kreativ*

zuverlässig*

erfahren*

*www.grafikum.de

## Wer ich bin und was ich für Sie tun kann

Morgenstern Grafik + Design –
herzlich willkommen zu einem ersten Kennenlernen.

Mehr als alle Worte spricht die Leistung für sich –
in diesem Falle meine Arbeitsproben, die ich auf den folgenden Seiten zeige.

Ich hoffe, sie vermitteln ein gutes Bild meines Stils, meiner bisherigen Projekte und der Vielseitigkeit, die dahinter steckt.

In diesem Booklet zeige ich hauptsächlich Beispiele aus dem Bereich Magazingestaltung und -umbruch. Dazu gehört bei den gezeigten Seiten auch die Bildideenfindung und gegebenfalls auch die Umsetzung, z.B. als Fotocomposing.

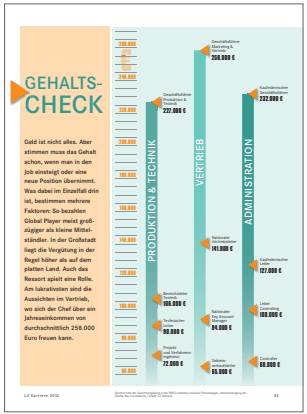
Ich betreue eigene Kunden und bin als Freelancer in Werbeagenturen tätig.

Viel Spaß beim Durchblättern!

Ihre U. Morgenstern
Ursula Morgenstern

Kunde: Deutscher Fachverlag GmbH
Objekt: LZ Karriere
Titel- und Seitengestaltung

Kunde: Deutscher Fachverlag GmbH
Objekt: LZ Karriere
Seitengestaltung und -umbruch



Kunde: Deutscher Fachverlag GmbH
Objekt: LZ Karriere
Seitengestaltung und -umbruch

# „Jobs jenseits von Routine“

Der Großhändlerbetreiber Kaufland expandiert im In- und Ausland. Über Einstiegs- und Aufstiegschancen bei dem Unternehmen, das wie Lidl zur Schwarz-Gruppe gehört, sprach LZ Karriere mit Personalchef Christian Vogler.

**Wonach sollte man sich bei Kaufland bewerben, Herr Vogler?**

Dafür sprechen viele gute Gründe. Eine unserer Stärken liegt in der Verbindung zwischen Theorie und Praxis. Und wir legen größten Wert auf eine gründliche Einarbeitung, investieren viel in die Qualifikation unserer Nachwuchskräfte. Im Vertrieb etwa bereiten wir Führungspositionen vor und vermitteln, was einen guten Chef ausmacht. Gleichzeitig bieten wir Jobs für Quereinsteiger und Mutterern gleichermaßen vorgesehen.

**Was erwartet einen Trainee bei Kaufland?**

Die Programme sind individuell auf Kandidaten und Funktionen zugeschnitten. Ein Trainee im Einkauf durchläuft etwa Etappen an den Vertrieb oder an durchlaufen ein längere Zeitspanne in einer Filiale, mögen mitnehmen zwei Wochen an der Basis, eine in der Filiale mit anpacken. Dazu Weiterer belegen die Trainees begleitende Seminare.

**Was macht Ihr Unternehmen für Absolventen attraktiv?**

Ich glaube, es ist die Vielfalt der Aufgaben. Wir erleben immer wieder, dass junge Menschen positiv überrascht sind, wenn sie erleben, wie frech das Unternehmen Verantwortung übertragen und nehmen unserer Gäste ist. Dass wir nicht nur Lehrmaterial verkaufen, sondern eine Fülle spannender Aufgaben bieten, sei es im Vertrieb, Einkauf oder IT, in der Verwaltung, der Logistik, im Baubereich oder in der Expansion. Und dann wir demnächst Nachwuchs aus sozialwissenschaftlichen Studiengängen ausbilden, ist eine Pioniere der Aufgaben abzudecken.

**Grundsätzlich aber ist das Bild des Handels stark vom Verkauf in den Filialen geprägt.**

Das ist richtig. Unserer Erfahrung nach müssen wir jungen Absolventen das Bild des Handels und Kaufmanns erst einmal erklären. Ein Beispiel. Viele heute Marketing studiert und gehen davon aus, dass diese Qualifikation im Handel relativ hinfällig beurteilt wird. Das aber stimmt so nicht. Unser Unternehmen braucht eher wenige Marketingspezialisten.

**Welche Qualifikationen sind denn gefragt? Kaufmann?**

Ein Schwerpunkt bildet natürlich die Wirtschaftswissenschaften, ich haben wir die größte Bandbreite an Einsatzmöglichkeiten in Einkauf, Vertrieb oder Verwaltung. Aber wir benachen auch technische Berufe, etwa in der IT und im Baubereich, wo wir ständig Ausbildungen anbieten. Außerdem bestehen Chancen in Nischenberufen wie Fitnesbrunch Übersetzungsbüro, Lebensmittelwissenschaftler oder Agrarwissenschaftler. Denn wir sind auch ein Produktionsunternehmen und legen großen Wert auf Qualität.

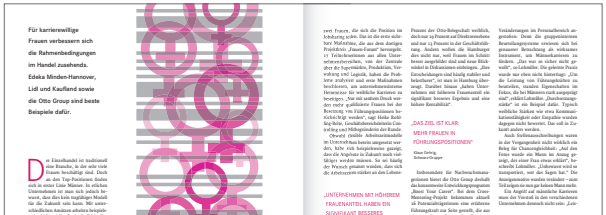
**Wie ergreift man eine Traineestelle bei Kaufland?**

Im ersten Schritt sollte der Kandidat im Internet unter www.kaufland.de/karriere schlüssig wollen wir Unterlagen zusammenarbeiten. Wir bevorzugen den

„Ein Trainee kann schon nach gut einem Jahr Hausleiter einer kleineren Filiale werden.“

Mit durchschnittlich 7.000 Artikeln bietet eine Kaufland-Filiale eine komfortable Auswahl der Lebens- mittel und Waren.

LZ Karriere 2010



Für karrierewillige Frauen verbessern sich die Rahmenbedingungen im Handel zusehends. Edeka Minden-Hannover, Lidl und Kaufland sowie die Otto Group sind beste Beispiele dafür.

# SANFTER DRUCK

Der Einzelhandel ist traditionell eine Branche, in der sehr viele Frauen beschäftigt sind. Doch an den Top-Positionen finden sich in erster Linie Männer. In etlichen Unternehmen ist man sich jedoch bewusst, dass das ein Problem ist für die Zukunft vom Sam. Mit unterschiedlichen Ansätzen arbeiten beispielsweise Lidl und Kaufland, die Edeka Regionalgesellschaft Minden-Hannover und der Versandhandelsspezialist Otto daran, Frauen verantwortungs. Gezielte Einstellung und besseres Vorankommt von Beruf und Familie insbesondere in Führungspositionen sollen dabei den Weg ins Top-Management ebnen.

Damit steht dem Handel ein regelrechtes Kulturwandel ins Haus. Die Weichen werden ganz oben gestellt: „Das Ziel ist klar“, sagt Klaus Gehrig, Chef der Schwarz-Gruppe (Lidl und Kaufland). „Wir wollen mehr Frauen in Führungspositionen.“ Dabei handelt es sich auf die Hinweichtestatus von der ersten Trainerverantwortung bis hin zur Chefetage: „Ein Geld Inhaben soll es mindestens eine Frau auf Vorstandsebene geben“, gibt er vor. Um dies zu erreichen, rufen Mitarbeiterinnen bei Qualifizierungsmaßnahmen stärker berücksichtigt werden. Und Frauen sollen aus den eigenen Reihen entwickelt.“

Bei den Edeka Minden-Hannover gibt es mit Jantje eine Planerin für „Vereinbarkeit von Beruf & Familie und Frauenförderung“. Beserte wurde so gleich mit zwei Frauen, die sich die Position im Führungs sylbe. Dar ist die erste siebbare Mutterbrus, die aus dem dortigen Projektteam „Frauen Forum“ hervorgeht. 15 Teilnehmerinnen aus allen Unternehmensbereichen, von der Zentrale über die Supermärkte, Produktion, Verwaltung und Logistik, haben die Projektarbeiter und erste Maßnahmen bereits umgesetzt. Beispielsweise Hemmnisse bei weiblichen Karrieren zu beseitigen. „Aus mit unserm Druck wird dies mehr qualifizierte Frauen bei der Besetzung von Führungspositionen berücksichtigt werden“, sagt Heike Kolb-Bergholz, Geschäftsbereichsleiterin Controlling und Mitbegründerin des Forums.

Obwohl (positive Arbeitsatmosphäre) Frauen in Führungspositionen bereits, hebt sich Integrationsmanagerin, dass die Angebote in Zukunft noch vielfältiger werden müssen. So sei häufig der Wunsch genannt worden, dass sich die Arbeitszeiten stärker an den Lebens-

„UNTERNEHMEN MIT HÖHEREM FRAUENANTEIL HABEN ZIM SIGNIFIKANT BESSERES ERGEBNIS UND EINE HÖHERE RENTABILITÄT“

Otto Group

phasen der einzelnen Mitarbeiter orientieren sollen. Für eine erfolgreiche Umsetzung, und ganz praktische Details einschließlich: „Mäusen Bespreichungen nach 17 Uhr stattfinden, oder Kinderen in der Kernarbeitszeit gepflanz werden?“, fragt Heike Kolb-Bergholz. Dabei handelt es sich um Schritte vorgegeben, spielte die Personalentwicklung Verwaltung bei jeder Ausschreibung zwei ab, ob die Position auch in Teilzeitarbeit sinnvoll besetzt werden kann.

Eine Trapezpiste bedeutsamer kann ein Branchenpartner. Auch Versandhandel Otto hat sich Frauen Ziel gesetzt wurde: „Ich ‚Ich bin‘ ist die Initiative „Power of Diversity“ und den Weg und sorbe die Ziele vorgegangen hier in den Mitarbeiterin mit einer kontaminierenen Kontrolle. Dass allmälig sind neue Ej

Pressent der Otto-Belegschaft weiblich, dach man sie Frauen auf Führungsstellen, und nur 15 Prozent in der Geschäftsführung. Andere wollen die Handicaps dies nicht nur, weil Frauen im Schnitt besser ausgebildet sind und neue Blickwinkel in Führungsteams einbringen. „Eine Einschränkungen sind häufig stärker zwei beleuchtet“, ist man in Hamburg überzeugt. Dass Frauen in Führungsteams sehr viel ausbrechen Unternehmen ein signifikant besseres Ergebnis und eine höhere Rentabilität“.

„DAS ZIEL IST KLAR: MEHR FRAUEN IN FÜHRUNGSPOSITIONEN“

Klaus Gehrig,
Schwarz-Gruppe

Insbesondere für Nachwuchsmanagerinnen bietet die Otto Group deshalb das konzernweite Entwicklungsprogramm „Boost Your Career“. Bei dem Coaching-Programm für Frauen ist ein Mentor als Ferneinzelgesprächen eine erfahrene Führungskraft zur Seite gestellt, die aus einer anderen Sparte des Konzerns stammt. Ohne zähle in den Veranwortungsbereich eingegangen, soll der Mentor die Nachwuchskraft durch seine Erfahrung beteiligtes Management und Führung unterstützen. Neben Ausbildungsmaßnahmen und Seminaren bietet der neuen Entfähiglie in die Gruppenstruktur und kann für eigenes Netzwerk Verantwortung. Auf eine erfolgreiche Ausbildungsjahr ist.

Zur besseren Vereinbarkeit von Beruf und Familie gibt es bei Otto in Hamburg eine Kita, die Kinder von Mitarbeitern, welche die Kita besuchen mitgebracht werden kann. Auch werden Kinderbetreuungsplätze und Ferienbetreuungsplätze vermietet. Und es gibt unternehmensübreiten Teilzeit- und Homeoffice-Angebote, um eine stärkere Unabhängigkeit von Arbeitsort und -zeit an zu gewährleisten.

Bei der Schwarz-Gruppe haben sich Lidl und Kaufland zusammengetan, um die Anfänge und Gerstel Beti, die beide als Geschäftsführerinnen in der Heidelg Ge- schäftsgl und, auch mit den anderweiten Mechanismen fehlendes Chancengleichheit auseinandergesetzt und erste

Veränderungen im Personalbereich angestoßen. Denn die programmierenden Beurteilungssysteme erweisen sich bei genauerer Betrachtung als wirksamen Instrument, um Männerkarrieren zu fördern. „Das war so sicher nicht gewollt“, ist Lehmüller. Die gelernte Praxis wurde nun eines nicht hinterfragt: „Ein die Leistung von Führungsfunktionen zu bewerten, ist eine Ermessensfrage. Und Frauen, die bei Männern-noch ausgeprägt sind“, erklärt Lehmüller. „Bundesvorsitzenden“ ist ein Beispiel dafür. Typisch weibliche Stärken wie etwa Kommunikationsfähigkeit oder Empathie wurden dagegen nicht bewertet. Das soll in Zukunft anders werden.

Auch Verfassungsbeschwerdegen waren bei Kaufland Ausgangspunkt für die Beleg für Chancengleichheit: „Auf den Fetzen wurde ein Mann im Anzug gezeigt, der einer Frau etwas erklärt“, berichtet Lehmüller. „Unbewusst wird so transportiert, wer das Sagen hat.“ Die Anzeigenmotive wurden verändert – nun Teil zeigen sie man gar keinen Mann mehr.

Ein Angriff auf männliche Karrieren lässt sich Vorstand in den verschiedenen Unternehmen dennoch nicht sehr „Lust-

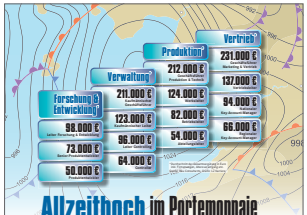
„NUR MIT SANFTEM DRUCK WERDEN MEHR QUALIFIZIERTE FRAUEN BEI DER BESETZUNG VON FÜHRUNGSPOSITIONEN BERÜCKSICHTIGT WERDEN“

Heike Kolb-Bergholz,
Edeka Minden-Hannover

lung einschließlich“, heißt es vom allen Seiten. Und indem Jantje die besten Voraussetzungen bei Beruf und Karriere in Führungspositionen ebenso den männlichen Kollegen zugute kommen. „Wir wissen, dass immer mehr junge Männer gern für eine bestimmte Zeit in Teilzeit arbeiten möchten“, ist man sich etwa in Minden der Notwendigkeit der Generation Jantje bewusst. Die Personalentwicklerin beteiligten, dass es grundsätzlich um Chancengleichheit gehe. Allerdings: „Bei Frauen in Führungspositionen gibt es erheblichen Nachholbedarf.“

Julia Bender

LZ Karriere 2014



# Allzeithoch im Portemonnaie

**Gute Nachrichten für Einzel- und Aufsteiger: Die Gehälter in der Konsumgüterindustrie haben die Krise hinter sich gelassen. Experten rechnen mit einem weiteren Anstieg.**

Die Krisenkeile ist ausgebracht. Die Gehälter auf dem alternativen Personenmarkt in der FMCG-Branche liegen heute höher als vor der Krise. „Und die Tendenz ist weiter gerade“, sagt Matthias Hennig, Dos auf die Fundamente spezialisierte Personalberatung Hennig & Partner. Hennig ist mit einem weiteren Anstieg. Die Gesellschaft, welchen Sahler auf dem Karrieretrotzdem deutlichsten Unternehmensbereichen: Produktion, Verwaltung, Vertrieb neuer Forschung & Entwicklung durchschnittlich gesteht wird. Die ursächliche Bandbreite in dabei erheblich. Die Spanne reicht von 98.000 Euro im Mittel ab, aus Euro nach Hause-Gehälter 75,000 bis 137,000 Euro. Ein Werkleiter verdient zwischen 70.000 und 180.000 Euro, ein regionaler Key Account Manager bringt es auf 58.000 bis 74,000 Euro. Für die Höhe des Gehalts ist neben der Funktion die Initiative entscheidend.

Trotz der guten konjunkturellen Lage sollte man im Vorstellungsgespräch in Bezug auf dem Tagesgeschäft Ziehen. „Ja hoch zu ziehen, kommt gar ist“, weiß der Personalexperte. Und man verhaltenheit sich leicht: Dass vielleicht hat der Arbeitgeber für Sie noch ein Angebot in der Schublade zu ziehen, und am Ende scheitert der Einstieg an überzogenen Forderungen? Ein Fall, allerdings selbst man ebenfalls nicht einzelgen.

Gerechnet ist beim heiklen Thema Gehaltsverhandlung vorsichtig. Von allem passiert meist gar nichts. Um mehr Geld zu bekommen, sollte man stichhaltige Argumente. Der Tipp vom Fachmann: „Führen Sie Buch über Ihre Leistungen, zum Beispiel erfolgreiche Projekte. In Kämmen Sie zeigen, was Sie für Die Unternehmen erreichte haben.“ Besonders Frauen sollten Ihr Licht nicht unter den Scheffel stellen. Sie sind oft Initiative ergreifen und selbstbewusst, wenn sie sprüche anmelden. „Männer machen mehr Druck“, weiß Hennig.

Geld allerdings ist nicht alles. Längst rufen andere Faktoren wie Unternehmenskultur oder Work-Life-Balance ganz oben auf der Rekrutierliste für den Arbeitsmarkt. Hennig bringt es auf eine Formel: „Geld ist wichtig, aber nicht das wichtigste.“ Und wer Geld ausgeben Spaß an dem hat, was man tut – dann wird man auch erfolgreich sein.“

Christiane Dittmann

LZ Karriere 20/12

Kunde: Deutscher Fachverlag GmbH
Objekt: LZ Karriere
Seitengestaltung und -umbruch

„YBF YOUNG BUSINESS FACTORY Lebensmittel Zeitung

# Unternehmen authentisch erleben

**Die Young Business Factory der LZ öffnet Türen, damit Jungmanager ihre Geschäftspartner und Wettbewerber besser verstehen.**

Jedes Unternehmen lebt anders. Diese Erkenntnis ist nicht nur für die Wahl des Arbeitgebers entscheidend. Wer einen Job in der Konsumgüterwirtschaft ergreifen will, muss die genauste Branche vorwählen. Wie schafft es der Hersteller X, sich gegen den Wettbewerber Y als dominant platziert zu? Weshalb lässt sich ein Verkaufsmanager nicht von einem Handelsmanager auf den sächsischen Absetzgeist? Und warum scheinen beim Wettbewerber Y alle Mitarbeiter an einem Strang zu ziehen, während bei Z jeder Mitarbeiter sich nur noch mind Sinne in den Weg verstellt? Wie es nicht schlim, man könnte auch in anderen Fonds Fitness mal hinter die Kulissen blicken und sich vom Management der jeweiligen Erfolgsfamilie und die Rarin der Kaiser erklären lassen?

Man kann. Vormal im Jahr macht die Lebensmittel Zeitung dies mit der Young Business Factory (YBF) möglich. Gangsterhe Fortmeldung eine erfolgreiche Markenartikler wie Coca-Cola, Unilever, Ferrero, Procter & Gamble und Henkel oder namhafte Händler wie Rewe-Dortmund, Media-Saturn, Tegut, Dohle, die Dm gestemmt und einige mehr.

Die YBF macht Unternehmen erlebbar. Wenn man etwa von Menschen, die dort arbeiten, durch das neue Unilever-Haus in der Hamburger Hafen-City geführt wird, wird man nicht nur mit Informationen und Trainpiernen für den Kaunern bedrainen. Die erlebte Architektur hierer erlebte Meeting-Pavien und gibt auch dem CEO Harry Brunnerer Gelegenheit, regelmäßig mit allen Mitarbeitern zu sprechen. Sie müssen nur an einem Tisch sitzen und können sich auch auch die Teilnehmer der YBF versammeln. Dort hat er die Parole vom „Teamwork mit den Kunden" angegeben. Was das praktisch bedeutet, erklärt die vorstandsmitglie Managerin Angela Nelsoen des YBF-Teilnehmers anhand der Kuner Forschunbeschrangen, die er klärte nur bei Gärtka verkauft wird.

Die Teilnehmer lernen Unternehmen in der Erfolgsspur ein anderes. „Ziegelt in unserer Organisation nur zwei Jahre Eurocolor Ein verkauft Coca-Cola bei Edeka, Circa-Cola im verkauf ter", unterstreicht Coke-Vorstand Frank Mathias die enkle Vertriebsorientierung. Somit erklärgt ersichtlich eher dem abergeordneten Ziel, die Marke nahe bei den Kunden und deren deutsch verfügbar zu halten.

„Wir wollen den unternehmerischen Unternehmen sein", belegt der Inhaber des SB-Warenhaus-Spezialisten Globus, Thomas Busch, einen wesentlichen Unterschied zu anderen Händlern auf den Punkt. Eine Folge davon: Informieren die Gäste der YBF beim Store-Check in Hamburg-Bergedorf Gelegenheit, mit den anlegerpsychischen Engagement erklären die Mitarbeiter die Besonderheiten ihrer jeweiligen Abteilung. Die Tarnsache, dass viele Entscheidungen nicht in den Zentrale, sondern vor Ort getroffen werden, sorgt für ein hohes Maß an Identifikation. Und hat Auswirkungen für die Kunden. Die Sortimente werden an jedem Standort individuell behandelt.

Das praxisorientierte Managementtraining der YBF lotet nicht nur Raum für Diskussionen mit den Machern im Markt. Es ist zugleich ein Plattform für die persönlicher Networking dies Fünfzehn Nachwuchsführungskräfte.

Die nächsten Workshops werden in Kürze bekanntgegeben. Alle letzte dazu www.lebensmittelzeitung.net/YBF

Bernd Brehm

**Mit der YBF war Ein:** Jedes Unternehmen verdeutlicht ein eigenes Plan. Die Teilnehmer dieses Semesterseminar machen sich die Zeitschriftenredaktion, dieses der Kundenn Brief und Kommunikation und Transparente Rigi.

**Kontaktgeldform:** Die Führungsnachwuchs nutzt die YBF zum persönlichen Networking.

**Top-Manager hautnah:** Coke-Vorstand Frank Mathias (L) und Marketing-Direktor Stefan Bächle stehen dem Fragen der Teilnehmer.

**Einblicke bei Globus:** Am Beispiel der Tiefkühlmitarbeiter erfahren die Gäste, wie Globus-Mitarbeiter Angela Nelsoen die Details im Blick.

**Diversitech bei Unilever:** Engagierter Mitarbeiter erläutern die Details im Blick.

# KLARE KANTE

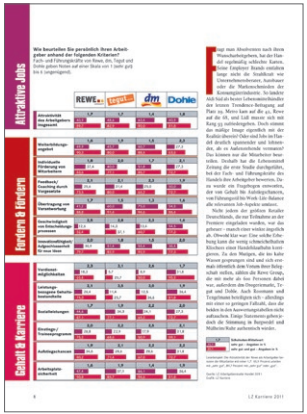
Schnörkellos, strukturiert, übersichtlich: So präsentiert sich der Discount nicht nur dem Verbraucher. Auch die Karrierewege bei Aldi, Lidl, Netto und Penny haben System. Gesucht werden vor allem zukünftige Bezirks- oder Verkaufsleiter. Sie tragen nach kurzer Zeit Verantwortung für mehrere Filialen und bis zu hundert Mitarbeiter – die erste Führungsebene in der flachen Hierarchie der Vertriebslinie. Managementprogramme bereiten Hochschulabsolventen darauf vor. Aber auch in den IT, der Logistik und dem Einkauf haben Discounter kontinuierlich Bedarf an akademischen Nachwuchskräften, die gerne mal die Ärmel hochkrempeln.

Konzentration auf das Wesentliche und weiter Karriereöffnung – so lautet das Credo gegenwärtiger Discounts, der heute einen Anteil von knapp 40 Prozent am gesamten deutschen Lebensmittelhandel hat. Erfolgreiche haben es die Brüder Karl und Theo Albrecht. Anfang der sechziger Jahre schwärmen sie die Idee, das Prinzip Selbstbedienung gegen die bedienten Angebote aus Frankreich. Heute ist Aldi der führende Discounter und wird in Deutschland (rund 17 Milliarden Euro umsatz. Aldi Nord-Sitz in Essen und Aldi Süd mit seinen Zentralen in Mülheim ist der Kaufe und weiterhin wachsende Kraft.

Traditionell schwarzen Norden stärker auf die Kosten als der Süden. Das Sortiment umfasst etwa 900 Artikel, vorbei der Fakta auf Eigenmarken liegt. Die Ladenausstattung war lange eher zweckmäßig. Seit 2012 schwenkt Aldi Nord auf einen Modernisierungskurs ein. Kleinflächige Märkte werden dichgemacht, die übrigen bekommen Ein- und Umbauten verpasst. Das Ambiente wird ansprechender, mehr Frischeware und Markenartikel ergänzen das Angebot. Man nähert sich an den gräßlgeren Ambiet des Südens an. Dort hat die Stammsortiment mittlerweilen 1,000 Artikel erreicht. Weiter Aldi Süd verzeichnet auf supermarktähnliche Konzeptionen setzt. Dass aldi auch die Kundschaft des Südens mit Bio-Ware bietet Coca-Cola oder Wiesn.

Ebenso wie dem Lebensgen Markt setzen sich die beiden auch dm Ausland auf. Aldi Nord ist schwerpunktmäßig in Westeuropa aktiv und betreibt in den USA 4,65 Märkte unter dem Label Trader Joe's. Die attraktiven Auslandsmärkte von Aldi Süd sind die USA, Großbritannien und Australien. Dort hat Aldi Süd 1,6 Kaufmännischen Jahre tätig monieren.

Konzentration auf das Wesentliche gilt auch für die Organisationsstruktur, in der jeder Mitarbeiter für seinen klar definierten Aufgabenbereich die Verantwortung übernimmt. Für die Wachstum im In- und Ausland suchen beide Unternehmen Absolventen. Aldi Nord bietet Trainee-Programme, Aldi Süd Nachwuchsgruppen (in Filiale ein Jahr) für angelernte Beziehnisse an. Das Schwerpunkt liegt auf dem Vertrieb. Die Prozentsatz



**Wie beurteilen Sie persönlich Ihren Arbeitgeber anhand der folgenden Kriterien?**
Fach- und Führungskräfte von Rewe, dm, Tegut und Dohle geben Noten auf einer Skala von 1 (sehr gut) bis 6 (ungenügend).

| | REWE | tegut | dm | Dohle |
|---|---|---|---|---|
| **Attraktive Jobs** | | | | |
| Attraktivität des Arbeitgebers insgesamt | 1,7 | 1,9 | 1,4 | 1,9 |
| Abteilungsübergreifende Zusammenarbeit | 1,7 | 1,9 | 1,4 | 1,9 |
| Individuelle Förderung von Mitarbeitern | 1,8 | 1,9 | 1,7 | 2,1 |
| Feedback/ Coaching durch Vorgesetzte | 1,9 | 2,1 | 1,7 | 2,1 |
| Übertragung von Verantwortung | 1,7 | 1,9 | 1,4 | 1,9 |
| **Fordern & Fördern** | | | | |
| Deutschsprachiges Trainee-Programm | 1,8 | 1,9 | 1,7 | 2,1 |
| Internationale Karrierechancen | 2,1 | 2,1 | 2,1 | 2,1 |
| Zusammenarbeit mit Vorgesetzten | 1,8 | 1,9 | 1,7 | 2,1 |
| Ermutigung, Ideen zu äußern | 1,8 | 1,9 | 1,7 | 2,1 |
| **Gehalt & Karriere** | | | | |
| Fürsorliche Leistungsbereitschaft | 1,7 | 1,9 | 1,7 | 1,9 |
| Leistungsgerechte Gehaltspolitik | 2,1 | 2,1 | 1,7 | 1,9 |
| Karriereförderung | 1,7 | 1,9 | 1,7 | 1,9 |
| Einsatzbereitschaft | 1,7 | 1,9 | 1,7 | 1,9 |
| Einsatzgut / Trainingsprogramm | 2,1 | 2,1 | 1,7 | 1,9 |
| Aufstiegschancen | 1,8 | 1,9 | 1,7 | 1,9 |
| Arbeitsplatzsicherheit | 1,7 | 1,9 | 1,7 | 1,9 |

Fragt man Absolventen nach ihren Wunscharbeitgebern, hat der Handel regelmäßig schlechte Karten. Keine Empfehlen: Rewe, dm und Dohle gelten Noten auf einer Skala von 1 (sehr gut) bis 6 (ungenügend).

Rewe, dm, Absolventen nach ihren Wunscharbeitgebern, hat der Handel regelmäßig schlechte Karten. Keine Empfehlen: Rewe, dm und Dohle. Auch Kosmetik und Unterschlemmerbetriebe, Autohauser und die Mittelstandsbetriebe der Lebensmittelindustrie. Im Industrie Aldi Nord und Aldi Süd Nachwuchsgruppen der Inmern. Trainee-Betrugung, auf Platz 29. Metro kam auf die 42, Rewe auf die 78, und Lidl meiste sich mit Rang 93 zufriedengeben. Doch einmal das multige Image eigenlich mit der Realität übereinkt? Oder sind Info im Handel, die Absolventen Ihre Wunschbetriebe, ob, ob es Ankreuzbeziehe vermeiden? Das können wir die Mitarbeiter beurteilen. Deshalb hat die Lebensmittel Zeitung die erste Studie durchgeführt, bei der Fach- und Führungskräfte des Handels den Arbeitgeber bewerten. Dazu wurde ein Fragebogen entworfen, der von Gehalt bis Ausbildungschancen, von Aufstiegschancen bis zur Attraktivität alle relevanten Info-Aspekte umfasst.

Nicht jedem der goldenen Retailer Deutschlands, die mit Fortbahnen an der Frontstore eingeladen wurden, war das gefreut – manch einer wäre lieber unsichtbar. Obwohl klar war: Eine solche Erhebung kann die wenig schmeichelhaften Kitschnoten einer Handelsbahnhofs kreieren. Und dass sie das tun, ist gut. Wissen gegenwarte und sind sich ersteinmals ebenso dem Vorteil Ihrer Belegschaft. Aldi Nord, Edeka, Globus, Metro Group, die mit mehr als zwei Personen dabei war, außerdem dm-Drogeriemarkt, Tegut und Dohle. Auch Rossmann und Tengelmann hatten sich zwar zur Mitarbeiter einer so geringen Fallzahl, dass die Ergebnisse nicht repräsentativ sind, entschlossen. Einige Teilnehmern gefreute doch die Stimmung im Bergwerkl und Mulhouse Rahe authentisch wieder.

**Informationen Mitarbeiter:**
Jeder gab – negativ oder positiv – seine gute und gut – dargestellen in %

Grundlagen: Die Prozentsätze der Noten 1 und 2 (Zustimmung) ergeben die Attraktivitätsindex wie einer 1,7. 1,9 Prozent ziehen 1 und 2 gut, 98,1 Prozent ziehen gut 1 oder gut 2

Quelle: LZ Arbeitgeberstudie Handel 2011
Grafik: LZ Karriere

Kunde: Deutscher Fachverlag GmbH
Objekt: LZ Karriere
Seitengestaltung und -umbruch

Herr Hadasch, wodurch zeichnet sich die Firmenqualitätsverwirklichung als Arbeitgeber aus?

*Peter Hadasch:* Wir gestalten den Alltag von Menschen. Man hat mit Produkten zu tun, die einem ständig begegnen. Das macht viel Freude. Unser Bestreben ist es, Produkte zu entwickeln, die gar nahrungsmittelnahe Gesichtspunkte bei Textile und Kundenbedürfnissen von heute und morgen spielen eine große Rolle und machen die Branche spannend.

**Wie spannend kann eine Windel denn sein, Frau Bachmann?**

*Sabrina Bachmann:* Ungeheuer spannend! Wir entwickeln gemeinsam die Mitarbeiter von Procter & Gamble. Ich kann nur unterstreichen, wie fitter Hadasch sagt. Wir sind ganz nah dran am Konsumenten. Unsere Arbeit ermöglichte den direkten Transfer in den Alltag. Das macht etwa aus Slipeinlage oder Windel auch für Ingenieure oder Naturwissenschaftler interessant.

**Auch der Handel ist nah am Kunden. Aber von den interessanten Jobs in Backoffice oder Zentrale bekommt man in der Filiale wenig mit. Wie gehen Sie damit um, Herr Dürrnhofer?**

*Bernd-Ralf Dürrnhofer:* Als Mitarbeiter bekommt man schon einiges mit. Wir haben Tellerrand Meeting. Eind die Kollegen mehr schon eine gewisse Vorstellung davon, was dazugehört, etwa ein Gerschäft mit bis zu 40 000 Artikeln zu führen, einzelne Stücke zu gewährleisten und die komplexen Prozesse zu managen, die dahinterstecken. Geschäftsleiten sehr ich auch viele Gemeinmarktleiten Ich kann mich mit ihnen austauschen, durch die Entwicklung, Produktion und Vermarktung unserer Eigenmarken.

**Welche Anforderungen stellen Sie an den akademischen Nachwuchs?**

*Hadasch:* Wir rekrutieren unser Management ausschließlich aus eigenen Reihen. Insoweit ist uns zunächst nal Ausbildungsgrad nicht wichtig. Wichtig sind kompetitiveren Denken ortiert vor vorauss. Bei dem Soft Skills zählt vor allem Kommunikationsmöglichkeiten. Agilität ist ebenfalls wichtig. Denn man muss ein Thema kommen Connectivitätsgedanken und Ergebnisorientierung.

**Da lastet viel auf dem Schultern der Neulinge. Einschränkung wurden die Absolventen durch Bologna und Gil immer jünger. Fehlt es an Lebenserfahrung und Reife?**

*Hadasch:* Sicher gaben junge Leute heute Dinge anders an als man selbst. Das ist aber nichts Negatives. Wichtig ist es, den Tag, über die mitnehmen in ihrer Karriere zu auch mit Herausfordern umgehen. Es hat wenig Sinn, sich eine Fluchtungsperspektive ins Haus zu holen, die mit der meinen auseinandersetzt. Doch es gibt Fähigkeiten, auf die es immer ankommt. Man muss in der Lage sein, anderen Menschen zu motivieren. Ziele erreichen, Ergebnisse Menschen in einer Gruppe zu erhalten.

**Erleben Sie die Generation Y als besonders anspruchsvoll?**

*Hadasch:* Die Nachwuchskräfte sind gleichzeitig sehr individualistisch und sehr kommunikativ. Sie wollen mit Universitäten und online gleich vernetzen, wer es weitergeht und was genau von ihnen verlangt wird. Wir versuchen, ein Schritt für Schritt in die Organisation zu integrieren.

*Bachhuß:* Sie bringen ein ungeheuren Selbstbewusstsein mit, sollen Verantwortungsbereich und unternehmungerisch sind, Ideen einbringen und umsetzen. Es sind Veränderungen vorzunehmen und umsetzen. Der Handel lebt von Innovationen und dem sichtbaren und dem visiten auch sichtbaren Prozessen.

**Und daß sie suchen Sie Akademiker?**

*Dürrnhofer:* Man kann ins um an Kaufmännischen durchsetzen und Karriere machen. Wir rekrutieren Nachwuchskräfte Partnerschaften mit Berufsakademien und Fachhochschulen.

**Was macht so ein Bachelorstudiengang in der Praxis?**

*Hadasch:* Wir sind in der klassischen Einstiegsplatzen class/bachelor/diplomvorne vom Vorteil. Im Discount trägt es Personalvorantwortung für sechs bis acht Filialen mit die bis zur Mitarbeiterzahl. Hinzu kommen Controllingfunktionen und Ergebnisverantwortung.

**Da lastet viel auf dem Schultern der Neulinge. Einschränkung wurden die Absolventen durch Bologna und Gil immer jünger. Fehlt es an Lebenserfahrung und Reife?**

*Hadasch:* Sicher gaben junge Leute heute Dinge anders an als man selbst. Das ist aber nichts Negatives. Wichtig ist es, den Tag, über die mitnehmen in ihrer Karriere zu auch mit Herausfordern umgehen. Es hat wenig Sinn, sich eine Fluchtungsperspektive ins Haus zu holen, die mit der meinen auseinandersetzt. Doch es gibt Fähigkeiten, auf die es immer ankommt. Man muss in der Lage sein, anderen Menschen zu motivieren. Ziele erreichen, Ergebnisse Menschen in einer Gruppe zu erhalten.

**Erleben Sie die Generation Y als besonders anspruchsvoll?**

*Hadasch:* Die Nachwuchskräfte sind gleichzeitig sehr individualistisch und sehr kommunikativ. Sie wollen mit Universitäten und online gleich vernetzen, wer es weitergeht und was genau von ihnen verlangt wird. Wir versuchen, ein Schritt für Schritt in die Organisation zu integrieren.

*Bachhuß:* Sie bringen ein ungeheuren Selbstbewusstsein mit, sollen Verantwortungsbereich und unternehmungerisch sind, Ideen einbringen und umsetzen. Es sind Veränderungen vorzunehmen und umsetzen. Der Handel lebt von Innovationen und dem sichtbaren und dem visiten auch sichtbaren Prozessen.

**Und daß sie suchen Sie Akademiker?**

*Dürrnhofer:* Man kann ins um an Kaufmännischen durchsetzen und Karriere machen. Wir rekrutieren Nachwuchskräfte Partnerschaften mit Berufsakademien und Fachhochschulen.

**Was macht so ein Bachelorstudiengang in der Praxis?**

*Hadasch:* Wir sind in der klassischen Einstiegsplatzen class/bachelor/diplomvorne vom Vorteil. Im Discount trägt es Personalvorantwortung für sechs bis

DIE ERNÄHRUNGSINDUSTRIE
- ist Deutschlands viertgrößter Wirtschaftszweig
- hat 557 000 Beschäftigte in 6 000 Betrieben
- setzt 175 Mrd. Euro um

Sabrina Bachhuß, Procter & Gamble

Bernd-Ralf Dürrnhofer, Rewe Group

„FÜHRUNG MUSS MAN WOLLEN, DA IST NICHT JEDER GLEICH GESTRICKT. ES GIBT BEI UNS GLEICHWERTIGE SPEZIALISTEN-FUNKTIONEN"

DIE MEISTEN AKADEMIKER REKRUTIEREN WIR FÜR DEN VERTRIEB, ABER AN PLATZ ZWEI FOLGT SCHON DIE LOGISTIK"

Peter Hadasch, Pepsico

„WIR ACQUIRIEREN HIER IN DEUTSCHLAND FÜHRUNGS-NACHWUCHSKRÄFTE FÜR DEN GESAMTEN INTERNATIONALEN NESTLÉ-KONZERN"

DER EINZELHANDEL
- ist Deutschlands drittgrößter Wirtschaftszweig
- beschäftigt 3 Millionen Menschen
- setzt 428 Mrd. Euro um

# STRUKTURENERKENNEN

Nach erfolgreichem Studienabschluss hat man die Qual der Wahl: Theoretisch können man auch überall bewerben. Aber was macht eigentlich ein Unternehmen, welchen Kriterien kann sich potenzielle Arbeitgeber bewerben? Neben Finanzen, Gesamtzahl, Stellenbeschreibung oder Gehalt spielen kulturelle Aspekte eine große Rolle.

Die meisten Studenten streben in die großen Konzerne. Doch auch mittelständische Unternehmen bieten interessante Jobs und Karrierechancen. Die entscheidende Frage ist, wo man besser hinpasst. Denn: „Das sind unternehmerische Welten", sagt Matthias Hesing von Rau Consultants entschieden. Der Personalberater sucht gerade Führungskräfte für die Kornmagnetenwirtschaft und weiß, dass die richtige Qualifikation eine Rahmenbedingung ist, die Zusammenarbeit funktioniert. Rolle Berufsstart werden die Weichen gestellt. „Einzelnge sollten sich bewusst sein, dass sie sich freiwillig", gibt er zu bedenken. „Wer vier oder fünf Jahre in einem Familienunternehmen war, hat es sehr schwer, in einem Konzern Fuß zu fassen und umgekehrt."

Stefan Leitz ist aber der wenigen Manager, die einen solchen Wechsel geschafft haben. Das Vorstandsmitglied der Geschäftsführung der traditionellen Sauerkrautverarbeiterin Carl Kühne KG hat seine Berufsjahren bis vor kurzem zwei Jahren bei Global Players wie Procter & Gamble und Unilever verbracht. Was für ihn der Grund, in ein Familienunternehmen Wechsel? „Hier muss jeder dazu beitragen, in dem Maschinenraum zu gehen und die Ärmel hochzukrempeln", beschreibt er eine kulturelle Anforderung im Mittelstand. Er persönlich habe sich seinen Wechsel eine sehr Lernkurve vorlegen. Wenn man bedenkt, dass die Sauer- und Kartoffelprodukte seine Produkte sind, die Kühne Produktion Jahr für Jahr und mit 1,4 Mio Mitarbeitern und 300 Millionen Euro umsetzt, verwundert dies nicht.

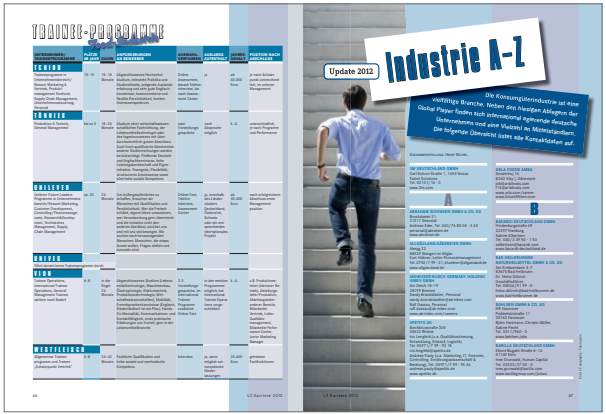
**Konzerne stehen bei Absolventen ganz oben auf der Arbeitgeberwunschliste. Die Perspektiven, die sich im Mittelstand bieten, werden dabei oftmals übersehen.**

Arbeitsnachweis und Arbeitsvertrag: Über Details dieser beiden Dokumente kommt es häufig zu Streit. Grund genug, sich die Regeln einmal genauer anzusehen.

ZEUGNIS

ARBEITSVERTRAG

Kunde: Deutscher Fachverlag GmbH
Objekt: LZ Karriere
Seitengestaltung und -umbruch



Kunde: Deutscher Fachverlag GmbH
Objekt: LZ Spezial
Titelgestaltung, Seitenlayout und -umbruch

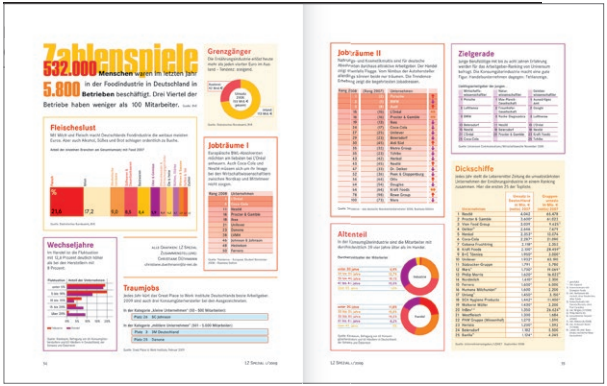
Klassische Bildstörung
Der Werbemarkt ist im Umbruch. Die Medienlandschaft zersplittert, die Digitalisierung kommt voran, der Verbraucher stellt sich seine Informations- und Spaßangebote selbst zusammen. Der TV-Werbeblock verliert an Wirkung – besonders bei jungen Zielgruppen. Die Markenartikler reagieren. Interaktivität, Vernetzung, Branded Entertainment heißen die Trends. Den «einen Mix hat noch keiner gefunden. Nur eins scheint klar: Das Prinzip Gießkanne hat ausgedient.

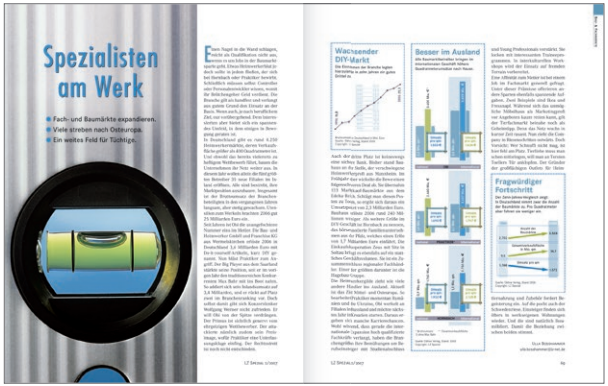
„Kommen und Gehen im Werbeblock"

Kontinuierliche Prozesse
Die technischen Möglichkeiten rund um den Point of Sale werden ausgefeilter, die Lösungsansätze immer intelligenter. Der clevere Einsatz von Hard- und Software soll den Handelsalltag vereinfachen, Renditen und Kundenzufriedenheit steigern. Doch nicht alles verläuft reibungslos. Der Teufel steckt oftmals im Detail.

Preiritätenliste

Kunde: Deutscher Fachverlag GmbH
Objekt: LZ Spezial
Seitenlayout und -umbruch

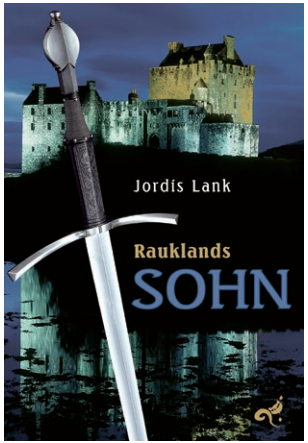



Kunde: Deutscher Fachverlag GmbH
Objekt: LZ Spezial
Seitenlayout und -umbruch

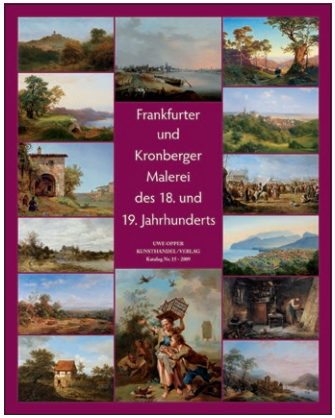
Kunde: Deutscher Fachverlag GmbH
Objekt: LZ Spezial
Fotocomposings

Kunde: Verlagshaus el Gato
Objekt: Buchcover



Kunde: Verlagshaus el Gato
Objekt: Buchcover

Kunde: Verlag Uwe Opper
Objekt: Kunstkatalog
Umschlag- und Seitengestaltung komplett



Carl Morgenstern
*** 1811 Frankfurt a. M.**
**† 1891 Frankfurt a. M.**

„Albaner See-Landschaft"
**(Kröher „Stadt am Meer")**
***Öl auf Pappe, auf Leinwand aufgeklebt, 44 x 58 cm, rückseitig Nachlaßstempel Nutzenstadt um 1837***

**Literatur:**
- Hans Voss, Carl Morgenstern, Stadt am Meer, Frankfurter Allgemeine Zeitung, 9. November 1961, Seite 21, Abbildung.
- Ingo Kröher, Carl Morgenstern, Darmstadt 1976, Wiederveröffentlicht Nr. O 96, Abbildung Nr. 54.

**Ausstellung:**
- Frankfurter Kunstverein, Frankfurter Maler des 19. Jahrhunderts, Frankfurt a. M. 1966, Katalog Nr. 85, Abbildung.

**Provenienz:**
- J. P. Schneider jr., Frankfurt a. M.
- Privatsammlung, Frankfurt a. M.

Nach Eichler handelt es sich um eine Ansicht des Albaner Sees mit der Galerie di Sopra und Castel Gandolfo, dem Sommerpalast der Papstes.

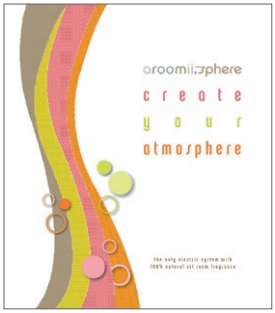
„Carl Morgenstern zählt zu den Frühvollendeten. Friedrich Lübbecke stellt in seinem Aufsatz vom 1. 11. 1961 fest: „Er hatte sein glänzendes Wachstum als Dreißigjähriger vollendet". Dieses gleicht der Frankfurter einer, gemessen an den Schaffen, die sich „Zeitlebens" dieser Stadt verbunden fühlten. Wie Morgenstern aus wenigen Elementen eine reiche Summe zu entwickeln vermochte, Wie Morgenstern aus wenigen Fels, Fluss, Horizont, Schaffen von Landschaftsbild frühzeitig bewerkstelligt wurden, so wirkt man vielleicht nicht ausreichen, ihn als den Impressionisten unter den Deutschrömern zu feiern, ihn als den Künstler zu preisen, der romantisches Empfinden mit eminent malerischem Können, das die mehr mitschwatzisch begabten Romantiker unter vermitteln lassen, zu verbinden wusste. Jedoch Morgenstern ist sehr ab gewesen. Im mehr jenen Werken, die in einer Auseinandersetzung in Italien, geformt durch das ebbende Bewußtsein, ihn von ruhmsuchen Alltags- und Unterhaltungsgen und begleitetgt durch den lebendigen Austausch mit anderen Künstlern geschaffen werden sind, die gemeinsame Arsenal der Arbeiten gegenüber, die im Frankfurter Milieu entstanden, bestimmbar durch den Geschmack und die Wünsche eines bürgerlichen Publikums, verursacht durch genau fertigbaje Bestellungen und ersichtert durch vorgeschriebene Formate." (Inge Eichler)

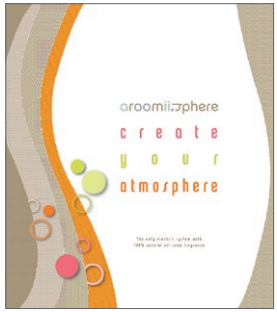
In seiner Frühphase, besonders während seiner Studienjahre in Italien, hat er Werke von überregionaler Bedeutung geschaffen und gehörte zur Avangarde der deutschen Künstler seiner Zeit.

Kunde: Reception+GmbH
Objekt: Postkarte Kundenakquise

Kunde: GoldElse® Dirk Bressel
Objekt: Logo, Visitenkarte, Flyer, Gutschein

Kunde: aroomii
Objekt: Raumduftzerstäuber
Etiketten- und Packungsgestaltung (Projekt)



Kunde: MEZ Wohn-Ideen
Objekt: Flyer und Anzeigen
Gestaltung, Layout und Reinzeichnung

Kunde: MEZ Wohn-Ideen
Objekt: Mailings, diverse
Gestaltung, Layout und Reinzeichnung

MEZ Wohngefühl Komfort für Zuhause

Kunde: TB Fashion GERRY WEBER
Objekt: Mailings, Plakate, Flyer

Kunde: TB Fashion GERRY WEBER
Objekt: Mailings, Plakate, Flyer; Schaufensterfolierung

Morgenstern
Grafik+Design

**Ursula Morgenstern**
Wilhelm-Beer-Weg 60
60599 Frankfurt am Main

Telefon 069 / 63 56 99
Telefax 069 / 63 15 20 80
Mobil 0173 / 666 43 23

morgenstern@grafikum.de
www.grafikum.de

## *Alles Wichtige – ganz kurz gefasst*

*Equipment:*
*PowerMac G5 mit aktuell OSX 10.8.5*

*Programme:*
*Creative Suite (Indesign, Photoshop, Illustrator, Acrobat Pro) und Quark Xpress sowie gute Basics in Word, Excel, Powerpoint etc. Die Programmversionen halte ich jeweils so aktuell wie möglich.*

*Leistungen in klassischer Werbung:*
*Konzept, Gestaltung (auch von Websites), Layout, Umbruch, Reinzeichnung inkl. Druckvorstufe, Text, Bildbearbeitung, Fotocomposing ...*

*Referenzen (eine Auswahl):*
*Deutscher Fachverlag GmbH, Reception+ GmbH, MEZ Wohn-Ideen Gerhard Loos GmbH, Interform Einrichtungshäuser, Verlag Uwe Opper, aroomii, wagneralliance (Geschäftsberichte, Redaktionssystem), Plaut Personalberatung GmbH, Möbel Seifert Achern, Studio Sieler (Jüdische Gemeindezeitung Frankfurt), Winter Markendialog (BtoB), GoldElse®, Verlagshaus el Gato uvm.*