indem sie ihr Portfolio risikominimierend diversifiziert.

Im Geschäftsfeld Personen-Rückversicherung geht es um Verträge, die Lebens- und Krankenversicherer bei der Hannover Rück absichern, auch spezielle Versicherungen gegen lebensbedrohliche Erkrankungen, Berufs- und Arbeitsunfähigkeit sowie Pflegebedürftigkeit gehören dazu.

Eine weitere Aufgabe der Rückversicherer besteht darin, Erstversicherer zu beraten, zum Beispiel im Hinblick auf Risikobeurteilung, Preisfindung oder Entwicklung neuer Versicherungsprodukte sowie junge Versicherungsgesellschaften beim kostenintensiven Aufbau von Neugeschäft zu unterstützen.

Die Hannover Rück war 2020 mit einem Prämienvolumen von rund 24,8 Milliarden Euro (Vorjahr: 22,6) drittgrößter Rückversicherer der Welt und erreichte ein Konzernergebnis von über 883 (Vorjahr: 1,28) Milliarden Euro.

Standorte und Mitarbeiter. Das Unternehmen

ist mit über 3.000 Mitarbeitern auf allen Kontinenten vertreten. Die 1.400 Mitarbeiter am Hauptsitz in Hannover kommen aus 47 Ländern.

Karriere bei der Hannover Rück. Rückversicherer müssen hohe Expertise in der Risikobewertung vorhalten. Dazu benötigen sie Mitarbeiter aus den unterschiedlichsten Fachrichtungen: Ökonomen, Mathematiker, Meteorologen, Mediziner, Ingenieure, Informatiker und andere Spezialisten.

Wer neu ins Unternehmen einsteigt, durchläuft einen mehrstufigen Einführungskurs, in dem die Grundlagen des Rückversicherungsgeschäfts und das Portfolio der Hannover Rück sowie die Abläufe im Unternehmen vermittelt werden. Mit einem erfahrenen Kollegen als Startbegleiter und einem individuellen Einarbeitungsplan macht sich der neue Mitarbeiter dann mit seiner Stelle vertraut. Nach den ersten 100 Tagen wird mit dem Vorgesetzten und dem Personalbereich gemeinsam darüber gesprochen, wie die bisherige Einarbeitung verlaufen ist und was das Unternehmen noch verbessern kann.

Grundsätzlich besteht die Möglichkeit, sich für eine Rolle als Spezialist oder Generalist zu positionieren. Auf beiden Wegen stehen im Verlauf der Karriere bei dem jährlichen Mitarbeitergespräch Überlegungen zur persönlichen Weiterentwicklung und Weiterbildung an. Aufbauend darauf werden dann die passenden Maßnahmen geplant.

Losgelöst von der täglichen Arbeit werden zur Weiterbildung eine Vielzahl von Fachschulungen, Sprachkursen und Maßnahmen zur Persönlichkeitsentwicklung eingesetzt. Dazu gehören Schulungen zu Kommunikation, interkultureller Kompetenz, Führung, Komplexitäts- und Projektmanagement. Darüber hinaus ist es üblich Kongresse, Symposien und ähnliche Veranstaltungen zu besuchen, um sich fachlich auf dem Laufenden zu halten. Der Besuch von Zertifikatslehrgängen oder beispielsweise die Aktuarsausbildung werden finanziell und zeitlich vom Unternehmen unterstützt.

Durch neue Aufgaben und sich wandelnde Rahmenbedingungen ist aber auch die Weiterentwicklung bei der täglichen Arbeit notwendig. Eins der bewährten Instrumente für dieses sogenannte Lernen on the job sind Hospitationen, bei dem Mitarbeiter einige Tage oder mehrere Wochen in einem angrenzenden Fachbereich verbringen.

Hochschulabsolventen. Für Hochschulabsolventen stehen bei der Hannover Rück pro Jahr durchschnittlich 40 Stellen für zwei Einstiegswege zur Verfügung. Der Direkteinstieg in ausgeschriebene Positionen bietet sich für alle an, die schon genau wissen, in welche Funktion sie möchten. Dabei wird spezifisches Wissen über das Rückversicherungsgeschäft nicht vorausgesetzt, sondern in Seminaren und im Tagesgeschäft vermittelt. Gesucht sind hier vor allem Bewerber, die ihr Studium in Mathematik, Wirtschaftswissenschaften, Jura oder IT sehr gut abgeschlossen haben.

Die 18-monatigen Traineeprogramme hingegen sind konzipiert für Absolventen, die sich bewusst breit aufstellen wollen und sich noch nicht auf ein Berufsbild festlegen möchten.

Das Traineeprogramm Rückversicherung ist darauf ausgerichtet, das Kerngeschäft von Grund auf zu erlernen. Die zwei- bis viermonatigen Einsätze führen zunächst in eine Abteilung, in der die Trainees überwiegend mit internen Kunden zu tun haben. Danach wird individuell weiter geplant, wobei der Schwerpunkt in der Regel auf dem Underwriting liegt, also dem Prüfen von Rückversicherungsanfragen, dem Einschätzen von Risiken und dem Abschluss von Verträgen. In jedem Falle wird eine Station in Finance & Accounting eingebaut.

Die Bewerber für dieses Programm sollten ein sehr gut abgeschlossenes Master-Studium in einem wirtschaftswissenschaftlichen Fach mitbringen sowie erste Praxiserfahrung in der Finanzdienstleistung und Interesse am direkten Kontakt zu Kunden auf der ganzen Welt.

Beim Mathematischen Traineeprogramm Personen-Rückversicherung geht es darum, das weltweite Lebens- und Krankenrückversicherungsgeschäft zu erlernen. Das Mathematische Trainee-Programm Schaden-Rückversicherung hingegen ist darauf ausgerichtet, (Wirtschafts-)Mathematikern alles über Risikomanagement, die Preisbestimmung von Versicherungsprodukten und die Ausarbeitung innovativer Rückversicherungslösungen zu vermitteln. Die beiden Programme richten sich an Absolventen der (Wirtschafts-)Mathematik, die im Studium den Schwerpunkt schon auf Stochastik, Finanz- oder Versicherungsmathematik gelegt haben und erste Erfahrung in der Finanzdienstleistung mitbringen.

Die IT-Trainees durchlaufen unterschiedliche IT-Fachbereiche und lernen zusätzlich das Geschäft der Rückversicherung kennen. Im

CHANCEN FÜR	
Junior Professionals	++
Hochschulabsolventen	++
Abschluss-/Doktorarbeiten	+
Werkstudenten	+
Studentische Praktikanten	++
Duales Studium	+
Schul-Praktikanten	-
(Wirtschafts-) Informatiker	++
(Wirtschafts-) Mathematiker	++
Wirtschaftswissenschaftler	++
Naturwissenschaftler	+
Juristen	+

Wer sich als Informatiker, Mathematiker oder Ökonom bewusst breit aufstellen will, hat die Wahl zwischen vier verschiedenen Traineeprogrammen.

Programm IT-Digitalisierung absolvieren sie die erste Stage im Team Digital-Incubator, das die Evaluierung und Umsetzung digitaler Innovationen in den Fachbereichen vorantreibt. Auch eine Station im Underwriting gehört fest dazu. Chancen haben Bewerber, die aus einem Master-Studium der (Wirtschafts-)Informatik, der Mathematik mit Nebenfach Informatik oder einem vergleichbaren Studium kommen und idealerweise erste Erfahrung in Business Technology Innovation, Innovationsmanagement und/oder Data Science haben.

Bei allen Bewerbern für den Direkteinstieg und die Traineeprogramme sind neben gutem Deutsch und mindestens konversations-sicherem Englisch jede weitere Sprache, Auslandserfahrung und Praxiserfahrung aus Praktika oder Ausbildung immer Pluspunkte.

Alle Trainees erhalten von vornherein einen unbefristeten Vertrag. Und alle verbringen eine mehrmonatige Station an einem Auslandsstandort. Die Programme werden begleitet von Trainings, Fachseminaren und Mentoring durch erfahrene Kollegen. Es gibt keine festen Starttermine für die Trainee-Programme.

Abschlussarbeiten. „Wer seine Abschlussarbeit bei der Hannover Re schreibt, kann sicher sein, dass die Ergebnisse tatsächlich verwendet werden“, verspricht das Unternehmen. Wichtig ist ein Studium in einer Fachrichtung, die zum Unternehmen passt, und eine Themenstellung, die für das Unternehmen von aktueller Relevanz ist. Wenn in der Online-Jobbörse keine passende Ausschreibung zu finden ist, können Interessenten initiativ mit konkreten Themenvorschlägen und Angabe des Zeitraums an das Unternehmen herantreten. Es wird dann geprüft, ob das Thema passend ist und ob Mitarbeiter Zeit haben für eine angemessene Betreuung.

Wer während des Verfassens der Arbeit mit Fachkenntnis und Persönlichkeit überzeugt, vergrößert seine Chancen auf einen späteren Einstieg. Deswegen spielen auch hier schon gutes analytisches und Zahlen-Verständnis, eine selbstständige Arbeitsweise sowie gute Deutsch-, Englischkenntnisse eine Rolle.

Praktikanten. Wer Praxiserfahrung sammeln möchte, kann für zwei bis sechs Monate Einblick in das internationale Rückversicherungsgeschäft bekommen und an Aufgaben der Fachkollegen mitarbeiten. Praktikanten bekommen einen festen Ansprechpartner und werden mit 825 Euro monatlich vergütet. Wer nicht aus dem Raum Hannover kommt, erhält zusätzlich 100 Euro Zuschuss zur Unterbringung. Wenn Praktika länger als drei Monate dauern, werden sie – unabhängig ob Pflichtpraktikum oder freiwilliges – mit dem Mindestlohn vergütet.

Chancen auf einen der jährlich rund 30 Plätze haben Kandidaten

in den oberen Bachelor-Semestern oder im Master-Studium der Mathematik, IT, Wirtschafts- und Ingenieurwissenschaften.

Regelmäßig beschäftigt das Unternehmen auch Werkstudenten, entsprechende Stellen sind in der Onlinejobbörse der Hannover Rück ausgeschrieben. Die Vergütung richtet sich nach dem Anspruch der Aufgabe beziehungsweise nach der erforderlichen Qualifikation.

Alle Bewerber sollten gut Deutsch und Englisch können, ein gutes analytisches und Zahlen-Verständnis haben.

Duales Studium. Ein dreijähriges, duales Bachelor-Studium in BWL mit Schwerpunkt Versicherung bietet die Hannover Rück in Zusammenarbeit mit der Fachhochschule für die Wirtschaft (FHDW) in Hannover an. Alle drei Monate wechseln sich die Studienblöcke an der FHDW mit Praxisphasen im Unternehmen ab. Zu Beginn der vierten Praxisphase besteht die Möglichkeit zu einem sechswöchigen Studienaufenthalt an der University of the West of Scotland.

Nach zwei Jahren schließen die Studierenden vor der IHK die Prüfung zum Kaufmann für Versicherungen und Finanzen ab und ein Jahr später den Bachelor of Arts an der FHDW. Zusätzlich zur Ausbildungsvergütung finanziert das Unternehmen das Studium sowie die Prüfungskosten der IHK, erstattet einen Teil der Lernmittel und bietet Fach- und Sprachkurse an. Pro Jahr gibt es bis zu sechs Plätze, für die die Bewerbungsphase im Frühjahr des Vorjahres beginnt.

Aktuelle Informationen zum dualen Studium veröffentlicht das Unternehmen immer in seinem Blog: www.dualesstudium-hannover-rueck.de.

BEWERBEN

Auf alle Positionen, auch internationale, über die Website; Bewerbung um Trainee-Programme vier bis sechs Monate vor gewünschtem Einstiegstermin, um Praktika nur auf ausgeschriebene Stellen.

ANSPRECHPARTNER

Marc-Oliver Dorn: +49-511-56 04-19 52

AUSWAHLVERFAHREN

Interviews; bei Traineeprogrammen mehrstufiges Auswahlverfahren mit Assessment-Center-Elementen

Hannover Rück auf

YouTube

LinkedIn

XING

Kununu



somewhat different



Sie wissen, wie wichtig Atmosphäre ist?

Wir auch. Als weltweiter Rückversicherer übernehmen wir Risiken anderer Versicherungen, entwickeln gemeinsam mit ihnen innovative Produkte und suchen nach Win-Win-Lösungen. Eine auf Vertrauen basierende Zusammenarbeit ist dafür besonders wichtig. Dieses Vertrauen setzen wir auch in unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Große Handlungs- und Entscheidungsspielräume werden Ihnen die Möglichkeit geben, Verantwortung zu tragen und sich zu entwickeln. Bei uns erleben Sie Erfolge und werden mit **Sicherheit anders arbeiten.**

Die Erdatmosphäre können leider auch wir nicht rückversichern. Risiken aus der Luft- und Raumfahrt übernehmen wir aber tatsächlich.

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

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

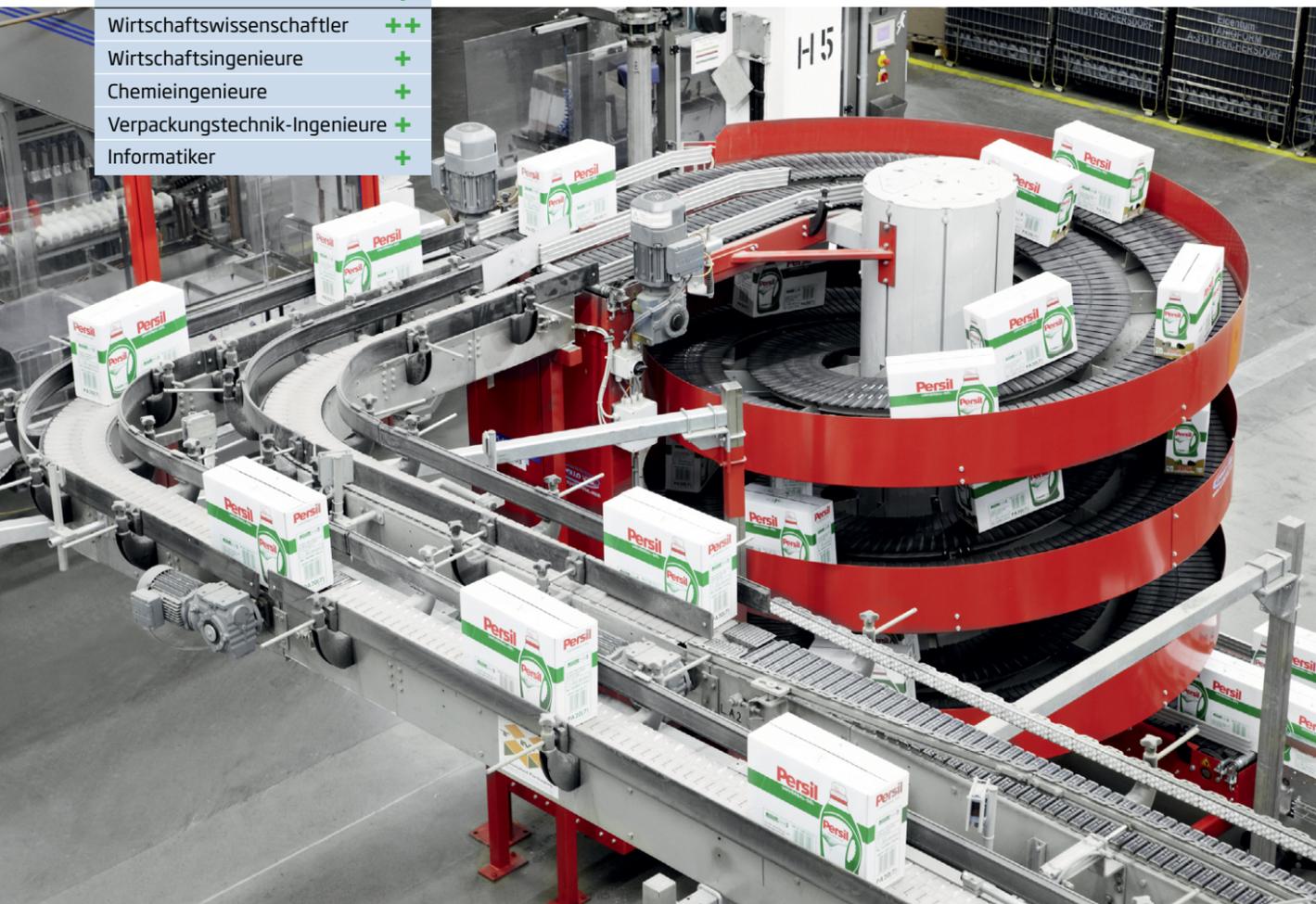
Unternehmensgeschichte tätigte Henkel im Jahr 2016 mit der Übernahme von The Sun Products Corporation aus den USA, durch die das Unternehmen zur Nummer zwei in Kanada und den USA wurde, dem weltweit größten Markt für Wasch- und Reinigungsmittel.

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

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

CHANCEN FÜR

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



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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Standorte und Mitarbeiter. Mehr als 51.000 Mitarbeiter sind in



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

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

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

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

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

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

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

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

BEWERBEN

Ausschließlich über die Website www.henkel.de/karriere

ANSPRECHPARTNER
Über www.henkel.de/kontakt

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

Henkel auf Facebook Xing




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

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

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

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

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

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

READY FOR THE NEXT CHALLENGE.

Mireia, Packaging Management, Adhesive Technologies



Herausfordernde Praktika für motivierte Talente (m / w)



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

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

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

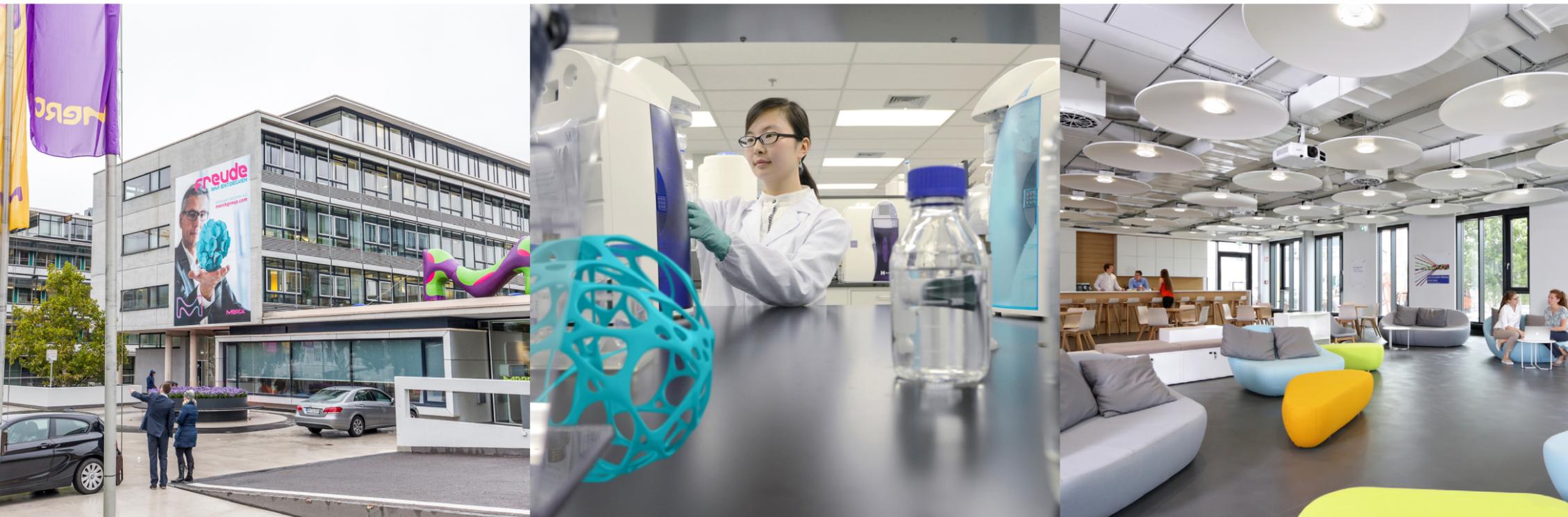


Sie denken und handeln wie wir? Dann nehmen Sie die Herausforderung an und bewerben Sie sich direkt online. **Exzellente Karriereperspektiven: henkel.de/karriere**



Merck

Frankfurter Straße 250_64293 Darmstadt_0 61 51-72-0_www.merck.de/de/karriere/karriere.html



Das Traineeprogramm „G0global“ gibt es in Finance, Marketing, Commercial, Manufacturing & Operations, Research & Development, HR sowie im Inhouse Consulting.

Arzneimittel und Chemikalien sind hier auch Zentralfunktionen wie Personal, Recht und Patente, Technik und IT, Einkauf und Logistik, Marketing und Vertrieb sowie Rechnungswesen und Controlling beheimatet. Darmstadt ist auch eines der globalen F&E-Zentren mit chemischer und präklinischer Forschung, zentraler Verfahrensentwicklung, Analytik sowie Abteilungen für die klinische Entwicklung von Arzneimitteln. Am Standort Gernsheim werden verschiedene chemische Produkte für das weltweite Geschäft der Merck-Gruppe hergestellt. Dieser Standort ist der zweitgrößte Arbeitgeber im Landkreis Groß-Gerau.

Karriere bei Merck. Wichtig ist dem Unternehmen, Menschen zu finden, die mit viel Leidenschaft ständig Neues entdecken wollen, Antworten auf schwierige Fragen finden und über den Tellerrand hinausschauen. Dahinter steht die Überzeugung, dass Neugier die Kraft hat, die Welt zu verändern und Entdeckergeist zu bahnbrechendem Fortschritt in Wissenschaft und Technologie führt.

Aus diesen Gründen legt das Unternehmen in der Mitarbeiterförderung ebenso viel Wert auf die persönliche Entwicklung jedes Einzelnen wie auf das berufliche Weiterkommen. Jeder Mitarbeiter hat die Zügel selbst in der Hand und erhält vom Unternehmen die nötigen Angebote zur Weiterbildung und Unterstützung, um die persönliche Entwicklung auf Basis von Ambitionen, Fähigkeiten und Talenten weiter voranzutreiben und zu verwirklichen.

Das Unternehmen ermöglicht eine Karriere über Ländergrenzen hinweg. Ziel ist es, über internationalen Mitarbeiteraustausch die Zusammenarbeit zu fördern und durch Auslandsaufenthalte die persönlichen Kompetenzen der Mitarbeiter zu stärken. Flexibilität bei der Wahl von Arbeitszeit und Arbeitsort werden durch das Modell mywork@merck ermöglicht. Die Initiative Berufundfamilie bestätigt, dass mywork@merck durch seine weitreichenden Gestaltungsmöglichkeiten mit zu den innovativsten Modellen flexibler Arbeitsorganisation gehört.

Hochschulabsolventen. Einstiegsmöglichkeiten gibt es für eine Vielzahl an Fachrichtungen: Ärzte und Apotheker werden ebenso benötigt wie Betriebswirte, Biologen, Biotechnologen, Chemiker,

Die Gesellschaft. 2018 sind es genau 350 Jahre her, dass der Apotheker Friedrich Jacob Merck die Engel-Apotheke am Luisenplatz in Darmstadt erwarb. Diese Apotheke, die sich auch heute noch im Besitz der Familie Merck befindet, war der Ursprung des ältesten pharmazeutischen und chemischen Unternehmens der Welt. Im Jahr 1995 entschlossen sich die Gesellschafter zu einer Kapitalöffnung, die zum Börsengang von Merck führte. Heute halten die Kommanditaktionäre 30 Prozent am Kapital, während die Familie Merck weiterhin 70 Prozent des Gesamtkapitals kontrolliert.

Produkte und Marktbedeutung. Der Konzern beschäftigt sich in unterschiedlichen Geschäftsbereichen mit verschreibungspflichtigen Medikamenten, Selbstmedikation, Allergopharma, Life Science sowie Spezialchemikalien.

Im Bereich der verschreibungspflichtigen Medikamente (Biopharma) geht es unter anderem um Diabetes, Herz-Kreislauferkrankungen und Schilddrüsenerkrankungen, Fruchtbarkeitstherapie, Immuntherapie bei Allergien sowie um den Einsatz in der Neurologie und Onkologie. Dabei verfolgt das Unternehmen einen ganzheitlichen

Ansatz in der Patientenbetreuung: Zum Portfolio gehören nicht nur Medikamente, sondern auch Geräte und Technologien. So ermöglichen beispielsweise Injektionshilfen MS-Patienten ihre Medikamente selbst zu spritzen und ihre Krankheit mit Hilfe einer Software zu überwachen. Bei Krebserkrankungen nutzt Merck einen Biomarkerbasierten Ansatz, um eine auf den Patienten individuell abgestimmte Behandlung zu unterstützen.

Ein weiteres Geschäftsfeld ist die Selbstmedikation, die rezeptfreie Mittel für die Beweglichkeit, die Gesundheit von Frauen und Kindern, Erkältungsbeschwerden und den täglichen Gesundheitsschutz umfasst. Hier gehören zum Beispiel Femibion, Vigantol, Nasivin, Bion, Multibionta, Cebion und Neurobion zum Sortiment.

Das Allergopharma-Geschäft bietet Produkte zur Diagnostik und Therapie von Allergien. Das Geschäftsfeld Biosimilars entwickelt biopharmazeutische Nachahmerprodukte und stellt diese auch her.

In einem weiteren Geschäftsbereich hat Merck die Expertise seines ursprünglichen Life-Science-Portfolios mit dem von Sigma-Aldrich

CHANCEN FÜR	
Junior Professionals	+
Hochschulabsolventen	+
Abschluss-/Doktorarbeiten	+
Werkstudenten	+
Studentische Praktikanten	+
Azubis/Duales Studium	+
Schul-Praktikanten	+
Naturwissenschaftler	++
Wirtschaftswissenschaftler	++
Juristen	+
(Wirtschafts-) Informatiker	++
(Wirtschafts-) Mathematiker	+

zusammengefasst, einem Unternehmen, das Merck 2015 übernommen hat. So entstand ein Sortiment von über 300.000 Produkten, das mit vielen renommierten Marken den Bedarf der gesamten biotechnologischen Prozesskette abdeckt, darunter Millipore, Milli-Q, SAFC und BioReliance.

Darüber hinaus produziert Merck Spezialchemikalien, die von der Industrie für vielfältige Zwecke genutzt werden, beispielsweise Flüssigkristalle und Fotolacke für Displays von Handys, TV- und Computerbildschirmen, LED-Materialien für Beleuchtung sowie OLED-Materialien für Beleuchtung und Bildschirme sowie hochreine Prozesschemikalien zur Herstellung von integrierten Schaltungen. Außerdem werden Materialien für Solarpanel, Effektivpigmente und funktionelle Materialien für die Lack-, Kunststoff-, Druck-, Kosmetik-, Lebensmittel- und Pharmaindustrie produziert. Unter anderem stellt Merck die Effektivpigmente her, welche die Kosmetikindustrie in Nagellacken, Lippenstiften und Make-ups verarbeitet.

Im Jahr 2016 erzielte Merck bei einem Umsatz von 15 (Vorjahr: 12,8) Milliarden Euro ein Ergebnis nach Steuern von 1,6 (1,1) Milliarden Euro.

Standorte und Mitarbeiter. Weltweit beschäftigt Merck knapp 53.000 Mitarbeiter in 66 Ländern. Das Werk Darmstadt ist der Stammsitz der Merck-Gruppe. Neben der Produktion verschiedener



Biochemiker, Chemieingenieure, Elektrotechniker, Maschinenbauer, Wirtschaftsingenieure, Verfahrenstechniker, Physiker, Psychologen, Juristen und Wirtschaftsinformatiker.

Interesse hat das Unternehmen an Kandidaten, die ihr Studium erfolgreich abgeschlossen haben und vor allem neugierig darauf sind, die Welt ein Stück voranzubringen. In einem internationalen Konzern sind gute Englisch-Kenntnisse unablässig, aber auch Kommunikationsstärke und soziale Kompetenz sind wichtige Kriterien.

Für diejenigen, die genau wissen, in welcher Funktion oder welchem Geschäftsbereich sie tätig werden wollen, besteht unternehmensweit die Möglichkeit zum Direkteinstieg.

Darüber hinaus bietet das Unternehmen sieben verschiedene Traineeprogramme unter dem Namen „GOglobal“ an. Das Global Graduate Program ist konzipiert für Kandidaten, die eine Doppel-Qualifikation in Natur- und Ingenieurwissenschaften beziehungsweise Wirtschaftswissenschaften mitbringen und dann im Inhouse Consulting des Unternehmens die Entwicklung und Implementierung von strategischen Managementprojekten unterstützen.

Zusätzlich gibt es das Functional Graduate Program, in dem die Teilnehmer innerhalb ihrer gewählten Funktion rotieren: Finance, Marketing, Commercial, Manufacturing & Operations, Research & Development oder Human Resources.

Alle Trainees durchlaufen eine Auslandsstation und nehmen an On-the-job-Trainings sowie Seminaren teil.

Abschlussarbeiten. Merck betreut jährlich circa 100 Bachelor- und Masterarbeiten sowie rund 25 Doktoranden – größtenteils aus naturwissenschaftlichen Fachbereichen. Neben aktiver Hilfestellung und einem abwechslungsreichen Arbeitsumfeld, verspricht das Unternehmen den Autoren der Arbeiten eine „attraktive“ Vergütung.

Praktika. Jährlich haben vor allem Studenten der Natur-, Wirtschafts- und Ingenieurwissenschaften die Chance auf einen der insgesamt 500 Praktikumsplätze in verschiedenen Unternehmensbereichen. Dabei besteht sowohl die Möglichkeit, vergütete Pflichtpraktika zu absolvieren, für die die Studierenden mindestens acht Wochen einplanen sollten, als auch freiwillige Praktika von mindestens zwölf Wochen.

Die Praktikanten, versichert die Personalabteilung, würden intensiv betreut, erhielten von Anfang an verantwortungsvolle Aufgaben und profitierten von professionellem Mentoring und von Netzwerken mit anderen Praktikanten.

Azubis/Duales Studium. In 15 Ausbildungsberufen qualifiziert der Konzern seinen Nachwuchs, darunter Biologie- und Chemielaboranten, Kaufleute für Büromanagement, Pharmakanten und Mechatroniker. Ein großer Teil der Auszubildenden absolviert während der Ausbildung bereits einen Auslandsaufenthalt. Überdies gibt es fünf verschiedene duale Studiengänge, die zum Bachelor of Arts Industrie, Bachelor of Engineering oder Bachelor of Science in Wirtschaftsinformatik beziehungsweise Bachelor of Science in Chemie und Prozesstechnik führen.

Das Auswahlverfahren umfasst einen Online-Test und ein persönliches Gespräch, je nach Berufsgruppe auch eine Arbeitsprobe. Schulnoten spielen in der Erstauswahl keine Rolle, vielmehr das Interesse und die Motivation zu einem Beruf. Die Bewerbung sollte ein Jahr vor Ausbildungsbeginn eingereicht werden.



BEWERBEN

Mit Bezugnahme auf den Jobguide ausschließlich online über www.come2merck.de

ANSPRECHPARTNER

HR-Direktberatung
+49 6151 72-53880

AUSWAHLVERFAHREN

Interviews

Merck Deutschland



auf Facebook



auf LinkedIn

Merck Group



auf Facebook

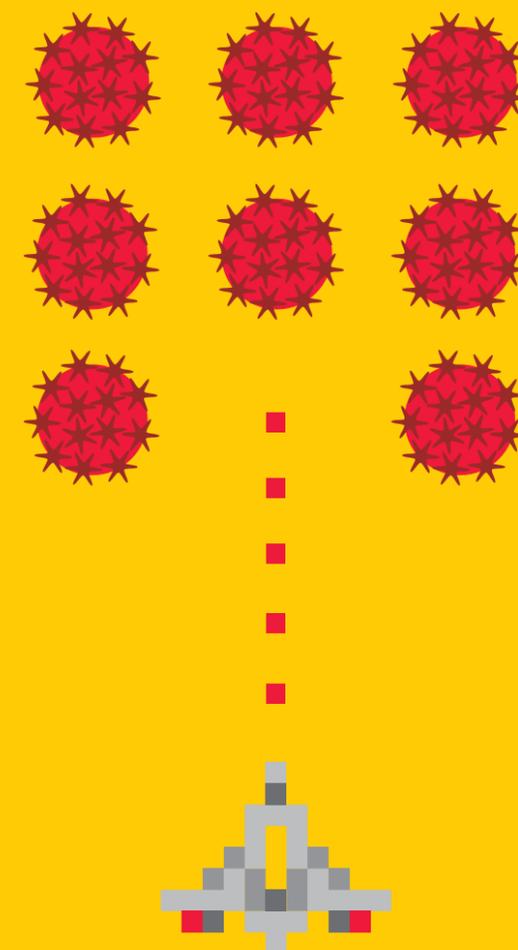
MERCK

SEI DER ANGST- GEGNER

von Krebs und entwickle Medikamente, die vielen helfen.

Egal ob Krebs, Multiple Sklerose, Diabetes oder viele andere Krankheiten: Wir entwickeln die Wirkstoffe, die sie effektiv bekämpfen. Das ist nur ein Beispiel dafür, wie unser Entdeckergeist in den Bereichen Healthcare, Life Science und Performance Materials das Leben für alle besser macht. Werde ein Teil von Merck und lass Deiner Neugier freien Lauf.

Jetzt bewerben!
come2merck.de



Obi Group Holding SE & Co. KGaA

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



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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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





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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

BEWERBEN

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

ANSPRECHPARTNER
Christina Schnell (- 27 96)

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

Obi auf Xing



LinkedIn



Ute Spickenheuer, Obi Corporate Center



22 praktische Einstiege.

Ein Weg ans Ziel.

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

Wir suchen Sie als:

Absolventen und Trainees (m/w)

Wir bieten Ihnen attraktive Perspektiven in unserer Zentrale in Wermelskirchen:

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

Praktikanten (m/w)

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

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

Ihre Qualifizierung:

- qualifizierter wirtschaftswissenschaftlicher oder IT-Studiengang

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



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



Weitere Informationen zu den Einstiegsmöglichkeiten bei Obi finden Sie unter www.obi.de/jobs



Peek & Cloppenburg KG, Düsseldorf

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



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

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

P&C ist bis heute ein Familienunternehmen,

Angehörige der Familie sind bis dato in der Unternehmensleitung vertreten.

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

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

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

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

Christian Berg, Jake's, Joseph Janard, McNeal, Montego und Review. Die Peek & Cloppenburg KG, Düsseldorf machte 2015 einen Umsatz von rund 1,49 Milliarden Euro und erzielte damit ein operatives Vorsteuerergebnis von 89 Millionen Euro.

Standorte und Mitarbeiter. Das Unternehmen ist inzwischen in 15 Ländern Europas aktiv. In Deutschland betreibt P&C Häuser an 68 Standorten, außerdem zwei in Belgien, drei in den Niederlanden und eins in der Schweiz. Die Peek & Cloppenburg KG, Wien führt weitere 44 Standorte in Österreich, Polen, Kroatien, Slowakei, Slowenien, Bulgarien, Tschechien, Ungarn, Rumänien, Lettland und Litauen. Die Peek & Cloppenburg KG, Düsseldorf beschäftigte im Jahr 2015 über 13.700 Mitarbeiter.

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

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

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

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

sowie die Abteilung Strategie und Projektorganisation gehören, bestehen Chancen für akademische Junior Professionals, die auch aus anderen Branchen kommen können. Für sie eignet sich insbesondere der Direkteinstieg im Verkauf über das Führungsnachwuchsprogramm, das ganz individuell jederzeit starten kann.

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

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

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



Ausgeprägtes Stil- und Geschmackempfinden ist wichtig für alle Bewerber.

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

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

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

BEWERBEN

Mit Bezug auf den Jobguide über das Jobportal

ANSPRECHPARTNER

Traineeprogramme Verkauf und Einkauf:

Tanja Vellekoop

Traineeprogramm Zentrale: Bettina Wolters

Abschlussarbeiten, Praktikanten:

Dr. Maria Schmitz-Hüser

Azubis/Kaufleute für Büromanagement: Saskia Falk

Azubis/Gestalter für visuelles Marketing und Handelsfachwirt:

Anna Engels

Azubis/Kaufleute im Einzelhandel und Duales Studium:

Barbara Weschenbach

Schulpraktikanten richten sich direkt an ein Verkaufshaus

Alle Emails: karriere@peek-cloppenburg.de

AUSWAHLVERFAHREN

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

P&C auf Facebook



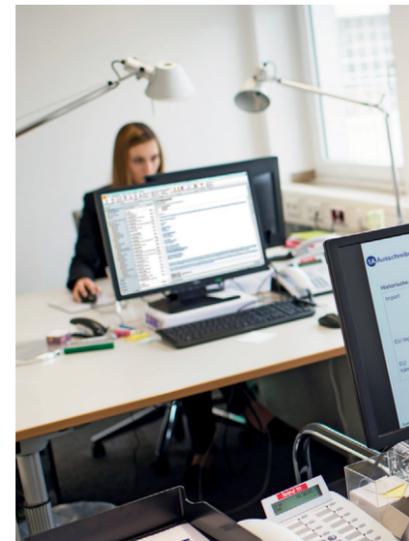
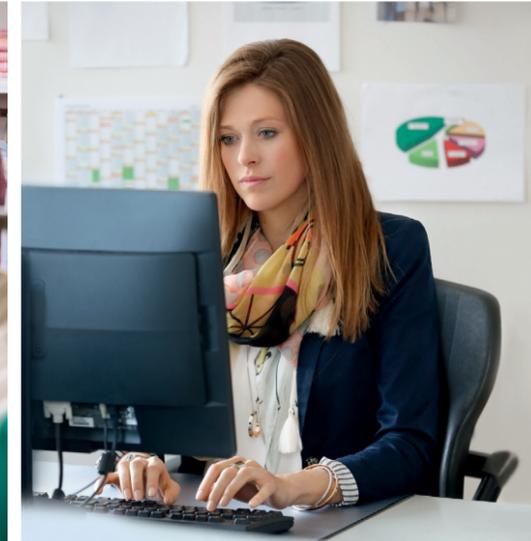
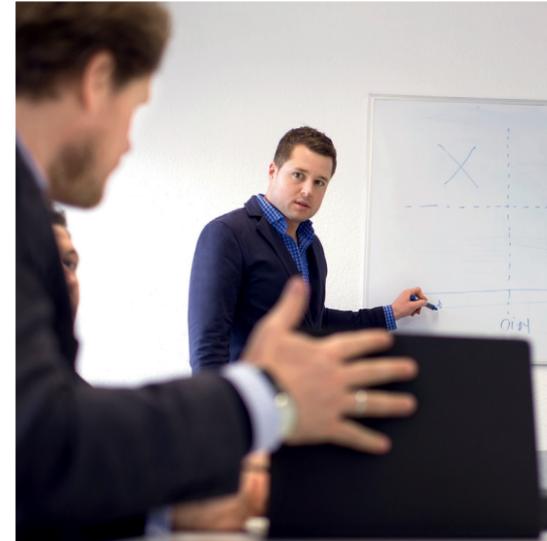
Xing



LinkedIn



DAS TRAINEEPROGRAMM VON P&C FÜR ABSOLVENTEN



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

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

Peek&Cloppenburg

schäftsleiter führt dann „sein“ Verkaufshaus als Profitcenter und ist damit für die Führung der Mitarbeiter und den gesamten Auftritt des Hauses verantwortlich.

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

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

Das Einstiegsgehalt variiert je nach Studienabschluss und Qualifikation.

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

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

R+V Versicherung AG

Raiffeisenplatz 1_65189 Wiesbaden_06 11-5 33-0_www.ruv.de



Die Gesellschaft. Die R+V Versicherung ist der Versicherungspartner im genossenschaftlichen Finanzverbund. Sie gehört mehrheitlich (74,9 Prozent) der DZ Bank Gruppe, weitere 15,8 Prozent der Anteile werden von der WGZ-Bank gehalten. Die DZ Bank ist das Spitzeninstitut im Genossenschaftlichen Finanzverbund und gleichzeitig Zentralbank für fast 900 Genossenschaftsbanken in Deutschland, zu der rund 11.000 Filialen gehören. Die deutlich kleinere WGZ-Bank übt die gleiche Funktion aus für weitere 200 Genossenschaftsbanken im Rheinland und in Westfalen. Zum genossenschaftlichen Finanzverbund zählen neben den Volks- und Raiffeisenbanken, der DZ Bank, der WGZ Bank und der R+V Versicherung auch noch die Bau- und Immobilienfinanzierer Bausparkasse Schwäbisch Hall, DG Hyp, Münchener Hyp und WL Bank sowie die DZ Privatbank, die Fondgesellschaft Union Investment, der Spezialfinanzierer VR Leasing, der Ratenkreditexperte Easy Credit und verschiedene andere Spezialinstitute.

An der Spitze der R+V Unternehmensgruppe selbst steht die R+V Versicherung AG. Sie ist das Konzerndach über drei weiteren Führungsgesellschaften, der R+V Komposit Holding, der R+V Service Holding und der R+V Personen Holding. Außerdem ist sie die Muttergesellschaft über allen Auslandsaktivitäten der Gruppe.

Dienstleistungen und Marktbedeutung. Die R+V ist mit rund acht Millionen Kunden in Deutschland einer der größten Versicherer für Privat- und Firmenkunden. Ihr wichtigstes Gesicht zum Endkunden sind die Volks- und Raiffeisenbanken, die immer, wenn ihre Bankkunden Versicherungsleistungen benötigen, auf die Angebote der R+V zurückgreifen. Die Produktpa-

lette der R+V umfasst alle bekannten Versicherungen für Privatkunden, darunter Standardprodukte wie die Kfz-Haftpflichtversicherung, aber auch individuelle Konzepte für die Altersvorsorge. Im Firmenkundensegment kommen die Kunden der R+V traditionell aus dem mittelständischen Handel, Handwerk und Gewerbe sowie der Landwirtschaft.

Die R+V-Unternehmensgruppe erwirtschaftete 2020 bei einem Beitragsvolumen von mehr als 18,9 (Vorjahr: 17,4) Milliarden Euro ein Konzernergebnis von 156 (Vorjahr: 654) Millionen Euro. Dabei kamen etwa die Hälfte der Beiträge aus dem Geschäft mit Lebens- und Krankenversicherungen, knapp 6,5 Milliarden Euro aus dem Bereich Schaden und Unfall und der Rest aus dem Rückversicherungsgeschäft.

Standorte und Mitarbeiter. Die Unternehmensgruppe beschäftigt mehr als 15.000 Mitarbeiter, davon 425 an den Auslandsstandorten in Luxemburg und Italien. Der größte Teil der Mitarbeiter – knapp 6.800 – sind im Innendienst beschäftigt, weitere gut 5.000 Personen arbeiten im angestellten Außendienst.

Karriere bei R+V. Vor einiger Zeit hat das Unternehmen ein neues Laufbahnmodell im Innendienst eingeführt, das nun gleichwertige Laufbahnen für die Führungs-, Projekt- und Fachlaufbahn gewährleistet und neue Entwicklungswege eröffnet hat. Darüber hinaus hat es die Entwicklungs- und Karrieremöglichkeiten für Jedermann im Unternehmen transparent gemacht.

Im Rahmen des Talentmanagements werden bei der R+V systematisch die Personalbedarfe

CHANCEN FÜR	
Junior Professionals	+
Hochschulabsolventen	+
Abschluss-/Doktorarbeiten	+
Werkstudenten	+
Studentische Praktikanten	+
Azubis/Duales Studium	+
Schul-Praktikanten	+
Wirtschaftswissenschaftler	++
(Wirtschafts-) Mathematiker	+
Juristen	++
(Wirtschafts-) Informatiker	+

für die erste bis dritte Ebene in der Führungs-, Projekt- und Fachlaufbahn ermittelt, Potentialträger identifiziert und durch Entwicklungsprogramme und Förderkreise gefördert, um sie für die Übernahme von Schlüsselpositionen gezielt zu qualifizieren.

Für alle Mitarbeiter bietet das Unternehmen umfassende Weiterbildungsprogramme mit fachlichen und methodischen Trainings und einer großen Bandbreite von Veranstaltungen an. Neben den klassischen Gruppen- und Einzelmaßnahmen setzt die R+V dabei zunehmend auf E-Learnings und Webseminare. Das Unternehmen ist der Brancheninitiative „gut beraten“ beigetreten, die sich um die Förderung der Weiterbildung kümmert. Ziel dieser freiwilligen Initiative der Verbände der Versicherungswirtschaft ist die weitere Professionalisierung des Berufsstands der Versicherungsvermittler. Sie sieht vor, dass Vermittler regelmäßig Weiterbildungsmaßnahmen besuchen, wobei jeder Vermittler rund 30 Stunden Weiterbildungszeit pro Jahr aufwenden muss.

Das Versicherungsunternehmen hat überdies ein ausgefeiltes betriebliches Gesundheitsmanagement etabliert. Zum Beispiel können die Mitarbeiter ein Online-Fitness-Studio nutzen, das neben vielen Videos auch die Möglichkeit bietet, sich am privaten Computer zu einem zeitgleich stattfindenden Kurs zuzuschalten. Für individuelle Fragen stehen dann Mediziner, Sportlehrer und Sportwissenschaftler per Mail, Chat und Telefon bereit.

Zur Förderung der Vereinbarkeit von Beruf und Familie bietet das Unternehmen unter anderem bundesweit Beratungs- und Vermittlungsleistungen für die Pflege von Angehörigen sowie Ferienbetreuungsangebote für Kinder an. Und wer sich in einer schwierigen

Lebenssituation befindet, kann eine kostenlose telefonische Beratung bei der „Lebenslagen-Hotline“ wahrnehmen.

Junior Professionals. Wer nach dem Studium bereits erste Berufserfahrung gesammelt hat, findet bei der R+V offene Türen. Kandidaten beispielsweise, die neben einem Studium der Mathematik oder Statistik Wissen über den Versicherungsmarkt und Produkte sowie Kenntnisse in Stochastik mitbringen, sind geeignet für das Aktuariat. Das Finanzressort hingegen interessiert sich für Wirtschaftsmathematiker und Wirtschaftswissenschaftler mit finanztheoretischer Ausrichtung. Darüber hinaus werden laufend Kandidaten gesucht für Aufgaben in den Bereichen IT, Marketing, Personal, Rechnungswesen, Risikomanagement, Rückversicherung, Schadenregulierung, Underwriting und Vertrieb.

Hochschulabsolventen. Für Hochschulabsolventen gibt es, je nach Studienfach, definierte Positionen für den Direkteinstieg. Informatiker beispielsweise steigen als Anwendungsmanager, IT-Berater, Softwareentwickler, Systemingenieur oder IT-Architekt ein. Für Mathematiker stehen Positionen im Aktuariat, der Produktentwicklung und im Risikomanagement bereit. Juristen wiederum beginnen als Schadenregulierer oder Underwriter. Und für Wirtschaftswissenschaftler sind Positionen in den Funktionen Finanzen, Marketing, Personal, Rechnungswesen, Risikomanagement, Rückversicherung, Underwriting und Vertrieb vorgesehen.

Neben dem Direkteinstieg gibt es aber auch Traineeprogramme im Innen- und Außendienst, für die jährlich 15 bis 20 passende Kan-



Sie suchen eine Herausforderung in einem modernen Unternehmen? Sie wollen sich beruflich entfalten und persönlich weiterentwickeln? Nutzen Sie jetzt Ihre Chance und bewerben Sie sich bei der R+V Versicherung – für ein Praktikum, ein Traineeprogramm, Ihre Studienabschlussarbeit oder den Direkteinstieg.

Wirtschaftswissenschaftler (m/w)
Rechtswissenschaftler (m/w)
(Wirtschafts-)Mathematiker (m/w)
(Wirtschafts-)Informatiker (m/w)

Als Versicherer der Genossenschaftlichen FinanzGruppe Volksbanken Raiffeisenbanken sind wir mit über 8 Millionen Kunden eine der größten deutschen Versicherungsgruppen. Rund 15.000 Beschäftigte entwickeln ständig neue maßgeschneiderte und innovative Versicherungslösungen für unsere Kunden.

Interessiert?

Dann werden Sie Teil eines starken Teams. Jetzt bewerben: www.jobs.ruv.de

Oder rufen Sie unser Recruitingcenter an: Tel. 0611 533-5210





didaten gesucht werden. Das Programm im Innendienst startet jedes Jahr im Oktober und dauert ein Jahr, das die Trainees am Hauptsitz des Unternehmens in Wiesbaden verbringen. Es richtet sich an Absolventen der (Wirtschafts-) Mathematik, (Wirtschafts-) Informatik, Wirtschaftswissenschaften und Rechtswissenschaften.

Das Außendienst-Traineeprogramm hingegen startet zu jedem Quartalsbeginn bundesweit und dauert zwei Jahre. Es ist vorgesehen für Kandidaten mit gutem Hochschulabschluss in Wirtschaftswissenschaften, die einen Schwerpunkt auf Versicherungen oder Finanzdienstleistungen gelegt haben. Im Mittelpunkt steht hier die fachliche und persönliche Ausbildung zum Spezialisten der Versicherungsbranche. Diese findet vor allem „on the job“ statt und wird begleitet durch Seminare. Für beide Traineeprogramme wünscht sich die R+V Bewerber, die am besten schon in Ausbildung, Praktika oder als Werkstudent mit der Finanzdienstleistungsbranche Berührung hatten.

Abschlussarbeiten. Themen für Bachelor- und Masterarbeiten von Studierenden ergeben sich zumeist im Rahmen von Praktika. Das

Unternehmen betreut daher auch nur Arbeiten von Autoren, die es bereits im Praktikum oder als Werkstudent kennengelernt hat. Wie immer gilt, dass das gewählte Thema einen Nutzen für das Unternehmen haben muss.

Praktika. Egal ob in den Versicherungssparten, im Personal, Marketing, Vertrieb, Controlling, im Finanzwesen oder der IT: Ein Einsatz als Praktikant oder Werkstudent ist in nahezu allen Unternehmensbereichen möglich. Gefragt sind Studierende, die das zweite Fachsemester ihres Bachelor-Studiengangs beendet oder ihre Zwischenprüfung mit gutem Ergebnis abgeschlossen haben. Sie sollten mindestens zwei Monate für ihr Praktikum einplanen oder neben dem Studium für ein halbes Jahr auf Stundenbasis mitarbeiten. Als Vergütung erhalten die Praktikanten – je nach Studienfortschritt – pauschal zwischen 500 und 600 Euro im Monat und – wenn sie von weiter her kommen – einen Mietzuschuss. Werkstudenten werden auf Stundenbasis bezahlt. Dem Unternehmen ist wichtig, dass seine Praktikanten und Werkstudenten gerne im Team arbeiten, kommunikativ und flexibel sind.

Azubis/Duales Studium. Derzeit hat die R+V über 480 Nachwuchskräfte in Ausbildung und jedes Jahr werden 180 neue an Bord genommen. Für Abiturienten gibt es duale Studiengänge für die Abschlüsse Bachelor of Science in Insurance and Finance mit gleichzeitiger Ausbildung zum Kaufmann für Versicherungen und Finanzen. Ferner bietet sich der Bachelor of Science in Wirtschaftsinformatik mit Ausbildung zum Fachinformatiker an. Drittens gibt es den Bachelor of Arts in Insurance and Finance mit Praxiseinsatz im R+V-Direktionsbetrieb Stuttgart. Viertens kann man den Bachelor of Arts oder Science in einem Dualen BWL-Studium im Banken- oder Maklervertrieb erwerben und begleitend eine Praxisausbildung in einer der acht Vertriebsdirektionen machen.

Wer eine normale Ausbildung machen will, kann Kaufmann für Versicherungen und Finanzen oder Fachinformatiker für Anwendungsentwicklung werden. Der Außendienst bildet in den Vertriebsdirektionen zum Kaufmann für Versicherungen und Finanzen aus. Daneben ist die Konzerngesellschaft UMB Unternehmens-Managementberatungs GmbH Ausbildungsstätte für Kaufleute für Büromanagement. Ausbildungsstart ist jeweils im August/September.

BEWERBEN

Über die Webseite mit Bezug auf den Jobguide

ANSPRECHPARTNER

Traineeprogramm Außendienst:

anne.kampen@ruv.de; (-60 80);

Traineeprogramm Innendienst, Direkteinstieg,

Abschlussarbeiten, Praktikanten, Azubis, Duales Studium:

recruiting-center@ruv.de; (-52 10);

AUSWAHLVERFAHREN

Strukturiertes Interview; zusätzlich eintägiges Assessment-Center (AC) mit Einzel- und Gruppenübungen beim Innendienst-Traineeprogramm; beim Außendienst-Traineeprogramm zweitägiges AC;

R+V auf XING

Facebook

Twitter

LinkedIn



Jobguide

Das Karriereportal

Wir filtern,
was wirklich
wichtig ist.



Foto: Fotolia

Chancen.
Märkte.
Arbeitgeber.

Konzentriert informiert.
www.jobguide.de

Sparkassen-Finanzgruppe

www.sparkasse.de



Die Gruppe. Damit breite Teile der Bevölkerung ihr Geld anlegen konnten, ihren Zahlungsverkehr sicher abwickeln und Kredite aufnehmen, wurden vor rund 200 Jahren die ersten Sparkassen gegründet. Im Sparkassengesetz wurde festgelegt, dass Sparkassen Universalbanken in öffentlicher Trägerschaft sind, sie also mit allen Kundengruppen Bankgeschäfte betreiben können und hinter ihnen die jeweiligen Städte oder Landkreise als Gesellschafter stehen, weshalb sie ihre Gewinne für das Gemeinwohl einsetzen sollen. Damit bilden die öffentlich-rechtlichen Kreditinstitute die dritte Säule im Drei-Säulen-Modell des deutschen Finanzsektors, und sind den privaten Banken und den Genossenschaftsbanken gleichgestellt.

Diese dritte Säule umfasst alle Gesellschaften der Sparkassen-Finanzgruppe, zu der insgesamt 520 einzelne Unternehmen gehören. Den größten Anteil daran haben die 376 rechtlich selbstständigen Sparkassen-Gesellschaften. Darüber hinaus gibt es fünf Landesbanken – die Landesbank Baden-Württemberg, die BayernLB, die Landesbank Berlin, die Landesbank Hessen-Thüringen, die NordLB und die SaarLB – sowie viele weitere Gesellschaften, die im Verbund Spezialaufgaben übernehmen. So ist zum Beispiel die Deka Investments das Wertpapier-Handelshaus der Sparkassen, die acht Landesbausparkassen befassen sich mit Immobilienfinanzierung, die Deutsche Leasing-Gruppe und weitere Gesellschaften

mit dem Leasing-Geschäft. Darüber hinaus gehören zum Verbund neun öffentliche Versicherer, ferner S-Kreditpartner, die Berlin Hyp, drei Factoring-Gesellschaften sowie der Deutsche Sparkassenverlag, die Sparkassen Finanz-Informatik und der Deutsche Sparkassen- und Giroverband als Dienstleister in Verbund. Hinzu kommen 51 Kapitalbeteiligungsgesellschaften, sieben LBS Immobiliengesellschaften, die Sparkassen Rating- und Risikosysteme GmbH, zwölf regionale Sparkassenverbände und 754 Stiftungen.

Dienstleistungen und Marktbedeutung. Im internationalen Vergleich sehr ungewöhnlich ist in Deutschland der hohe Anteil der öffentlich-rechtlichen und genossenschaftlichen Banken am Bankensystem. Dabei ist die Sparkassen-Finanzgruppe mit einem Geschäftsvolumen von 2.980 Milliarden Euro die größte Finanzgruppe Europas. Allein 48,2 Millionen Girokonten werden von den Sparkassen in Deutschland geführt und drei Viertel aller Unternehmen arbeiten mit der Firmenkundenabteilung ihrer örtlichen Sparkasse zusammen. Dabei geht es dann nicht nur um Zahlungsverkehr, Kredite und Vermögensanlage, sondern auch um Leasing und Factoring, um Unternehmensbeteiligungen, Gründungen oder Immobilienprojekte. Hier kommen dann die spezialisierten Verbundpartner als Leistungserbringer zum Einsatz.

CHANCEN FÜR	
Junior Professionals	++
Hochschulabsolventen	++
Abschlussarbeiten	+
Werkstudenten	+
Studentische Praktikanten	+
Azubis/Duales Studium	++
Schul-Praktikanten	++
Wirtschaftswissenschaften	++
Rechtswissenschaften	++
IT	++

Im Vergleich zu Privatbanken zeichnet die Sparkassen aus, dass sie nach dem Regionalprinzip agieren, also ihre Geschäftstätigkeit auf ihre Heimatregion konzentrieren. Ihre Gewinne setzen sie gemäß ihrem öffentlichen Auftrag nicht nur zur Erweiterung ihrer Eigenkapitalbasis ein, sondern auch zur Stärkung ihrer jeweiligen Heimatregion.

Das bedeutet, dass die Sparkassen eine Vielzahl von wissenschaftlichen, sozialen, Kunst-, Kultur-, Bildungs- und Umweltprojekten mit Spenden und Sponsoring unterstützen. Für die Integration Geflüchteter setzen sie sich ebenso ein wie für die Inklusion behinderter Menschen. Ein Teil der Mittel wird verwaltet und verteilt über die 754 gemeinnützigen Stiftungen, die medizinische und soziale Einrichtungen, Sportvereine, Museen, Theater und viele kleine Initiativen unterstützen. Insgesamt trugen die Sparkassen zum Beispiel im Jahr 2019 mit 432 Millionen Euro zu gesellschaftlicher Entwicklung und sozialem Frieden bei.

Standorte und Mitarbeiter. Mit über 300.000 Mitarbeitenden ist die Sparkassen-Finanzgruppe einer der größten Arbeitgeber in Deutschland. 205.000 Köpfe zählen allein die 370 Sparkassen-Gesellschaften mit ihren 16.500 Geschäftsstellen bundesweit. Alle weiteren Mitarbeiter sind bei den Verbundpartnern tätig. Die größten unter ihnen sind die Landesbanken, wo über 33.500 Mitarbeiter tätig sind, die Deka-Bank mit rund 4.700 Beschäftigten, die Landesbausparkassen mit weiteren 6.800 und die Deutsche Leasing-Gruppe mit rund 2.700 Köpfen.

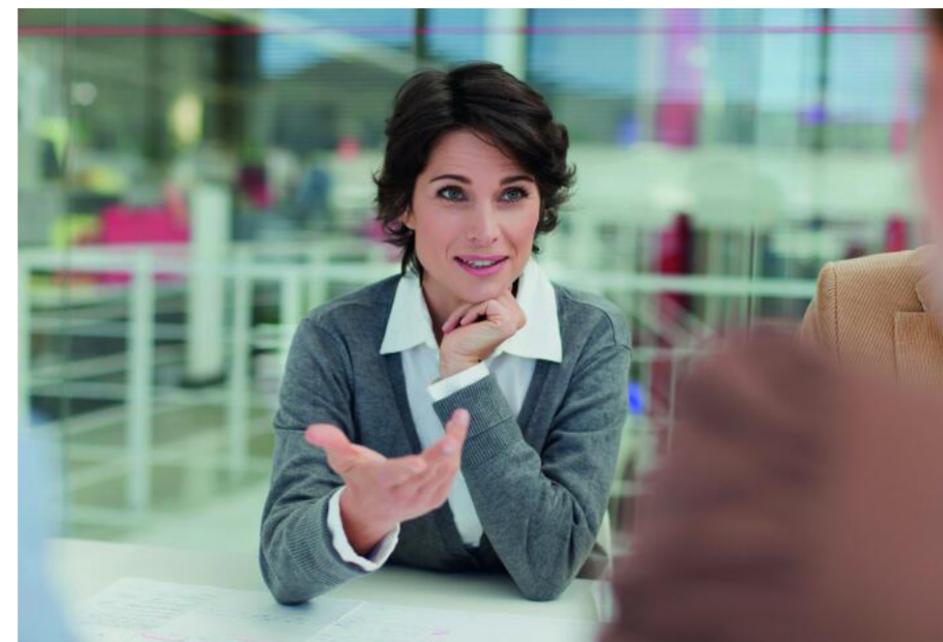
Karriere bei der Sparkassen-Finanzgruppe. Die Karrieremöglichkeiten sind angesichts des breiten Geschäftsfeldes der Sparkassen-Finanzgruppe naturgemäß sehr vielfältig. In allen Funktionen und Bereichen der Sparkassen – also im Auslandsgeschäft, in der Wertpapier- und Vermögensberatung, in den Bereichen Versicherung, Kredit, Verkaufstraining, Marketing, Betriebsorganisation, Controlling, Revision, Personalwirtschaft oder im Medialen Vertrieb – besteht die Möglichkeit, sich in einer Spezialistenrolle weiterzuentwickeln oder eine Führungsaufgabe zu übernehmen. Auch ein Wechsel zwischen den Gesellschaften der Finanzgruppe ist möglich und üblich.

Zum Beispiel kann eine typische Karriere im Private Banking, wo vermögende Privatkunden zu Geldanlage, Altersvorsorge, Versicherungen und Vermögensfragen beraten werden, später in einer Führungsrolle im Vermögensmanagement einer Sparkasse fortgesetzt werden und in das Top-Management dieser Sparkasse führen.

Und wer als Firmenkundenberater mehrere Jahre erfolgreich Finanzierungs- und Finanzierungslösungen für Unternehmen, Gewerbetreibende und Existenzgründer entwickelt hat, kann einen Abschluss als Zertifizierter Firmenkundenbetreuer anstreben, um dann in eine Spezialistenaufgabe zu gehen oder sich zur Führungskraft weiterzuentwickeln.

Bei einem Kreditanalysten, der Bonitäts- und Risikoanalysen erstellt und die Kreditanträge von regionalen Firmenkunden bearbeitet, kann im nächsten Schritt eine Weiterbildung zum Zertifizierten Kreditanalysten auf der Agenda stehen.

Generell gibt es zur fachlichen und überfachlichen Weiterbildung eine Vielzahl an Angeboten, die einerseits von den jeweiligen Sparkassen und Verbundgesellschaften selbst organisiert werden, zum anderen aber auch in elf regionalen Sparkassenakademien sowie an der Hochschule für Finanzwirtschaft & Management in Bonn, einer eigenen Hochschule der Sparkassen-Finanzgruppe stattfinden.



Ein Frauenförderprogramm sorgt für Chancengleichheit und perspektivisch mehr Damen in Führungspositionen. Darüber hinaus werden Coachings angeboten und Mentorenprogramme.

Um allen Mitarbeitenden einen guten Ausgleich zwischen Berufs- und Privatleben zu ermöglichen, bieten die Gesellschaften des Finanzverbundes neben flexiblen Arbeitszeitmodellen und Gleitzeit auch variable Teilzeitstellen sowie die Möglichkeit zum mobilen Arbeiten und Job-Sharing an. Ab Anfang 2022 gilt bei allen Unternehmen des Verbundes die 39-Stunden-Woche. Einige Sparkassen verfügen über Kinderbetreuungsmöglichkeiten und machen Angebote zur Lebens- und Krisenberatung.

Das Gesundheitsmanagement der Finanzgruppe organisiert Informationsevents zu Ernährung, Prävention und Entspannung und organisiert Sportveranstaltungen. Die größeren Gesellschaften verfügen zudem über ein Betriebsrestaurant und werden von einem eigenen Betriebsarzt betreut.

Zu den üblichen Sozialleistungen zählen eine betriebliche Altersversorgung und Umzugshilfen sowie in einigen Gesellschaften ein Jobticket und Essenzuschüsse.

Hochschulabsolventen. Berufseinsteiger bei der Sparkassen-Finanzgruppe haben üblicherweise einen Bachelor in Betriebswirtschaftslehre, einen Master of Business Administration absolviert oder ein ähnliches Studienfach mit Wirtschaftsbezug. Traineeprogramme und Positionen für den Direkteinstieg gibt es für sie in den Bereichen Private Banking, Firmenkundenbetreuung, im internationalen Firmengeschäft, im Wertpapier- und Devisengeschäft, in der Unternehmens-



entwicklung, dem Projektmanagement, der Vertriebssteuerung sowie im Controlling, Marketing und im Personalwesen.

Da die Unternehmen der Finanzgruppe zumeist Anstalten des öffentlichen Rechts sind, orientiert sich das Einstiegsgehalt an der Tarifvereinbarung des öffentlichen Dienstes. Dieses wird ergänzt durch Urlaubsgeld, Vermögenswirksame Leistungen und leistungsbezogene Boni sowie Unterstützung bei der Altersabsicherung.

Abschlussarbeiten. In der Regel haben nur größere Institute die Kapazitäten, um Bachelor-, Master- und Diplomarbeiten zu begleiten. Die bieten dann Unterstützung bei der Themenfindung an, schreiben aber keine Themen öffentlich aus. Es empfiehlt sich daher, mit einem Vorschlag auf ein größeres Institut aktiv zuzugehen.

Praktikanten. Praktika von drei bis sechs Monaten werden für Studierende wirtschaftswissenschaftlicher und rechtswissenschaftlicher Studiengänge angeboten. Sie werden je nach den Vorkenntnissen und Spezialisierungen im Studium sowie den individuellen Interessen so organisiert, dass der Praktikant die Möglichkeit hat, mehrere Geschäftsbereiche kennenzulernen. Das kann sowohl innerhalb einer Sparkasse in der Region sein, als auch in anderen Gesellschaften der Finanzgruppe. Übliche Einsatzgebiete sind die Firmen- und Geschäftskundenbetreuung, das Vertriebsmanagement, die Bereiche Private Banking, Organisation/IT, Unternehmenssteuerung/Controlling, das Rechtsreferat, die Unternehmenskommunikation und das Marketing.

Die Praktikanten sollten sich für die Finanzbranche interessieren, gute bis sehr gute Studienleistungen nachweisen und gut mit MS-Office umgehen können. Sie erhalten einen Vertrag über eine 40-Stunden-Woche mit Urlaubsanspruch und eine Vergütung, die mit der jeweiligen Gesellschaft vor Ort vereinbart wird. Hierhin sind auch die Bewerbungen zu richten.

In allen Bereichen, in denen Praktikanten eingesetzt werden, können auch Werkstudenten mitarbeiten, die schon ein paar Semester hinter sich haben. Die Stellen dafür sind im Stellenportal ausgeschrieben. Die Verträge sehen maximal 20 Arbeitsstunden pro Woche vor, in der vorlesungsfreien Zeit ist aber auch Vollzeit möglich. Die Vergütung richtet sich nach dem Mindestlohn-Gesetz, was derzeit mindestens 9,50 Euro pro Stunde entspricht, aber je nach Gesellschaft und Aufgabenfeld auch mal mehr werden kann.

Azubis/Duales Studium. Die Sparkassen-Finanzgruppe ist der größte gewerbliche Ausbilder im deutschen Finanzsektor. Rund 12.500 Nachwuchskräfte sind aktuell in einer klassischen Ausbildung oder einem dualen Studium. In den klassischen Ausbildungsberufen variiert das Stellenangebot je nach Region und Größe der jeweiligen Sparkasse. Überall angeboten werden jedoch Ausbildungsstellen für Bankkaufleute, Bürokaufleute, Kaufleute für Digitalisierungsmanagement und Immobilienkaufleute angeboten. Darüber hinaus kann es punktuell noch weitere Berufe geben, in denen die größeren Sparkassen ausbilden, zum Beispiel Kaufleute für Versicherungen und Finanzen oder Kaufleute für Dialogmarketing.

Nicht alle Sparkassen, aber sehr viele, bieten duale Studiengänge an, bei denen sie mit der jeweils regionalen Sparkassenakademie und geeigneten Hochschulen in ihrer Region zusammenarbeiten. Ein großes Angebot an Stellen gibt es in den Fächern Betriebswirtschaftslehre, Wirtschaftsinformatik sowie Banking und Sales, die mit dem Bachelor of Arts oder Bachelor of Science abgeschlossen werden.

Die Bewerbungsphase für Azubis und Duale Studierende beginnt immer im Sommer für den Start am 1. September des Folgejahres.

BEWERBEN

über die Jobbörse auf www.sparkasse.de/karriere.html

ANSPRECHPARTNER
Da die Gesellschaften der Sparkassen-Finanzgruppe eigenständig sind, gibt es auch keine zentralen Ansprechpartner, sondern es sind immer die in den Stellenausschreibungen genannten Personen zuständig. Diese sind auch ansprechbar bei Initiativbewerbungen.

AUSWAHLVERFAHREN
Die Auswahlverfahren werden jeweils von den Gesellschaften selbst gestaltet, bei Azubis kommen häufig Einstellungstests und Interviews zum Einsatz, bei Hochschulabsolventen und Professional-Positionen werden Interviews und bisweilen Assessment Center genutzt.

Sparkassen-Finanzgruppe auf

Facebook Instagram YouTube LinkedIn Twitter



Mehr Perspektiven. Weniger Hürden.

**Was willst du mehr?
Die Jobs bei der
Sparkassen-Finanzgruppe.**

Du willst lieber großen Chancen begegnen statt Hindernissen? Bei uns findest du eine breite Vielfalt an Möglichkeiten, deine Talente zu entfalten und deine Karriere weiter voranzubringen. Und dabei deine Region und die Gesellschaft stark zu machen. Mehr auf sparkasse.de/karriere



Finanzgruppe

Weil's um mehr als Geld geht.



Was Studentenbuden kosten

Corona und der Trend zu Online-Vorlesungen schlagen sich leider erst in wenigen Studentenstädten auf die Mieten nieder. Das ergab eine aktuelle Immowelt-Studie. Im Gros der Städte steigen die Preise nach wie vor.

Für die Studie hat Immowelt die inserierten Mieten von Singlewohnungen bis 40 Quadratmeter in 59 Hochschulstädten analysiert. Das niederschmetternde Ergebnis: Im ersten Halbjahr 2020 sind in 45 Unistädten die Mieten im Vergleich zum Vorjahr weiter gestiegen – mal mehr, mal weniger.

In den beliebten – und ohnehin schon vollen – Großstädten Köln, München, Frankfurt/M. und Berlin zahlen Studenten für eine kleine Bude zwischen sieben und 15 Prozent mehr. In kleineren Städten ist die Entwicklung eher uneinheitlich: Während es in Münster auch 15 Prozent teurer wurde, wohnt es sich in Karlsruhe nun 13 Prozent billiger.

Was zahlt man also konkret für eine 40-qm-Bleibe?

In München am meisten: bei einem qm-Meter-Preis von 27,80 Euro kommt auch eine kleine Studentenbude auf gut 1.000 Euro kalt. Mit 19,60 Euro bleibt man in Frankfurt/M., dem zweit teuersten Pflaster, nur knapp unter der 20-Euro-Marke. Danach folgt Stuttgart mit 18,60 Euro. Zwischen 14 und 16 Euro pro Quadratmeter zahlen

Studenten im Moment in Berlin, Darmstadt, Erlangen, Freiburg Heidelberg, Ingolstadt, Köln, Konstanz, Nürnberg und Tübingen. – Man sieht: An der Größe der Stadt liegts nicht immer, oft sind es einfach die traditionellen Hochschulstandorte.

Günstiger – mit (teilweise deutlich) unter zehn Euro pro Quadratmeter – wohnt es sich zurzeit in den Ruhrgebietsstädten wie Bochum, Dortmund, Duisburg und Essen, in Ostdeutschland und in vielen norddeutschen Städten wie Kiel und Bremen.

Jobguide-Tipps: Weil sich viele Menschen keine größeren Wohnungen mehr leisten können, steigt die Nachfrage nach kleinen Einheiten und treiben gerade in dieser Größenklasse die Preise. Oft sind dagegen größere Wohnungen proportional günstiger zu haben. Deshalb kann es mit Blick auf die Finanzen sinnvoll sein, eine Wohngemeinschaft zu gründen. Tipps dazu gibt's hier.

Und: Wer im Studium knapp bei Kasse ist und trotzdem in einer gefragten Hochschulstadt studieren will, sollte sich in der Umgebung umsehen, ob er eine günstigere Nachbarstadt findet und dann einpendeln. Statt in Köln zu wohnen (16 Euro/qm) kann man es mal in Wuppertal (7,60 Euro) probieren. Selbst in Bonn (13 Euro), Aachen (11,80) und Düsseldorf (12,20) wohnt es sich etwas günstiger. Die Fahrerei ist zugegebenermaßen lästig, dafür wird so das Studium aber finanzierbarer.
Quelle: Immowelt

So setzt man sein Homeoffice ab

Für alle, die erstmals durch Corona mehr Zeit am heimischen Arbeitsplatz verbrachten, hat der Immobilienverband IVD ein paar Steuertipps zusammengestellt.

Um die Kosten fürs Homeoffice steuerlich geltend machen zu können, braucht man zunächst mal ein häusliches Arbeitszimmer, sprich: einen abgeschlossenen Raum, der zu mindestens 90 Prozent für den Job genutzt wird. Küchentisch, heimisches Sofa oder Eckchen im Schlafzimmer reichen nicht, um anteilig Miete dafür anzusetzen.

Bequemlichkeit zählt nicht

Und: Es darf kein anderer Arbeitsplatz zur Verfügung stehen. Heißt: Wer daheim arbeitet, weil es bequemer ist, während in der Firma noch ein Schreibtisch auf einen wartet, kann dem Finanzamt ebenfalls keine anteilige Miete fürs Arbeitszimmer präsentieren.

In Corona-Zeiten dürfte die letzte Bedingung leichter zu wuppen sein: Wenn Unternehmen coronabedingt Homeoffice angeordnet haben, stand der reguläre Arbeitsplatz ja nicht zur Verfügung. Gleiches gilt wohl für Zeiten, in denen man in Quarantäne von daheim werkelt.

Teilzeit-Homeoffice zählt nur anteilig

Absetzbar sind die anteilige Miete und die Betriebskosten. Gehört einem die Bude selbst, sind es die anteiligen Gebäudeabschreibungen, Betriebskosten und Schuldzinsen. Der Haken: Das ganze gilt natürlich auch nur für die Zeit, in der man jenseits von Corona keinen anderen Arbeitsplatz hatte. Viele Arbeitnehmer sind ja schon tageweise wie-

der im Büro. Dann muss man die Kosten nicht nur flächenmäßig, sondern auch zeitlich aufteilen.

Ebenfalls absetzbar ist der heimische PC, anteilig runtergerechnet auf die dienstlichen Einsätze.

Bei Dauer-Homeoffice alles absetzbar

Dummerweise erkennt der Fiskus die Kosten nur bis zu einer Höchstsumme von 1.250 Euro pro Jahr und Person an. Nutzen mehrere Personen das Arbeitszimmer, kann jeder seine anteiligen Kosten bis 1.250 Euro ansetzen. Jenseits der 1.250 Euro ist ein Arbeitszimmer dann absetzbar, wenn sich dort der komplette Job abspielt, etwa bei Selbstständigen, die von daheim arbeiten.
Quelle: IVD

Kosten für Masterstudium sind Werbungskosten

Der Rechtsstreit schwelte 13 Jahre, nun hat es sich ausprozesiert. Die schlechte Nachricht für Studenten: Die Kosten für ein Erststudium lassen sich nun definitiv nicht in vollem Umfang in der Steuererklärung geltend machen, so ein Urteil des Bundesfinanzhofs (Az. VI R 17/20). Jobguide fasst die aktuelle Regelung zusammen:

Kosten, die für eine Ausbildung oder ein Studium direkt nach dem Abi anfallen, gelten steuerlich als Sonderausgaben und sind auf 6.000 Euro pro Jahr gedeckelt. Sie lassen sich nicht auf Folgejahre transportieren. Ausgaben für ein Zweitstudium hingegen – etwa der Master nach dem Bachelor oder ein Studium nach einer Lehrgelten als Werbungskosten. Sie kann man in voller Höhe absetzen. Entsteht dadurch ein negatives Einkommen (Ausgaben höher als Einnahmen), so kann dieser Betrag als Verlustvortrag in folgende Steuerjahre übertragen werden, bis er „aufgebraucht“ ist. Absolventen eines richtig teuren Zweitstudiums zahlen dadurch in den ersten Berufsjahren möglicherweise deutlich geringere Steuern.
Quelle: Legal Tribune online





Her mit den Mäusen!

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

Wie wichtig sind Gehaltsverhandlungen?

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

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



Wonach bemisst sich das Gehalt?

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

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

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

Wie schlägt sich die Region nieder?

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

Welchen Einfluss hat die Wahl der Branche?

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



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

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

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

Warum verdienen Frauen weniger?

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

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

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

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

Um welche Beträge geht's im Jobgespräch?

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

Welche Rolle spielen variable Gehälter?

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

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

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

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

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



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

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

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

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

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

men diesen Wünschen auch verstärkt nach.

Was kann ein Jobwechsel bringen?

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

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

Muss der Gehaltswunsch in die Bewerbung?

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

Wann geht's im Jobgespräch ums Gehalt?

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

Foto: istockphoto/mabele23

Was, wenn der Personaler nach dem Gehaltswunsch fragt?

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

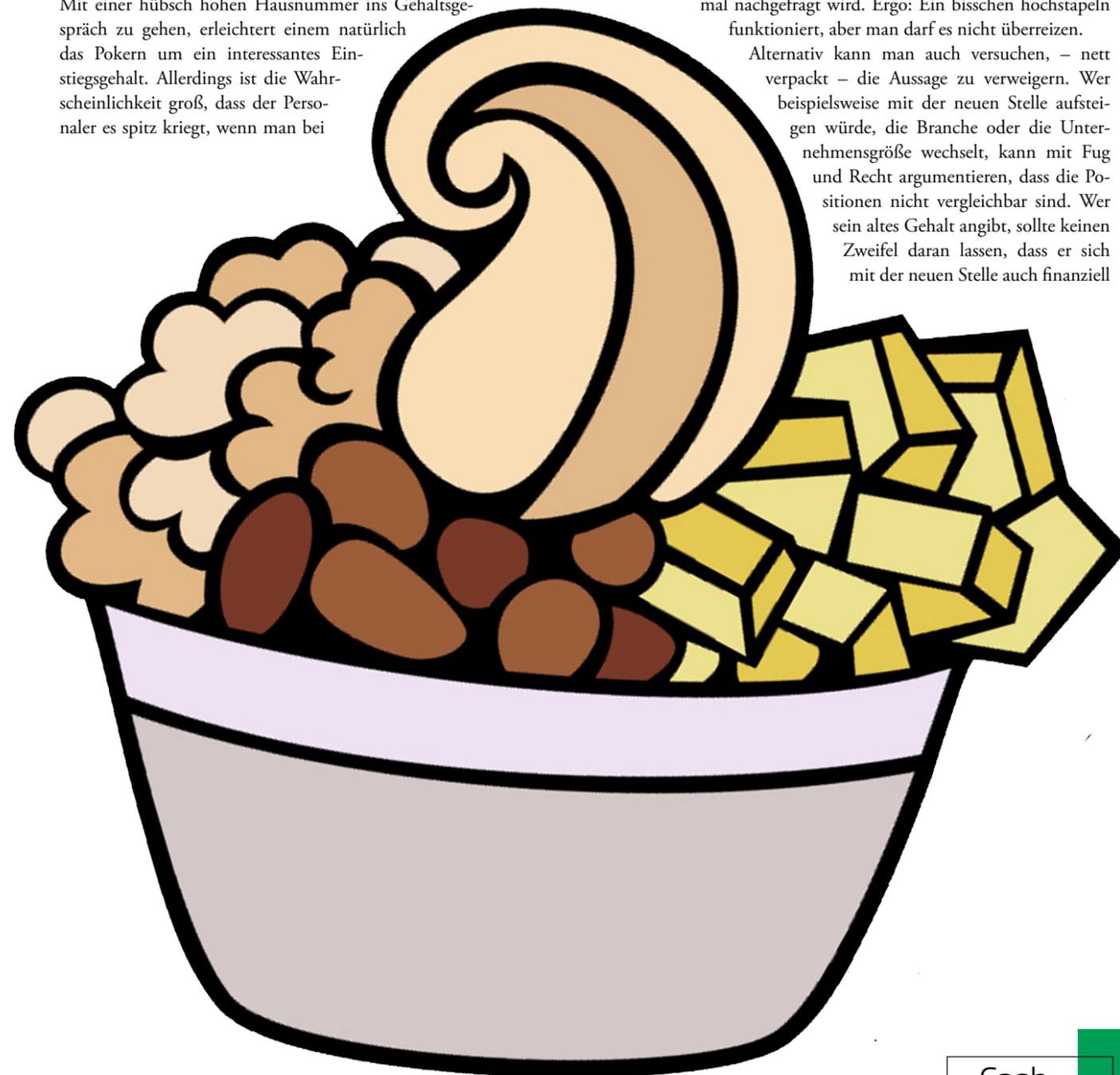
Darf ich schummeln, wenn der Personaler nach meinen früheren Gehalt fragt?

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

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

Zum Glück ist der Gehaltsbegriff aber ein bisschen dehnbar, denn neben Grundgehalt und Boni etc. werden oft ja auch noch Altersvorsorge, Vermögenswirksame Leistungen, Kindergartenbeiträge oder Tankgutscheine gezahlt. Solche Sachleistungen machen aktuell 14 bis 15 Prozent der Gesamtvergütung bei Fachkräften aus, schreibt das Institut für angewandte Arbeitswissenschaft. Tendenz steigend. Im weitesten Sinne könnte man diesen Gegenwert mit gutem Gewissen auch noch einbeziehen, wenn der Personaler nach dem alten Gehalt fragt. Dann wäre man nicht kompromittiert, wenn später mal nachgefragt wird. Ergo: Ein bisschen hochstapeln funktioniert, aber man darf es nicht überreizen.

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



verbessern möchte.

Wie viel Verhandlungsspielraum haben Berufseinsteiger?

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

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

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

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

Gibt's für 'nen Master-Abschluss mehr?

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

schaftlern mit 29.900 zu 32.600 Euro.

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

Wie stark darf ich eigentlich pokern?

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



Ein gutes Gespräch über Geld

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

Eine ordentliche Vorbereitung

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

Die richtige Begründung

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

Schlechte Argumente sind: die gleiche

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

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

Ein gutes Timing

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

Das eigene Ziel

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

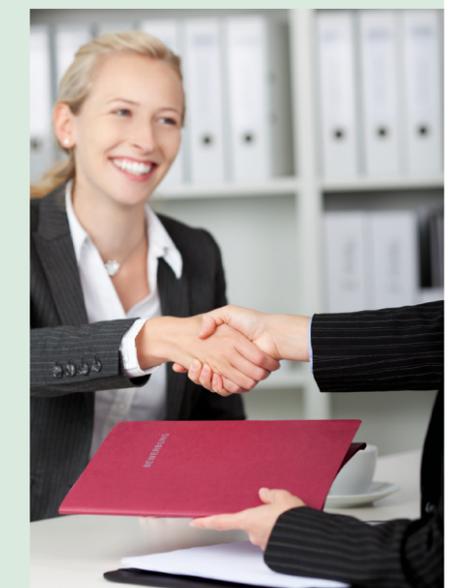
Mit Argumenten kontern

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

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

Nachbereitung ernst nehmen

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



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

Wie werden Azubis bezahlt?

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

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

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

Erhalten Praktikanten eine Bezahlung?

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

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

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

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

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

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

Wie hoch fallen Gehaltserhöhungen in der Regel aus?

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

jeden Mitarbeiter in gleicher Höhe.

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

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

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

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

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

Wie oft darf ich nach einer Gehaltserhöhung fragen?

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

Ulrike Heitze



LINKS

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

In Fachaufsätzen mit Abbildungen punkten

Wer im Rahmen seiner Berufstätigkeit wissenschaftliche Arbeiten verfasst oder nebenbei promoviert, tut gut daran, in seine Werke viele Abbildungen einzubauen. Das lässt sich aus einer Studie der University of Washington folgern.

Die US-amerikanischen Forscher haben untersucht, ob Fachaufsätze, in denen mehr Diagramme oder Tabellen benutzt wurden, eine größere wissenschaftliche Tragweite entwickelten als Arbeiten mit weniger Abbildungen. Und siehe da: Die Texte, die mehr visuelle Informationen enthielten, wurden in der Fachwelt häufiger zitiert.

Warum das so ist, ist noch nicht geklärt. Zum einen kann es sein, dass Texte dadurch besser verstanden und deshalb öfter aufgegriffen werden. Zum anderen wäre es möglich, dass besonders innovative Arbeiten ohnehin mehr erklärende Abbildungen erfordern und die Texte eher wegen des Themas stärker die Runde machen. Unterstellt man ersteren Erklärungsansatz, wäre es für Autoren wissenschaftlicher Arbeiten tatsächlich sinnvoll, mehr mit Abbildungen zu arbeiten.

Heise Online

Chef, wir müssen reden!



Kommunikation und Feedback wird in vielen Unternehmen ja mittlerweile großgeschrieben. Doch gerade die Kritik am Chef bleibt nach wie vor knifflig. Ein Beitrag gibt Tipps, wie das offene Gespräch mit dem Vorgesetzten ohne Karriereknick gelingen kann.

So rät in dem Beitrag des Onlinemagazins t3n eine Kommunikationswissenschaftlerin dazu, das Feedback grundsätzlich erstmal gut vorzubereiten und nicht einfach so aus der Situation heraus und im Affekt etwas rauszuhauen, was einem später leid tut. Ein Feedbackgespräch soll im Idealfall ja zu mehr führen als nur Dampf abzulassen.

Hilfreich sei auch, im Vorfeld die Bereitschaft des Chefs für Feedback zu erfragen und so schon mal den Weg fürs weitere Gespräch zu ebnen. Formulierungstipp der Expertin laut t3n: „Ich habe den Eindruck, dass dir und dem Unternehmen grundsätzlich eine offene Kommunikation wichtig ist... Wenn es von den Mitarbeitern Optimierungsvorschläge gäbe, wärst du offen dafür?“ Keine Führungskraft der Welt wird hier ablehnen.

Darüber hinaus führt die Expertin folgende Ratschläge für einen gelungenen Austausch mit dem Vorgesetzten:

- Immer unter vier Augen „kritisieren“
- Lösungsorientiert und nicht nur negativ oder anklagend
- Besser „Feedback“ oder „Optimierungsvorschlag“ sagen als „Kritik“
- Keine Pauschalisierungen wie „du machst immer“, „du tust nie...“, „jedes Mal, wenn...“ - solche Vorwürfe stimmen ohnehin selten und laden nur zum Rechtfertigen oder Ablehnen ein. Der Streit ist programmiert.
- Besser: An Zahlen, Fakten, Beobachtungen halten: „Mir ist aufgefallen, dass...“
- Dann die Auswirkungen anführen: „Das hat auf mich gewirkt...“/ „Das hat geführt zu...“
- Mit einer Bitte, wie man es denn künftig gerne hätte, schließen: „Deshalb ist mein Wunsch an dich...“
- Und das haben wir alle davon....

Quelle: t3n

Fotos: Fotolia, Rymio Productions, Fotolia, shockfactor.de, Fotolia, sepy, pixabay (2 x)

Wie man fitter durch den Büroalltag kommt

Die Energie für den Arbeitstag ist schon aufgebraucht und der Zeiger steht erst auf halb zwei? Wie bloß die restlichen drei bis fünf Stunden am Schreibtisch überstehen?

Wie man sich „durch den Arbeitstag rettet“, erklären zwei Beiträge auf t3n und in der bayrischen Tageszeitung TZ:

Jede Stunde aufstehen

Nach dem Motto „Sitzen ist das neue Rauchen“ empfiehlt die TZ für einen fitteren Arbeitstag die 40-15-5-Regel: 40 Minuten sitzend arbeiten, 15 Minuten im Stehen - wer keinen höhenverstellbaren Schreibtisch hat, kann mit einem Regal improvisieren - und danach 5 Minuten bewegen. Und das dann jede Stunde des Arbeitstages.

Bewegen: Eine Runde um den Block spazieren (hilft auch prima, um auf gute Ideen zu kommen) und/oder kleine Sportübungen am Schreibtisch - vom ziemlich auffälligen Hampelmann bis zum dezenten Schulterkreisen.

Viel trinken erzwingt Bewegung

Für mehr Bewegung im Job sorgt auch, wenn Drucker und Kaffeemaschine ans Ende des Flurs verbannt werden oder man viel, viel trinkt (ohnehin gut) und oft zur Toilette gehen muss.

Die TZ weist darauf hin, dass die WHO 150-300 Minuten „moderate Bewegung pro Woche“ empfiehlt, um schweren Erkrankungen wie Krebs, Diabetes oder Schlaganfällen vorzubeugen. „Moderates Bewegen, ist alles ab schnellerem Spazierengehen aufwärts.“



Flüssigkeit hält das Hirn geschmeidig

Der t3n-Beitrag empfiehlt als Hilfe gegen das mittägliche „Suppenkoma“ ebenfalls viel zu trinken (zwei bis drei Liter pro Tag, mindestens 1 ½ Liter davon während des Bürotages, um das Hirn geschmeidig zu halten) und Atemübungen sowie Bewegung am und um den Schreibtisch, um Kreislauf, Durchblutung und Stoffwechsel besser über den Tag zu helfen.

Wunderwaffe Power napping

Alle 90 Minuten sollte man eine Pause einlegen. Power-Napping - 20 Minuten Mittagsschlaf - ist, so stellt der t3n-Beitrag fest, eine echte Wunderwaffe gegen Durchhänger während des Tages - man muss nur den Chef auch davon überzeugt bekommen.

Quellen: t3n, TZ

Corona-Test: Darf der Chef einen dazu zwingen?

Wer aus dem Urlaub in einem Risikogebiet kommt, muss - staatlich verordnet - einen Corona-Test machen oder 14 Tage in Quarantäne absitzen. Aber darf auch der Arbeitgeber einen solchen Test fordern, fragt ein Beitrag auf karriere.de.

Das Unternehmen darf tatsächlich so einen Test vom Mitarbeiter verlangen, stellt der Beitrag fest. Allerdings nur, wenn es ein berechtigtes Interesse nachweist und keine Willkür walten lässt. Verpflichtende Tests quer durch die Belegschaft ohne wirklich triftigen Grund sind damit schon mal passé.

Bei Rückkehr aus Risikogebiet ist Test angesagt

Das „berechtigte Interesse“ ist zwar nicht genau definiert, aber grundsätzlich muss sich der Arbeitgeber bei seiner Einschätzung an denen der Behörden oder der des RKI orientieren. Kommt ein Mitarbeiter zum Beispiel aus dem Urlaub in einem ausgewiesenen Risikogebiet, kann der Chef sich berechtigt auf eine erhöhte Infektionsgefahr berufen und vom Mitarbeiter einen Corona-Test erwarten.

Wer lediglich aus einem Gebiet mit „Reisewarnung“ zurückkehrt, kann möglicherweise auch dann zum Test verdonnert werden, nämlich wenn der Arbeitsplatz so gestrickt ist, dass eine erhöhte Ansteckungsgefahr für andere besteht, stellt der Beitrag aus karriere.de fest.

Bei Quarantäne kein Test nötig

Keinen Test verlangen, kann der Arbeitgeber, wenn vereinbart ist, dass der Mitarbeiter Home-Office machen kann und darf. Dann arbeitet der Urlaubsrückkehrer eben die zwei Wochen von daheim und kehrt nach der Quarantäne ungetestet ins Büro zurück.

Quelle: karriere.de

Wenn der Puls vor dem Interview steigt...

Jobinterviews lassen nur die wenigsten Menschen kalt. Und wenn es sich dann auch noch um die absolute Lieblingsstelle oder die ersehnte Beförderung geht, macht man sich gleich noch ein bisschen mehr Druck. Wie man dann das große Muffensausen wieder los wird, erklärt ein Beitrag in Fast Company.



So rät das US-Wirtschaftsmagazin, speziell vor wichtigen Bewerbungsgesprächen erst mal den Erfolgsdruck ein bisschen rauszunehmen. Das klappt, indem man sich bewusst macht, was im schlimmsten Fall passiert, wenn es nicht klappt: Die Welt dreht sich weiter, die Karriere ist nicht zu Ende, statt Jobchance A lässt sich sicher Jobchance B oder C etc. finden. Wer das so sehen kann, läuft weniger Gefahr, von einer Panikattacke überrollt zu werden.

Sinnvoll vor dem Termin: Unter Live-Bedingungen proben. Heißt: Ele-

mente wie die Selbstpräsentation und die Fragerunde nicht nur trocken vorm Spiegel vorbereiten, sondern im echten Gespräch mit kritischen Freunden.

Üben kann man auch den effektvollen Umgang mit Pausen. Viele Menschen ertragen die Stille zwischen zwei Bemerkungen nicht und plappern ungezügelt los. Dabei kommt selten etwas Gutes heraus. Wer Pausen dagegen an den richtigen Stellen einbaut, verleiht dem zuletzt Gesagten besonderes Gewicht - und man gewinnt Zeit, um sich für den nächsten Punkt zu sammeln. Deshalb: Nach jedem Aspekt fünf Sekunden Pause einlegen. Weiterer Tipp: Im Vorfeld nicht nur übers Unternehmen recherchieren, sondern auch zu den Interviewern.

Parallelen - gleiche Uni, Studienfach, frühere Arbeitgeber - bauen das eine Art Verbindung auf und bieten ein Thema. Ein Trick zum Einstieg: Die Gesprächspartner gezielt danach fragen, welcher Punkt in der Bewerbung ausschlaggebend war für die Einladung zum Interview: „Was hat sie von mir überzeugt?“ - Das hebt das Selbstvertrauen, erinnert alle Teilnehmer nochmal positiv daran, wer man ist, und gibt einem Munition fürs weitere Gespräch.

Quelle: Fast Company

Promotion bremst die Karriere in der Wirtschaft, statt sie zu fördern

Sich den Dokortitel zu verdienen, ist in der Regel harte Arbeit. Trotzdem pusht er die Karriere oft nicht wie gehofft. Eher im Gegenteil.



In einem Beitrag auf t3n stellen Arbeitsvermittler und Karriereberater fest, dass Dokortitel in der freien Wirtschaft oft eher hinderlich als karrierefördernd wirken. Der Grund: Arbeitgeber unterstellen, dass die Kandidaten überqualifiziert, praxisfern und teuer sind.

Bei Wirtschaftsjobs besser keine Promotion

Eine Arbeitsvermittlerin der Agentur für Arbeit empfiehlt deshalb Absolventen sogar gleich aufs Promovieren zu verzichten, wenn sie in die Wirtschaft gehen wollen. Besonders hinderlich bei der Jobsuche sei der Dokortitel für Geistes- und Sozialwissenschaftler. Den Doktor zu machen sei nur sinnvoll für eine Karriere in der Wissenschaft oder für Mediziner.

Promovierte treten gegen viel jüngere Bewerber an

Ein Karriereberater bestätigt diese Dr.-bedingten Probleme bei der Jobsuche, sieht aber den

Grund nicht nur bei den vorurteilsbehafteten Arbeitgebern. Oft liege das Problem auch bei den Bewerbern und ihrer Bewerbungsstrategie. Wer sich auf Einsteiger- oder Trainee Stellen bewirbt, konkurriert mit Absolventen, die - Anfang 20 - gerade von der Uni kommen. Für die angestrebten Positionen sind die Bewerber mit Doktorhut dann tatsächlich überqualifiziert und zu alt.

Deshalb der Tipp des Karriereberaters: Bewusst Stellen und Branchen suchen, in denen die fachliche Expertise aus der Dissertation dem potenziellen Arbeitgeber weiterhilft oder wo das Unternehmen mit dem Dokortitel in Sachen Prestige bei Kunden punkten kann. Weiterer Tipp: Die während der Zeit der Promotion gemachten Erfahrungen gut verkaufen. Wer zum Beispiel Studenten betreut oder Drittmittel eingeworben hat, bringt wichtige praktische Erfahrung mit - und das sollte man dann auch in der Bewerbung herauskehren.

Quelle: t3n

NEWS



Fotos: Fotolia, Andrey Popov (2), Fotolia, goir, Fotolia, pathdoc, pixabay, Pexels, shutterstock



Tipps fürs Bewerben per Video

Bewerbern, die zum Vorstellungsgespräch per Videocall eingeladen werden, gibt Cawa Younosi, Personalchef bei SAP, zwei Tipps: den Termin gut vorbereiten und mit höchster Empathie und Konzentration ins Gespräch gehen. Per Videocall oder - noch reduzierter - am Telefon habe man nur wenig Möglichkeit, als Person zu wirken. Deshalb müsse man sich noch punktgenauer auf seine Wirkung konzentrieren. Umgekehrt gilt das Gleiche: In so einem Distanztermin fällt es schwerer, die Reaktionen des Gegenüber wahrzunehmen. Deshalb in einem Livechat gut

hinhören und bewusst darauf achten, welches Feedback von der anderen Seite kommt. Younosis zweiter Tipp - den Termin gut vorzubereiten - zielt nicht nur auf das Inhaltliche, sondern auch auf die Technik. Wer für das Bewerbungsgespräch eine Präsentation, ein Chart oder ein Video einsetzen möchte, sollte es im Vorfeld ausgiebig testen, damit es zum richtigen Zeitpunkt rund läuft. Es wäre schade, wenn eine Bewerbung nur wegen technischer Hürden einen blöden Eindruck hinterließe.

Quelle: Businessinsider

Was in ein gutes Anschreiben gehört

„Hiermit bewerbe ich mich bei Ihnen...“ - Es gibt wohl kaum einen abtörnenderen Einstiegssatz in eine Bewerbung als diesen Klassiker. Ein Karrierebeitrag auf Xing hat zwar keine Pauschalantwort, die alles richtet, gibt aber Tipps für ein besseres Anschreiben.

Zunächst stellt die Autorin mal fest, dass es keinen idiotensicheren Einstiegssatz ins Anschreiben einer Bewerbung gibt. Jeder muss sich selbst etwas Passendes zurecht klöppeln. Dafür sollte man Zeit einplanen, denn schon die Recherche rund ums Unternehmen, die Branche und den Job dauern ein bisschen. Und ohne diese Infos ist es schwer, Argumente zusammenzutragen, warum man für einen bestimmten Posten genau richtig ist. Das impliziert schon, dass nur individuelle Anschreiben wirklich überzeugen können. Mit Standardanschreiben und -floskeln macht man keinen Personaler aufmerksam.

Perspektive der Personaler einnehmen

Wie aber kommt man nun zum guten Anschreiben? Die Karriereberater im Beitrag empfehlen eine inhaltliche Gliederung in vier Teile: Im ersten Absatz erklärt man, warum man sich gerade bei diesem Unternehmen auf diesen Job bewirbt. Tipp: Nicht ständig über „ich“ schreiben, sondern mehr „Sie“ benutzen. Die „Entscheider-Perspektive einnehmen“ nennen das die Berater.

Welchen Nutzen bringe ich?

In Teil zwei vermarktet der Bewerber sich selbst: Was bringt er Nützliches für genau diesen Job mit? Was sind Stärken, welche Ergebnisse und Erfolge gab es (= Vergangenheit)? In Teil drei soll es um Mehrwerte für das Unternehmen gehen: Wie könnten die Stärken in der Position wirken (= Zukunft)? Teil vier ist dann der Abbinde mit der Schlussformel „Ich freue mich über eine Einladung zum Vorstellungsgespräch“ - oder so ähnlich.

Selbstbewußt im Indikativ schreiben

Und letzte Tipps: Nach einer Din A4-Seite sollte Schluss sein. Konjunktive wie „würde“, „könnte“ kommen genauso zögerlich rüber wie „vielleicht“ oder „möglicherweise“. Lieber direkter und selbstbewusster formulieren. Und Schreibfehler etc. sind natürlich ebenso tabu wie unübersichtliche Bandwurmsätze und offene Kritik am bisherigen Arbeitgeber.

Quelle: XING

Ein starker Auftritt

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

Vorbereitung: Welche Art der Bewerbung ist gewünscht?

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

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

Technische Prozesse verstehen und nutzen

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

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

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

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

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

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

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

Foto: torbz/fortella



Erst Recherchieren

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Ein Deckblatt kann viel bewirken

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

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

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

Das Anschreiben: Schnell auf den Punkt

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

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

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

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

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

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



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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Der Lebenslauf: Für den schnellen Konsum

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Firma A: 4/2005 – 1/2007

Firma B: 8/2007 - ...

Das bedeutet: eine Lücke von sieben Monaten.

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

Also so:

Firma A: 2005 – 2007

Firma B: 2007 – ...

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

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

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

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



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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Das Foto: Professionell sympathisch

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

Mission: Eindruck schinden

Kaum ein Jobsuchender kommt heutzutage an einem Assessment-Center (AC) vorbei. Mit Hilfe von Rollenspielen, Fallstudien, Tests, Selbstpräsentation & Co. versuchen Unternehmen, hinter die Kulissen eines Bewerbers zu blicken. Jobguide zeigt, wie man den Seelenstriptease gut hinbekommt.

Kann es im Leben eines Bewerbers etwas Unangenehmeres geben als ein Vorstellungsgespräch? Ja, ein Assessment-Center. Für viele Jobeinsteiger ist der Unterschied zwischen einem solchen Bootcamp für Bewerber und auf offener Flamme gegrillt zu werden, nur marginal. Im Assessment-Center (AC) ist es vielleicht nicht ganz so warm. Kalt lässt es trotzdem keinen. Eine Einladung zu solch einem speziellen Bewerbungsdate ist deshalb ebenso berüchtigt wie begehrt.

Das Gros der deutschen Konzerne nutzt mittlerweile dieses Auswahlverfahren, ebenso wie sehr viele Mittelständler, insbesondere die größeren. Die meisten Berufseinsteiger werden bei der Jobsuche also früher oder später Bekanntschaft damit machen. Das AC soll einem Unternehmen anhand verschiedener Perspektiven erlauben, einen Kandidaten einzuschätzen, der sich – zumeist in einer Gruppe – in komplexen Situationen unter Zeitdruck befindet.

Unter Dauerbeobachtung absolvieren Teilnehmer ein straffes Pensum: Fallstudien, Gruppendiskussionen, Intelligenz- und Persönlichkeitstests, praxisnahe Übungen und eine Selbstpräsentation sind Standards. Sie sollen das Potenzial von Menschen identifizieren, neben ihrem Fachwissen auch ihre Soft Skills und Stressresistenz zum Vorschein bringen. Wer sich hier wacker schlägt, rückt dem ersehnten Arbeitsvertrag ein gutes Stück näher. Wer eingeladen wird, schwankt also regelmäßig zwischen Freude und Grauen.

Standard-Aufgaben - mit vielen Varianten

Die Elemente und Inhalte, aus denen ein Assessment-Center besteht, variieren je nach Unternehmen und Stelle. Geht es zum Beispiel um eine Vertriebsposition beim Tiefkühl-Lebensmittelvertrieb Eismann, müssen Kandidaten mit der Simulation eines Verkaufsgesprächs rech-

nen. Bei IBM Research & Development erscheinen viele Elektrotechniker und Informatiker zum AC, die im späteren Job forschen und entwickeln – global und im Team. Da liegt es nahe, dass auf IT-Themen Bezug genommen wird. „Zum Beispiel kann es sein, dass wir Elemente virtueller Kommunikation in eine Übung einbauen“, sagt Jens Poppe, Personalverantwortlicher bei IBM in Böblingen. Er begleitet viele ehemalige Praktikanten, Diplomanden und Werkstudenten, aber auch „externe“ Bewerber durchs IBM Assessment-Center – als einer der Beobachter, die den Teilnehmern bei ihren Aufgaben über die Schulter gucken.

Folgende Elemente gehören zum Standardrepertoire eines ACs, aus dem sich Firmen nach Gusto ihr Programm zusammenstellen:

» Als eigentliches Herzstück gilt die **Selbstpräsentation**. Sie ist den anderen Teilen oft vorangestellt und dient dazu, einen Kurzausschnitt zur Person zu geben, der überzeugend und prägnant das Wesentliche wiedergibt. Wichtig dabei: Bei der Darstellung der Vita sollten immer Bezüge zum Unternehmen und zur Stelle hergestellt werden. Die Vorbereitung sollte nicht auf der Frage aufbauen „Wer bin ich?“, sondern „Was bringe ich mit, das dem Unternehmen nützt, und wo habe ich das gelernt?“.

» **Gruppendiskussionen** setzen Bewerber in direkten Vergleich zu ihren Mitbewerbern: 15 bis 45 Minuten



»Bewerber müssen mit analytischem Können und Werten überzeugen.«

Die Aussagekraft von ACs wird oft angezweifelt. Wie treffsicher ist die Bewerberauswahl?

Da beobachte ich zwei gegenläufige Trends: Mittlerweile richten zwei von drei Unternehmen ihre ACs speziell auf die Firma aus. Und viele sind dabei sehr professionell und kompetent, ebenso wie bei der Schulung der Beobachter. Das erhöht natürlich die Treffsicherheit bei der Mitarbeiterauswahl. Parallel dazu geht der Trend aber auch zu Stangenware: ACs, deren Anforderungen nicht spezifisch auf das Unternehmen abgestimmt werden und Manager, die kaum vorbereitet sind, ganz zu schweigen von tauglichen Auswahlprozessen dahinter. Bei Letzteren fallen dann auch an sich passende Kandidaten schnell mal durchs Raster. Für Bewerber ist das dann sehr schade, aber kaum zu ändern.

Gibt's auch Positives zu berichten?

Viele gut konzipierte ACs gehen zum Beispiel dazu über, in den Gruppendiskussionen nicht mehr die Bewerber aufeinander loszulassen, sondern die Gruppe mit eigenen Leuten als Mitdiskutanden zu besetzen, die standardisierte Rollen übernehmen. Das ist positiv für Bewerber, weil sie nicht mehr so abhängig sind vom Verhalten der Konkurrenten. Ihre eigene Leistung kommt besser zur Geltung. Zudem ändern sich zunehmend die Themen, die Unternehmen in ACs einbauen.

Welche neuen Themen sind das?

Es geht immer öfter – neben den klassischen Anforderungen an Präsentation und Kommunikation – auch um aktuelle, unternehmensrelevante Themen wie zum Beispiel Compliance oder Diversity. Die Unternehmen checken die Einstellung der Bewerber zu ihren firmeneigenen Werten ab.

Wie findet sich das konkret im AC wieder?

Da kann zum Beispiel im Interview gefragt werden: Wie gehen Sie damit um, wenn Ihr Chef sich nicht entsprechend der Unternehmenswerte verhält? Oder: Worin liegen Vor- und Nachteile von bunt besetzten Teams? Für

Bewerber reicht es also nicht mehr, schlicht Präsentieren zu üben, sie müssen sich mit Inhalten auseinandersetzen und eine eigene Haltung dazu entwickeln.

Wie geht man mit solchen Fragen um?

Wie bei allen anderen Aufgaben im Assessment-Center ist eine gute Vorbereitung das A und O. Holen Sie so viele Infos über die Firma ein wie möglich, studieren Sie nicht nur Bilanzen und Geschäftspolitik, sondern auch die Unternehmenskultur und die Werte. Ist es ein eher tougher Laden oder eher soft? Schon die Stellenanzeige, die Homepage und Berichte in den Medien geben erste Hinweise. Das Wichtigste bei der Vorbereitung und im AC selbst ist, eine Passung zwischen sich und dem Unternehmen herzustellen. Was machen die? Was möchten Sie? Was bringen Sie mit? Und wie können Sie das im Termin entsprechend nach vorne stellen? Zugegeben, es ist immer schwer, über die eigenen Kompetenzen

Alle AC-Bausteine lassen sich im Vorfeld üben.

zu sprechen. Gerade als Berufsanfänger fehlt einem oft noch die Souveränität, sich selbst zu beurteilen.

Wie kommt man also zur Selbsterkenntnis?

Sprechen Sie mit anderen über sich. Fragen Sie Freunde und Bekannte, wie die Sie sehen. Lassen Sie sich berichten, was Sie in deren Augen gut können und was nicht – auch wenn es sich vielleicht nicht immer gut anfühlt, was diese zu sagen haben. Aber dadurch erhalten Sie wichtige Anhaltspunkte für Ihre Selbstpräsentation und auch für Ihre persönliche Weiterentwicklung. Allerdings sind Freunde naturgemäß nicht ganz objektiv. Daher gibt

es für so etwas im Zweifel auch professionelle Berater, die neutraleres Feedback geben.

Wie bereite ich mich auf die Präsentation meiner Selbst vor?

Drehen Sie zum Beispiel mit einem Freund ein Video über sich selbst. Stellen Sie sich und Ihre Fähigkeiten einem fiktiven Personaler in wenigen Minuten vor. Und dann analysieren Sie das mit einem Feedbackgeber. Alle AC-Bausteine lassen sich im Vorfeld üben. Auch hier gilt aber, dass das Gegenüber immer erfahren in solchen Themen sein sollte, also zum Beispiel jemand, der schon länger im Job steht.

Wie bekommt ein unerfahrener Jobstarter Rollenspiele aus der Berufspraxis hin?

Üben, üben, üben. Wenn Sie sich für eine Stelle im Vertrieb bewerben, proben Sie mit jemandem, der sich auskennt, mal ein ernsthaftes Verkaufsgespräch und zeichnen Sie es auf Video auf. Das kann schon helfen. Und ganz wichtig: Keiner erwartet, dass Sie mit Mitte 20 schon alle Führungstechniken beherrschen, um zum Beispiel einen Endvierziger im Job in die Schranken zu weisen. So eine Aufgabe im AC können Sie nur spontan aus einem guten Gefühl für Menschen heraus lösen. Sie können die Herangehensweise aber schon mal im Rollenspiel üben: Sie sind der Chef, Ihre Eltern oder ältere Bekannte sind die Mitarbeiter. Versuchen Sie sich in die Situation einzufühlen: Was will ich, was will der andere? Wie kommt man zu einer Lösung?

Woran scheitern Bewerber im AC gerne?

Viele sind einfach schlecht auf das Unternehmen vorbereitet und liefern in ihrer Selbstdarstellung Einheitsbrei. Ein Unternehmen möchte verständlicherweise einen Kandidaten, der Feuer und Flamme ist. Es ist einfach dumm, wenn man seine Präsentation nicht an die Firma und ihre Werte anpasst und nicht zu erkennen gibt, warum man genau dort anfangen möchte. Sehr häufig scheitern Bewerber auch an ihren kognitiven



Birgit Gerstgrasser ist Diplom-Psychologin und coacht Absolventen, Fach- und Führungskräfte in Bewerbungs- und Karrierefragen. Als Unternehmensberaterin entwickelt sie für Mittelständler wie Konzerne Konzepte zur Personalauswahl und -entwicklung. Seit vielen Jahren entwirft und begleitet sie Assessment-Center (www.birgit-gerstgrasser.de, www.assessment-center-coaching.eu).

Kompetenzen: Fachwissen wie etwa mathematisches Verständnis oder analytische Fähigkeiten sind wichtig für die Unternehmen – und werden tatsächlich abgeprüft. Zu guter Letzt kegneln sich viele raus, weil sie einen auf Mega-Chef machen, das Geschehen an sich reißen und zu übereifrig sind. Führungskompetenzen an den Tag zu legen ist prima, aber bitte keine Dominanz. Diese Unterscheidung müssen Bewerber im AC hinbekommen.

Ihr Tipp also für die Gruppendiskussion?

Viele glauben, im AC gehe es überwiegend um die Selbstdarstellung. Das stimmt so nicht. Sie müssen in erster Linie inhaltlich, methodisch und analytisch überzeugen. Also nicht nur nach vorne preschen und auf Teufel komm raus moderieren wollen.

Wie stark sollte man sich im AC verstellen?

Ich halte es für wichtig, authentisch und ehrlich zu bleiben. Sie sollen zwar nicht gleich mit Ihren schlechtesten Eigenschaften nach vorne preschen, aber sich komplett zu verstellen hilft keinem weiter, weder Ihnen noch dem Unternehmen. Es geht schief, wenn man eine Rolle spielt, nur weil man glaubt, dass diese oder jene Eigenschaft für die Stelle gefragt sein könnte. Denn selbst, wenn Sie damit durchkommen, müssen Sie das später auch im Job durchhalten. Das Geheimnis besteht darin, schon bei der Vorbereitung und im AC für sich selbst herauszufinden: Passe ich dahin oder müsste ich mich stark verbiegen? Fällt Ihr Urteil positiv aus, zeigen Sie sich natürlich von Ihrer besten Seite, aber Sie erfinden keine Facetten hinzu.

Das Gespräch führte Ulrike Heitze

lang diskutieren bis zu sechs Kandidaten über ein vorgegebenes Thema oder müssen über das Gespräch eine bestimmte Problematik lösen. Beispiel: Welche fünf Gegenstände soll die Gruppe – als sechs Überlebende eines Schiffsunglücks – vom schnell sinkenden Schiff retten? Pluspunkte sammelt ein Bewerber mit: einer eigenen Meinung, argumentativem Geschick und einem sicheren Auftritt. Neuer Trend: Statt Mitbewerber nehmen Unternehmensangehörige (mit verteilten Rollen) an der Diskussion teil. Der Vorteil für Bewerber: Sie sind nicht mehr so abhängig von der Güte und Präsenz der mitdiskutierenden Konkurrenz. Der Auftritt jedes Einzelnen wird damit auch besser vergleichbar.

» **Fallstudien** konfrontieren die Teilnehmer mit typischen Branchenproblemen: Aus einer Menge abstrakter Daten müssen sie im Team oder auch schon mal alleine unter Zeitdruck – etwa 60 Minuten – relevante Daten herausfiltern, Konzepte und Lösungsansätze entwickeln und präsentieren. Den Beobachtern geht es dabei nicht nur um die Ergebnisse, sondern auch um das Agieren in der Gruppe und die Fragen: Wie nähert der Kandidat sich Problemen? Hat er eher einen Blick fürs große Ganze oder für die Details? Sind die Ideen und Lösungen visionär oder realistisch und bodenständig? Es geht dabei längst nicht nur um Softskills, sondern vor allem auch um fachliches Know-how, analytisches Denken etc. Wichtig: Im Ergebnis gibt es hier kein richtig oder falsch, nur ein „passt besser oder schlechter auf die Stelle“.

» **Rollenspiele** werden vor allem bei Führungspositionen und Vertriebs- oder Servicejobs eingesetzt. Hier sollen dann (knifflige) Mitarbeiter- oder Verkaufsgespräche geführt werden. „Aber auch schon bei Absolventen wird gerne eine kleine Führungsaufgabe eingebaut, um ihr Führungspotenzial anzutesten“, stellt Birgit Gerstgrasser, Unternehmensberaterin und AC-Trainerin fest.

» In **Einzelvorträgen** werden die Kandidaten mit einem beliebigen Thema oder Problem ausgestattet, das sie nach einer kurzen Vorbereitungszeit in einem Vortrag in vorgegebener Zeit vor der Gruppe beleuchten sollen. Anschließend kann eine Fragerunde folgen. Beispiel: „Stellen Sie die Vor- und Nachteile der demographischen Entwicklung dar und skizzieren Sie Lösungen.“

» Mit **Übungen und Tests** werden analytische Fähigkeiten, Allgemeinbildung, Selbstbild, Arbeitsweise et cetera abgecheckt. Der Klassiker unter den Übungen ist der sogenannte „Postkorb“. Er verlangt dem Probanden Entscheidungsfreude und Strukturiertheit unter Stress ab. Beispiel: Sie sind Manager, stehen zwei Tage vor Ihrem Urlaub und müssen noch viel erledigen. Ihr 18-jähriger Sohn hat mit dem Auto des Nachbarn gerade einen Unfall gebaut. Parallel ist es Ihr Job, das bevorstehende Großevent Ihrer Firma festzuzurren, leider ist aber gerade der entscheidende Hauptredner abgesprungen. Das ist zum Teil Ihre Schuld. Ihr Chef ist nicht im Haus, braucht aber am Folgetag eine dringende Präsentation. Dafür fehlen Ihnen noch alle Inhalte, zur Recherche wiederum fehlt die Zeit. Wie gehen Sie vor? Auch hier gibt es letztlich keine 100-Prozent richtige Lösung, auf die Sie kommen müssen. Ihre Ansätze können auch gerne innovativ und ungewöhnlich sein, müssen aber einem Realitätscheck standhalten können und sollten die Prioritäten richtig setzen. Den Griffel im Büro

komplett fallen zu lassen und sich ausschließlich um den Sohnmann zu kümmern, ist bei aller Familienliebe genauso inadäquat wie ihn völlig auf sich gestellt schmoren zu lassen und sich nur auf die Arbeit zu konzentrieren.

» Der Part Interviews mit Personalern und Fachleuten erinnert am ehesten an ein normales Bewerbungsgespräch.

Wichtig für Kandidaten ist, dass sie auch in den Pausen zwischen den Übungen auf der Hut sind, denn dann stehen sie genauso unter Beobachtung wie während der eigentlichen Prüfungssituation. Wer da mal eben ganz relaxt seine gute Kinderstube fahren lässt oder sich plötzlich als unsoziales Raubein entpuppt, nachdem er vorher ein Ausbund an Höflichkeit war, heimst fleißig Punktabzüge ein. Unterm Strich bedeutet das mehrstufige Auswahlverfahren für die Teilnehmer also mehrere Stunden kalkulierten Stress.

Beobachtet werden sie von Managern des Unternehmens und von Personalern. Sie alle registrieren Fachwissen, Einsatzbereitschaft und Durchsetzungsstärke ebenso wie die Fähigkeit Einzelner, unter Stress Lösungen zu entwickeln, Aufgaben voranzutreiben, zwischen Streithähnen zu vermitteln – oder auch nicht. Ziel der Beobachter ist,

am Ende des Tages die Kandidaten ausgemacht zu haben, die am besten auf die Stelle und die Anforderungen passen. Der Mehrheitsblick entscheidet – und nur dieser. Deshalb werden im Verlauf des ACs die Eindrücke aller Beobachter – ein Bewerber wird in jeder Übung gleich von mehreren Zuschauern beurteilt – zu einem gemeinsamen Urteil verdichtet. „Meist wird eine Mindestnorm definiert, die ein Kandidat erreichen soll“, erklärt Psychologin Gerstgrasser. Liegen Beobachter in ihrer Wertung auseinander, wird noch mal genauer hingeschaut. Wer jedoch die Mindesthürde nicht erfüllt, ist raus. Unvorbereitet geht heute kaum mehr ein Bewerber in ein AC. Und weil das so ist, kann man es sich auch nicht leisten, es einfach mal so auf gut Glück zu probieren. Schließlich muss man bei dem Termin die Konkurrenz ausstechen. Für inzwischen fast jeden Personenkreis gibt es im Buchhandel ausführliche Literatur über die Testszenarien. Auch im Internet kursieren detaillierte Erfahrungen von Ex-Kandidaten. „Wir wissen das – früher oder später landen die Inhalte jedes ACs im Netz“, sagt IBMler Jens Poppe. „Wir nutzen Einzelinhalte unserer Assessment-Center deshalb nie lange.“

Als die größten Schwachpunkte vieler Bewerber im Assessment-

So klappt's im Assessment-Center

» Informieren Sie sich wie für ein normales Bewerbungsgespräch gut und aktuell über das Unternehmen, die Branche und die ausgeschriebene Stelle. Auch ein Blick auf die Werte, die die Firma vermittelt, lohnt. Was bringen Sie konkret für die Stelle mit? Dieses Wissen könnte für die Fallstudien, die Gruppenaufgaben, die Einzelvorträge und die Selbstpräsentation nützlich sein. Üben Sie, komplexe Aufgaben sinnvoll zu strukturieren, Probleme unter Zeitdruck zu lösen. Entsprechende Übungen gibt's im Web. Da diesen Part alle üben, können Sie sich mit einer brillanten Performance hier nicht über Gebühr profilieren. Das klappt eher in der Gruppenrunde und in der Selbstpräsentation.

» Bei den Übungen, Fallstudien & Co. gibt es nicht die eine optimale, richtige Lösung. Die zu finden ist auch nicht das Ziel des Ganzen. Neben dem

fachlichen Know-how ist den Beobachtern Ihre Herangehensweise wichtig. Wie nähern Sie sich dem Thema? Neigen Sie dazu, sich im Wust der Aspekte zu verzetteln? Auch abseitige Lösungen sind durchaus erlaubt, wenn Sie sie mit Hand und Fuß begründen können und nicht einfach Produkte einer regen Phantasie sind.

» Klingt trivial, ist es aber nicht: Tischmanieren sind nicht ganz unwichtig, wenn Sie an einem gemeinsamen Mittagessen teilnehmen werden.

» Perfekt vorbereiten lässt sich kein Assessment-Center. Vieles hängt zum Beispiel von der Zusammensetzung und der Dynamik der Gruppe ab. Eine gute Selbstpräsentation zusammenzuzimmern ist aber allemal drin, ebenso wie Tests und Übungen mehrmals durchzuspielen. Gerade mit den drei bis zehn Minuten, die Ihnen zur

Eigenwerbung zur Verfügung stehen, können Sie andere Schwächen wieder rausreißen. Und der Vorteil: Diesen Part können Sie selbst dirigieren. Da Sie den genauen Zeithorizont vorab nicht kennen, proben sie kurze wie längere Varianten. Haben Sie später die Wahl, wählen Sie eher die lange. Dann haben Sie mehr Zeit, zur Geltung zu kommen.

» Bei der Selbstpräsentation geht es nicht schlicht ums „Selbst“, sondern ums „Selbst in Relation zum Unternehmen“. Schildern Sie sich, Ihre Vita und Ihre Fähigkeiten immer mit Blick darauf, was Sie dem Unternehmen nützen können. Statt die Lebensstationen einfach herunterzubeten, versuchen Sie, Ihre Kenntnisse und Fähigkeiten aus den einzelnen Etappen argumentativ mit den Anforderungen der Stelle zu verschränken. Dann sind Sie nicht darauf angewiesen,

dass die Beobachter von alleine darauf kommen, wie gut Sie passen würden.

» Denken Sie daran: Bei einem AC-Termin stellt sich auch das Unternehmen bei Ihnen als Arbeitgeber vor. Bei aller Konzentration auf die eigene Leistung sammeln Sie zwischendrin auch mal ein paar Eindrücke, wie das Unternehmen auf Sie wirkt.

» Ist zwar eine Binsenweisheit, stimmt aber trotzdem: Je mehr ACs Sie absolvieren, desto leichter wird es Ihnen fallen, die Nerven zu behalten und gute Ergebnisse zu erzielen. Sie sollen zwar keine Routine entwickeln – das macht schnell leichtsinnig und nachlässig –, aber nehmen Sie ruhig auch bei Unternehmen teil, die für Sie nicht in Frage kommen. Und wer weiß: Vielleicht entpuppen die sich ja als Glücksgriff und Sie entdecken den idealen Job.

Foto: Shutterstock



Center nennt Birgit Gerstgrasser eine schlechte Vorbereitung aufs Unternehmen: „Viele ziehen erkennbar eine Standardpräsentation durch und versäumen es, deutlich zu machen, warum sie sich gerade für dieses Unternehmen begeistern.“ Immer wieder fehlen analytisch-fachliche Kompetenzen: „Die Softskills sind bei den meisten recht okay, es hapert aber oft an der Hardware.“ Ein Bewerber muss beispielsweise in der Lage sein, einen Wust an Zahlen sinnvoll für sein Fachgebiet zu interpretieren. Wo fällt ihm etwas auf? Wie ist die wirtschaftliche Lage eines Unternehmens? Was lässt sich aus gewissen Kennzahlen ablesen? „Die Analysefähigkeit der Bewerber lässt zum Leidwesen der Unternehmen in manchen Bereichen zunehmend nach. Wer also bei sich Schwächen erkennt, sollte im Vorfeld fleißig üben“, rät Birgit Gerstgrasser, die seit Jahren für Unternehmen Assessment-Center konzipiert. Je nach fachlicher Ausrichtung können sich Kandidaten dazu beispielsweise probeweise Unternehmensbilanzen vorknöpfen oder Unterlagen zu Kostenkalkulationen, Marketingbudgets, Materialverbrauchslisten, Zeitplanungen oder Marktforschungsergebnisse auswerten. Wer ein bisschen im Internet sucht, wird entsprechendes Anschauungsmaterial finden können.

Nur Nachlesen reicht nicht

Auch wenn der Blick in die reichhaltige AC-Literatur hilfreich sein kann, seine Vorbereitung aber allein darauf aufzubauen, ist indes wenig ratsam. Denn Bücher können zwar Basiswissen vermitteln, aber im Termin selber kommt es viel auf Anpassungsfähigkeit und Konsistenz an. Eine souverän gelöste Postkorbübung überrascht kaum einen Personaler. Eindruck macht, wer das eigene Profil im Laufe des kompletten AC schlüssig herausarbeitet. Und dabei hilft ein Ratgeber-Buch allein nicht wirklich weiter. Wer eingeladen ist, überlegt im Vorfeld des Termins lieber konkret: Was genau bringe ich für die Stelle mit? Wer bin ich, was kann ich, was will ich eigentlich?

„Mein Ding war eindeutig die Gruppendiskussion“, erinnert sich Felix König*, Key Account Manager bei einem Lebensmittelkonzern, an seine letzten Erfahrungen. Der Berliner Betriebswirt hat auf seinem Berufsweg bisher zwei Assessment-Center absolviert, eines bei einem Big Player der Elektronikindustrie, eines in der Lebensmittelbranche. „Ich habe einen Hang zum Moderieren, stecke mit meinen Ideen eher zurück und greife die anderer auf. Im Feedbackgespräch wurde das positiv beurteilt, doch je nach Stelle gilt es schlicht als mangelnde Durchsetzungsbereitschaft.“ Bei IBM-Personaler Poppe, der bereits mehrere Dutzend ACs begleitet hat, kommt es gut an, wenn jemand in Gruppendiskussionen als Moderator eingreift, sobald jemand zu sehr das Wort an sich reißt. Damit zeige man, dass man in der Lage ist, störende Elemente einzudämmen und zur Gesamtlösung beizutragen.

Unterm Strich komme es im AC darauf an, sich nicht einschüchtern zu lassen, sagt Felix König. „Hat man für eine Aufgabenstellung drei Minuten und merkt recht spät, man ist auf dem Holzweg, sollte man das zugeben. Vielleicht kriegt man eine zweite Chance, kann das Ruder herumreißen und von vorn beginnen. Personaler goutieren das. Man sollte nur klar kommunizieren.“ Verhuscht, ängstlich, scheu – das sind definitiv die falschen Eigenschaften fürs Assessment-Center.

Ulrike Heitzel, Judith Schallenberg

*Name geändert



Die Besser- Wisser



Illustration: hobbit/shutterstock.com

Wer in den Beruf startet, ist in Sachen Bewerbung meist noch ziemlich unsicher: Welche Chancen hat man mit den eigenen Qualifikationen? Wie sieht eine gute Bewerbung aus? Worauf achten Personaler? – Wer sich die Suche nach schlaun Antworten nicht alleine antun will, kann auch mal jemanden fragen, der sich mit diesen Themen auskennt: einen Karriereberater.

Professionelle Unterstützung wird heute in vielen Bereichen ganz selbstverständlich in Anspruch genommen: Magenschmerzen behandelt der Arzt, den defekten PC repariert ein Techniker und bei Streit mit dem Vermieter hilft der Rechtsanwalt. Bei weit reichenden beruflichen Entscheidungen – wie einem geplanten Stellenwechsel – kann professionelle Beratung genauso angebracht sein wie bei medizinischen, technischen oder juristischen Fragen.

Der moderne Arbeitsmarkt ist schnelllebig und komplex, mit zunehmender Technisierung und Internationalisierung entstehen immer neue, oft hoch spezialisierte Job-Profile. Wer kann schon mit Sicherheit sagen, was sich hinter Positionen wie Compliance-Officer*, Innovation Manager* oder Regulatory Affairs-Spezialist* (Übersetzung siehe unten) verbirgt und welche Qualifikationen man dafür mitbringen muss?

Berufseinsteiger wie Jobwechsler wissen oft zu wenig über die Erwartungen und Auswahlmethoden der Personalentscheider und kassieren so vermeidbare Absagen. Berufstätigen fehlt im stressigen Arbeitsalltag oft die Zeit und der Blick von außen, um neue Job-Chancen auszuloten und sinnvolle Karriereschritte strategisch zu planen.

In den USA gilt die professionelle Karriereberatung längst als alltägliche Dienstleistung. In Deutschland ist sie noch nicht ganz so selbstverständlich, Karriereberater verzeichnen aber auch hierzulande immer stärkeren Zulauf. Die Job-Lotsen unterstützen Absolventen beim Einstieg ins Berufsleben und beraten Berufstätige bei Aufstieg und Wechsel. Gerade in persönlich schwierigen Zeiten kann die pro-

jobguide

*** Und das steckt dahinter...**

Ein Compliance-Officer überwacht die Einhaltung von gesetzlichen Regelungen und internen Vorschriften, um beispielsweise Haftungs- und Betrugsrisiken zu begrenzen. Ein Innovation Manager bewertet Trends und technische Innovationen auf ihre betriebliche Relevanz und stößt aussichtsreiche Forschungs- und Entwicklungsprojekte an. Ein Regulatory Affairs Spezialist kümmert sich um die Zulassung von Arzneimitteln.

professionelle Hilfe nützlich sein, um sich nach einer Kündigung besser auf dem Bewerbermarkt zurechtzufinden und die eigenen Möglichkeiten abzuklopfen.

Zu den am häufigsten nachgefragten Angeboten für Berufseinsteiger zählt das Optimieren der schriftlichen Bewerbungsmappe. Im Einzelgespräch oder in Seminaren beantworten die Personal-Profis die entscheidenden Fragen der Bewerber: Wie formuliere ich ein überzeugendes Anschreiben und belege glaubwürdig meine Motivation? Welche Stationen erwähne ich ausführlich im Lebenslauf? Wie gehe ich mit Lücken oder Misserfolgen um? Wer bereits eine konkrete Stellenausschreibung im Visier hat, kann bei vielen Beratern seine selbst erstellten Bewerbungsunterlagen per Post oder E-Mail einreichen und vom Profi überarbeiten lassen (Preis: 50 bis 100 Euro).

Als Einstieg in eine weiterführende Beratung bieten einige Anbieter wie die Karriereberaterin Angela Resch (www.jobguide.de) eine kurze Schwachstellen-Analyse sogar gratis an. In der Regel erhält



So finden Sie den richtigen Karriereberater

- » Der Berater hat eine akademische Ausbildung, zum Beispiel in Psychologie oder BWL.
- » Er verfügt über eigene Berufserfahrung in Fach- und Führungspositionen.
- » Der Berater ist am Markt etabliert - zum Beispiel als Fachautor oder Referent - und kann Referenzen benennen.
- » Er ist Mitglied eines einschlägigen Branchenverbandes, dessen Qualitätsstandards - zum Beispiel regelmäßige Weiterbildung und Zertifizierung - er einhält.
- » Der Berater kann auf gute berufliche Kontakte, zum Beispiel zu großen Arbeitgebern und Branchenexperten, zurückgreifen.
- » Das Leistungsangebot ist modular aufgebaut, die anfallenden Kosten sind transparent und kalkulierbar.
- » Der Berater macht einen sympathischen, vertrauenswürdigen Eindruck und kann gut zuhören.
- » Die Chemie zwischen Ihnen beiden stimmt. Sie können sich vorstellen, mit ihm möglicherweise auch über unangenehme, persönliche Dinge zu sprechen und Ratschläge zuzulassen.

der Kunde eine Rückmeldung nach wenigen Tagen. Für besonders Eilige bieten im Berliner Büro für Berufsstrategie (www.berufsstrategie.de) die Karriereberater Jürgen Hesse und Christian Schrader den Renovierungsservice sogar binnen 24 Stunden – allerdings gegen Zuschlag. Für das Erstellen einer kompletten Bewerbungsmappe unter professioneller Anleitung sollten Job-Suchende allerdings etwas mehr Zeit einplanen.

Kostengünstiger als das individuelle Einzel-Coaching ist dabei die Teilnahme an einem der zahlreichen, bundesweit angebotenen Bewerberseminare – gewissermaßen Karriereberatung light. Am Ende des Tages gehen die Teilnehmer in der Regel mit einer versandfertigen Mappe nach Hause (Kostenpunkt zirka 200 bis 250 Euro).

Folgt auf die schriftliche Bewerbung eine persönliche Einladung, ist die erste Hürde bereits genommen. Bis zur Vertragsunterschrift kann allerdings noch eine Menge schief gehen. Karriereberater trainieren deshalb mit Bewerbern auch Erfolgsstrategien für Assessment-Center und Vorstellungsgespräche.

Preiswerter als Einzeltrainings (Stundensatz 100 bis 150 Euro) sind in der Regel Gruppenangebote, die zu ähnlichen Pauschalen wie die Bewerbungsmappen-Seminare abgerechnet werden. Allein oder in der Kleingruppe spielt der Trainer mit seinen Schützlingen typische Vorstellungssituationen durch: Mit welchen Fragen muss ich rechnen? Wie verkaufe ich mich am überzeugendsten? Wie reagiere ich, wenn der Personaler heikle Punkte anschneidet? Was bezweckt er wirklich mit scheinbar harmlosem Smalltalk?

Besonders empfehlenswert sind Seminare, bei denen das Gespräch per Video aufgezeichnet und ausgewertet wird, denn nervöse Gesten, ein gelangweilter Gesichtsausdruck oder eine aggressive Körperhaltung werden hier erst so richtig sichtbar und Fortschritte überprüfbar.

Berufserfahrene nehmen einen Karriere-Coach meist eher zur beruflichen Standortbestimmung und weiteren Karriereplanung in Anspruch. Das Ziel: Neue Perspektiven entwickeln oder sich mit professioneller Hilfe aus einer beruflichen Sackgasse befreien. Aber auch erfolgreiche, im Job fest etablierte Fach- und Führungskräfte, denen lediglich die Zeit, der Überblick oder die Erfahrung fehlt, ihre Karriere im Alleingang weiter voranzutreiben, sind Kandidaten für ein Coaching. Im Einzelgespräch analysiert der Karriereberater hier zunächst persönliche Stärken und Schwächen und zeigt Entwicklungspotenzial auf. Die meisten Berater ziehen dazu wissenschaftlich abgesicherte Testverfahren heran, beispielsweise Bochumer Inventar (BIP), Reiss Profile, Myers-Briggs-Typindikator MBTI oder DISG-Modell. Gemeinsam mit dem Kunden werden anschließend persönliche Karriereziele bestimmt und die nächsten Schritte festgelegt. Das kann zum Beispiel auch eine fachliche oder persönliche Weiterbildung oder die Teilnahme an einem internen Assessment sein. Steht ein Jobwechsel an, überprüft der Karriereberater bei Bedarf auch das Arbeitszeugnis oder formuliert sogar einen aussagekräftigen Entwurf vor.

Auf Wunsch schalten sich die Berater ab einem gewissen Karrierelevel auch aktiv in die Jobsuche ein. Im Gegensatz zu Personalberatern, die im Arbeitgeberauftrag nach Kandidaten fahnden, werden Karriereberater vom Bewerber verpflichtet und bezahlt. Das Honorar für eine professionelle Jobsuche ist Verhandlungssache, üblich ist die erfolgsabhängige Vergütung (x Prozent vom neuen Gehalt) oder eine Pauschale für einen bestimmten Zeitraum (Suchauftrag für y Wochen).

Für Berufserfahrene kann solch ein professioneller Suchauftrag durchaus sinnvoll sein, für Hochschulabsolventen ist er aber meist

überflüssig, denn die Mehrzahl der für sie in Frage kommenden Positionen wird veröffentlicht.

Eine für Jobeinsteiger sehr viel nützlichere Investition ist dagegen eine umfassende berufliche Orientierungsberatung – vor allem für Kandidaten, die bislang wenig Praxisluft geschnuppert haben. Im Rahmen einer guten Einstiegsberatung (250 bis 600 Euro) erfahren Bewerber, in welchen Branchen und Positionen sie mit ihrem Profil die besten Karriereperspektiven haben, wie ein typischer Karriereweg verlaufen könnte oder welche Weiterbildung später vielleicht sinnvoll sind.

Außerdem lernen sie Stellenanzeigen richtig zu interpretieren: Welche Qualifikationen unbedingt verlangt sind und welche eher als nette Zugabe gelten, ist für ungeübte Bewerber nicht immer auf Anhieb ersichtlich. Doch nur wer genau weiß, was gefragt ist, kann sich auch zielsicher auf die richtigen Stellen bewerben und das Anschreiben passgenau formulieren. Für die Auswahl des passenden Beraters ist ein bisschen Recherche nötig. Ziel der Suche sollte ein erfahrener

Coach mit guten, beruflichen Kontakten sein – im Idealfall ein ehemaliger Personalentscheider, der sein Wissen jetzt der Bewerberseite verkauft. Ein Preisvergleich ist sinnvoll, sollte allerdings nicht das einzige Auswahlkriterium bleiben (siehe Checkliste). Auch Verhandeln lohnt: Studenten oder Mitglieder bestimmter Verbände erhalten mitunter einen Preisnachlass. Der Jobtitel „Karriereberater“ ist keine geschützte Berufsbezeichnung. Jeder kann sich so nennen. Deshalb tummeln sich unter den schätzungsweise rund 5.000 Anbietern in Deutschland auch ziemliche Nieten.

Auf der Suche nach der richtigen Adresse hilft ein Blick ins Internet deshalb oft weiter als der in die „Gelben Seiten“. Berufsverbände wie die Deutsche Gesellschaft für Karriereberater, DGfK (www.dgfk.org), oder der Deutsche Bundesverband Coaching, DBVC (www.dbvc.de), ermöglichen online die gezielte Suche in ihren Mitglieder-Datenbanken. Die gelisteten Berater verpflichten sich, festgelegte Qualitätsstandards einzuhalten.

Kirstin von Elm

Kooperationspartner des Jobguide

Ute Bölke

Rheingaustraße 105 D, 65203 Wiesbaden
T: 06 11-2 38 55 56, www.boelkeonline.de
Seit 2000 selbstständig als Coach, Berater, Projektmanager und Trainer, nationaler Fokus, Mitglied der Dt. Gesellschaft für Karriereberatung

Arbeitsfelder: Out- und Newplacement bundesweit, einzeln und in Gruppen, Karriere- und Bewerbungsberatung, Coaching, Workshops
Zielgruppen: Privatpersonen, besonders Fach- und Führungskräfte, akademische Nachwuchskräfte und Personalentscheider (Outplacement und Coaching)

Doris Brenner

Falkenstraße 11, 63322 Rödermark
T: 0 60 74-86 24 44, www.karriereabc.de
Selbstständige Beraterin; Gründungsvorstand der Dt. Gesellschaft für Karriereberatung e.V.

Arbeitsfelder: Karriereberatung, Coaching, Outplacement, Personalentw., Training
Zielgruppen: Fach- und Führungskräfte, Nachwuchskräfte

Coachhouse Gudrun Kaltwasser

Thomasiusstraße 12, 10557 Berlin
T: 0 30-36 40 90 12, www.coachhouse.de
vier freie Berater, gegründet 2002; Mitglied des Fortbildungsforums „Coach der Arbeitswelt CAW“

Arbeitsfelder: Einzel- und Teamcoaching, berufliche Veränderung, Krisen und

Konflikte, Führung und Teamentwicklung, Persönliche Bildung
Zielgruppen: Führungskräfte und die sog. Young Professionals

Sigrid Frank Karriereberatung & Coaching

Nesthauser Straße 17, 33106 Paderborn,
T: 0 52 54-9 37 69 86, www.sigrid-frank.de
Arbeitsfelder: Karriere- und Bewerbungsberatung, Treuhandbewerbungen, Bossing-Beratung (bei Mobbing durch Vorgesetzte), individuelles Outplacement, Interim-Management Personalentwicklung, Frauenförderung, Training: Business Knigge, Professionell präsentieren

Zielgruppen: Fach- und Führungskräfte, Nachwuchskräfte bzw. Young Professionals, Personalentscheider

Heiko Mell & Co. GmbH

Birkenweg 33, 51503 Rösrath
T: 0 22 05-90 09 70, www.heiko-mell.de
Arbeitsfelder: Personalberatung, Outplacement, für Privatpersonen auch Karriereberatung, Zeugnisanalyse, Hilfe bei Bewerbungen
Zielgruppen: Führungskräfte der Industrie

Petra Perlenfein

Heidehofstraße 21, 70184 Stuttgart
T: 07 11-48 90 85 22
info@perlfein-karriereakademie.de, www.perlfein-karriereakademie.de
Mitglied in der Deutschen Gesellschaft für Karriereberatung
Arbeitsfelder: Outplacement, Karriere-

beratung, Organisationsentwicklung, Change Management, Work Life Balance, Führungskräftecoaching, Konfliktmanagement, Frauenförderung
Zielgruppen: alle Hierarchieebenen

Dr. Hermann Refisch

Karl-Kautsky-Weg 8 a, 60439 Frankfurt am Main,
T: 0 69-39 04 34 33, www.refisch.de, www.mehr-mut.de
Diplompsychologe, nationaler Fokus; freier Berater seit 1998

Arbeitsfelder: Management- und Karriereberatung, Beratung/Workshops zu Perspektiven im Beruf, Rhetorik, Konfliktlösungen, Selbstsicherheit und Souveränität
Zielgruppen: Fach- und Führungskräfte

Angela Schütte

Dieckhaus 5, 49406 Drentwede
angela.resch@career-vision.eu
www.career-vision.eu
Diplomingenieurin mit nationalem und internationalem Fokus
Arbeitsfelder: Karriereberatung, Personalentwicklung, Seminare, besondere Expertise in Beratung bei internationalen Bewerbungen. Bietet auf www.jobguide.de kostenlosen Lebenslaufcheck an.
Zielgruppen: Fach- und Führungskräfte, akademische Nachwuchskräfte

Ohne Marketing würdest Du niemals Deine Lieblingschips finden!



MTP – Marketing zwischen Theorie und Praxis e.V.

Ein Verein. Eine Idee. Viele Facetten.

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

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

marketing leben.  mtp

IMRESSUM

© 2022 matchboxmedia, Düsseldorf

Alle Rechte, insbesondere die der Übersetzung in andere Sprachen, vorbehalten. Kein Teil dieser Publikation darf ohne schriftliche Genehmigung des Verlages in irgendeiner Form – durch Fotokopie, Mikroverfilmung oder irgendein anderes Verfahren – reproduziert oder in eine von Maschinen, insbesondere von Datenverarbeitungs-maschinen, verwendbare Sprache übertragen oder übersetzt werden. Die Wiedergabe von Warenbezeichnungen,

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

All rights reserved (including those of translation into other languages). No part of this publication may be reproduced in any form – by photoprinting, microfilm or any other means – nor transmitted or translated into a machine language without written permission from the publishers. Registered names,

trademarks, etc. used in this book, even when not specifically marked as such, are not to be considered unprotected by law.

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

Anzeigen: anzeigen@matchbox-media.de

Kooperationen: Cara Schönmüller

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

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