

ENGAGIER DICH!

Das Karrieremagazin für engagierte Studierende



ALTESECURIA

BDSU

bonding
STUDIENBEREITUNG

btS

elsa
The European Law Student Association
GERMANY

JCNetwork
Entrepreneur Network

Deutsches
Jugendliches
Netzwerk
paranormale

MARKET TEAM

mtp

Weitblick
Bildungsreisen mit Zweck

2017/18

Karrietipps

Wichtige Informationen
rund um die Karriere!

Unternehmen

Deutsche Top-Arbeitgeber
im ausführlichen Portrait

10 Initiativen

Wer bietet mir was?
Engagement - was bringt
mir das?

Engagier Dich ist ein Kooperationsprojekt von:

campushunter
das etwas andere Karrieremagazin
und Online-Portal

VDSI
Verband Deutscher
Studierendeninitiativen e. V.

Statement

außeruniversitäres Engagement



„Warum ist ALDI Nord außeruniversitäres Engagement wichtig oder unterstützenswert?“

„ALDI Nord ist bekanntermaßen ein leistungsorientiertes Unternehmen. Aber mehr noch als auf gute Noten, achten wir bei der Auswahl neuer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter auf Verantwortungsbewusstsein und soziale Kompetenz. Denn ohne Teamgeist, Motivationsfähigkeit und Empathie kann Leistung nicht zum Erfolgserlebnis werden. Soziale Kompetenz ist nun mal kein Lehrfach und darum schätzen wir es sehr, wenn sich junge Menschen außerhalb der Uni engagieren und die so wichtigen Soft Skills in einem sportlichen oder sozialen Ehrenamt erworben haben. Bei ALDI Nord treffen sie dann auf eine Unternehmenskultur, die von gegenseitigem Respekt, Fairness und Verlässlichkeit geprägt ist.“

JÖRN MÜHLENBROCK, BEREICHSGESCHÄFTSFÜHRER HR/COMPLIANCE



**Richtig handeln.
Als Absolvent zum
Discounter Nr. 1.**

Möchten auch Sie Teil der ALDI Erfolgsgeschichte werden?
Dann sind Sie bei uns genau richtig als

**Management-Nachwuchs
in Verkauf oder IT**

fuer-echte-kaufleute.de



EDITORIAL



„Engagier Dich!“ – zum bereits fünften Mal geben wir nun stolz das Magazin als Orientierungshilfe für Studierende aller Fachrichtungen heraus und bieten auch in dieser Ausgabe interessanten Lesestoff.

Als Kooperationsprojekt vom Verband der Deutschen Studierendeninitiativen e.V. als Plattform und Vertreter 10 der größten Studierendeninitiativen und -netzwerke in Deutschland gemeinsam mit campushunter als Verlag, der uns in Karrierefragen sowie der Umsetzung dieses Projektes das notwendige Know-how zur Seite stellt, soll euch dieses Magazin Einblicke in die Welt studentischen Engagements bieten und euch dazu animieren, selbst aktiv zu werden.

Wieso?

Weil es unsere Gesellschaft zu einem besseren Ort macht.

Warum jetzt während des Studiums?

Weil dies eine der intensivsten Lehr- und Lernzeiten unseres ersten Lebensabschnittes darstellt und wir mit frischer Energie (fast) alles bewegen können, was wir möchten.

Wobei hilft dieses Magazin?

Es dient als Orientierungshilfe bei der Entscheidung und liefert einen breiten Überblick über die allgemeinen Mitwirkungs- und Entwicklungsmöglichkeiten in unseren Mitgliedsinitiativen.

Wir möchten uns in diesem Rahmen bei allen sich in Deutschland engagierenden Menschen und insbesondere ehrenamtlich aktiven Studierenden bedanken, die ihre Energie in gesellschaftlich relevanten Projekten und Initiativen bündeln und damit unser Land voranbringen. Hierbei gilt ein besonderer Dank den fleißigen Personen innerhalb der Mitgliedsorganisationen, welche tatkräftig an der Textproduktion als auch der Verteilung der Magazine deutschlandweit beteiligt sind.

Weiterhin gilt ein großes Dankeschön den Unternehmen und VertreterInnen aus der Politik, die im Glauben und Wissen um die Mehrwerte studentischen Engagements zur Verwirklichung dieses Magazins beitragen, uns immer wieder als Partner zur Seite stehen und sich damit als Unterstützer unserer Ideen positionieren. Ohne Sie würde es uns „gedruckt“ nicht geben.

Abschließend sei dem gesamten Team von campushunter und insbesondere der Geschäftsleitung Frau Heike Groß und Herrn Pierre Buck Danke gesagt; ohne ihre Expertise im Verlagsbereich, ihre Präsenz auf nahezu jeder Karrieremesse, ihr großes Netzwerk, aber vielmehr noch ihren täglichen Einsatz zur Promotion ehrenamtlichen Engagements der Studierenden und dieser unermüdlichen Motivation, uns bei unserer Mission zu unterstützen, wäre dieses Magazin nach 5 Jahren nicht das, was es heute ist.

Wir freuen uns, euch nun das Endprodukt dieser fruchtbaren Zusammenarbeit zu präsentieren und wünschen viel Spaß beim Lesen!

Für den Verband Deutscher Studierendeninitiativen e.V.

Ines Köhler

VDSI



GRUSSWORT UND DANKSAGUNG



Engagier Dich 2017 – die fünfte Auflage unseres Kooperationsprojektes

Als erstem offiziellen Förderpartner des VDSI e.V. ist uns das Thema Ehrenamt sehr wichtig. Ich bin mehr als stolz, dass sich aus meiner einstigen Idee, dem Ehrenamt eine mediale Plattform zu schaffen, ein so großartiges Kooperationsprojekt nun schon in der fünften Auflage etabliert hat. Das Feedback des VDSI e.V. zum eigenen Verbandsmagazin und vieler Studierender war ungebrochen positiv. Dafür möchte ich auch wieder danke sagen. Es freut mich, dass der VDSI wächst und wir in dieser Ausgabe 2 weitere bundesweit agierende Initiativen vorstellen dürfen.

Die Nachfrage nach dem Magazin ist in jedem Jahr größer als die gedruckte Auflage, was uns zeigt, dass der Bedarf an guten inhaltlichen Printpublikationen auch in der Zielgruppe auf Leseinteresse trifft. Es macht klar, dass wir mit dem Thema Ehrenamt den Geist der Zeit getroffen haben und Aufklärung über die zahlreichen Möglichkeiten in den unterschiedlichsten Initiativen auf großes Interesse stößt.

Ich möchte mich beim VDSI e.V. und seinen Initiativen für die Zusammenarbeit und die vielen tollen Artikel aus den Reihen der Studierenden bedanken. Danke an die Vorsitzenden Ines Köhler, Isabell Rosenkranz und Jacob Loring für die gute Zusammenarbeit. Besonderen Dank möchte ich an Ines Köhler aussprechen, die in ihrem Amt als Erste Vorsitzende dieses Projektes persönlich von studentischer Seite aus betreut und koordiniert hat.

Danke an mein Team, das mit Kreativität die Umsetzung unserer Ideen realisiert hat, und ein riesengroßes Dankeschön an unsere tollen Gastredakteure, die dieses Magazin mit interessanten Karrieretipps bereichern. Robindroh Ullah von HR in Mind möchte ich für seine wertvolle Unterstützung und Ideen danken, dieses Projekt und den VDSI e.V. in der HR-Welt noch bekannter zu machen.

Besonderer Dank gilt auch den 19 Unternehmen, denen studentisches Ehrenamt wichtig ist und die dieses Projekt durch ihre Beteiligung erst möglich machen. Diese Unternehmen tragen mit ihren Statements dazu bei, dass der akademische Nachwuchs von morgen erkennt, wie wichtig und auch karriererelevant das studentische Ehrenamt ist – heute und auch in der Zukunft.

Auch für diese Ausgabe haben wir wieder bedeutende Grußworte von Brigitte Zypries, Bundesministerin für Wirtschaft und Energie, von Bundesbildungsministerin Frau Prof. Dr. Johanna Wanka und dem Präsidenten der Hochschulrektorenkonferenz, Herrn Prof. Dr. Hippler erhalten und sind für diese politische Unterstützung sehr dankbar. Die damit verbundene Anerkennung von höchster Ebene bestätigt uns die Bedeutung des Projektes.

Dem Verband Deutscher Studierendeninitiativen VDSI e.V. wünsche ich auch mit der fünften Ausgabe viel Erfolg und allen Lesern wertvolle Einblicke und die Antwort auf die Frage, warum sich Ehrenamt lohnt.

Geschäftsleitung der campushunter media GmbH

Heike Groß



**Grußwort
von Brigitte Zypries
Bundesministerin für Wirtschaft und Energie
für das das Karrieremagazin „Engagier Dich!“
des campushunter-Verlages**

Ein Erfolgsgeheimnis der deutschen Wirtschaft sind die vielen gut ausgebildeten Fachkräfte. Auch in Zukunft werden sie dringend benötigt. Das Spektrum gesuchter Kompetenzen und Fähigkeiten wird dabei immer breiter und vielfältiger. So gibt es beispielsweise in Personalabteilungen heute Mitarbeiter mit psychologischem oder sozialwissenschaftlichem Hintergrund. Auch IT- und Medienkompetenz wird in Zeiten einer zunehmend digitalisierten Wirtschaft immer wichtiger. Neben dem erworbenen Fachwissen werden aber auch sogenannte *soft skills* erwartet. Ehrenamtliches Engagement der Beschäftigten hilft häufig dabei, solche Fähigkeiten aufzubauen. Nicht nur auf dem Campus, sondern auch im Berufsleben.

Gerade in Zeiten, in denen viele Menschen Schutz und Obdach bei uns suchen, zeigt sich das deutlich. Das große Engagement der vielen ehrenamtlichen Helferinnen und Helfer trägt maßgeblich zum Gelingen der Integration bei. Aber auch in Sportvereinen, bei der Frei-

willigen Feuerwehr oder anderen gemeinnützigen Organisationen stärkt das Ehrenamt unser Zusammenleben.

Das dort Erlebte und Erfahrene nutzen viele Menschen auch im Beruf. So gerüstet kann ehrenamtliches Engagement auch im Alltag hilfreich sein und die eigenen beruflichen Perspektiven verbessern.

Brigitte Zypries



Foto: Bundesregierung / Steffen Kugler



Bundesministerium
für Bildung
und Forschung

Grüßwort für das Karrieremagazin „Engagier Dich“ 2017

Sie möchten sich freiwillig engagieren, Kontakte knüpfen, helfen, etwas Sinnvolles tun? Es gibt vielfältige Möglichkeiten, ehrenamtlich für andere oder für eine gemeinsame Sache aktiv zu werden. Beispielsweise verschaffen Lesepaten Kindern Zugänge zur deutschen Sprache und führen sie an den Reiz von Literatur heran. Andere Menschen helfen Flüchtlingen oder setzen sich für Umwelt und Naturschutz ein. Ein Ehrenamt bedeutet, im Rahmen der eigenen Möglichkeiten Zeit und Kraft für Dritte oder eine gemeinnützige Angelegenheit einzusetzen. Das ist nicht immer einfach, bringt aber wertvolle Erfahrungen mit sich: Anderen zu helfen und das gesellschaftliche Leben mitzugestalten, das kann sehr erfüllend sein und Spaß machen, Freundschaften und Anerkennung bringen.

Ehrenamtliches Engagement ist in unserer Gesellschaft tief verwurzelt. Die Bereitschaft der Bürgerinnen und Bürger, sich in Vereinen, Verbänden, Initiativen und Stiftungen einzusetzen und Verantwortung zu übernehmen, ist groß. Für die vielen Herausforderungen, die auf uns warten, ist dies auch künftig unverzichtbar: Vom Älterwerden der Gesellschaft über Integration bis hin zum Klimawandel. Wir wollen erreichen, dass sich noch mehr Men-

schen – gerade auch junge Menschen – freiwillig engagieren. Zudem arbeiten wir an einer guten Vernetzung von Akteuren und Konzepten und einem gut austarierten Zusammenspiel von Hauptamt und Ehrenamt.

Für Studierende erscheint ein Ehrenamt zwischen Vorlesungen, Prüfungsleistungen, Praktika und Nebenjob keinesfalls selbstverständlich. Doch gibt es viele passende Formate, in denen sie hochschulpolitisch, sozial oder kreativ tätig werden. Deutschland braucht Nachwuchskräfte, die während ihres Studiums über den Tellerrand geblickt und Einsatz gezeigt haben. Das vorliegende Magazin „Engagier Dich!“ gibt dafür sehr gute Anregungen.

Ich danke allen ehrenamtlich tätigen Studierenden für ihren Einsatz und freue mich, wenn es gelingt, jenen, die noch zögern, die Motivation zu geben, selber aktiv zu werden.

Prof. Dr. Johanna Wanka
Bundesministerin für Bildung und Forschung



HRK Hochschulrektorenkonferenz
Die Stimme der Hochschulen

**Grußwort
von Prof. Dr. Horst Hippler,
Präsident der Hochschulrektorenkonferenz
für die vierte Ausgabe des Magazins „Engagier Dich“**

Liebe Leserin, lieber Leser,

die Botschaft des Magazins „Engagier Dich“ lautet, dass sich ehrenamtliches Engagement während des Studiums lohnt. Diese Aussage möchte ich voll und ganz unterstreichen. Wenn sich Studierende für Andere oder für eine Sache einsetzen, profitiert dabei zum einen unsere Zivilgesellschaft. Zum anderen bilden engagierte Studierende ihre Persönlichkeit, sie knüpfen Netzwerke und erwerben wichtige Schlüsselqualifikationen.

Ein Ehrenamt kostet neben Energie und Herzblut vor allem eines: Zeit. Manchmal fehlt diese Zeit dann, um alle in einem Semester vorgesehenen Prüfungen abzulegen. Viele Studierende machen sich Sorgen, wenn sich das Studium verzögert und abzusehen ist, dass sie ihren Abschluss nicht innerhalb der sogenannten Regelstudienzeit erreichen werden. Sie befürchten, dass sich eine längere Studiendauer beim Berufseinstieg negativ auswirkt.

Alle Erfahrungen zeigen jedoch, dass es besser ist und auch von Arbeitgebern honoriert wird, ein oder zwei Semester mehr auf dem Semesterkonto zu haben, als auf den Blick über den berühmten Tellerrand zu verzichten. Die Hochschulrektorenkonferenz (HRK) macht sich daher dafür stark, die Rahmenbedingungen für eine flexible Gestaltung des

Studiums zu verbessern: Wir brauchen wieder ein Studieren in unterschiedlichen Geschwindigkeiten, abseits starrer Vorschriften. Mir ist bewusst, dass die Überschreitung der Regelstudienzeit derzeit vor allem für Studierende, die BAföG bekommen, problematisch ist. Die HRK mahnt daher eine Neuregelung an.

Ich möchte Ihnen ans Herz legen, Ihre Studienzeit aktiv zu nutzen und ihren Horizont auch über das Fachstudium hinaus zu erweitern. Studentische Initiativen, die zeigen diese Ausgabe des Magazins „Engagier Dich“ wieder eindrucksvoll, bieten eine hervorragende Möglichkeit, sich gemeinsam mit Kommilitoninnen und Kommilitonen einzubringen.

Ich wünsche dem Magazin und den im VDSI zusammengeschlossenen Initiativen weiterhin viel Erfolg.

Prof. Dr. Horst Hippler,
Präsident der Hochschulrektorenkonferenz



1 | VDSI Editorial
Ines Köhler



2 | Grußwort
Heike Groß



3 | Grußwort
Brigitte Zypries



4 | Grußwort
Prof. Dr.
Johanna Wanka



5 | Grußwort
Prof. Dr. Horst Hippler



10 | Firmen auf einen Blick
Wer sucht wen?
Impressum



16 | VDSI e.V.
Plattform und Lobbyist
für studentische Initiativen
in Deutschland



18 | AIESEC Germany
AIESEC – the global
youth network



20 | BDSU
Studenten beraten
Unternehmen



22 | bonding
„Erlebe, was du
werden kannst“



24 | btS
Let Life Sciences
Meet You



26 | ELSA Deutschland
Mehr als Recht



28 | JCNetwork
Enrichment by
Partnership



30 | juFORUM e.V.
Wissenschaft
verbindet



32 | MARKET TEAM
Verein zur Förderung
der Berufsausbildung



34 | MTP
Marketing leben!



36 | Weitblick
Bildungschancen weltweit!



38 | VDSI
Studentisches Engagement – aber welches?



40 | Karrieretipp
Der CV als Bewegtbild



42 | AIESEC Germany
Sustainable Development Goals



44 | VDSI
Hochschulen sind zukunftsfähig?



46 | Karrieretipp
Gerade noch mal schief gegangen



48 | BDSU
25 Jahre BDSU



50 | bonding
25 Jahre bonding Berlin



52 | VDSI
Auf zu neuen Ufern



54 | Karrieretipp
Raus aus dem Standard!



56 | btS
Comm4Science



58 | VDSI
Die Vorteile der Vernetzung vor Ort



60 | Karrieretipp
Veränderungskrisen vermeiden



62 | ELSA Deutschland
One STEP further



64 | JCNetwork
Certified Junior
Consultant



66 | VDSI
Internationales
Networking von
Studierenden



68 | Karrietipp
Der „Elevator Pitch“



70 | juFORUM e.V.
Stärken finden und
fördern



72 | VDSI
Studentisches
Engagement ist
Zeitverschwendung



74 | Karrietipp
Kurz durchatmen und
dann weg damit



76 | MARKET TEAM
Von 0 auf 100
Bundesvorstand



78 | mtp
Snapchat sucht sich
seine Werbekunden
selbst aus



80 | VDSI
Get involved



84 | Weitblick
Eine App mit Weitblick
und ein Hackathon



86 | VDSI
Wer nicht weiterliest
ist doof!



88 | Karrietipp
Beruflicher Erfolg
durch Körpersprache



92 | Bayer
Passion to innovate –
Power to change



96 | Bayerische Landesbank
Soziales Engagement



100 | Bundesnachrichtendienst
Entdecken Sie den
Arbeitgeber Bundes-
nachrichtendienst



104 | DEKRA
Mit Sicherheit ein
guter Start



108 | EDAG
Gestalte mit EDAG die
Mobilität von morgen



112 | Freudenberg Gruppe
Innovationen für alle
Lebenslagen



116 | Knorr-Bremse AG
Mobilität sicher zu
machen ...



120 | Kronos AG
Erfolgreich in die
berufliche Zukunft



124 | MLP Finanzdienstleistungen AG
Partner in allen
Finanzfragen



128 | Sanofi-Aventis Deutschland GmbH
Ein weltweit führendes
Gesundheitsunternehmen



132 | Schaeffler
Warum Schaeffler?



136 | Shimadzu Europa GmbH
Überraschend anders



140 | SKF
Fünffache Kompetenz
in der Weltspitze



144 | utimaco
Your Partner of Trust



148 | Voith GmbH
Innovativ sein und
etwas bewirken



152 | VTU Engineering Deutschland GmbH
„GREAT PLACE TO WORK“



156 | W. L. Gore & Associates GmbH
Innovativ aus
Überzeugung



160 | KOSTAL-Gruppe
Im Team Gas zu
geben, liegt bei uns
in der Familie



- Agrar/Geo/Hydro- und Forstwissenschaften:
- Anlagenbau/Anlagentechnik:
- Antriebstechnik:
- Architektur:
- Automatisierungstechnik:
- Automotive/Automobil/Fahrzeugbau/-technik:
- Banking/Finance/Controlling:
- Bauingenieurwesen:
- Biologie/Biotechnologie/Life Sciences:
- BWL Betriebswirtschaftslehre:
- Chemie/Technische Chemie:
- Elektrotechnik:
- Energietechnik:
- Entwicklung/Konstruktion/Engineering:
- Erneuerbare Energien:
- Facility Management:
- Feinwerktechnik:
- Fertigungstechnik/Produktionstechnik:
- Finanzdienstleistungen/Versicherungen:
- Geistes- und Sozialwissenschaften:
- Informatik/Wirtschaftsinformatik:
- Ingenieurwesen:
- Kommunikationstechnik/Nachrichtentechnik:
- Kommunikationswissenschaften:
- Kunststofftechnik:
- Lebensmitteltechnologie:
- Logistik/Fördertechnik/Transportwesen:
- Luftfahrt/Raumfahrt/Flugzeugbau:
- Marketing/Vertrieb:
- Maschinenbau:
- Mathematik/Wirtschaftsmathematik:
- Mechatronik:
- Medien/Medientechnik/Foto/Film/Funk:
- Medizin/Pharma:
- Messtechnik/Sensor- und Regelungstechnik:
- Mikroelektronik/Mikrotechnik:
- Optische Technologien:
- Physik:
- Produktionstechnik/Automatisierungstechnik:
- Psychologie:
- Rechtswissenschaften/Jura:
- Schiffstechnik/Meerestechnik:
- Technische Redaktion/Dokumentation:
- Umwelt/Wasser/Entsorgung:
- Verfahrens- und Umwelttechnik:
- Verkehrstechnik/Verkehrswissenschaften:
- Versorgungstechnik/-wissenschaften:
- Werkstofftechnik/Wissenschaften:
- Wirtschaftsingenieurwesen:
- Wirtschaftswissenschaften:

U2

92

96

100

104

108

112

siehe Seite

Agrar/Geo/Hydro- und Forstwissenschaften:						
Anlagenbau/Anlagentechnik:			✓		✓	✓
Antriebstechnik:		✓	✓			✓
Architektur:		✓	✓			
Automatisierungstechnik:	✓	✓	✓		✓	✓
Automotive/Automobil/Fahrzeugbau/-technik:	✓	✓	✓			✓
Banking/Finance/Controlling:	✓	✓		✓	✓	✓
Bauingenieurwesen:		✓				
Biologie/Biotechnologie/Life Sciences:			✓		✓	
BWL Betriebswirtschaftslehre:	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Chemie/Technische Chemie:		✓	✓		✓	✓
Elektrotechnik:	✓	✓	✓		✓	✓
Energietechnik:		✓	✓			✓
Entwicklung/Konstruktion/Engineering:	✓	✓	✓		✓	✓
Erneuerbare Energien:		✓				
Facility Management:	✓					
Feinwerktechnik:		✓			✓	✓
Fertigungstechnik/Produktionstechnik:		✓	✓		✓	✓
Finanzdienstleistungen/Versicherungen:				✓		
Geistes- und Sozialwissenschaften:				✓	✓	
Informatik/Wirtschaftsinformatik:	✓	✓	✓	✓		✓
Ingenieurwesen:	✓	✓	✓		✓	✓
Kommunikationstechnik/Nachrichtentechnik:		✓				
Kommunikationswissenschaften:				✓	✓	
Kunststofftechnik:		✓	✓		✓	✓
Lebensmitteltechnologie:			✓			
Logistik/Fördertechnik/Transportwesen:	✓	✓				✓
Luftfahrt/Raumfahrt/Flugzeugbau:						
Marketing/Vertrieb:	✓	✓		✓	✓	✓
Maschinenbau:	✓	✓	✓		✓	✓
Mathematik/Wirtschaftsmathematik:		✓	✓	✓	✓	✓
Mechatronik:	✓	✓	✓		✓	✓
Medien/Medientechnik/Foto/Film/Funk:						
Medizin/Pharma:				✓	✓	
Messtechnik/Sensor- und Regelungstechnik:	✓	✓	✓			✓
Mikroelektronik/Mikrotechnik:		✓	✓			✓
Optische Technologien:		✓	✓			
Physik:		✓	✓	✓		✓
Produktionstechnik/Automatisierungstechnik:	✓	✓	✓		✓	✓
Psychologie:				✓	✓	
Rechtswissenschaften/Jura:	✓			✓		✓
Schiffstechnik/Meerestechnik:						
Technische Redaktion/Dokumentation:			✓			
Umwelt/Wasser/Entsorgung:						
Verfahrens- und Umwelttechnik:	✓	✓	✓		✓	✓
Verkehrstechnik/Verkehrswissenschaften:						
Versorgungstechnik/-wissenschaften:	✓					
Werkstofftechnik/Wissenschaften:		✓				✓
Wirtschaftsingenieurwesen:	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Wirtschaftswissenschaften:	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Praktikantenstellen:	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Abschlussarbeiten:	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Werkstudenten:	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Duales Studium:	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Trainee-Programm:	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Direkteinstieg:	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Promotion:	✓			✓		✓
siehe Seite	116	160	120	124	128	132



Agrar/Geo/Hydro- und Forstwissenschaften:						
Anlagenbau/Anlagentechnik:				✓✓		
Antriebstechnik:		✓		✓✓		
Architektur:						
Automatisierungstechnik:				✓✓		✓
Automotive/Automobil/Fahrzeugbau/-technik:	✓	✓		✓✓		
Banking/Finance/Controlling:				✓✓		✓
Bauingenieurwesen:						
Biologie/Biotechnologie/Life Sciences:	✓				✓✓	
BWL Betriebswirtschaftslehre:		✓		✓	✓✓	✓✓
Chemie/Technische Chemie:	✓✓				✓✓	✓✓
Elektrotechnik:	✓✓	✓	✓	✓✓		✓✓
Energietechnik:				✓✓		
Entwicklung/Konstruktion/Engineering:		✓✓		✓✓		✓
Erneuerbare Energien:		✓✓		✓✓		
Facility Management:						
Feinwerktechnik:						
Fertigungstechnik/Produktionstechnik:		✓		✓		✓
Finanzdienstleistungen/Versicherungen:						
Geistes- und Sozialwissenschaften:						✓✓
Informatik/Wirtschaftsinformatik:	✓✓	✓✓	✓✓	✓✓		✓✓
Ingenieurwesen:	✓✓	✓✓	✓✓	✓✓	✓	✓✓
Kommunikationstechnik/Nachrichtentechnik:			✓✓			✓✓
Kommunikationswissenschaften:		✓	✓✓	✓		✓✓
Kunststofftechnik:						✓
Lebensmitteltechnologie:	✓					
Logistik/Fördertechnik/Transportwesen:		✓✓				
Luftfahrt/Raumfahrt/Flugzeugbau:		✓✓		✓✓		
Marketing/Vertrieb:		✓✓		✓✓		✓✓
Maschinenbau:		✓✓		✓✓		✓✓
Mathematik/Wirtschaftsmathematik:			✓	✓✓		
Mechatronik:		✓		✓✓		✓
Medien/Medientechnik/Foto/Film/Funk:						
Medizin/Pharma:						
Messtechnik/Sensor- und Regelungstechnik:	✓					✓✓
Mikroelektronik/Mikrotechnik:						✓✓
Optische Technologien:						✓✓
Physik:		✓✓	✓	✓✓		
Produktionstechnik/Automatisierungstechnik:		✓✓		✓✓		✓
Psychologie:						
Rechtswissenschaften/Jura:						
Schiffstechnik/Meerestechnik:				✓✓		
Technische Redaktion/Dokumentation:				✓✓		
Umwelt/Wasser/Entsorgung:	✓			✓✓		
Verfahrens- und Umwelttechnik:				✓✓	✓	✓
Verkehrstechnik/Verkehrswissenschaften:						
Versorgungstechnik/-wissenschaften:						
Werkstofftechnik/Wissenschaften:	✓	✓✓		✓✓		✓
Wirtschaftsingenieurwesen:		✓✓		✓✓		
Wirtschaftswissenschaften:		✓✓		✓✓		✓
Praktikantenstellen:		✓✓	✓✓	✓✓	✓✓	✓✓
Abschlussarbeiten:	✓	✓✓	✓✓	✓✓	✓✓	✓✓
Werkstudenten:		✓✓	✓✓	✓✓	✓✓	✓✓
Duales Studium:		✓✓	✓✓	✓✓	✓✓	✓✓
Trainee-Programm:		✓✓	✓✓	✓✓	✓✓	✓✓
Direkteinstieg:	✓	✓✓	✓✓	✓✓	✓	✓✓
Promotion:		✓✓				
siehe Seite	136	140	144	148	152	156

Engagier Dich

Ausgabe 2017/18

ISSN 2196-2472

Engagier Dich ist ein Kooperationsprojekt von:



und dem



Herausgeber + Technische Realisation:

campushunter media GmbH

Haberstraße 17
69126 Heidelberg

Telefon: 062 21 798-999
Telefax: 062 21 798-904

www.campushunter.de
Geschäftsführer: Pierre Buck

Wir bedanken uns bei allen Unternehmen und Mitwirkenden, die zu der Realisation dieser Ausgabe beigetragen haben.

Idee und Konzeption im Sinne des Urheberrechts geschützt. Bild- und Redaktionsnachweis über den Verlag.

Jegliche Vervielfältigung, auch auszugsweise, ist untersagt. Eine Haftung für Personen-, Sach- und Vermögensschäden ist ausgeschlossen. Angaben ohne Gewähr.

Die Ausgabe kann, solange Vorrat reicht, zum Preis von 4,95 Euro zzgl. Verpackungs- und Portokosten über den Verlag bestellt werden.

Kritik, Anregungen und Sonstiges bitte an:
engagier-dich@campushunter.de

Leitende Redaktion: campushunter media GmbH
Heike Groß

Layout / Grafik: Heike Reiser
Michael Spieler

Anzeigenleitung: Heike Groß
06221 798-902
heikegross@campushunter.de

Schutzgebühr: 4,95 Euro

Titelbild: campushunter

Studentischer Kooperationspartner:

Verband Deutscher Studierendeninitiativen e. V.
c/o MTP e. V.
Krögerstraße 5
60313 Frankfurt am Main
E-Mail: info@vdsi.org
www.vdsi.org

Vertretungsberechtigter Vorstand:
Ines Köhler, Isabell Rosenkranz, Jacob Loring
Amtsgericht Frankfurt am Main, VR 15491

Projektkoordination des VDSI:
Ines Köhler

Lektorat der studentischen Beiträge:
Corinna Ruhland

Redaktion Studierendeninitiativen des VDSI:

Deutsches Komitee der AIESEC e. V.
Alma Kafaie

Bundesverband Deutscher Studentischer Unternehmensberatungen e. V. – Beisitz im VDSI
Gianna v. Crailsheim

bonding-studenteninitiative e. V.
Laura Keitel
Antonia Orthmann

btS – Biotechnologische Studenteninitiative e. V.
Friederike Hater
Janine Jung

ELSA-Deutschland e. V.
Eric Heide
Inga Scheel
i. A. Christoph Reinders (enactus)

JCNetwork e. V.
Nicolas Freitag

Deutsches Jungforschernetzwerk – juFORUM e. V.
Ekaterina Ilin

MARKET TEAM – Verein zur Förderung der Berufsausbildung e. V.
Jan Klaschus
Falk Preuß

MTP – Marketing zwischen Theorie und Praxis e. V.
Gerald Herde

Weitblick e. V.
Marie Heitfeld
Sebastian Pütz



VDSI e.V. – Die gehörte und gemeinsame Stimme des studentischen Ehrenamtes.



Engagement ist bundesweit in mehr als 200 Hochschulgruppen in Deutschland möglich –

Entdecke die Möglichkeiten und engagier Dich!

Der Dachverband VDSI und die 10 Studierendeninitiativen stellen sich vor

- 16**  **VDSI e. V.**
Plattform und Lobbyist für studentische Initiativen in Deutschland
- 18**  **Deutsches Komitee der AIESEC e. V.**
AIESEC – the global youth network
- 20**  **BDSU e.V. – Beisitz im VDSI**
Studenten beraten Unternehmen
- 22**  **bonding-studenteninitiative e.V.**
Erlebe, was du werden kannst
- 24**  **btS – Biotechnologische Studenteninitiative e. V.**
Let Life Sciences Meet You
- 26**  **ELSA-Deutschland e. V.**
Mehr als Recht
- 28**  **JCNetwork**
Enrichment by Partnership
- 30**  **juFORUM**
Wissenschaft verbindet!
- 32**  **MARKET TEAM – Verein zur Förderung der Berufsausbildung e. V.**
Interdisziplinär netzwerken, erfolgreich entwickeln
- 34**  **MTP – Marketing zwischen Theorie und Praxis e. V.**
Marketing leben!
- 36**  **Bundesverband Studenteninitiative Weitblick e.V.**
Bildungschancen weltweit!



Der VDSI – Plattform und Lobbyist für studentische Initiativen in Deutschland

Als Verband Deutscher Studierendeninitiativen bündeln und vertreten wir die Interessen von über 25.000 jungen Menschen, welche sich aktiv und ehrenamtlich neben Studium, Arbeit, Familie und Freunden in einer studentischen Organisation lokal oder national engagieren.



Wir glauben fest daran, dass wir damit viele kluge Menschen von 10 der größten Studierendeninitiativen Deutschlands an einem Tisch sitzen haben, zu denen wir stolz AIESEC, bonding, btS, ELSA, JCNetwork, juFORUM, MARKET TEAM, MTP, Weitblick sowie den BDSU als weiteren Partner zählen.



Der VDSI-Vorstand 16.17 (v. l. n. r.): Isabell Rosenkranz, Jacob Loring und Ines Köhler.

Welche Anliegen haben Studierende in diesen Initiativen, die es auf gesellschaftspolitischer Ebene zu verstärken gilt? Es geht beispielsweise darum, gleiche Rechte und Pflichten für alle Initiativen und sich Engagierende an einer oder (was natürlich noch besser wäre) allen Universitäten zu schaffen, um gegenseitige Unterstützung, um die Zusammenarbeit mit lokalen Career Services sowie um wirtschaftsethische Überlegungen für Bildungseinrichtungen und Initiativen. Hochschulen nehmen hierbei also eine Schlüsselrolle mit großer Verantwortung für Bildung der gesamten Gesellschaft ein. Diese soziale Komponente, auch mit Blick auf Partizipation innerhalb und außerhalb des Hochschulkontextes, fordern wir für alle die jungen Leute vor Ort ein. Studierenden sollte der Rahmen zu aktiver Teilnahme und Teilhabe gegeben sein.

Der VDSI möchte dabei die gemeinsame und gehörte Stimme des studentischen Ehrenamtes sein. Inhärent streben wir aber nach mehr: Jeder Mensch soll die Chance haben, sich zu engagieren und aktiv

in die Gesellschaft einzubringen. Ehrenamt sehen wir als wichtigen Eckpfeiler einer gesunden Demokratie, weshalb dieses Element nach unserer Auffassung stärker gelebt und anerkannt werden muss.

Am Beispiel des „Volunteering Spirit“ der USA sieht man, wie es auch in Deutschland aussehen könnte: *„In the United States, just about everyone, at one time or another, has been a volunteer. On any given day, millions of Americans give of their time and talents to benefit their communities through volunteer service. Volunteering is so pervasive in the United States that it can be observed daily in almost every aspect of life.“*

*Susan J. Ellis and Katherine H. Campbell:
By the People: A History of Americans as Volunteers*



Weitere Informationen
findet ihr unter
www.vdsi.org

Es geht uns dabei ebenso um eine Kultur der gegenseitigen Anerkennung und Wertschätzung, welche wir als notwendig erachten, um überhaupt friedlich und produktiv miteinander leben und arbeiten zu können. Deshalb bietet der VDSI die Plattform für den Austausch studentischer Initiativen und engagiert sich dabei für optimale Rahmenbedingungen zur Ausübung studentischen Ehrenamts allgemein.



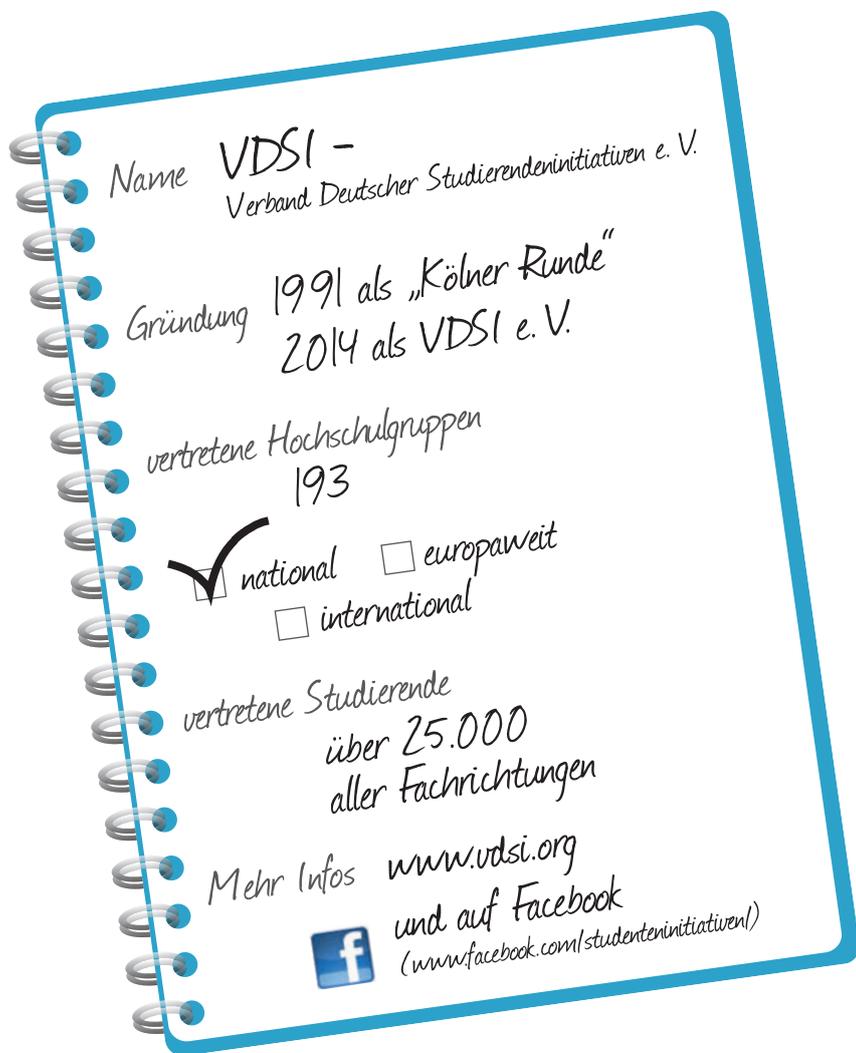
Viele Perspektiven, viel Energie!

Da wir selbst Studierende sind, liegt unser Fokus zunächst auf der Förderung von explizit studentischen Initiativen. Rund 50% aller Studierenden in Deutschland sind sozial engagiert und wir wollen, dass der Anteil der Studierenden in Engagements neben dem Studium bis zum Jahr 2030 auf mindestens 75% steigt. Langfristig arbeiten wir damit auf eine Gesellschaft hin, in der sich jeder Mensch in irgendeiner Form aktiv in die Gesellschaft einbringt.

Dieses Ziel klingt ambitioniert? Etwas zu geben ist aber gar nicht so schwer: der älteren Dame von nebenan regelmäßig bei den Einkäufen helfen, Kleidung spenden, Kindern in Kindertageseinrichtungen Geschichten vorlesen oder denen, die an Weihnachten im Krankenhaus behandelt werden oder arbeiten, mit einem Ständchen oder einer anderen Kleinigkeit den Tag versüßen. Es gibt viele, ganz banale und einfache Möglichkeiten, sich einzubringen und einen Unterschied zu machen in einer Welt, die scheinbar so von rationalen Kosten-Nutzen-Kalkülen, Misstrauen und Abschottung geprägt ist. Engagement ist eine Lebenseinstellung.



Der Austausch zwischen den verschiedenen Mitgliedsinitiativen steht im Mittelpunkt unserer Arbeit.



Als VDSI zeigen wir mit unseren Mitgliedern diesen anderen Weg: Unsere Werte sind Grundlage unseres Handelns und Zusammenarbeitens, wobei wir neugierige Entdecker und Pioniere sein wollen, Gemeinschaft leben, offen kommunizieren und transparent entscheiden, leidenschaftlich partizipieren, professionell arbeiten und dabei trotzdem unsere Selbstbestimmung wahren.

Woran arbeiten wir dieses Jahr als dreiköpfiger Vorstand mit unseren Mitgliedern ganz konkret? Vor allem an einer stärkeren externen Vernetzung im Sinne von strategischen Partnerschaften, Mehrwerte für die Initiativen zu schaffen sowie an einer größeren Kollaborationskultur in Form von Lokalrunden (Runde Tische aller in einer Stadt oder an einer Universität vertretenen Initiativen), dem VDSI Kitchen Projekt (Ausbau der bereits bestehenden Kooperationen von Initiativen zu Beginn jedes Semesters, wie sie bereits oft als „Markt der Möglichkeiten“ oder „Initiativkompass“ bekannt sind) als auch in Bezug auf die Trainersysteme der Initiativen (Einrichtung eines initiativenübergreifenden Trainerpools u.a.).

Unsere Stichworte sind Austausch, Vernetzung und Weiterentwicklung; und wir freuen uns darauf, genau diese Punkte auch mit dir weiterhin verfolgen zu können.

Ines Köhler

Überlegst du noch oder engagierst du dich schon?

AIESEC – the global youth network

AIESEC zählt mit weltweit 70.000 Mitgliedern zu einer der größten Studierendenorganisationen der Welt. Wer sich hier engagiert, entwickelt sich nicht nur selbst weiter, sondern trägt mit internationalem Austausch auch dazu bei, die Welt ein Stückchen besser zu machen.



Weltweit gibt es AIESEC in rund 2.400 Universitäten in 126 Ländern. Allein in Deutschland ist die internationale Organisation an 39 Standorten vertreten. Seit ihrer Gründung 1948 verfolgt AIESEC ein klares Ziel: Die Ausbildung von verantwortungsbewussten jungen Menschen, die heute und in ihren zukünftigen Führungspositionen einen Beitrag zur positiven Gestaltung der Gesellschaft leisten.

Möglichkeit, ein weltumspannendes Netzwerk zu anderen Studierenden, Young Professionals, Unternehmen und Organisationen zu knüpfen. AIESEC verfolgt dabei mit der Kombination der drei Elemente „Leadership Development“, „internationale Praktika“ und „Lernen in einem globalen Umfeld“ einen einmaligen und ganzheitlichen Ansatz. So bietet die Organisation eine soziale und praxisbezogene Zusatzausbildung neben dem Studium.

Jedes Mitglied kann eigene Potenziale entdecken und weiterentwickeln sowie eine aktive Rolle bei der positiven Gestaltung unserer Gesellschaft einnehmen. AIESEC möchte jungen Menschen die Chance geben, Verantwortung zu übernehmen und

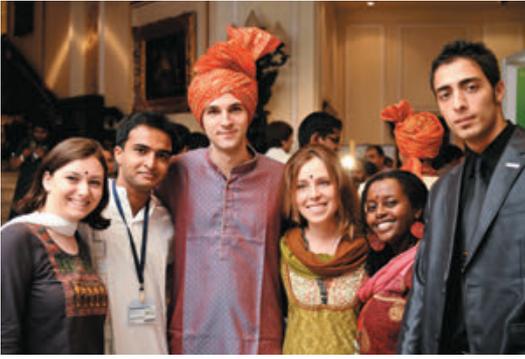


In Deutschland engagieren sich deshalb mehr als 1.300 Studierende als Youth Talent, dem Programm für die Mitgliedschaft bei AIESEC. Wer gerne im Team arbeitet, sich in einem interkulturellen Umfeld bewegen und sich dabei selbst weiterentwickeln möchte, ist hier genau richtig. Ganz nach eigenen persönlichen Vorstellungen können Studierende im Youth Talent Programm sich selbst ausprobieren und dabei neue Fähigkeiten erlernen. Durch das Engagement in einer großen internationalen Organisation erwirbt man Wissen und Kompetenzen, die sowohl professionell als auch privat von großem Wert sind.

AIESEC bietet weiterhin Praktika in sozialen Projekten oder bei Firmen im Ausland an. Jährlich reisen weltweit rund 27.000 Studierende durch die ganze Welt und entwickeln diverse Programme weiter. Schon während des Studiums besteht so die



Eine genaue Übersicht der einzelnen Standorte findet ihr unter www.aiesec.de



wertvolle Führungserfahrung für ihre persönliche und berufliche Entwicklung zu sammeln.

Durch unser internationales Praktikatenprogramm (Global Volunteer und Global Talent) und unser globales Netzwerk haben bei uns Studierende jeder Fachrichtung die Möglichkeit, erste Auslandserfahrungen zu sammeln, neue Kulturen hautnah zu erleben sowie Kontakte zu Menschen auf der ganzen Welt zu knüpfen. Dadurch lernen sie, auf kulturelle Besonderheiten zu achten und einzugehen, mit Menschen aus den verschiedensten Ländern effektiv zu arbeiten und gemeinsame Ziele zu erreichen sowie die Welt aus einer globaleren Perspektive zu betrachten. Dies kann ihnen zu mehr Selbstvertrauen und Eigeninitiative verhelfen und in einer zunehmend globalisierten Welt beruflich wie privat Orientierung geben.

Zur Verwirklichung dieses Angebots und seiner ständigen Weiterentwicklung vertraut AIESEC auf die Eigenverantwortung seiner Mitglieder und ihr Bestreben, die ihnen gebotenen Möglichkeiten bestmöglich zu nutzen – sowohl für sich selbst als auch zum Wohle der Organisation

Wer mehr über AIESEC erfahren möchte, erhält weitere Informationen unter www.aiesec.de oder info@aiesec.de



BDSU – Studenten beraten Unternehmen

- Als Dachverband vertreten wir die führenden Studentischen Unternehmensberatungen und
- ... verbreiten die Idee der Studentischen Unternehmensberatung
 - ... stellen die hochwertigen Beratungsleistungen unserer Mitglieder sicher
 - ... bieten eine Plattform für Wissens- und Erfahrungsaustausch
 - ... vereinen über 2.100 Studierende an 30 Standorten in ganz Deutschland
 - ... geben Studierenden aller Fachrichtungen die Chance, eine Brücke zwischen Theorie und Praxis zu schlagen



Der Bundesverband Deutscher Studentischer Unternehmensberatungen e.V. (BDSU) vereint die 32 führenden Studentischen Unternehmensberatungen Deutschlands unter dem Leitbild „Studenten beraten Unternehmen“. Seit seiner Gründung im September 1992 engagiert sich der BDSU für die Verbreitung der Idee der Studentischen Unternehmensberatung an Hochschulen und in der Wirtschaft. Die Mitgliedsinitiativen bieten professionelle Beratung, von denen Unternehmen und Nachwuchsberater gleichermaßen profitieren. Die Idee der Studentischen Unternehmensberatung entstand bereits in den 1960ern in Frankreich. Die dort gebildeten Junior Enterprises (JEs) boten Studierenden die Möglichkeit, auch während des Studiums praktische Erfahrungen zu sammeln und ihr Hochschulwissen in Projekten mit Unternehmen anzuwenden. Seit mehr als 20 Jahren verbindet der Dachverband BDSU die Interessen einer Vielzahl der studentischen Initiativen und vertritt diese gegenüber der Wirtschaft und in der Politik. In seiner bisherigen Geschichte hat es der BDSU geschafft, ein stabiles Netzwerk mit namhaften Beratungsfirmen und renommierten Unternehmen aufzubauen und somit den regelmäßigen Austausch zwischen den Studentischen Beratern und Unternehmen zu ermöglichen. Die Studentischen Beratungen schlagen eine Brücke zwischen Theorie und Praxis und bieten die passende Plattform für studentisches Engagement und Praxiserfahrung während des Studiums.

Die Beratungen sind als Studierendeninitiativen organisiert und alle aktiven Mitglieder praktizieren ihre Berater-Tätigkeit parallel zum Studium. Individuelle Arbeitszeiten ermöglichen es den Studierenden, ihr ehrenamtliches Engagement in den universitären Stundenplan zu integrieren und so über längere Zeiträume hinweg mit kleinen, mittelständischen Unternehmen, aber auch mit Großkonzernen und Start-Ups in verschiedenen Projekten zusammenzu-

arbeiten. Etwa zwei Drittel der Berater im BDSU studieren wirtschaftsnahe Studiengänge, jedoch finden auch zahlreiche Natur-, Geistes- und Sozialwissenschaftler ihren Weg in die Studentische Unternehmensberatung.

In Beraterteams erarbeiten sie eigenverantwortlich Lösungsansätze für unternehmerische Fragen des Kunden, etwa in Projekten zur Optimierung von Geschäftsprozessen, die Konzeption einer Marketingkampagne oder die Entwicklung einer Unternehmens-App. Jede Mitgliedsinitiative verfügt zudem über die klassischen Ressorts eines Unternehmens,

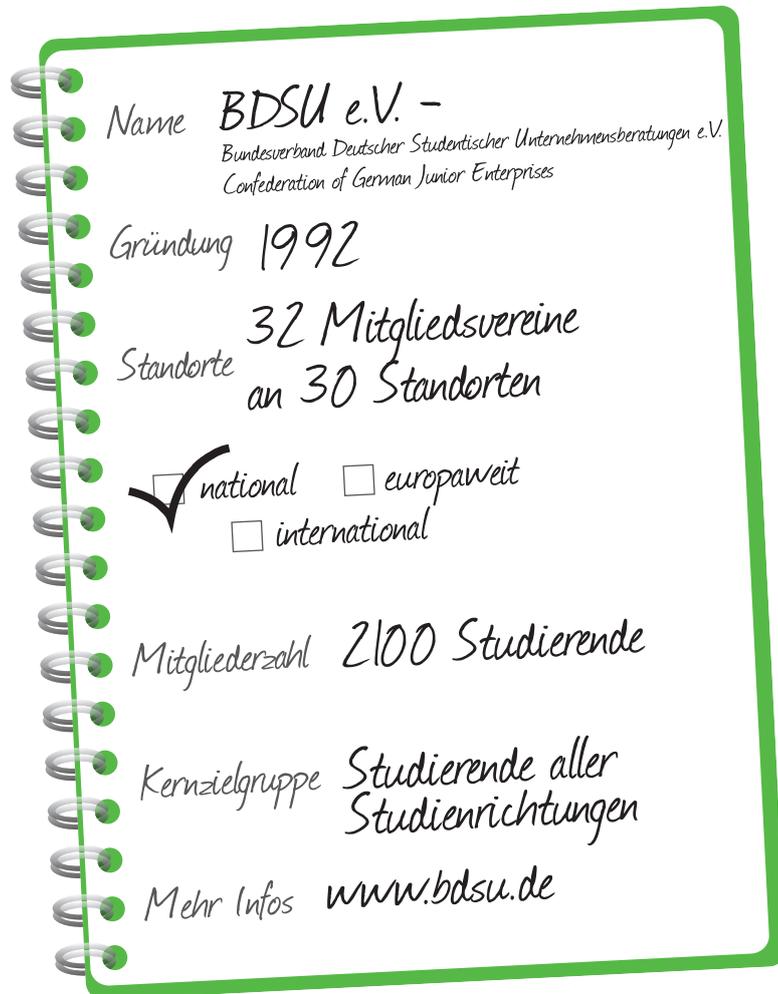


Eine genaue Übersicht der einzelnen Standorte findet ihr unter www.bdsu.de

wie etwa Personal, IT und Vertrieb. Die Studierenden können innerhalb dieser Strukturen mithilfe einer Vorstands- oder Ressorttätigkeit neben dem Studium Verantwortung übernehmen. Ferner organisieren sie Schulungen und Workshops zur fachlichen Weiterbildung und zum Erfahrungsaustausch.

Die Qualität der Beratungsleistung überprüft der BDSU jährlich mit an ISO 9001 Standards angelehnten Audits. Die verbandsweiten Qualitätsstandards umfassen die Aufnahme und Weiterbildung der Mitglieder der einzelnen Initiativen, die Durchführung der Projektarbeit, das Wissensmanagement und die Vereinsführung. Die Aus- und Weiterbildung der Studierenden spielt innerhalb der Studentischen Unternehmensberatungen eine entscheidende Rolle. Unterstützt werden sie dabei von der TrainerAkademie des BDSU, welche unter dem Motto „Wir multiplizieren unser Wissen, indem wir es teilen“ jährlich BDSU-Mitglieder zu Trainern ausbildet.

Der BDSU pflegt ein großes Netzwerk aus Partnern und wird von namhaften Unternehmen ideell und finanziell gefördert. Zusammen mit den Kuratoren kann eine große Auswahl an Projekten und Workshops geboten werden, in denen Studentische Berater praktische Erfahrungen sammeln. In Form von regelmäßig stattfindenden Verbandstreffen bietet der BDSU den Studentischen Beratern eine Plattform, um untereinander Best Practices und Wissen auszutauschen und darüber hinaus in Workshops mit Partnerunternehmen ihren Erfahrungshorizont zu erweitern. Im Gegenzug bietet der BDSU seinen Förderern den Zugang zu besonders engagierten und erfahrenen Studierenden durch die halbjährliche Herausgabe eines Absolventenbuchs. In diesem werden besonders qualifizierte und überdurchschnittlich engagierte Absolventen für Kuratoren und andere Unternehmen vorgestellt. Zudem bewirbt der BDSU das studentische Online-Magazin „metamorphosis“, dessen Inhalt komplett durch



die Studierenden bestimmt wird. Der traditionelle Schwerpunkt liegt auf Wirtschaftsthemen, diese werden durch die kreative Arbeit der Studierenden jedoch stetig aus neuen Blickwinkeln betrachtet. Das aktualisierte Online-Magazin ist unter www.metamorphosis.de erreichbar.

Weitere Informationen: www.bdsu.de

MIT UNS HAST DU ALLE TRÜMPFE IN DER HAND!
 HÖR AUF, MIT DEINEM LEBENS LAUF ZU POKERN UND SETZE ALLES AUF EINE KARTE - ENGAGIERE DICH UND PROFITIERE VOM FÜHRENDEN DACHVERBAND DEUTSCHER STUDENTISCHER UNTERNEHMENSBERATUNGEN.
 #darumBDSU
www.bdsu.de

bonding-studenteninitiative e.V. – „erlebe, was du werden kannst“

Weil wir die Theorie des Studiums mit der Praxis des Berufslebens verbinden wollen, bauen wir bei bonding seit 1988 Brücken zwischen diesen beiden Welten. Dazu organisieren wir zahlreiche Veranstaltungen für Studierende – von Exkursionen bis Firmenkontaktmessen – und zwar stets kostenlos für unsere Teilnehmer.



Über bonding

Warum ist im Studium eigentlich alles immer so theoretisch und trocken? Wie finde ich einen passenden Praktikumsplatz und wie sieht mein späteres Berufsleben aus? Im Laufe des Studiums kommen viele solcher Fragen auf – nicht erst seit neuestem, sondern auch schon vor mehr als 25 Jahren. Im Jahre 1988 haben es sich ein paar engagierte aachener Studierende zum Ziel gesetzt, all ihre Kommilitonen bei diesen Fragen zu unterstützen. Hierzu wurde die bonding-studenteninitiative e.V. gegründet. Gemeinsam begann eine Handvoll Studierender mit der Organisation einer kleinen Messe – mit Erfolg! In den folgenden Jahren verbreitete sich bonding über ganz Deutschland und zählt mittlerweile zwölf lokale Hochschulgruppen.

Heute sind wir deutschlandweit einer der bedeutendsten Organisatoren für Firmenkontaktmessen und gestalten zahlreiche sowie vielfältige andere Veranstaltungen. Regelmäßig bieten wir unseren Kommilitonen Exkursionen zu interessanten Firmen oder Fachmessen an. Aber auch vor Ort veranstalten wir regelmäßig an unseren Hochschulstandorten Fachvorträge, Diskussionsrunden, Softskill-Trainings und vieles mehr. Mit unserer Engineering Competition geben wir Studierenden die Möglichkeit, vor

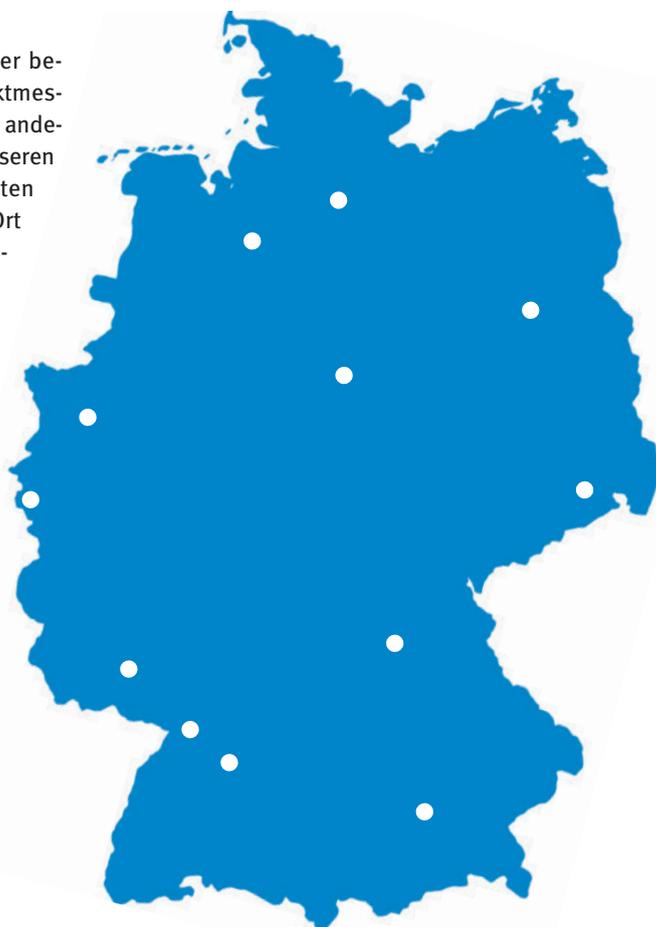
einer Fachjury in begrenzter Zeit knifflige Aufgaben zu lösen und sich in Sachen Teamwork und Wirtschaftlichkeit auszuprobieren und zu verbessern. Unser Schwerpunkt liegt allgemein in den MINT-Fachrichtungen, also Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften und Technik, aber wir versuchen dennoch, möglichst viele Fachrichtungen anzusprechen. Unsere Mitglieder engagieren sich deshalb vollkommen unabhängig von ihrer Studienrichtung bei bonding.

Warum engagieren wir uns?

Viele Dinge kann man im Studium nicht vermitteln – wie zum Beispiel richtiges Teamwork oder



Aachen, Berlin, Bochum,
Braunschweig, Bremen,
Dresden, Erlangen, Hamburg,
Karlsruhe, Kaiserslautern,
München, Stuttgart



Spaß bei der Arbeit. Wir engagieren uns bei bonding nicht nur, weil wir uns hier ausprobieren können und viele neue Dinge lernen, sondern vor allem, weil wir hier das lernen können, was es im Studium nicht gibt. Man lernt, richtig im Team zu agieren und sowohl seine eigene Kommunikation zu verbessern als auch mit Konflikten besser umzugehen. Wir übernehmen Verantwortung für unsere Ressorts und im Ernstfall steht immer ein Team hinter uns, welches auch nach Fehlern zu uns hält und uns hilft, besser zu werden. Denn genau darum geht es uns: Wir wollen lernen, wollen besser werden und uns selbst entwickeln. Darum lautet unser Claim auch: „bonding – erlebe, was du werden kannst.“

Damit wir ständig dazulernen und uns auch in der Gruppe entwickeln können, hat bonding ein eigenes Trainingssystem namens „con moto“ – beweg dich mit! Durch zahlreiche Fachtrainings zum richtigen Umgang bspw. mit Adobe-Software und Softskill-Trainings, wie Teamentwicklungen oder Konfliktmanagement, bieten wir unseren Mitgliedern die besten Chancen, um Neues zu lernen und sich selbst und andere kennenzulernen. Unterstützt wird dieser Prozess durch unsere Feedbackkultur, die seit Jahren fester Bestandteil unseres Vereins ist – denn wir können uns nur weiterentwickeln, wenn wir erfahren, wie wir auf andere wirken. Auf diese Weise bietet bonding nicht nur zahlreiche Veranstaltungen nach außen an, sondern stellt für seine Mitglieder eine ideale Entwicklungsumgebung dar.

Unser ehrenamtliches Engagement verbinden wir bondings mit viel Spaß und vor allem mit Freundschaften. Da unser Verein deutschlandweit organisiert ist, sind wir häufig überregional unterwegs und unterstützen unsere Mitglieder an anderen Standorten bspw. bei der Durchführung ihrer Firmenkontaktmesse oder anderen Veranstaltungen wie einem Thementag. Dabei lernen wir nicht nur zahlreiche interessante Charaktere aus ganz Deutschland kennen, sondern schließen auch viele Freundschaften und freuen uns, wenn wir unsere Freunde nach Jahren auf unserer jährlichen Versammlung – dem bonding CAMP – wiedertreffen.

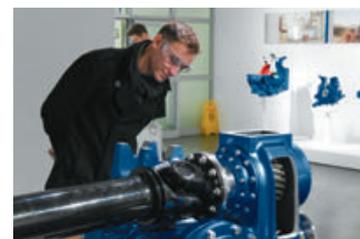


Entscheide selbst!

Wie und was jeder einzelne macht, entscheiden unsere Mitglieder selbst. Wir bieten die Möglichkeit – quasi die Chance – sich zu engagieren und zu entfalten, ergreifen muss sie allerdings jeder selbst. Mit zahlreichen Verantwortungsbereichen in Form unserer Ressorts gibt es für jeden die Möglichkeit, Verantwortung zu übernehmen und ein Jahr lang seine eigenen Projekte zu verwirklichen. Doch auch ohne Ressort gibt es viele Gelegenheiten, sich zu entfalten und professionell in Teams mitzuwirken – sei es zur Vorbereitung unserer Messen oder für kleinere Exkursionen – Möglichkeiten gibt es viele bei bonding.



Weitere Informationen findest du auf www.bonding.de oder schreibe uns an info@bonding.de



btS – Let Life Sciences Meet You

Die btS ist das größte deutschlandweite Netzwerk von Studierenden und Doktoranden der Life Sciences und bereichert mit ihrem Engagement und ihren zahlreichen Veranstaltungen rund um den Berufseinstieg den Hochschulalltag – mit über 900 Mitgliedern an 25 Standorten.



Die Life Sciences
Studenteninitiative

Wo will ich hin und wie mach ich das? Das sind Fragen, die während des Studiums ständig präsent sind. Erst recht in den **Life Sciences** stehen Studierende und Doktoranden vor einer besonderen Herausforderung, denn von biologischer, chemischer und medizinischer Grundlagenforschung über Bioinformatik bis hin zur industriellen Anwendung umfassen die Life Sciences einen riesigen Bereich. Es gibt wohl kaum eine innovativere, dynamischere und spannendere Branche für den **Start in die Karriere**. Dabei streben Absolventen der Lebenswissenschaften ganz unterschiedliche Tätigkeiten sowohl in der Forschung als auch etwa im Management an. Die notwendige **Orientierung** in diesem weiten Feld gibt die btS seit 1996.



Das Ziel der btS ist es, schon während des Studiums Einblick in die zahlreichen Tätigkeitsfelder der Life Sciences zu ermöglichen und so den Übergang in die Berufswelt zu erleichtern. Dabei schlägt die btS eine Brücke zwischen Theorie und Anwendung und vermittelt bereits während des Studiums das nötige **Praxiswissen**. Im Spannungsfeld zwischen Studierenden, Unternehmen und Hochschulen organisiert die btS dazu verschiedenste **Veranstaltungen**: Das vielfältige Programm reicht von Workshops, Exkursionen und Podiumsdiskussionen über Vortragsreihen vor Ort in den Hochschulgruppen bis hin zu überregionalen Veranstaltungen wie der Firmenkontaktmesse **ScieCon**. Die Idee, eine Firmenkontaktmesse speziell für die Life Sciences zu veranstalten, stößt bei Unternehmen wie bei Studierenden und Doktoranden auf gleichbleibend großes Interesse. Den Charme dieses Konzeptes macht wie bei allen btS-Veranstaltungen das Motto **„Von Studierenden. Für Studierende.“** aus. Denn alle, die sich hier engagieren, tun das zum Spaß in ihrer Freizeit. Dass man bei der eigenverantwortlichen Organisation und Durchführung solcher Projekte jede Menge lernt und die vielzitierten und geforderten **Schlüsselkompetenzen** wie Organisation,



Aachen, Bayreuth, Berlin,
Biberach, Bielefeld,
Bochum, Braunschweig,
Bremen, Dresden, Düsseldorf,
Erlangen, Frankfurt, Freiburg,
Göttingen, Halle, Heidelberg,
Jena, Köln, Leipzig,
Lübeck, Mainz, München,
Münster, Stuttgart, Ulm



Kommunikation und Teamarbeit erweitert, ist dabei mehr als ein angenehmer Nebeneffekt.

Dank ihrer deutschlandweiten **Präsenz** an 25 Hochschulstandorten sowie ihrer langjährigen Erfahrung und professionellen Organisation bietet die btS eine hervorragende Plattform, eigene Ideen im Team umzusetzen. So etablierten sich in den letzten Jahren viele weitere spannende Veranstaltungen, die auf ganz unterschiedliche Weise das Netzwerk und die Vorbereitung auf die Berufswelt in den Mittelpunkt stellen: Ein außergewöhnliches Projekt ist das **ScieKickIn**, ein Fußballturnier, bei dem sich Unternehmen und Hochschulen der Life Sciences-Branche sowie die btS auf dem Fußballplatz begegnen. Das Semesterhighlight für btSler ist das btS-Wochenende: Hier treffen sich Mitglieder aus ganz Deutschland für ein Wochenende in wechselnder Location und erhalten die Möglichkeit, sich gegenseitig besser kennenzulernen. Dank eines abwechslungsreichen Workshop-Programms, oft in Zusammenarbeit mit Unternehmen aus der Biotech- und Pharmabranche, bieten sich auch ausgezeichnete Möglichkeiten zur persönlichen Weiterbildung und zum Knüpfen von Kontakten in der Industrie oder in Forschungseinrichtungen. Vor allem wird diese bundesweite Zusammenkunft, die jedes Semester von einer anderen btS-Geschäftsstelle organisiert wird, aber zur gemeinsamen Weiterentwicklung von Projekten genutzt. Derzeit widmet sich ein gutes Dutzend bundesweiter Teams von der Planung anstehender Großevents wie der ScieCon über Strategieentwicklung bis hin zu dem Vereinsmagazin ScieNews intensiv den verschiedensten Aspekten des Vereins.

Seit ihrer Gründung hat die btS durch ihre Arbeit konstant **Netzwerke** auf allen Ebenen ausgebaut: Zu den Kooperationspartnern der btS aus Industrie und Akademie, einem Who-Is-Who der Life Sciences-Branche in Deutschland, bestehen exzellente und



oft langjährige Kontakte. Die im frisch in einen eigenen Verein ausgegründeten Alumni der btS unterstützen mit ihrer langjährigen Erfahrung in der btS und im Berufsleben die aktiven btS-Mitglieder in ihrer Arbeit. Der Austausch mit anderen studentischen Initiativen, auch außerhalb der Life Sciences, ist der btS wichtig: Seit 2010 ist sie Mitglied des **VDSI**. Ebenso ist die btS auf europäischer Ebene als Gründungsmitglied und größte Organisation des **Young European Biotech Network** (YEBN) bestens vernetzt.

Zwischen allen gibt es eine Verbindung: Die btS ist das Netzwerk der Life Sciences. ■



ELSA – Mehr als Recht

Die European Law Students' Association (ELSA) ist die größte Jurastudierendenvereinigung der Welt. Sie bietet Studierenden und jungen Juristinnen und Juristen die Möglichkeit, sich zu engagieren und weiterzubilden. Dabei werden Völkerverständnis, soziale Kompetenzen und akademische Arbeit großgeschrieben.



The European Law Students' Association

GERMANY

„A just world in which there is respect for human dignity and cultural diversity.“

So lautet die Vision von ELSA. Eine gerechte Welt, in der die Menschenwürde und kulturelle Vielfalt respektiert werden. Die Idee für den mit inzwischen 50.000 Mitgliedern weltweit größten Zusammenschluss junger Rechtswissenschaftlerinnen und Rechtswissenschaftler hatten vor mehr als drei Jahrzehnten eine Gruppe von Juristen aus Österreich, Polen, Ungarn und der Bundesrepublik Deutschland, die am 04. Mai 1981 ELSA gründeten. Über den eisernen Vorhang hinweg hatten sie es sich zum Ziel gemacht, internationale Kontakte zu knüpfen und so das Verständnis für fremde Rechtskulturen zu stärken. Dies erreicht ELSA bis heute vor allem durch ihre vielfältige Arbeit.

So werden wissenschaftliche Seminare und Konferenzen, Vorträge und Vortragsreihen sowie Podiumsdiskussionen auf lokaler, nationaler und internationaler Ebene angeboten, die den Mitgliedern ermöglichen, sich in der eigenen und in fremden europäischen Rechtsordnungen weiterzubilden. Hinzukommen ELSA Law Schools, bei denen sich Mitglieder über einen Zeitraum von mindestens einer Woche wissenschaftlich mit einem juristischen Thema auseinandersetzen. Es finden jährlich europaweit zahlreiche Law Schools statt. Darüber hinaus gibt es mehrere ELSA-Delegationen zu Sitzungen internationaler Einrichtungen wie den UN oder der EU, bei denen ELSA einen Beobachterstatus hat. Außerdem können Mitglieder durch sogenannte Institutional Visits nationale und internationalen Organisationen, Firmen, Kanzleien und staatliche Einrichtungen des Rechts besuchen und so die Arbeit kennen lernen. Des Weiteren gibt es gegenseitige Besuche von Fakultätsgruppen innerhalb Europas. Des Weiteren bietet ELSA jährlich zusammen mit der Welthandelsorganisation (WTO) den großen internationalen Moot Court EMC² (simulierte Gerichtsverhandlung)



an. Dazu kommt noch ein europaweiter Menschenrechts-Moot Court in Zusammenarbeit mit dem Council of Europe und auf nationaler Ebene einen



eine genaue Übersicht der einzelnen Standorte findet Ihr unter www.elsa-germany.org



Moot Court in Zusammenarbeit mit dem BGH. Additionally gibt es Legal Research Groups, die sich aus Jurastudierenden aus ganz Europa zusammensetzen und zu einem speziellen juristischen Thema forschen. Auch Aufsatzwettbewerbe, simulierte Vertragsverhandlungen und Mandantengespräche werden angeboten. Durch STEP schließlich vermittelt ELSA jedes Jahr hunderte Praktikumsstellen in ganz Europa und darüber hinaus. Durch das Austauschprogramm werden, die Internationalität des Netzwerkes und sein Gedanke der Völkerverständigung gefördert.

Der Hauptsitz von ELSA befindet sich im ELSA-Haus in Brüssel, aus dem aus alle 43 nationalen ELSA Gruppen koordiniert werden.

In Deutschland wiederum gibt es 42 Fakultätsgruppen mit insgesamt 11.000 Mitgliedern im ganzen Bundesgebiet von Passau bis Kiel. Die Koordination übernimmt der Bundesvorstand, in dem derzeit fünf engagierte Jurastudierende sitzen, die ihr Studium für ein Jahr unterbrechen und in Vollzeit vom deutschen ELSA-Haus in Heidelberg aus arbeiten.

Lokal kann jeder rechtswissenschaftliche Studierende seiner lokalen ELSA-Fakultätsgruppe beitreten. ELSA ist dabei an nahezu allen juristischen Fakultäten der deutschen Universitäten vertreten und in den letzten Jahren sind auch zahlreiche (Fach-)Hochschulen hinzugekommen, die wirtschaftsrechtliche Studiengänge anbieten. Jede dieser Fakultätsgruppen ist dabei ein eigenständiger gemeinnütziger Verein, der lokale Veranstaltungen anbietet und bei dem man für kleinen Semesterbeitrag (variiert,



jedoch nicht mehr als 12 Euro) Vereinsmitglied werden kann. Als solches hat man die Möglichkeit, Teil des ELSA-Netzwerks zu werden und sich innerhalb von ELSA zu engagieren, sowie an allen lokalen ELSA-Veranstaltungen und den oben erwähnten nationalen und internationalen ELSA-Programmen teilzunehmen. Außerdem kann man sich in den Vorstand seiner Fakultätsgruppe wählen lassen und erwirbt so nicht nur wertvolle Soft-Skills neben dem Studium, sondern kann auch auf nationalen und internationalen Treffen das ELSA-Netzwerk kennen lernen. ■

ELSA-Deutschland e.V.

Fotos: Niklas Mulzer und Fabian Beine



JCNetwork – Enrichment by Partnership

Enrichment by Partnership, ein Motto, eine Vision, ein Credo – wir glauben, dass studentische Beratungen sowohl Unternehmen als auch Studenten gleichermaßen bereichert. Deswegen verbinden wir als Dachverband 27 studentische Unternehmensberatungen mit über 1.600 jungen Beratern in ganz Deutschland.



Das JCNetwork e.V. besteht seit 2002 und wurde von den Vorständen sieben studentischer Unternehmensberatungen gegründet, um einen Rahmen für den Gedanken- und Erfahrungsaustausch zu schaffen. Als Zahnrad zwischen Theorie und Praxis fördert das JCNetwork die Arbeit seiner Mitglieder und schafft Möglichkeiten für den Erfahrungs- und Wissensaustausch. Wir sehen es als unsere Aufgabe an, die Idee der studentischen Unternehmensberatung zu fördern und im Geschäftsleben zu etablieren. Die Stärke des JCNetwork liegt dabei in der Vielfalt seiner Mitglieder. Im Mittelpunkt steht daher auch der einzelne Junior Consultant in seiner starken studentischen Unternehmensberatung. Wichtig ist für uns dabei, dass alle Mitgliedsvereine im JCNetwork trotz des Zusammenschlusses vollständig souverän sind.



Wir freuen uns, unsere Mitgliedsvereine immer wieder besuchen zu dürfen, und leben den Erfahrungsaustausch



Im Eröffnungsplenum der JCNetwork Days im Mai 2016 in Stuttgart durften wir über 500 Teilnehmer begrüßen



In Stuttgart haben wir die bis dato größten JCNetwork Days aller Zeiten durchgeführt, mit über 50 Workshops an einem Wochenende

Für dich als Studierenden bedeutet das: Du wirst Teil eines starken Netzwerkes und baust erste Kontakte zu Unternehmen und damit zu möglichen späteren Arbeitgebern auf. Außerdem kannst du dein frisch erlangtes Wissen gemeinsam mit anderen in der Praxis anwenden, Verantwortung übernehmen und gleichzeitig über die Uni hinaus wichtige Kenntnisse erwerben. In unserer Vision schaffen wir dabei eine optimale Entwicklungsumgebung für dich und jeden anderen Junior Consultant. Dabei denken wir vor allem im Rahmen unserer strategischen Leitlinien Weiterbildung, Erfahrungsaustausch und Erweiterung des persönlichen Netzwerkes.

All das wird besonders erlebbar auf den JCNetwork Days, der halbjährlichen Dachverbandstagung. Hier treffen zwischen 400 und 500 Studierende aufeinander und auf viele spannende Arbeitgeber in der Beratung, Industrie und Dienstleistung. Sowohl von studentischen Beratern wie auch von den teilnehmenden Unternehmen werden das gesamte Wochenende über spannende Workshops zu aktuellen Themenfeldern gehalten, welche somit unserer Idee von Weiterbildung und Erfah-

Augsburg, Bamberg, Cottbus, Deggendorf, Elmshorn, Frankfurt a.d. Oder, Freiberg, Ilmenau, Ingolstadt, Jena, Kaiserslautern, Karlsruhe, Kassel, Koblenz, Leipzig, Lemgo, Magdeburg, Mainz, Osnabrück, Potsdam, Rostock, Stuttgart, Tübingen, Ulm, Würzburg (2x)





In unseren Workshops stellen sich unsere Junior Consultants unter Beweis und planen in Fallstudien zum Beispiel das Autohaus der Zukunft oder die Neustrukturierung einer IT-Infrastruktur

rungsaustausch Leben einhauchen. Doch das JCNnetwork denkt dabei den Gedanken der Weiterbildung noch einen Schritt weiter: Ein anspruchsvolles, verbandsweites Weiterbildungsprogramm wurde schon Ende 2002 institutionalisiert. Alle Mitglieder der angeschlossenen Vereine haben seitdem die Möglichkeit, auf zentralen Veranstaltungen und lokal das Schulungsprogramm zu durchlaufen und mit dem Certified Junior Consultant (CJC) abzuschließen. Die zentrale Steuerung des CJC-Programms auf Verbandsebene sichert dabei die hohe Qualität aller lokalen und zentralen Schulungsveranstaltungen.

Ihr Wissen um Hard und Soft Skills wenden unsere studentischen Berater jedes Jahr in zahlreichen Projekten an. Die Kernidee ist dabei: Kooperation statt Konkurrenz. Dabei wurden 2015 regionale und internationale Projekte teilweise von Gruppen aus über 30 Beratern durchgeführt und mehr als 1900 Personentage erfolgreiche Beratungsleistungen erbracht. Jedes Jahr zeichnet das JCNnetwork das Projekt des Jahres aus. Hierbei wird das beste Projekt aller Mitgliedsvereine im Dachverband gekürt. Eine Jury aus erfahrenen Junior Consultants und Unternehmensvertretern bewerten im Rahmen dessen nicht nur das durchgeführte Projekt, sondern „challengen“ das gesamte Projektteam.

Eine Besonderheit des JCNnetwork ist die Pro-Bono-Initiative JCCare. Wir sehen es als Pflicht jedes Mitgliedes an, Verantwortung in der Gesellschaft zu übernehmen. Über JCCare werden die Ressourcen und das Know-how der studentischen Unternehmensberatungen aus ganz Deutschland gebündelt und „pro bono“ – also ohne Entgelt – gemeinnützigen und wohlthätigen Trägern angeboten. Die Beratungsdienstleistung erstreckt sich dabei über klassisches Fundraising, Entwicklung von Marketing- und PR-Konzepten bis hin zur Optimierung von gemeinnützigen Institutionen, Vereinen oder Organisationen. Ein Beispiel ist das Projekt mit der Deutschen Knochenmarkspenderdatei (DKMS). Das JCCare Projektteam erarbeitete für die DKMS einen Leitfaden zur Durchführung von Typisierungsaktionen an Hochschulen. Darauf basierend führten fünf Mitgliedsvereine Typisierungsaktionen an ihren



Hochschulen durch und konnten insgesamt über 1.300 Neuspender gewinnen. „Das Schönste daran: Bereits zwei Personen aus dieser Aktion konnten durch ihre Teilnahme Patienten die Chance auf ein neues Leben geben“, so Daniel Wilhelm von der DKMS. Auch auf den JCNnetwork Days finden regelmäßig Typisierungsaktionen in Zusammenarbeit mit der DKMS statt. ■



Interne Entscheidungen im JCNnetwork werden in regelmäßigen Vorstandsrunden getroffen

Das juFORUM: Wissenschaft verbindet!

Das Deutsche Jungforschernetzwerk – juFORUM e.V. ist ein gemeinnütziger und bundesweit aktiver Verein, der den interdisziplinären Austausch zwischen wissenschaftlich interessierten jungen Menschen fördert. Er lebt von der Eigeninitiative, Selbstorganisation und dem Forscherdrang seiner Mitglieder.



Damals und heute

Das Deutsche Jungforschernetzwerk – juFORUM e.V., kurz juFORUM, wurde im Jahr 2000 von ehemaligen Teilnehmerinnen und Teilnehmern des Bundeswettbewerbs Jugend forscht, eines etablierten naturwissenschaftlich-technischen Schülerwettbewerbs, gegründet. Anfangs war der überwiegende Teil der Mitglieder des juFORUM Ehemalige bei Jugend forscht, die über die Wettbewerbstage hinaus den Kontakt zueinander nicht verlieren wollten. Inzwischen steht das juFORUM allen wissenschaftlich interessierten jungen Menschen offen: Schülerinnen und Schüler, Studierende, Auszubildende und auch einige Promovierende und Berufstätige aus dem MINT-Bereich (Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften und Technik) bilden eine vielfältige Mischung. Es gibt keine formalen Aufnahmekriterien im Verein – alle, die sich mit diesen Eigenschaften identifizieren, können bei uns Mitglied werden.

Aktiv für uns und andere

Wir sind deutschlandweit, aber auch regional und lokal aktiv. Der JungforscherCongress ist die größte Veranstaltung. Jährlich findet das fünftägige Event in einer wechselnden deutschen Universitätsstadt statt. Fast eine Woche voller Work-



Bundesweites
Netzwerk

juFORUM in deiner Stadt?
Gut möglich! Der Verein hat keine offiziellen Standorte, denn wir sind ein bundesweites Netzwerk. Doch häufig finden sich an Hochschulorten einige Mitglieder zusammen und werden aktiv. Weitere Infos findest du unter: www.juforum.de

shops, Firmenbesuche, Vorträge und Besichtigungen in namhaften Forschungseinrichtungen zusammen mit vielen MINT-begeisterten jungen Menschen sind das Highlight des Vereinsjahres. Dafür fahren unsere Mitglieder auch mal quer durch die Republik.

Wer nicht ganz so weit reisen möchte, kommt bei unseren regionalen Veranstaltungen auf seine Kosten. Besonders beliebt sind unsere Workshops. Hier kann alles zum Thema werden, was unsere Mitglieder interessiert: Wissenschaftsethik, Nachhaltigkeit oder Teilchenphysik – an einem Wochenende dreht sich alles um ein Fachgebiet oder eine kontroverse Fragestellung. Wichtig dabei ist stets, mithilfe eines inter- und transdisziplinären Programms Experten, Enthusiasten und Fachfremden eine Plattform für Austausch und neue Erkenntnisse zu bieten.

juFORUM in deiner Stadt? Gut möglich! Der Verein hat keine offiziellen Standorte, denn wir sind ein bundesweites Netzwerk. Doch häufig finden sich an Hochschulorten einige Mitglieder zusammen und werden aktiv: Neben Stammtischen und gemeinsamen Unternehmungen sind unsere SciencePubs inzwischen eine eigene Marke im Verein. Mehrmals im Semester kommt die Wissenschaft zur Kneipe. Bei Schorle und Bier wird engagierten Forscherinnen und Forschern gelauscht, die über ihr Arbeitsgebiet berichten oder uns in eine ganz neue Welt entführen – Supraleitung, ästhetische Wahrnehmung oder Genetic Engineering. Langweilig wird es jedenfalls nie!

Unsere Faszination für die Forschung tragen wir auch nach außen. Im Rahmen unseres Mentorenprogramms fördern wir intrinsisch motivierte Schülerinnen, Schüler und Studierende und regen sie an, eigene Projekte durchzuführen, indem wir sie über Veranstaltungen und Wettbewerbe informieren und sie bei der Durchführung beraten. Unsere Mentoren sind meist ehemalige Teilnehmerinnen oder Teilnehmer von Jugend forscht und besitzen unmittelbare Erfahrungen mit diesem Wettbewerb, die sie gerne an die kommende Generation weitergeben möchten.

Mitglied bei juFORUM

Was habe ich davon, Mitglied bei juFORUM zu sein und mich zu engagieren? Am Anfang steht das Netzwerk: Wir fördern wissenschaftliche Ideen und Projekte ideell durch gegenseitigen Austausch von Erfahrungen, Kontakten und Ressourcen. Die Gründergeneration steht mittlerweile fest in der Wissenschaft und Wirtschaft und gibt ihre Expertise an die Jüngeren weiter. Fragen bei der Berufsorientierung im MINT-Bereich finden beim juFORUM schnell die richtige Ansprechperson – diese und viele andere Leistungen bietet unsere vereinseigene IT-Plattform. Bei den zahlreichen Unternehmungen zusammen mit diversen Akteuren aus Wirtschaft und Forschung erhältst Du Einblick in unterschiedlichste Branchen. Auf diese Weise kannst Du effektiv Kontakt zu bekannten Unternehmen genauso wie zu einigen Hidden Champions in ganz Deutschland aufnehmen.



Unsere Mitglieder engagieren sich dabei ganz unterschiedlich in der Vereinsarbeit – bei der Organisation von Veranstaltungen, im Pressteam oder bei der Suche nach neuen Kooperationen mit Unternehmen oder Forschungseinrichtungen. Das Schöne dabei: Du musst dich nicht festlegen. Ob du im Technikteam an unserer IT bastelst, im Design-team neue Fähigkeiten lernst oder auf Messen deiner Begeisterung für die Forschung Luft machst, du kannst jederzeit etwas Neues ausprobieren. Alles kann, nichts muss. ■



MARKET TEAM – Verein zur Förderung der Berufsausbildung e. V.

MARKET TEAM ist eine der größten interdisziplinären Studierendeninitiativen in Deutschland, welche Projekte für und von Studierenden in Zusammenarbeit mit Unternehmen organisiert. Dabei haben die Mitglieder die Möglichkeit, sich im Sinne ihrer persönlichen Interessen auszuprobieren und durch Erfahrungen gemeinsam zu wachsen. Dafür stehen wir nun seit mehr als 30 Jahren.

MARKET ► TEAM **interdisziplinär netzwerken, erfolgreich entwickeln**



MARKET TEAM wurde 1984 in Konstanz gegründet. Heute weisen wir rund 800 Mitglieder an 16 Hochschulstandorten in ganz Deutschland auf. Jedes Jahr organisieren wir über 200 unterschiedliche Veranstaltungen. Darunter fallen MT-Vorträge zu interessanten Themen wie „Steuertipps für Studenten“, aber auch über die Gründung von Start-ups oder MT-Workshops zum Thema „Design Thinking“. Ebenso organisieren wir zahlreiche MT-Exkursionen zu diversen Unternehmen. Unsere jahrelange Erfahrung und Professionalität wird hierbei von unseren Projektpartnern besonders geschätzt.



Durch unsere große Projekterfahrung haben sich an verschiedenen Standorten erfolgreiche Veranstaltungsreihen etabliert. Dazu gehört unter anderem das Tübinger Accounting and Finance Forum (kurz: TAFF).



Mitglieder von MARKET TEAM organisieren aber nicht nur Veranstaltungen. Im Vordergrund steht auch die Weiterentwicklung sowohl der sozialen als auch der fachlichen Kompetenzen unserer Mitglieder. Dies geschieht beispielsweise durch Schulungs-Wochenenden, die einmal im Semester stattfinden. Auf diesen nationalen Veranstaltungen, bei denen Mitglieder aus ganz Deutschland anreisen, werden Schulungen in den bei MARKET TEAM etablierten Ressorts gehalten. So haben die Standortvorstände als auch die Ressortinteressierten die Möglichkeit, eine Schulung in folgenden Bereichen zu besuchen: Finanzen, IT, Personal, Presse & PR, Projekt- & Akquisemanagement, Qualitäts- & Wissensmanagement.

Wem das nicht reicht, kann sich unser MT-TrainerSystem zunutze machen. Ausgebildete Trainer, die selbst Mitglied bei MARKET TEAM sind, halten mehrtägige Trainings für Soft-Skills über Themen wie Projektmanagement, Verhandlungsführung, wirkungsvolles Präsentieren, Kreativitätstechniken und vieles mehr. Durch das

regelmäßig stattfindende MT-TrainerCamp wird stets für neuen Trainernachwuchs gesorgt. Hier erhalten engagierte und motivierte Mitglieder die einmalige Chance und die nötigen Werkzeuge, um selbst als Trainer auftreten zu können. Auf diese Weise können auch die eigenen Präsentations- und Moderationsfähigkeiten frühzeitig ausgebaut werden. Zudem freut sich unser MT-TrainerSystem immer über neue, kreative Trainingsthemen.

Wichtig bei allem ist, dass man als Mitglied bei MARKET TEAM alles machen kann – aber nichts muss. Das Studium steht für uns alle stets an erster Stelle. Nicht umsonst wird das TEAM in unserem



Oldenburg,
Lüneburg, Hannover,
Münster, Magdeburg,
Göttingen, Halle,
Erfurt, Ilmenau,
Jena, Frankfurt,
Bamberg, Bayreuth,
Mannheim, Tübingen,
Wuppertal



Vereinsnamen großgeschrieben. Durch die Arbeit in TEAMS bekommt man stets die notwendige Unterstützung durch andere Mitglieder, sodass man sich in der Projektarbeit nie allein gelassen fühlt.

Auch nach dem Studium kann man sich weiter in den Verein einbringen. Unser Ehemaligen-Netzwerk umfasst mittlerweile mehr als 200 Mitglieder und ist fest in unseren Verein integriert. Die Alumni erhalten weiterhin Mitsprache bei der Ausgestaltung unseres Vereins. Durch lokale Stammtische und einem jährlich stattfindenden Wochenende bleibt man in Kontakt mit alten Freunden und zukünftigen Kollegen.

**interdisziplinär netzwerken,
erfolgreich entwickeln**



MTP e.V. – Marketing leben!

Als Deutschlands größtes generationsübergreifendes Netzwerk aus Studierenden, Professionals, Unternehmen und Wissenschaft bietet MTP heute über 3.700 ehrenamtlichen Mitgliedern die Chance, Marketing hautnah zu erleben. Zahlreiche Veranstaltungen, Beratungsprojekte und Fachkongresse zeigen unsere Leistungsstärke. Wage auch du den Sprung von der grauen Theorie in die bunte Praxis!



Für viele Unternehmen ist Engagement neben dem Studium ein wichtiges Kriterium bei der Auswahl von Nachwuchskräften, mit dem sich ein Bewerber gleichzeitig von Mitbewerbern abheben kann. Wer einmal einen Blick über den Tellerrand hinaus werfen und bereits während des Studiums Praxisluft schnuppern will, ist bei uns genau richtig!

MTP – Marketing zwischen Theorie und Praxis e.V. ist mit 2.300 studentischen Mitgliedern in 17 Geschäftsstellen und 1.400 Alumni Deutschlands größte studentische Marketinginitiative. Seit nunmehr 35 Jahren bieten wir Studierenden eine Plattform, auf der sie sich ausprobieren und weiterentwickeln können. Durch Workshops, Unternehmensvorträge, Beratungsprojekte, Kongresse und Trainings haben Studierende bei uns die Möglichkeit, mehr Praxis und Abwechslung in ihr theoretisches Studium zu integrieren – getreu unserem Motto „Marketing leben!“.

Zudem bietet MTP die Chance, interessante Erfahrungen im Bereich Veranstaltungsplanung und -beratung, Mediengestaltung, Social Media, Öffentlichkeitsarbeit und Personalmanagement zu sammeln. Bei uns kann jeder mitmachen – egal ob ihr schon wisst, in welche Richtung ihr wollt, oder erst mal in alle Bereiche hineinschnuppern möchtet.

Als Mitglieder habt ihr beispielsweise die Möglichkeit, mit Geschäftspartnern über Angebote und Preise zu verhandeln sowie Strategien für Verein und Unternehmen zu entwickeln. Als Projektleitung könnt ihr zudem Veranstaltungen wie unsere nationalen Fachkongresse „Marketing Horizonte“ oder den „Digital Marketing Congress“ eigenständig organisieren und gestalten. Bei Workshops und Vorträgen namhafter Unternehmen habt ihr als Mitglieder außerdem die Chance, in direkten Kontakt mit Unternehmensvertretern zu treten und möglicherweise auch euren potenziellen zukünftigen Arbeitsgeber



v. l. n. r.: Nationaler Vorstand 2016/17: Tyll von Mende, Tutku Büyük, Nationaler Vorstand 2015/16: Colin Forbes, Klaudia Pätsch, Friedrich Mickel



Das MTP TrainingDepartment bildet neue Trainer aus

Kiel, Hamburg, Hannover, Berlin, Münster, Paderborn, Köln, Leipzig, Gießen, Erfurt, Chemnitz, Frankfurt, Mannheim, Saarbrücken, Nürnberg, Stuttgart, München



Workshop beim MTP-Ressortleitertreffen

kennenzulernen. Wertvolle Softskills können außerdem durch vereinsinterne Trainings erworben werden. Ausgebildete Trainer, die selbst Mitglied bei MTP sind, bringen unseren Mitgliedern Themen wie Projektmanagement, Akquise, Verhandlung, Rhetorik, Selbst- und Zeitmanagement oder Kreativkompetenzen näher. Ambitionierte Mitglieder können sich dabei von unserem TrainingDepartment ausbilden lassen. In den Geschäftsstellen selbst können Studierende Ämter und somit Verantwortung für die Mitglieder übernehmen. Besonders engagierte Mitglieder haben die Chance, den nationalen Vorsitz des MTP e.V. zu übernehmen und ein Jahr lang die Geschichte des Vereins in leitender Funktion zu gestalten und voranzubringen.

Unterstützt von zahlreichen Förderprofessoren renommierter Marketinglehrstühle und beinahe 100 namhafter Unternehmen bietet MTP Studierenden und Young Professionals ein großes Netzwerk, in dem wichtige Kontakte für die Zukunft geknüpft werden können. In verschiedenen Ressorts wie Personal, Beratung & Veranstaltungen oder Kommunikation können unsere Mitglieder ihre Talente entdecken, eigene Ziele verwirklichen sowie wertvolle Team- und Führungserfahrungen sammeln. Dank vieler gemeinsamer Freizeitveranstaltungen kommt bei all der Arbeit natürlich auch der Spaß nicht zu kurz. Ein Engagement bei MTP ist nicht nur eine spannende Abwechslung zum Uni-Alltag, sondern auch eine große Chance, wichtige Erfahrungen fürs Leben zu sammeln und Teil eines großen nationalen Netzwerks zu werden.



MTP verbindet Arbeit und Spaß

Haben wir dein Interesse geweckt? Dann komm doch einfach mal vorbei, sicherlich sind wir auch an deiner Uni oder in der Nähe mit einer Geschäftsstelle vertreten!

Weitere Informationen findest du unter www.mtp.org.

Fotos: Adrian Schmidt



Nationales Treffen der Ressortleiter zum gemeinsamen Austausch

Bundesverband Studenteninitiative Weitblick e.V. Bildungschancen weltweit!

Als jüngstes Mitglied in der Runde ergänzen wir den VDSI um die Themenfelder Entwicklungszusammenarbeit und nationale sowie internationale Bildungsarbeit. Seit 2008 setzen wir „Weitblicker“ so unsere individuellen Talente und Fähigkeiten für weltweite Bildungsprojekte ein.



In unserem Studium eignen wir uns wichtiges Fachwissen an. Wir lernen, wissenschaftliche Arbeiten zu schreiben und uns selbst zu organisieren. Was vielen Studierenden allerdings fehlt, ist der direkte Bezug zur Praxis – und einfach mal „anpacken“ zu können. Hier sorgen wir für Ausgleich: Bei Weitblick kann jedes Mitglied neben dem Studium seine Fähigkeiten entwickeln und damit Bildungsprojekte auf der ganzen Welt unterstützen.

Wir bieten Studierenden aller Fachrichtungen die Möglichkeit, sich gesellschaftlich zu engagieren. Im Mittelpunkt unserer Arbeit steht dabei der Einsatz für einen gerechteren Zugang zu Bildung für alle.

Um dieses Ziel zu verfolgen, entwickeln und fördern ca. 2.000 Weitblicker*innen deutschlandweit Bildungsprojekte im In- und Ausland. Vom Versand spanischer Schulbücher nach Südamerika bis hin zur finanziellen Unterstützung von Schulbauten in Westafrika – die Formen unserer Bildungsarbeit sind genauso breit gefächert wie die Länder, in denen wir aktiv sind.

Um die finanziellen Mittel zur Förderung unserer Projekte zu generieren, organisieren wir verschiedenste Veranstaltungen und Aktionen. Ob nun Podiumsdiskussionen, Kooperationen mit lokalen Bäckern oder Eisdielen – oder gar die Aufführung von Theaterstücken: Alle Projekte werden von uns ehrenamtlich initiiert und durchgeführt. Das bedeutet, wir brauchen ein Projekt-

management, jemanden, der oder die die Finanzen im Auge behält, kreative Köpfe, Fundraiser*innen, Fachexpert*innen, Öffentlichkeitsreferent*innen und so weiter.



*Berlin, Bochum, Bonn,
Duisburg-Essen, Freiburg,
Göttingen, Hamburg,
Hannover, Heidelberg,
Kiel, Köln, Leipzig,
Marburg, München,
Münster, Osnabrück*

Gemeinsam stellen die bunt gemischten Teams, die sich aus Studierenden aller Fachrichtungen zusammensetzen, jährlich über 100 Fundraising-Veranstaltungen auf die Beine, bei denen Spenden



In vielen Städten sind unsere Fundraising-Veranstaltungen längst Kult.

wirklich Spaß macht. Zahlreiche Auszeichnungen bestätigen uns in unserer Arbeit – im vergangenen Jahr wurde Weitblick von unserer Bundeskanzlerin Angela Merkel als Bundessieger des startsocial-Wettbewerbs für besonderes gesellschaftliches Engagement ausgezeichnet.

Willkommen ist bei uns jeder, der sich neben dem Studium mit seinem Know-how gesellschaftlich engagieren und gleichzeitig eigene Fähigkeiten ausbauen will. Neben zahlreichen Erfahrungen in der Projektarbeit sowie vielen spannenden Einsatzmöglichkeiten bringt das Engagement bei Weitblick auch die unterschiedlichsten Kontakte zu NGOs, Unternehmen und nicht zuletzt zu Studierenden aus den verschiedensten Fachgebieten mit sich.

Im Rahmen unserer Vermittlungsprogramme sind außerdem auch Reisen in verschiedene Projekte weltweit möglich – sowohl als Volontär als auch im Rahmen einer Reise, die von unseren Projektpartnern vor Ort begleitet wird.

Name **Weitblick**
Bundesverband Studenteninitiative Weitblick e.V.

Gründung 2008

Standorte 16

national europaweit
 international

Mitgliederzahl ca. 2.000

Kernzielgruppe alle Fachrichtungen

Mehr Infos www.weitblicker.org



In vielfältigen Podiumsdiskussionen und Zeitzeugenberichten erweitern auch wir unseren Horizont.

Jede*r, der oder die Interesse hat, ist herzlich eingeladen, uns bei unseren regelmäßigen Sitzungen zu besuchen. Weitere Informationen findet ihr unter www.weitblicker.org – oder schreibt uns an kontakt@weitblicker.org. Wir freuen uns auf eure Mails!



Mehrmals im Jahr kommen Mitglieder aller Stadtvereine auf bundesweiten Veranstaltungen zusammen.



Studentisches Engagement – aber welches bloß?

An jeder auch nur mittelgroßen Hochschule in Deutschland tummeln sich viele verschiedene studentische Initiativen. Wer sich überlegt, einer von ihnen beizutreten, hat es daher nicht leicht. Wie findet man die passende Initiative für sich? Eine Anleitung in fünf Schritten.

Jede studentische Initiative hat ihr eigenes Profil, ihre Entstehungsgeschichte, ihre Vision und Mission. Einige sind deutschlandweit oder gar international vernetzte Zusammenschlüsse engagierter Studierender, andere sind lokal stark involviert und prägen das Bild der Hochschule auf ihre eigene Art und Weise. Auch die Mitglieder haben unterschiedliche Interessen: Einige Initiativen sind für ihre kaum zu bremsende Feierlaune bekannt, andere sind eher karriereorientiert und wieder andere atmen Gemeinschaft und leben für den Austausch.

Allen gemeinsam ist: Sie suchen ständig neue Mitglieder. Das ist leicht einzusehen, bedenkt man, dass die Studienjahre kurz sind. Wer eine studentische Initiative bleiben möchte, muss Frischfleisch ranschaffen oder anders ausgedrückt: Nachfolger finden.

Wer mit dem Gedanken spielt, einer studentischen Initiative beizutreten, kann aus dieser globalen Perspektive heraus zunächst fragen: Welches Projekt möchte ich beerben?

Die Antwort darauf klingt – in bester Steve Jobs-Manier – häufig scheinbar simpel und genial: **Find what you love!** In etwa: Finde deine Berufung und folge deinem Schicksal, dann wird alles gut. An dieser Stelle könnte man aufhören. Doch vielleicht wäre es besser, zuvor ein Schritt zurückzutreten und einmal der Ratio vor dem Gefühl den Vorrang zu geben.

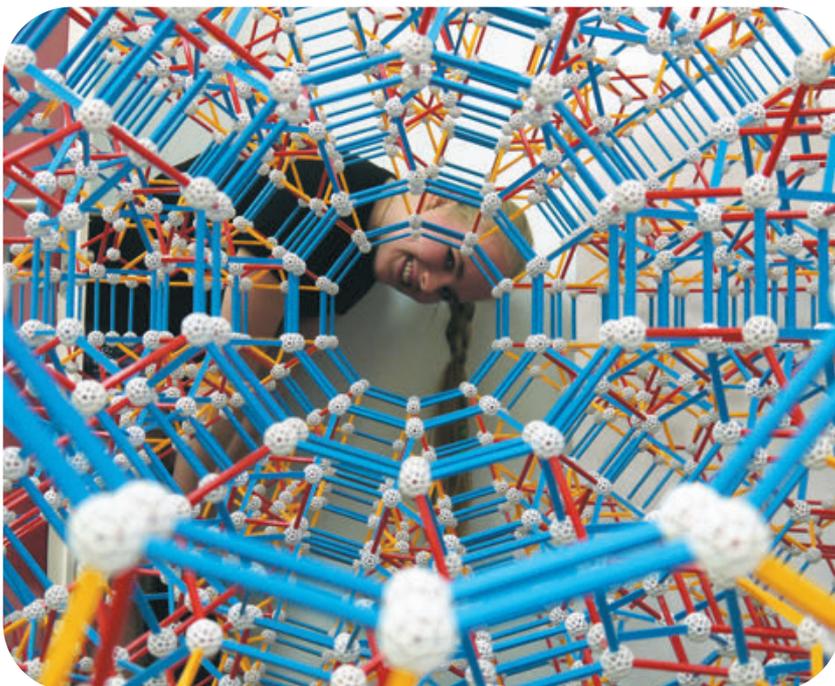
Ganz nebenbei: Auch Steve Jobs ist der Computer nicht im Traum auf den Kopf gefallen. Eigentlich ist er fast unfreiwillig zum Programmieren gekommen. Im Folgenden also eine rationale Anleitung auf dem Weg zur passenden Initiative:

Schritt 1: Wie groß sind deine Ambitionen?

Unabhängig von der konkreten Idee zum Engagement solltest du dich zunächst fragen, wie viel du eigentlich erreichen möchtest. Willst du „ein bisschen helfen“ oder „die Welt verändern“? Mitmachen oder gestalten? Den Weg zu einer erfolgreichen Karriere pflastern oder nur ein paar Soft-Skills mitnehmen? Wo wirst du in Zukunft studentisches Engagement in deiner Prioritätenliste einsortieren? Diese Fragen helfen im nächsten Schritt einzuschätzen, was deine persönlichen Ressourcen hergeben.

Schritt 2: Kuchenstücke verteilen

Werden wir ein bisschen konkreter. Wie viel kannst du pro Woche in die Vereinsarbeit stecken? Zwei Stunden? Fünf? Zehn? Der Vorstand einer großen Initiative kann während einer Amtszeit durchaus Vollzeit beschäftigt sein. Wie verhält sich das zu deinem Studium? Welches Kuchenstück be-



Bei der großen Auswahl an studentischen Initiativen ist es schwer, den Durchblick zu bekommen.

kommt dein Nebenjob? Je freier du dir deine Zeit einteilen kannst, desto mehr Möglichkeiten bieten sich dir beim Engagement. Bleibe bei deiner Einschätzung konservativ – denke immer einen großzügigen Zeitpuffer dazu. Ein solcher über den Daumen gepeilter Wert kann bei den folgenden, etwas komplexeren Fragen helfen.

Da du nun globale Ziele und persönliche Ressourcen vor Augen hast, kannst du sie einander nähern und ein realistisches Bild deines zukünftigen Engagements zeichnen. Ist dir das Thema wichtig genug, um dafür an anderer Stelle zurückzustecken? Oder willst du womöglich deinen Eifer etwas bremsen, da das Studium für dich an erster Stelle steht? Diese und ähnliche Überlegungen haben jetzt Platz. Denn gleich kommen wir zu den Inhalten.

Schritt 3: Ein Bummel über den Marktplatz

Internationaler Austausch, Karrierenetzwerk, sozialer Einsatz, Umweltschutz oder Bildung – studentisches Engagement hat viele Gesichter. Meist tendieren wir dazu, das zu wählen, was uns am nächsten liegt. Das kann mit unserem Studium, unseren Hobbys und Vorlieben zu tun haben und es sollte natürlich ein Interesse an den Themen der Initiative bestehen. Doch es lohnt sich, diese Komfortzone zu verlassen und neue Themen ins Blickfeld zu rücken. Der einfachste Weg ist, den Markt der Möglichkeiten an deiner Hochschule zu besuchen oder dich durch die Websites der lokal vertretenen studentischen Vereine zu klicken. Hast du einen Überblick über das Angebot an Initiativen gewonnen, kannst du eine erste Liste erstellen, in der du zunächst alles einträgst, was dir spannend erscheint.



Überlege dir gut, wie viel Zeit du in dein Engagement investieren kannst.

Schritt 4: Zielgerichtete Recherche

Nun kommt der Gegencheck mit deiner Ausgangssituation: Gegeben deine Zeit und die Ziele, die du erreichen möchtest: Was wäre etwas, was du in der dir vorliegenden Initiative tun könntest? Verschaffe dir einen Überblick über für dich relevante Kriterien. Das könnte zum Beispiel das Vorhanden-



Im persönlichen Gespräch mit anderen Mitgliedern kannst du prüfen, ob die Initiative zu dir passt.

sein eines Alumnivereins, die Mitgliederzahl, die Präsenz oder gerade die Abwesenheit auf dem Campus sein, das Alter der Initiative, die Vielfalt ihrer Aktivitäten oder ihre Nähe zu Hochschule, Wirtschaft, Politik oder Forschung. Prüfe jede Initiative, so gut es eben möglich ist, auf diese Merkmale. Am Ende bleiben idealerweise nur noch zwei bis drei Initiativen übrig, die wirklich in Frage kommen. Womit wir beim Finale wären:

Schritt 5: Das Live-Experiment

Sich jetzt sofort für eine der verbliebenen Initiativen zu entscheiden, würde zunichtemachen, was du dir zuvor erarbeitet hast – eine Abwägung deiner Ziele, Ressourcen und Interessen auf neutralem Boden. Stattdessen ist es höchste Zeit, den Initiativen einen Besuch abzustatten und das ins Scheinwerferlicht zu rücken, was wir zuvor mangels besseren Wissens zurückgestellt hatten: Den Spirit der Initiative.

Nutze also die Gelegenheit und besuche deine Finalisten bei einer ihrer vereinstypischen Veranstaltungen. Das kostet Zeit, lohnt sich aber. Nebenbei lernst du so auch neue Menschen und ihre Motivation für das studentische Engagement kennen, was ein wertvoller Impuls für deine Überlegungen sein kann. Vermeide es jedoch, gleich der ersten Initiative beizutreten, auch wenn man dir liebevoll vorausgefüllte Anmeldeformulare in die Hand drückt und die Stimmung super ist. Frage die Leute nach ihrer Aufgabe im Verein und was sie mit ihrem Engagement verbinden.

Jetzt bleibt mir nur noch, dir viel Erfolg und eine schöne Zeit zu wünschen und dir einen letzten Rat auf den Weg zu geben: Ein studentischer Verein ist keine Einbahnstraße. Evaluiere von Zeit zu Zeit deine Entscheidung. Das wird dich entweder in deiner Überzeugung bestärken oder es kommt wieder der Moment für etwas Neues. ■

Ekaterina Ilin

Deutsches Jungforschernetzwerk – juFORUM e.V.

Der CV als Bewegtbild

Warum sich Bewerber heute schon eine Videobewerbung zulegen sollten

Bewegtbild – So würden das sicherlich noch einige der ehrwürdigen Unternehmensvertreter bezeichnen, wenn Sie eine Video-Bewerbung erhielten. Was in vielen Unternehmens-Augen noch Zukunftsmusik ist, fällt eigentlich schon seit Jahren unter Alltagstechnologie.

Video-Bewerbung ist hierzulande noch ein unerforschter Bereich – vorsichtig ausgedrückt. Unternehmen kämpfen hierbei natürlich mit technischen Hürden und dem Thema der Archivierbarkeit. Man darf nicht vergessen, dass wir erstmalig in einer Zeit leben, die sich dadurch auszeichnet, dass Absolventen oftmals zu Hause besser technisch ausgestattet sind, als an ihren zukünftigen Arbeitsplätzen. Mit der exponentiellen Geschwindigkeit der Digitalisierungen tun sich viele Unternehmen sehr schwer.

Aber nur, weil ein Teil der Wirtschaft der Zeit hinterherläuft, muss das nicht bedeuten, dass es nicht gerade jetzt auch schon Sinn machen würde, sich diesem Thema zu öffnen. Ein sicherlich wichtiger Grund für die zukünftige Verbreitung des Themas Video-Bewerbung ist deren Archivierung. Natürlich können Unternehmen auch heute schon Daten jeglicher Form archivieren, letztlich ist es aber so, dass ein Video "aktuell" keine Volltext (-sprach) Durchsuchbarkeit ermöglicht, was die Auswertung solcher Bewerbungen natürlich ungemein erschwert. Diesem Hindernis hat sich allerdings 2016 ein Startup namens dextro aus den USA angenommen, welches einen Algorithmus zur Echtzeit - Transkribierung entwickelt hat. Mit diesem Algorithmus könnten Videos in naher Zukunft anhand des gesprochenen Wortes durchsuchbar werden. Damit wäre die tatsächliche Hürde für Unternehmen genommen und der Videobewerbung stünde nur noch das Mindset der Personaler im Wege, die sich bislang wunderbar hinter der Archivierung versteckt hatten.

Blicken wir auf die vergangenen 24 Monate, so kann man ohne weiteres erkennen, welchen enormen Stellenwert Video im Internet eingenommen hat. Natürlich ist YouTube bereits seit Jahren die zweitgrößte Suchmaschine nach Google. Aber auch Soziale Netzwerke werden heutzutage nur noch mit

Videofunktion auf den Markt gebracht. Zuletzt hatte Facebook verlauten lassen, dass 2016 die erfolgreichste Funktion des Netzwerkes Live-Streaming gewesen ist. Die Videokommunikation umgibt uns heutzutage, und dies sowohl in synchroner Form wie Facebook Live oder HouseParty (neue Video-Konferenz-App) als auch asynchron, wie wir es von YouTube kennen. Der Wunsch nach dieser Entwicklung besteht bereits seit Jahren, da ein Bild mehr als 1.000 Worte sagt und ein Video da noch eins obendrauf legt. Erst seit kurzem sind aber auch die Infrastruktur und die Netzabdeckung in der Lage, das Thema in Deutschland weitestgehend mobil abzubilden.

Dies führt uns im Bereich Karriere unweigerlich zu der Empfehlung, sich als Bewerber mit der Videobewerbung zu beschäftigen. Hierbei gilt es aktuell noch, eine Hybrid Strategie zu fahren, die eine herkömmliche Bewerbung mit einer Video-Bewerbung kombiniert. Nur sehr wenige Unternehmen, wie beispielsweise die Deutsche Technikberatung, bieten die Möglichkeit der Video-Bewerbung bereits an. Dabei wird nochmals unterschieden zwischen einer strukturierten Video-Bewerbung, bei der Sie Fragen des Unternehmens folgen, und einer unstrukturierten Variante, die Sie selbst gestalten. Generell macht es heutzutage Sinn, ein eigenes Video von 3 Minuten im Netz zu haben, in dem man wesentliche Eckpunkte des eigenen Lebenslaufes präsentiert. Dabei geht es nicht um das bloße Ablesen des eigenen Werdeganges, sondern vielmehr das Herausheben von wichtigen Highlights, die innerhalb der herkömmlichen Bewerbung nicht vollends zur Geltung kommen konnten. Den Link zum Video hinterlegt man in der schriftlichen Bewerbung - gern direkt im Anschreiben. Damit stellt das Video ein Angebot für Personaler dar, die sich ein besseres Bild von dem Bewerber machen wollen.

Völlig ohne Aufwand ist die Erstellung der Video-Bewerbung allerdings nicht. Hierbei sind sowohl inhaltliche als auch technische Anker zu beachten, die in Ansätzen im Folgenden kurz skizziert werden.

Das Drehbuch

Auch wenn es etwas übertrieben klingt, sollte man sich ein kleines Drehbuch für sein Video schreiben. Dabei geht es vor allem darum, dass man sich vorab überlegt, was Inhalt des Videos sein soll. Nach einer kurzen Vorstellung und einem Überblick über die eigene Person in nur wenigen Sekunden, kann eine Vertiefung in drei Bereichen des

Werdeganges erfolgen. Um sicher und professionell zu wirken, sollte man sich diese Dramaturgie vorab überlegen. Vergessen Sie nicht, auch einen passenden Schluss für Ihr Video zu finden. Damit geben Sie mit einer kurzen Begrüßung Ihrem Werk einen angemessenen Rahmen.

Die Umgebung

Auch wenn es nüchtern betrachtet als logisch erscheint, geben einem die unzähligen Videos im Internet, bei denen aus Versehen andere Szenen mit eingefangen wurden, einen guten Eindruck des Desasters. Achten Sie darauf, dass Ihre Umgebung ruhig ist und nicht von Ihnen ablenkt. Sie sind der Hauptgrund, weswegen sich ein Recruiter das Video überhaupt ansieht. Es ist also nicht Sinn der Sache, den Hintergrund irgendwie beeinflussend zu gestalten.

Die eigene Person

Wie man sich kleiden soll, ist vermutlich eine der häufigsten Fragen, die im Kontext Bewerbungsprozess auftritt. Für das Video gilt, ebenso wie für Ihre Bewerbungsgespräche: Kleiden Sie sich angemessen. Dies kann je nach Branche, für die Sie sich interessieren, sehr unterschiedlich sein.

Kamera und Licht

Ob eine Smartphone-Kamera ausreicht, kann mittlerweile mit ja beantwortet werden. Diese sollte aber idealerweise auf einem Stativ angebracht sein, so dass sich die Kamera auf Augenhöhe befindet. Bezüglich des Lichtes ist darauf zu achten, dass es nicht zu hell ist – Sie also vor einem Fenster stehen – bzw. sollten Sie auch nicht durch das Licht geblendet werden.

Dies sind die ersten kleinen Tipps für das eigene Bewerbungsvideo, mit dem man heute noch einen signifikanten Unterschied zum restlichen Bewerbermarkt erzielen kann. Ich wünsche viel Erfolg bei der authentischen Darstellung der eigenen Person! ■



Robindro Ullah

HR Experte, Buchautor, Referent, Moderator und Blogger rund um das Thema Human Resources mit einem Fokus auf Innovation.



Robindro Ullah / Jubin Honarfar
Bewerben mit Videos und Videochat - inkl. Arbeitshilfen online
Aussagekräftige Videos gestalten und im Livechat überzeugen

19,95 EUR
ISBN: 978-3-648-09476-1

Warum die Sustainable Development Goals der UN ohne Unternehmen ein Traum bleiben

Seit 2015 hat die Welt neue Ziele, die Sustainable Development Goals (SDGs), verabschiedet von den Vereinten Nationen. 17 Ziele, die eine bessere Welt bis 2030 verfolgen. Die Bandbreite umfasst alles von Beseitigung des Welthungers bis hin zu gerechten Institutionen. Doch wer sind die Akteure, die diese Ziele realisieren werden? Und welche Rolle spielen dabei Unternehmen?

Die Rolle der Unternehmen in diesem Prozess zu analysieren ist nicht einfach. In einer idealen Welt würde jedes Unternehmen seine Aktivitäten mit einem oder mehreren der SDGs verknüpfen und so aktiv zu deren Erfüllung beitragen. Probleme dabei kommen auf, wenn es darum geht, was das Interesse der Unternehmen an den SDGs betrifft und dabei, ob die Unternehmen die SDGs überhaupt kennen.

PwC veröffentlichte 2016 eine Studie, die das Verhalten und die Einstellung von Unternehmen be-



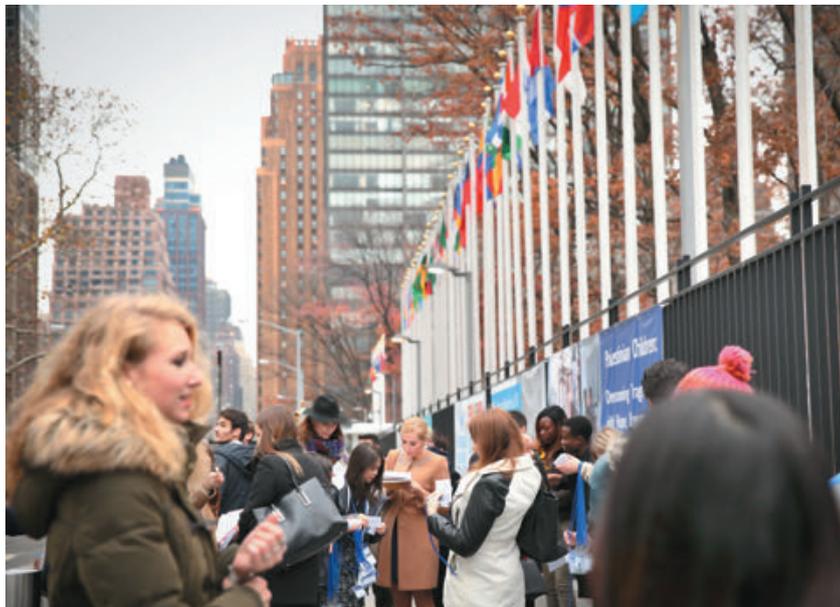
züglich der SDGs untersuchte, und stellte fest, dass eine bereits gute Quote von 92% die SDGs kennt. Das ist im Vergleich zu der Bekanntheit in der Bevölkerung, welche bei 33% liegt, sehr hoch. 71% der Unternehmen planen sogar bereits damit, die SDGs in ihre Arbeit zu integrieren und 41% haben sich dazu verpflichtet, in den nächsten fünf Jahren ihre Strategie an die SDGs anzupassen. An der Studie wird jedoch auch die Schwierigkeit erkennbar: Nur 13% der Unternehmen geben an zu wissen, welche Tools sie nutzen müssen, um auf die Erfüllung der SDGs positiven Einfluss auszuüben. Der Bekanntheitsgrad wächst, doch das „Wie“ fehlt.

Dass die Erfüllung der SDGs die aktive Teilnahme des wirtschaftlichen Sektors benötigt, ist sowohl Unternehmen als auch Regierungen bewusst. Die Unternehmen profitieren durch die Ausrichtung ihrer Aktivitäten an den SDGs nicht nur dadurch, dass sie sich als soziale Akteure positionieren und nach innen wie nach außen ihre Werte vertreten, sondern auch dadurch, dass sie ein Zusammenspiel mit der Regierung eingehen. Unternehmen, die sich gegenüber den SDGs offen zeigen und bereit sind, für diese zu handeln, genießen auch mehr Zuvorkommen seitens der Regierung, wenn es um Regulationen und Lizensierungen geht. Hinzu kommt, dass das Verlangen der öffentlichen Bevölkerung befriedigt wird. 90% der Befragten sind der Meinung, dass es

wichtig sei, dass Unternehmen sich der SDGs annehmen, und 78% geben an, dass sie eher dazu bereit wären, Kunde eines Unternehmens zu sein, welche konkret auf die SDGs hinarbeitet. Aus dieser zufriedenen Bevölkerung kommen die benötigten potentiellen Kunden. Es zeigt sich: Eine Zusammenarbeit von Regierung und Unternehmen bei der Erfüllung der SDGs ist eine „Win-win“-Situation.

Nun hat jedes Unternehmen einen anderen Schwerpunkt und bietet Unterschiedliches an. Mit welchen SDGs sich ein Unternehmen am besten identifizieren kann, muss jedes für sich entscheiden. Teil der PwC-Studie war eine Umfrage über genau diese Frage. Unternehmen gaben an, dass SDG #8 „Economic Growth & Decent Work“, SDG #13 „Climate Action“ und SDG #9 „Industry, Innovation and Infrastructure“ die Ziele sind, bei denen das Unternehmen glaubt, am meisten Einfluss darauf zu haben und auch selbst davon profitieren zu können. Egal, welche Ziele ein Unternehmen verfolgt, der Stichpunkt Nachhaltigkeit ist schon lange kein Modebegriff mehr, sondern auch in der Unternehmenswelt unausweichlich. Die SDGs geben jeglichen Nachhaltigkeitszielen einen Rahmen, mit denen das Unternehmen den eigenen Profit steigern kann, während es für eine bessere Welt einsteht. Dabei sollte auch verstanden werden, dass es zwar wichtig ist, einen Fokus zu setzen, aber auch notwendig, die SDGs als Gesamtheit zu betrachten. Die Motive sollten außer Frage stehen, worauf es ankommt, sind Resultate.

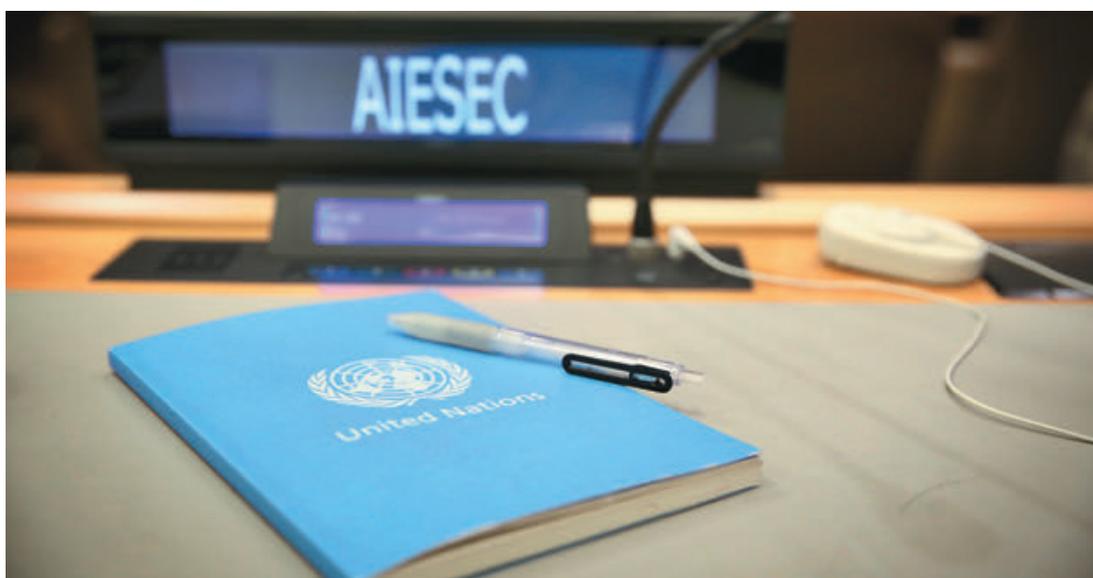
Interessant ist auch der Vergleich der Ziele der Unternehmen mit denen der Bevölkerung. Die „Lieblings“-SDGs der Unternehmen stimmen nämlich überwiegend nicht mit denen der Bevölkerung überein. Was aber zum Beispiel übereinstimmt, ist der Schwerpunkt, der auf SDG #13 „Climate Action“ gelegt wird. Betrachtet man den Fokus der Unternehmen und der Bevölkerung auf den Schutz des Klimas und verbindet dies mit der kürzlich durchgeführten Klimakonferenz in Paris, hat die Situation hier das Potential, Großes zu vollbringen.



Die Beobachtung des Engagements von Unternehmen bezüglich der SDGs ist höchst erfreulich. 52% der Unternehmen gehen so weit zu sagen, dass die SDGs für ihre Unternehmensaktivitäten relevant sind. Doch die meisten sagen auch, dass sie warten. Warten auf Ratifizierung und warten auf klare Ansagen seitens der Regierung. Warten sollte aber nicht in Frage kommen, denn 2030 ist eine Zeit, die schnell erreicht sein kann, und man muss jetzt anfangen, Zukunftspläne daran anzupassen. Auf jeden Fall sieht die Zukunft vielversprechend aus. Bis 2020 haben sich 90% der Unternehmen vorgenommen, konkret aktiv zu werden.

Es bleibt festzuhalten, dass die SDGs, gewollt oder nicht, die Zukunft von Unternehmen ausmachen. Die Unternehmen, die sich in ein Zusammenspiel mit der Regierung und der Bevölkerung begeben, sind die, die sich als stark und belastbar herausstellen werden. Letztendlich liegt ein großer Teil der Ressourcen, die für die Realisierung der SDGs notwendig sind, bei den Unternehmen. Nun geht es daran, diese nachhaltig zu mobilisieren. ■

Alma Kafaie





Sind unsere Hochschulen zukunftsfähig? Haben sie den „Weitblick“?

Glaubst Du auch, dass sich jede*r, der*die in diesem Jahrhundert eine Hochschule in Deutschland verlässt, sich unabhängig von seinem*ihrem Studiengang einmal mit der Rolle des eigenen Handelns im globalen Zusammenhang auseinandergesetzt haben sollte?

Denkst auch Du, dass Hochschulen in Anbetracht von globalen Herausforderungen wie dem Klimawandel, sozialer Ungerechtigkeit und Ressourcenverknappung als Vorreiter nachhaltiger Entwicklung vorangehen sollten?

Hast Du das Gefühl, man müsste etwas an den Strukturen im Hochschulbetrieb verändern, um global sozial verträgliches Handeln zur einfacheren Handlungsoption im Alltag zu machen?

Positionspapier für verantwortungsvolleres Handeln von Hochschulen

Wir von **Weitblick** haben genau das vor und schreiben in Zusammenarbeit mit verschiedenen Initiativen ein Positionspapier, in dem wir ein verantwortungsvolleres Handeln von Hochschulen auf verschiedenen Ebenen fordern. Hochschulen tragen große gesellschaftliche Verantwortung, denn sie geben nicht nur Wissen weiter, sie vermitteln Werte und bilden Entscheidungsträger*innen von morgen aus. Sie bündeln Wissen über gesellschaftliche Zusammenhänge und innovative Technologien, um Lösungen für aktuelle soziale Herausforderungen zu finden. Hochschulen sind Vorbilder, die der Gesellschaft zukunftsfähige und nachhaltige Handlungsoptionen aufweisen können und sollten.



Clustern der Forderungen der beteiligten Initiativen in Berlin, 12-11-2016

Wir wünschen uns, dass Hochschulen diese Verantwortung in vollem Umfang wahrnehmen. Deshalb haben wir uns unter anderem mit **sneep** (Studentisches Netzwerk für Wirtschafts- und Unternehmensethik), der **IPU** (Initiative für Psychologie im Umweltschutz) und dem **netzwerk n** (Hochschulen im Sinne der nachhaltigen Entwicklung gestalten) als Koordinator des Projekts zusammengesetzt.

Was fordern wir? Veränderungen in Lehre, Forschung, Betrieb und Governance

Im Bereich der **Lehre** fordern wir mehr Zusammenarbeit zwischen den Fachbereichen und mit Praxispartner*innen. Eine weitere Forderung ist die Verankerung von „Bildung für nachhaltige Entwicklung“ (BNE) in den Curricula aller Studiengänge. Dies kann ein verpflichtendes Modul Wirtschafts-



*Das Team – Vertreter*innen aus den verschiedenen Initiativen*

ethik in BWL, BNE für Lehramtler*innen oder Umweltpsychologie im Psychologiestudium sein. Eine ganzheitliche Sichtweise soll zu einem zukunftsfähigen Handeln im späteren Berufsfeld führen.

Auch im Bereich **Forschung** denken wir, dass mehr inter- und transdisziplinäre Projekte wissenschaftlichen Fortschritt voranbringen würden. Zudem wünschen wir uns mehr Transparenz und Unabhängigkeit der Forschungsergebnisse von Investor*innen sowie mehr Forschung für nachhaltige Entwicklung (z. B. nachhaltige Landwirtschaft, nachhaltige Technologien für Mobilität, Ressourcen-Management, alternative Wirtschaftsmodelle).

Unserer Meinung nach ist es zudem wichtig, Ethik und Nachhaltigkeit nicht nur in Lehre und Forschung aufzunehmen, sondern auch im **Betrieb von Hochschulen** selbst umzusetzen. Das kann z. B. bedeuten, ein betriebliches Umweltmanagement einzuführen, welches sich um eine Minimierung des Ressourcenverbrauchs bemüht, das Beschaffungswesen auf Umwelt- und Sozialverträglichkeit prüft, ein Schulungsangebot für nachhaltiges Alltagsverhalten anbietet oder ein nachhaltiges Angebot der Mensen (regional & saisonal, fleischreduziert) umsetzt. Die Idee hinter einer solchen Strukturveränderung ist neben der erwähnten Vorbildfunktion von Hochschulen auch, dass es Angestellten oder Studierenden automatisch erleichtert wird, sich im Alltag nachhaltig zu verhalten.

Um die beschriebenen Veränderungen umzusetzen und zu evaluieren, sollten zudem Stellen für Nachhaltigkeitsbeauftragte geschaffen und transparente Strategien mit konkreten Umsetzungskonzepten von den **Hochschulleitungen** – gerne mit studentischer Partizipation – entwickelt werden. Bundes- und Landesregierungen sollten zudem Anreize für Hochschulen schaffen, sich für mehr Nachhaltigkeit in Forschung, Lehre und Betrieb einzusetzen.

Eine weitere wichtige Forderung in unserem Positionspapier ist dieselbe, die sich auch der **VDSI** auf die Fahnen geschrieben hat: Wir fordern eine verstärkte Unterstützung studentischen Engagements finanziell, strukturell und bei der Vermittlung von Know-how.

Warum jetzt handeln?

Nicht nur die neuen Entwicklungsziele der Vereinten Nationen (SDGs, s. Artikel von **AIIESEC** in der letzten Ausgabe) haben gezeigt, dass die UN als größte Staatengemeinschaft erkannt hat, wie eng globale Herausforderungen wie Hunger, Konflikte und Flucht mit unserem alltäglichen Verhalten in Deutschland verknüpft sind.

Auch die Bundesregierung hat sich in der deutschen Nachhaltigkeitsstrategie verpflichtet, „[...] übergreifende Verantwortung für eine ökonomisch,



Arbeit am Positionspapier bei Weitblick e.V.

ökologisch und sozial tragfähige Entwicklung für alle Generationen“ zu übernehmen.

Vor diesem Hintergrund ist es unser Ziel, das Bewusstsein für ethisches Verhalten und die Frage nach dem verantwortungsvollen Umgang mit der Gesellschaft, Wirtschaft und Umwelt zu fördern und Hochschulangehörige und Studierende zu konkretem Handeln anzuregen. Außerdem erhoffen wir uns einen Multiplikations-Effekt: Von den Hochschulen soll nachhaltiges Handeln verstärkt in die Gesellschaft gelangen.

Austausch mit Experten & Zusammenschluss mit zahlreichen Initiativen

Nach Rücksprache mit Experten aus ThinkTanks, NGOs, Stiftungen und Politik soll im Frühjahr nächsten Jahres ein erster Entwurf des Papiers vollendet werden. Anschließend möchten wir unsere Positionen und Forderungen im Namen zahlreicher Studierendeninitiativen mit möglichst lauter und starker Stimme an die wissenschaftspolitischen Akteure (Hochschulpräsidien, Landeswissenschaftsminister*innen, Bundesbildungsministerium etc.) kommunizieren.

In diesem Zusammenhang möchten wir euch Leser*innen und die Initiativen, in denen ihr euch engagiert, schon jetzt ganz herzlich einladen, euch ebenfalls an diesem Projekt zu beteiligen. Ob durch Kommentieren des Papiers während des Schreibprozesses oder später durch die Unterstützung oder Kommunikation der Forderungen durch eure Hochschulgruppe.

Marie Heitfeld

Wenn wir euer Interesse geweckt haben und ihr Lust habt, euch zu beteiligen, meldet euch bei marie.heitfeld@weitblicker.org.

Gerade noch mal schiefgegangen

Warum es sich lohnt, über Fehler zu reden

Fehler haben auf dem Karriereweg immer noch einen schlechten Ruf. Dabei gibt es kaum einen besseren Ansatz, um zu lernen und sich weiterzuentwickeln. Einige unserer größten Errungenschaften gehen auf Fehler zurück. Kommunikationstrainer René Borbonus zeigt, warum der offene Umgang mit Fehlern sich lohnt – und wie Sie in Ihrem Umfeld dafür sorgen können, dass darüber gesprochen wird.

Fehler sind eines der letzten Tabus der Leistungsgesellschaft. Jedem passieren sie, die wenigsten stehen dazu. Jeder Fehler, glauben wir, könnte die Karriere killen, noch bevor sie richtig begonnen hat, ganz besonders, wenn man sich als Praktikant, als Werkstudent oder als Berufseinsteiger erst noch beweisen muss!

Deshalb neigen wir – gerade auch zu Beginn der Karriere – dazu, Fehler zu verbergen. Und das ist schade. Denn gerade sie können viel dazu beitragen, den eigenen Weg zu finden und konsequent zu gehen. Ohne ein paar saftige Missgeschicke, Irrtümer und blöde Zufälle hätte es einige der wichtigsten Erfindungen der Neuzeit nämlich schlicht nicht gegeben. Und einige der bedeutendsten Köpfe der Wissenschaft wären nie berühmt geworden, wenn sie nicht auch mal Mist gebaut hätten.

Fehler, die Geschichte machten

Im Sommer 1928 hatte der Bakteriologe Alexander Fleming mal die Nase voll von der Forschung, machte sein Labor dicht und fuhr in den Urlaub. Nur dass er sein Labor eben nicht konsequent dicht gemacht hatte: Er hatte vergessen, das Fenster zu schließen.

Als er zurückkehrte, fiel ihm neben der ungeohnt frischen Luft an seinem Arbeitsplatz auch eine seltsame Veränderung auf den Versuchsplatten auf, auf die er vor seinem Urlaub Eitererreger aufgetragen hatte. Die hatte er eigentlich kultivieren wol-

len, um damit zu arbeiten, doch nun waren sie hin. Die Frage war bloß: Woran waren sie zugrunde gegangen, wenn nicht an Langeweile?

Fleming legte die Versuchsplatten unter das Mikroskop und entdeckte neben den toten Eitererregern noch etwas anderes: Pilzsporen, die er dort nicht aufgebracht hatte. Er zählte eins und eins zusammen und kam zu dem Schluss, dass sie durchs geöffnete Fenster eingedrungen sein mussten. Er wiederholte den Vorgang unter kontrollierten Bedingungen und sah seinen Verdacht bestätigt: Die Sporen hatten dem Eiter den Garaus gemacht.

Die Weiterentwicklung dieser Zufallsentdeckung hieß Penicillin und revolutionierte die Therapiemöglichkeiten bakterieller Erkrankungen. Der ursprüngliche Typ Penicillin G rettete in den Jahrzehnten nach seiner Entdeckung unzählige Menschenleben und wird heute noch eingesetzt. Zu verdanken haben wir den Wirkstoff der Schusseligkeit eines zerstreuten Professors.

Was sagt man dazu? Ein Fehler kann Menschen retten, reich machen und den Nobelpreis einbringen!

Fehler öffnen neue Wege

An Alexander Fleming können wir uns ein Beispiel nehmen: Anstatt Fehler zu vertuschen, zu verdammen und ungeschehen machen zu wollen, können wir sie zum Thema machen.

Nicht nur bei zerstreuten Professoren, sondern gerade auch zu Beginn der Karriere haben Fehler große Bedeutung: Manchmal sind es die ungeplanten Umwege und Irrfahrten, die uns zum Ziel führen. Manchmal ist es ein widerwillig eingeschobenes Praktikum, das den Ausschlag für die Karriereentscheidung gibt. Manchmal ist es der eine Dozent, in dessen Vorlesung man gar nicht gehen wollte, der die Begeisterung für ein bestimmtes Thema weckt. Manchmal ist es das Totalversagen in der vermeintlichen Parade-Disziplin, die uns erkennen lässt: Das ist gar nicht mein Ding, und meine Stärken liegen woanders.

Wenn das Leben mal wieder andere Pläne macht: Legen Sie den Fehler unter das Mikroskop, nicht den Schuldigen. Das ist nämlich der Grund, warum Fehler tabuisiert werden: Meist wird der Wert von Fehlern nicht in Erkenntnis gemessen, sondern in Schuld. Deshalb wird auch über Schuld kommuniziert, und nicht über den Fehler selbst. Und das hilft niemandem.

Fehler als Ressource

Es gibt sogar Situationen, in denen es auf jeden Fehler ankommt. Wenn Sie nach dem Studium die Gründung eines Start-ups anstreben, gehören Fehler zu Ihren wichtigsten Ressourcen. In der Erprobungsphase neuer Prozesse oder Produkte schaut jeder erfahrene Unternehmer genauer auf die Risiken und Nebenwirkungen als auf das, was von Anfang an glatt läuft. Wenn Fehler in dieser Phase vertuscht oder nicht angemessen ausgewertet werden, kann dieses Versäumnis über Erfolg oder Misserfolg entscheiden.

Einer, der seinen Erfolg genau darauf gebaut hat, ist der größte Start-up-Investor des Silicon Valley: Tim Draper. Er investiert ständig in Leute, die nichts außer einer guten Idee haben – und bis zum Markterfolg reichlich Fehler machen, bevor sich die Investition in ihre Marke rechnet. Trotzdem ist Draper durch seine zahllosen Investments nicht etwa ärmer, sondern nur noch reicher geworden. Zu seinen größten Erfolgen zählen Investments in Skype und Hotmail. Derzeit setzt er u. a. auf den Elektroauto-Hersteller Tesla.

Drapers Geschäftsmodell besteht darin, erfindungsreiche Menschen zu finanzieren, während sie alle notwendigen Fehler machen, bis ihre Idee funktioniert. Wir dürfen ihm also glauben, wenn er sagt: „Wenn du außergewöhnliche Fehler machst, können großartige Dinge passieren!“

Auf einen Blick: Aus Fehlern lernen

Fehler sind nichts, wovor man Angst haben müsste, denn sie passieren sowieso. Zur Chance werden sie allerdings nur, wenn wir offen darüber sprechen und positive Konsequenzen ziehen. Das 'Glück des Tüchtigen' winkt nämlich nur denen, die einen außergewöhnlichen Fehler beim Schopfe packen, wenn er passiert.

- 👉 Tabuisieren Sie Fehler nicht, sondern thematisieren Sie sie und reden Sie offen darüber.
- 👉 Suchen Sie nicht nach der Schuld, sondern nach dem Erkenntniswert jedes Fehlers.
- 👉 Nutzen Sie Fehler als Ressourcen, indem Sie prüfen, ob sich etwas daraus machen lässt.

Kommen Sie gut an!
Ihr
René Borbonus



René
Borbonus



René Borbonus zählt zu den führenden Spezialisten für professionelle Kommunikation im deutschsprachigen Raum.

Weitere Informationen unter:
www.rene-borbonus.de



25 Jahre BDSU

Die Idee, an der Universität erlerntes theoretisches Wissen bereits während des Studiums in Beratungsprojekten praktisch anzuwenden, stammt aus Frankreich. Mitte der 1960er Jahre gründeten sich dort die ersten „Junior Entreprises“ (JEs), die, in Vereinen organisiert, Projektteams und deren Beratungsleistung an Unternehmen verschiedenster Branchen vermittelten.

Die Idee verbreitete sich schnell europaweit, in Deutschland entstanden die ersten Studentischen Unternehmensberatungen Ende der 1980er Jahre. Diese fortschreitende Entwicklung auf europäischer Ebene und ein offensichtlich notwendiger Strukturierungsbedarf in Deutschland veranlassten sieben JEs, im Herbst 1992 den Bundesverband Deutscher Studentischer Unternehmensberatungen e.V. (BDSU) zu gründen. Die Gründung des BDSU geschah durch einen Zusammenschluss der beiden Dachverbände BDJE, dem das Junior Consulting Team Nürnberg, Junior Comtec Darmstadt und StudentenTop Osnabrück angehörten, sowie dem BSU, in dem sich das Junior Management Spektrum Augsburg, INTEGRA Mannheim, INSTEAD Passau und Wissenschaft in der Praxis (heute WIP Duisburg und VIA Dortmund) organisiert hatten. Gemeinsam formulierten sie die Aufgaben und Ziele des BDSU, zu denen insbesondere die Verbreitung der Idee der Studentischen Unternehmensberatung gehört.



Herbstkongress 2016 des BDSU in Berlin



Um bei der Projektarbeit der einzelnen Mitgliedsinitiativen professionelle Arbeit und hochwertige Ergebnisse zu gewährleisten, wurde 2001 das BDSU Qualitätssiegel eingeführt. Die Einhaltung der hohen Standards in Anlehnung an die ISO 9001 wird mindestens einmal im Jahr in einem Audit geprüft. Hierfür muss jeder Mitgliedsverein ein überzeugendes Schulungssystem mit Mindestinhalten vorweisen können, die jeder Student zu absolvieren hat, um ein Studentischer Berater im BDSU zu werden. Darüber hinaus werden weitere Qualitätsstandards wie Wissensmanagement und Vereinsführung auditiert.

Seit 2004 besteht eine Kooperation zwischen dem BDSU und dem Bundesverband Deutscher Unternehmensberater e.V. (BDU). Durch gemeinsam organisierte Netzwerkveranstaltungen findet ein reger Austausch zwischen den Beratern des BDU und BDSU statt, der den Studentischen Beratern einen gezielten Einblick in den Alltag von kleinen und mittelständischen Beratungsfirmen verschafft. Um diesen Dialog weiter zu intensivieren, wurde der Sitz des BDSU 2005 von Darmstadt zum BDU nach Bonn verlegt.



Damit die stetige Weiterbildung der Studentischen Unternehmensberater gesichert ist, wurde 2007 die TrainerAkademie als Competence Center des BDSU gegründet. Diese bietet unentgeltlich Trainings für alle Mitglieder des BDSU an, die individuell auf den spezifischen Bedarf der jeweiligen Vereine abgestimmt werden. Zudem findet jedes Jahr eine achttägige Train-the-Trainer-Ausbildung statt, nach deren erfolgreichem Abschluss die Absolventen in den BDSU Trainerpool aufgenommen werden. Die Zusammenarbeit der TrainerAka-



Mitglieder des JADE Executive Boards 2016/17

demie mit anderen Trainingsinitiativen des VDSI ermöglicht einen nationalen Wissens- und Erfahrungsaustausch.

Heute hat sich der BDSU als Interessenvertretung der 32 führenden Studentischen Unternehmensberatungen Deutschlands etabliert und verbindet die Beratungen mit Vertretern aus Politik, Wirtschaft und Öffentlichkeit. Der BDSU hat es in seiner bisherigen Geschichte geschafft, sich einen Namen in der Unternehmenskultur, insbesondere bei namhaften Beratungsfirmen, aufzubauen und somit einen regelmäßigen Austausch zwischen den Studentischen Beratern und der Beratungsbranche zu schaffen.

Das 25-jährige Bestehen des BDSU wird im November 2017 mit einem Jubiläumskongress in München gefeiert. Wie bei allen anderen BDSU Kongressen, die halbjährlich von unterschiedlichen Mitgliedsinitiativen ausgerichtet werden, steht auch hier der Austausch zwischen Studentischen Beratern und Unternehmensvertretern im Vordergrund. Bei Workshops, Firmenevents sowie einer Firmenkontaktmesse haben Berater beider Seiten die Gelegenheit, sich besser kennenzulernen.

Heute hat sich der BDSU als Interessenvertretung der 32 führenden Studentischen Unternehmensberatungen Deutschlands etabliert und verbindet die Beratungen mit Vertretern aus Politik, Wirtschaft und Öffentlichkeit.

25 Jahre JADE

Ebenfalls 1992 gegründet wurde die European Confederation of Junior Enterprises, JADE (Junior Association for Development in Europe), die als Bindeglied der nationalen Dachverbände in Europa dient und ihren Sitz in Brüssel hat. Der JADE ermöglicht einen koordinierten Wissensaustausch zwischen den einzelnen Studentischen Unternehmensberatungen und fördert die länderübergreifende Projektzusammenarbeit einzelner Initiativen in einem europäischen Netzwerk. Des Weiteren vertritt der JADE die Interessen aller Studentischen Unternehmensberatungen bei den Europäischen Institutionen und fördert die Anerkennung des Konzeptes. Durch Kontakte zu Verbänden in Brasilien, Tunesien und Kanada blickt der JADE aber auch weit über die Grenzen der europäischen Wirtschaft hinaus.

Der BDSU ist Gründungsmitglied des JADE und ist seitdem als einziger deutscher Dachverband für Studentische Unternehmensberatungen Mitglied im JADE. Mitglieder des BDSU können an den mehrmals jährlich stattfindenden JADE-Treffen ihr internationales Netzwerk erweitern und haben außerdem die Möglichkeit, an Veranstaltungen der anderen Mitgliedsinitiativen des JADE teilzunehmen. Seit 2015 bietet auch der JADE eine Trainerausbildung an, die dem BDSU zudem den Zugriff auf einen internationalen Trainerpool ermöglicht. ■



Gianna v. Crailsheim
Ressort Öffentlichkeitsarbeit / Pressearbeit

Hinter den Kulissen einer Firmenkontaktmesse – bonding Berlin feiert sein 25-jähriges Jubiläum

25
JAHRE
bonding
STUDENTENINITIATIVE E.V.
BERLIN

Einmal jährlich findet an jedem unserer zwölf bonding Standorte eine Firmenkontaktmesse statt. In Berlin hatten wir dieses Jahr nach 25 Jahren nun unsere Jubiläumsmesse, von der wir hier berichten möchten. Hierfür kamen 110 bondings und bondinen, über 3000 Studierende und 81 Firmen mit 500 Firmenvertretern auf den Campus der Technischen Universität Berlin zusammen. Die Messe wurde von Stella und Roman geleitet, die Helferkoordination übernahmen dann Antonia und Nastja.



Was war deine Motivation, eine so große Veranstaltung leiten zu wollen?

Als wir eine neue Messeleitung gesucht haben, habe ich mich noch nicht wirklich bereit gefühlt, eine so große Aufgabe zu übernehmen. Nach langen Gesprächen mit erfahrenen bondings ist mir aber klar geworden, dass genau das der Sinn und Zweck von bonding ist. Ich hatte die einmalige Möglichkeit, mich einer großen Herausforderung zu stellen und an der Aufgabe zu wachsen. Ich konnte mich ausprobieren und Fehler machen, die mich unter Umständen im späteren Berufsleben teuer zu stehen gekommen wären.



Stella, Messeleiterin



Wie werden die Aufgaben verteilt?

Bei einem so großen Projekt gibt es natürlich eine große Vielfalt an Aufgaben, die wir sinnvoll auf verschiedene von uns betreute "Ressorts" verteilt haben. Bei einer ersten KickOff-Veranstaltung zur Messe haben sich viele motivierte Berliner bondings gefunden, die diese Aufgaben übernehmen wollten. Wir als Messeleitung haben vor allem die Zusammenführung dieser Teilaufgaben zu einem Gesamtprojekt gesteuert.



Messepanorama: Piotrek steht im 2. Stock vor der Messekulisse

Was für Herausforderungen gab es zu bewältigen?

Bei einer ehrenamtlich agierenden Studentinitiative ist wohl die größte Herausforderung die Mitglieder-Motivation. Da wir alle ehrenamtlich tätig sind, bringt jeder nur so viel Zeit mit, wie er neben dem Studium freiwillig erübrigen kann, daher ist der Spaß an der gemeinsamen Arbeit ein ausgesprochen wichtiger Anreiz.



Messebüro: Sissy (3. v. l.) war die Leiterin unseres Messebüros



Was hast du für dich persönlich dabei gelernt?

Neben wichtigen Lektionen über das Projektmanagement und dem praktischen Anwenden theoretischer Studieninhalte habe ich vor allem viel über die Zusammenarbeit im Team gelernt.

Eine wichtige Lektion habe ich auch im Bereich des Zeitmanagements gelernt. Je näher die Messe kam, desto wichtiger wurden neben der Messearbeit, dem Studium und meinem Job auch persönliche Pausen.



Hast du gut geschlafen in der Nacht vor der Messe?

Wirklich nervös war ich eigentlich eher die Wochen vor der Messe. Am Abend vorher über die fast fertig aufgebaute Messe zu laufen und zu sehen, wie unser Team die letzten Handgriffe erledigt, war ein unglaublich schöner Moment. Ich konnte mich darauf verlassen, dass unser Team alle Katastrophen meistern würde, und beruhigt schlafen.



Studicafé: bondings beim Entspannen mit Studenten im Studicafé



Messeleitung: Die Messeleitung bei ihrer Rede



Messebetrieb: Der Standservice beim normalen Messebetrieb

Die Messeleitung hat auch auf der Messe die Aufgaben in verschiedene Ressorts aufgeteilt. Ohne unsere tollen Ressortleiter wäre die Jubiläumsmesse nicht so ein voller Erfolg geworden!

? Was war deine Aufgabe auf der Messe?

Meine Aufgabe war, grob gesagt, zu schauen, dass der Laden läuft. Das bedeutet, den Helfenden Aufgaben zuzuteilen und sie zu motivieren. Im Mittagsbetrieb zum Beispiel geht es ganz schön drunter und drüber, da muss geguckt werden, dass jeder Bereich genügend Helfer hat. Letztendlich bedeutet das, wichtige Entscheidungen zu treffen, die den operativen Betrieb betreffen.

Warum wolltest du die Aufgabe der Helferkoordination übernehmen?

Ehrlich gesagt wollte ich ein wenig schauen, ob ich für solche Aufgaben geeignet bin. Unter anderem, weil ich mich jetzt für den Posten des Hochschulgruppenvorsitzes bewerben möchte. Ich fand es einfach spannend, mich in dieser Position auszuprobieren, weil diese so viele Herausforderungen mit sich bringt.



Team: Das Messeteam aus ganz Deutschland

Was für Herausforderungen gab es denn für dich zu bewältigen?

Auf jeden Fall die körperliche Anstrengung, denn tatsächlich erscheint man immer als erste Person und verlässt die Messe als letzte. Außerdem ist es schwierig, ab einem bestimmten Stresspegel nett und freundlich zu bleiben, aber ich hoffe, ich habe das halbwegs gut gemeistert. Zudem ist es fordernd, die Helfer in manchen Situationen zu motivieren. Zum

Beispiel sehr kurzfristig nach der Mittagspause, weil Not am Mann ist. Das Team besteht aus lokalen, nationalen und teils internationalen Helfern. Man sollte es sich nicht mit den Helfern verscherzen und zu gestresst und übermüdet wirken.

Wie werden die Helfer belohnt?

Am Ende des ersten Tages gibt es auf jeder bonding Messe eine Abendveranstaltung, zu der alle Helfer und Firmenvertreter eingeladen sind. Es gibt ein Abendmenü und später wird auch getanzt. Ein Highlight ist das Helfergeschenk, das die Hochschulgruppe bekommt, die sich am meisten engagiert hat.

Haben die Helfer als Team gearbeitet?

Ja, auf jeden Fall. Die Ressortleiter haben super als Team funktioniert, vor allem hat die Kommunikation per Walkie-Talkies das erleichtert. Die Helfer waren dieses Jahr überdurchschnittlich motiviert. Da kam am Ende ein starkes Teamgefühl auf und man war traurig, als die überregionalen Helfer wieder abgereist sind.

Eine selbst organisierte Firmenkontaktmesse bringt einen unglaublichen Motivationsschub für unsere gesamte Hochschulgruppe und jeder einzelne lernt viel, beispielsweise über Projekt- und Zeitmanagement und entwickelt sich weiter. Die Möglichkeit, die Theorie aus dem Studium noch vor dem Einstieg in das Berufsleben praktisch anwenden zu können, hat uns in vielen Bereichen gezeigt, wofür wir studieren. Die Messe kann nur dadurch funktionieren, dass jedes Mitglied seinen Teil dazu beiträgt und alle als Team zusammenarbeiten. Dazu ist es wichtig, die Kommunikation und das Vertrauen zwischen den Mitgliedern zu stärken. Dies ist uns dieses Jahr sehr gut gelungen, sodass unsere Messe reibungslos über die Bühne lief und alle glücklich und motiviert mit Ideen für neue Projekte ins Wintersemester gestartet sind.



Nastja, Helferkoordination



Küche: Das Küchenteam beim Brötchen schmieren

Auf zu neuen Ufern – Der InitiativenKompass in Bremen

Seit der Vereinsgründung arbeitet der VDSI e.V. für die Bildung sogenannter Lokalrunden – dem Zusammenschluss von Studierendeninitiativen an einem Standort. Damit soll das studentische Ehrenamt besser vernetzt und an dem Standort geeint werden. Auf diese Weise kann es aussagekräftiger gegenüber Universität, Politik und Studierenden auftreten. Im August 2015 trugen diese Bemühungen auch in Bremen Früchte und die VDSI-Lokالرunde Bremen Oldenburg wurde gegründet. Mit dabei waren von Anfang an nicht nur VDSI-Mitgliedsinitiativen, sondern auch VWI/ESTIEM Bremen e.V., IAESTE Bremen und das Bremer Formula Student Team Bremergy e.V. Schnell war klar: Wir wollen uns nicht nur austauschen, sondern auch gemeinsam Projekte durchführen.

In den ersten Treffen wurde deutlich, dass es in Bremen zwar viele Möglichkeiten für studentisches Engagement gibt, diese aber häufig nur auf Umwegen von den Studierenden entdeckt werden. Daher kam die Idee auf, eine Initiativen-Messe an der Uni Bremen anzubieten. „Wir wollten auf die dramatisch unterschätzte Bedeutung von studentischem Engagement hinweisen und die vielfältigen Angebote sichtbar machen!“, sagt Jonas Fromme von Bremergy e.V. Dieses Ziel sollte schon durch den Namen der Messe erkennbar sein. „Letztendlich symboli-

siert der Name "InitiativenKompass", dass wir auf der Messe die Wege für einen Studierenden in das studentische Engagement aufzeigen. Studierende sollen sich über alle möglichen Wege informieren können, um dann den für sie am besten geeigneten selbst zu wählen.“, so Aileen Kelch (Active e.V.). Daher sollten sich auf der Messe nicht nur Mitglieder der VDSI-Lokالرunde vorstellen, sondern möglichst alle Initiativen, in denen sich Studierende an der Uni engagieren.

Um diese Initiativen für die Messe zu akquirieren und die Messe insgesamt zu organisieren, wurde ein Team mit Mitgliedern von verschiedenen Initiativen gegründet. Innerhalb von drei Monaten wuchsen Eric Heide (AIESEC e.V., ELSA-Bremen e.V.), Mathis Engelbart (bonding Studenteninitiative e.V. HSG Bremen), Aileen Kelch und Jonas Fromme als Core-Team der Messe zusammen. Natürlich wurden sie in der Durchführung durch weitere Mitglieder der Lokالرunde unterstützt.

Durch die gute Zusammenarbeit wurde das interne Ziel der Messe in diesen drei Monaten erreicht: Der InitiativenKompass ließ aus neun Initiativen eine neue Mannschaft wachsen, in der sich viele verschiedene Fachrichtungen und Talente unter der gemeinsamen Mission vereinten. Dadurch, dass dieses Team aus Mitgliedern besteht, die alle schon Erfahrung mit den Untiefen ehrenamtlicher Arbeit haben, kann auf eine große Schatzkiste an Methoden zurückgegriffen werden. „Tolle Momente





hatte ich immer, wenn ich durch die anderen etwas Neues lernen konnte, z.B. die (gefühlten) 257 Methoden zur Namensfindung.“, beschreibt Eric Heide die Zusammenarbeit. Auch die großartige Unterstützung untereinander ist als inspirierendes Erlebnis in Erinnerung geblieben: „Es war meine Aufgabe, ein Plakat zu designen und ich stand unter sehr hohem Zeitdruck aufgrund anderer Aufgaben. Ich habe das kommuniziert und sofort Hilfe und die Lösung in einem sehr kurzen Zeitraum angeboten bekommen.“, rekapituliert Jonas Fromme.

Am 21. April 2016 war es dann soweit: Alle Plakate waren aufgehängt, Flyer verteilt und Vertreter von zwölf Initiativen standen bereit, um an abwechslungsreichen Ständen über ihre Arbeit zu informieren. Mit ca. 500 Besuchern war die Messe gut besucht und nicht nur Studierende der Universität Bremen fanden den Weg zum InitiativenKompass, sondern auch Mitglieder des Rektorats sowie Studierende der Hochschule Bremen.

Unterstützung erfuhr der InitiativenKompass durch das „Zentrum für Multimedia in der Lehre“, das die Messe mit Fotos und Videos dokumentierte. Besondere Publikumsmagneten waren die von Active gemietete Zuckerwatte-Maschine und das von Bremergy ausgestellte Rennauto.

Im Rahmen des InitiativenKompass wurde eine Umfrage unter den Studierenden durchgeführt, um die Stellung von studentischem Ehrenamt zu ermitteln. 91% der Befragten empfinden eine proaktive Unterstützung von studentischen Engagement als ein wichtiges Merkmal für eine gute Universität und immerhin 58% der Befragten finden, dass die Universität Bremen dabei einen guten Job macht. Diese Einschätzung wurde von den Erfahrungen mit dem InitiativenKompass bestätigt: „Es war toll, die Unterstützung der Universität zu spüren.“, erinnert sich Aileen Kelch. Eine wichtige Botschaft zum Mitnehmen – Wenn man nach konkreter Unterstützung der Universität fragt, ist sie auch da! Darüber hinaus wurde durch den InitiativenKompass der Dialog mit

dem Rektorat der Universität angestoßen und in Zukunft sollen weitere Projekte in Zusammenarbeit mit der Uni entwickelt und durchgeführt werden. Die Messe war also ein voller Erfolg für das studentische Engagement an der Universität Bremen!

Und jetzt? Nach der Messe ist vor der Messe, denn allen Beteiligten war klar: Das machen wir noch mal. Aber die VDSI-Lokalrunde Bremen Oldenburg will noch weitergehen:

„Nach dem InitiativenKompass haben wir uns alle zusammengesetzt und für uns beschlossen, dass wir mehr als nur die Organisation des InitiativenKompasses wollen. So treffen wir uns nun alle zwei Wochen, haben eine gemeinsame Vision der Lokalrunde Bremen definiert und wollen gemeinsam in Bremen für das studentische Engagement werben und darüber aufklären. Gleichzeitig möchten wir nun verstärkt den Austausch unter den Mitgliedern der Initiativen fördern und wollen demnächst Events, wie z.B. die VDSI Kitchen, organisieren.“

so Aileen Kelch über die weiteren Pläne.

Oder um es mit den Worten eines echten Abenteurers zu sagen: Wir wollen in den Studierendeninitiativen die Gesellschaft von morgen und den Weg dahin proaktiv mitgestalten und dabei Barrieren aufbrechen und Grenzen überschreiten. **Also dann: Leinen los und Schiff ahoi!**

Friederike Hater



Raus aus dem Standard!

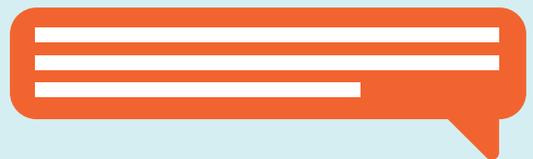
Durch Social Media zum Traumjob

Das Studium neigt sich dem Ende zu und ihr wisst: Bald wird es unbequem. Denn bislang noch im ruhigen Schoß eurer Universität oder Fachhochschule heißt es nach dem Abschluss: Komfortzone verlassen und sich in die Welt hinter den schützenden Mauern der Akademiker-Domizile wagen. Und dort wartet sie auf euch: die Geschäftswelt, die Welt der Unternehmen, die Welt der abertausend Berufe und – die Welt der direkten Konkurrenz, der harten Konkurrenz. Ihr wisst, wie schwer der Kampf um den Traumjob werden kann, denn sie saßen mit euch im Hörsaal: die Anderen.

Es sind eure Kommilitonen und eure Mitabsolventen. Früher Leidensgenossen, heute Mitstreiter in der Welt des hart umkämpften Arbeitsmarktes. Wer den Kampf für sich entscheiden will, muss anders sein und muss vor allem eines: Die Welt kennen, in der wir leben. Wie tickt das „Heute“?

Digitalisierung verlangt neue Methoden

Ganz einfach: Es tickt schnell. Denn wir leben im Zeitalter der Digitalisierung. Wer hier nicht untergehen will, muss wissen, „wie der Hase läuft“. Der Bachelor- oder Masterabschluss ist nicht länger die „Nonplusultra“-Eintrittskarte in die Unternehmen, denn die wollen viel mehr. Eine Studie der Deutschen Industrie- und Handelskammer aus dem Jahr 2015 zeigt die 5 wichtigsten Kompetenzen, die Unternehmen von ihren Bewerbern erwarten: Teamfähigkeit, selbstständiges Arbeiten/Selbstmanagement, Analyse- und Entscheidungsfähigkeit, Kommunikationsfähigkeit und nicht zuletzt eine hohe Einsatzbereitschaft. Ihr bringt all' das mit, ihr seit das komplette Paket? Glückwunsch! Aber was bringt euch das Ganze, wenn es niemand weiß?



Lasst euch finden!

Wer als Absolvent/ Bewerber heute sein Ziel erreichen will, muss die Strategien von damals umwälzen. Gemeint ist damit: Hört auf zu suchen! Sorgt viel lieber dafür, dass man euch findet. Denn klar ist: Neben Jobportalen, Messen und dem Mitarbeiternetzwerk suchen Unternehmen ihre zukünftigen Leistungsträger mittlerweile auch ganz aktiv im Netz. „Active Sourcing“ ist ein Zukunftstrend bei Recruitern und lässt diese das WorldWideWeb nach den perfekten Nachwuchskräften durchsuchen. Und bei dieser aktiven Suche schauen sie wirklich überall hin: Youtube, Facebook, usw.

Ein Nachteil für euch? Ganz im Gegenteil. Denn während ihr auf Messen und Jobportalen bei den interessanten Unternehmen anklopfen müsst, könnt ihr im Web den Spieß umdrehen und Unternehmen bei euch anklopfen lassen. Und das ist einfacher, als man denkt, wenn man die richtige Methode anwendet. Ihr wisst, dass euer Abschluss allein nicht reicht, und wisst nun auch, welche Kompetenzen noch von euch erwartet werden. Das war Schritt eins. Der nächste Schritt ist simpel: Macht auf eure Ideen und Kompetenzen aufmerksam, indem ihr die Mittel nutzt, die euch gerade dieses neue Zeitalter zur Verfügung stellt. Zeigt, dass ihr diejenigen seid, die ein Unternehmen unbedingt noch braucht. Ford-Gründer Henry Ford sagte einst: „Erfolg besteht darin, dass man immer genau die Fähigkeiten hat, die im Moment gefragt sind.“



Raus aus dem Standard!

Sorgt also selbst für euren Erfolg, indem ihr präsent seid. Raus aus dem Standard! Die Bewerbung auf dem Papier reicht nicht mehr aus für die modernen Ansprüche. Es muss deutlich mehr her. Schafft euch euer eigenes optimales Online Profil, indem ihr der Öffentlichkeit präsentiert, dass ihr nicht nur die Hard-, sondern besonders auch die gefragten Softskills besitzt, die verlangt werden. Die Strategie dafür ist einfach beschrieben: (Relevanter) Content ist King!

Schöpft dafür die Möglichkeiten aus, die euch zur Verfügung stehen. Es startet schon bei eurem privaten Profil bei Facebook. Nicht erst seit gestern ist bekannt, dass Facebook eines der beliebtesten Hilfsmittel von Personalern ist. Entweder, um einen echten „Schatz“ zu finden, oder auch, um die schlechten Geheimnisse auszugraben. Checkt euer Profil und bringt es auf Vordermann. Bei euch soll man nicht das „Verbotene“ oder die gähnende Langeweile des Durchschnittsusers finden. Ihr wollt der Schatz sein. Verzichtet auf Ego-Posts oder Bilder vom letzten Vapiano-Dinner. Vermittelt Besuchern eures Profils lieber, dass ihr die Kompetenzen besitzt, nachdem die Recruiter aktuell suchen. Dafür könnt ihr z. B. Fachbeiträge schreiben, kommentieren, eine Meinung laut werden lassen, die eure Prinzipien darstellt.

Neben Facebook gibt es aber noch viele andere Möglichkeiten. Macht euch ein Profil bei xing, LinkedIn, Twitter oder YouTube, abonniert dort relevante News-Channels und setzt gezielt kluge und gleichzeitig dezente Kommentare ab. Wer das Maximum herausholen möchte, startet einen Blog, der zu seinen eigenen Kompetenzen passt, und optimiert seine Inhalte auf SEO-Keywords, die zum gewünschten Traumjob passen.



Praxisbeispiel für den Erfolg

Klingt alles schön und gut, klappt aber bestimmt nicht? Falsch! Im Social Media gibt es mittlerweile tausende kleiner Erfolgsstories. Schaut euch z. B. die zahlreichen Youtube-Tutorials zum Thema Mode, Beauty oder Trendfrisuren an. In den Reihen von L'Oréal-Junior-Produktmanagern finden sich zahlreiche junge Talente, die über solche Youtube-Kanäle entdeckt wurden. Recruiter von Nestlé lesen die relevanten Food-Blogs und scannen diese nach aussichtsreichen Talenten für den Konzern. Wonach sie dabei suchen, wisst ihr jetzt. Vergesst eure tollen Abschlüsse, zeigt im Netz, was ihr wirklich drauf habt, „beweist“ eure Softskills mit authentischen Beispielen und zeigt, mit welcher Leidenschaft ihr für euer Fachgebiet brennt! Habt Mut und zeigt euch! ■



Henryk Lüderitz

»Bei meiner beruflichen Karriere war ich oft zur richtigen Zeit am richtigen Ort – und hatte Mentoren und Vorgesetzte, die mich antrieben und voranbrachten.«

Henryk Lüderitz kennt die Herausforderungen von Führungskräften aus Erfahrung: Er war selbst hoch gehandeltes Talent in einem internationalen Konzern. Seit 2012 ist er selbstständiger Coach & Trainer.

Comm4Science – communicating science beyond the lab

Mit der Comm4Science hat die biotechnologische Studenteninitiative (btS) e.V. Heidelberg eine internationale Konferenz ins Leben gerufen, bei der die Kommunikation zwischen Wissenschaftlern und der Öffentlichkeit im Mittelpunkt steht. Das Ziel der Konferenz war es, detaillierte Einblicke zu geben, wie wissenschaftliche Erkenntnisse in der Vergangenheit an die Gesellschaft herangetragen wurden und was dabei besonders gut oder schlecht lief.

Es hat sich in einigen Fällen gezeigt, dass Fehlkommunikation von Forschungsergebnissen zu Skepsis und Ablehnung der Bevölkerung gegenüber davon abgeleiteten Verfahren oder Produkten führt. Vor diesem Hintergrund sollten Lösungswege und Strategien für eine bessere Kommunikation in der Zukunft diskutiert werden. Ein Anliegen war uns dabei, den Teilnehmern in einem Workshop die Basics der Wissenschaftskommunikation mit an die Hand zu geben, um die eigenen Forschungsergebnisse jedermann transparent und verständlich erklären zu können.

Das Konzept ist jedoch nicht völlig neu, denn mit dieser Veranstaltung knüpften wir an die Tradition der „Comm4Biotech“ an, die in der Vergangenheit bereits zweimal von der btS Heidelberg und der „Nouvelle Generation des Biotechnologistes“ (NGB)



Im Workshop „Von guter Wissenschaft zur großartigen Geschichte“ lernen die Teilnehmer, ihre Wissenschaft einfach und anschaulich zu erklären.

aus Frankreich organisiert wurde und Besucher aus ganz Europa begeistern konnte. Dieses Mal nahm die btS Heidelberg allerdings die Organisation komplett in ihre Hände und richtete die Comm4Science am 6. und 7. Mai in Heidelberg aus. Die Lust auf Wissenschaftskommunikation lockte mehr als 100 Teilnehmer verschiedener Nationalitäten aus dem Labor in die Veranstaltungsräume der Comm4Science.

Nach einer kurzen Begrüßung der Konferenzteilnehmer durch Tairi Aljand gaben uns die ersten beiden Referenten, Alexander Gerber (Professor für Wissenschaftskommunikation an der Hochschule Rhein-Waal) und Ricarda Ziegler (Assistentin der Geschäftsführung bei „Wissenschaft im Dialog“), einen Überblick über die verschiedenen Aspekte der Wissenschaftskommunikation. Darauf folgte der erste „Keynote“-Vortrag von Dr. Franck Fourniol, der uns von seinem spannenden Beruf als Politikberater bei der Royal Society in England berichtete. Parallel zum Mittagessen konnten dann einige Teilnehmer



Das Organisationsteam der Comm4Science: die btS Heidelberg.

ihre Kommunikationsfertigkeiten im Workshop zum Thema „Von guter Wissenschaft zur großartigen Geschichte“ verbessern und das gerade Gelernte direkt im Plenum präsentieren. Geleitet wurde der Workshop von Dr. Damjana Kastelic (Wissenschaftlerin) und Louisa Field (Audioproduzentin bei „The Economist“).

Im nächsten Abschnitt schilderten Dr. Katrin Schaller (Stabsstelle Krebsprävention am Deutschen Krebsforschungszentrum) und Elke Decker (LifeCodexx AG) ihre Erfahrungen im Bereich Gesundheitswesen an den Beispielen von passivem Tabakkonsum und dem Pränataltest PrenaTest®. Die letzten beiden Referenten am Freitag, Dr. Ralf Wilhelm (Forscher am Julius Kühn-Institut) und Dr. Peter Nick (Professor am KIT in Karlsruhe), gaben uns Einblicke in die hochaktuelle Debatte über genetisch manipulierte Lebensmittel.

Am Samstagmorgen starteten wir dann mit zwei Vorträgen von den Wissenschaftsjournalisten Louisa Field und Adam Gristwood (Editor des EMBLetc. Magazins). Sie veranschaulichten, wie man effektiv mit Journalisten kommuniziert und seine eigene Forschung in spannenden Geschichten erzählt. Darauf folgte unser zweiter „Keynote“-Vortrag von Dr. Michael Groß, der über seine mehr als 20-jährige Erfahrung als Wissenschaftsautor berichtete. Zum Abschluss der Konferenz bekamen die Teilnehmer im Rahmen einer Podiumsdiskussion Antworten auf ihre vorher eingereichten Fragen, die im Laufe der Konferenz entstanden oder offengeblieben sind. Moderiert wurde die Diskussion von Dr. Moritz Zaiss (Science Slammer und Wissenschaftler am DKFZ) und die Fragen wurden von Louisa Field, Dr. Michael Groß, Alexander Gerber und Dr. Ralf Wilhelm beantwortet.

Mit den Referenten aus verschiedenen Disziplinen und dem heterogenen Publikum konnten wir eine anregende Atmosphäre mit lebendigem Austausch schaffen. Es entstanden spannende Diskus-



Die Podiumsdiskussion erlaubte den Konferenzteilnehmern, ihre verbleibenden Fragen an die Experten der Wissenschaftskommunikation zu richten.

sionen und die Teilnehmer empfanden die Konferenz als Bereicherung und Erweiterung ihres Horizonts. Mit diesem interdisziplinären Thema konnten wir auch das Interesse der Medien wecken: Die Rhein-Neckar-Zeitung berichtete vorab von der Konferenz und Nature Jobs führte während der Veranstaltung Interviews mit allen Teilnehmern und den Organisatoren durch und veröffentlichte einen Artikel im Nature Jobs Blog.

Abschließend möchten wir uns noch einmal ganz herzlich bei allen Referenten und Teilnehmern der Konferenz bedanken. Ohne Sie wäre diese tolle Veranstaltung mit dem aktiven Austausch an Ideen nicht möglich gewesen.

Janine Jung

Weitere Eindrücke zur Comm4Science gibt es im Nature Jobs Blog von Virginia Schutte.

http://blogs.nature.com/naturejobs/2016/09/02/highlights-from-the-comm4science-science-communication-conference/?WT.mc_id=TWT_NatureJobs



Die Workshop-Teilnehmer präsentieren ihre Arbeit den restlichen Konferenzteilnehmern.



Lokalrunden Die Vorteile der Vernetzung vor Ort

Als sich der VDSI e.V. vor ca. drei Jahren gründete, entstand aus dem bis dahin relativ lockeren Zusammenschluss einiger der großen deutschen Studierendeninitiativen (der sogenannten Kölner-Runde) ein immer enger werdendes Netzwerk, das sich seitdem kontinuierlich weiterentwickelt hat.

Der dreiköpfige VDSI-Vorstand ist ein Beispiel dafür, wie aus der einstigen Austauschrunde mittlerweile ein produktives Netzwerk geworden ist, welches sich mit vielen Projekten und großem Engagement für studentisches Ehrenamt in Deutschland einsetzt. Neben dem Vorstand unterstützen die ständigen VertreterInnen der Mitglieds-Initiativen, Arbeitsgruppen und Bereichsleiter die Arbeit des VDSI.

tungsräume, erschwerte Kommunikation mit den AStA und sogar Konkurrenz zwischen den studentischen Initiativen sind hierfür nur einige Beispiele.

Aus diesem Grund haben sich in manchen Universitätsstädten sogenannte Lokalrunden gegründet. Sie sind ein Zusammenschluss lokaler studentischer Initiativen (die nicht zwangsläufig Ableger einer VDSI-Initiative sein müssen), die sich in regelmäßigen Abständen treffen und austauschen. Die Lokalrunden sind in jeder Stadt in Bezug auf die Anzahl der Treffen und die interne Struktur unterschiedlich organisiert. Manche treffen sich alle zwei Wochen, andere zweimal pro Semester; es gibt gewählte Koordinatoren ebenso wie rotierende Vorsitzende.

Allen Lokalrunden gemeinsam ist der Wunsch, sich den Studierenden, der Universitätsleitung der verfassten Studierendenschaft und anderen am Unileben Beteiligten als geeinte und starke Stimme zu präsentieren. Der Gedanke dahinter ist die einfache Feststellung, dass Initiativen mehr erreichen und so z. B. Gehör für ihre Anliegen bei der Universität bekommen können, wenn sie zusammenarbeiten anstatt nur für sich selbst einzutreten. Dabei gibt es einige positive Beispiele, bei

Die lokale Zusammenarbeit von Inis ist nicht nur einfach wichtig. Es ergeben sich Netzwerkeffekte bei der Zusammenarbeit, welche man nicht unterschätzen sollte.

– Marwin Gaube, Lokalrunde Halle –

In Ergänzung zu den Fortschritten auf nationaler Ebene gibt es seit einiger Zeit auch eine positive Entwicklung auf lokaler Ebene. Schließlich schlägt an den Hochschulen immer noch das Herz des studentischen Engagements – hier haben die Mitgliedsinitiativen ihre Standorte, hier engagieren sich tausende Studierende und hier kommen junge Studierende das erste Mal mit der Welt der studentischen Initiativen in Kontakt.

Nichts liegt somit näher als eine Vernetzung des studentischen Ehrenamtes bzw. der studentischen Initiativen auch auf lokaler Ebene. Denn ebenso wie es spezifische Aufgaben- und Themenfelder der Initiativen auf nationaler Ebene gibt, gibt es auch individuelle Herausforderungen der studentischen Initiativen auf lokaler Ebene. Fehlende Anerkennung durch die Universität, kostenpflichtige Veranstal-

Wir können heute lernen, die Welt von morgen miteinander zu gestalten.

– Jonas, Bremen –

Bei den verschiedensten Arten von Veranstaltungen kann einem ein Netzwerk von Inis einer Stadt in jeglicher Hinsicht hilfreich sein. Dabei sind die Netzwerkeffekte, die bei einer Kooperation entstehen, nicht zu unterschätzen.

– Marwin, Halle –

denen Lokalrunden z. B. bei der Leitung ihrer Universität kostenlose Räume und eine generelle Anerkennung für studentische Initiativen erreichen konnten. Des Weiteren organisieren Lokalrunden Infomesen, auf denen sich interessierte Studierende über das lokale Angebot von studentischen Initiativen informieren können. Ein beeindruckendes Beispiel für den Zusammenschluss auf lokaler Ebene ist seit mehr als zehn Jahren der DSI in Lüneburg: Diese Lokalrunde (mit mehr als 40 studentischen Initiativen) hat es geschafft, nicht nur fester Bestandteil ihrer Universität zu werden, sondern auch für ihre Mitglieder Büroräume, kostenlose Raumbuchungen und vieles mehr zu organisieren.

Der VDSI ist sehr an der Gründung von Lokalrunden interessiert, da durch sie das studentische Ehrenamt auf lokaler Ebene gestärkt wird und die Initiativen wirkungsvolle Lösungen für ihre direkten Probleme vor Ort entwickeln können. Aus diesem Grund hat der VDSI verschiedene Projekte wie z. B. die „VDSI-Kitchen“ gestartet – hier werden lokale Initiativen dabei unterstützt, sich gegenseitig kennenzulernen und auszutauschen. Darüber hinaus besuchen Mitglieder des Vorstands Lokalrunden und stehen mit deren VertreterInnen im Austausch.

Auch wenn das Bewusstsein für Lokalrunden noch recht jung ist (bisher gibt es in Bremen, Hannover und Halle a. d. Saale durch den VDSI unterstützte Lokalrunden), gibt es bereits viele Ideen,

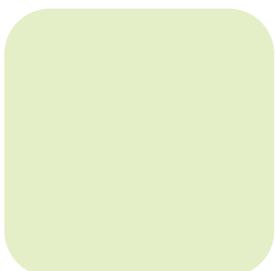
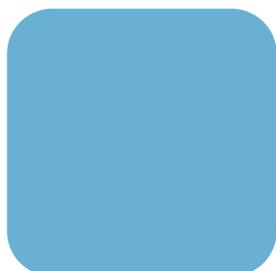
um in Zukunft in weiteren Städten das studentische Ehrenamt und den Zusammenschluss lokaler Initiativen zu fördern. Sicherlich ist es noch ein längerer Weg, bis es an den meisten Universitäten eine Lokalrunde geben wird, doch sind die Möglichkeiten, die dadurch geschaffen werden, die Arbeit definitiv wert. Dabei sind die Studierenden durch das Netzwerk des VDSI nicht auf sich allein gestellt – Hilfe gibt es bei der Gründung einer Lokalrunde ebenso wie bei der Entwicklung und Durchführung lokaler Projekte.

Sollte nun jemand beim Lesen dieses Artikels feststellen, dass eine Lokalrunde auch gut an seine bzw. ihre Universität passen würde, kann sie oder er jederzeit den VDSI-Vorstand anschreiben, um sich bei der Umsetzung Hilfe und Tipps zu holen.

■
Eric Heide

Vom Social-Media-Auftritt über die Unterstützung von der Hochschule bis hin zur Organisation von Initiativenmessen lässt sich mit einer gemeinsamen Stimme viel erreichen.

– Christoph Reinders, Lokalrunde Hannover –



Veränderungskrisen vermeiden

Menschen reagieren individuell unterschiedlich auf Veränderungen. Nicht selten führen unfreiwillige Veränderungsprozesse zu Veränderungskrisen. Doch das muss nicht sein!

Veränderung – Change – ist seit vielen Monaten ein Kernthema. Nicht nur in der Politik und in den Medien, sondern auch in den Unternehmen. Und natürlich bleiben auch wir selbst von Veränderungen nicht verschont. Je instabiler das Umfeld ist, in dem wir uns bewegen, umso höher ist die Anpassungsleistung, die wir individuell erbringen müssen.

In der Psychologie bezeichnet man die Anpassung des Verhaltens an veränderte Umgebungsveränderungen als **adaptive Reaktionen**. Der kanadisch-österreichische Endokrinologe Hans Selye, einer der Urväter der Stressforschung, hat die menschliche Reaktion auf Umgebungsveränderungen (Stressoren) jahrzehntelang erforscht und als „**allgemeines Anpassungssyndrom**“ (**Veränderungskrise**) bezeichnet. Ob ein Ereignis als unkontrollierbar, d. h. als Distress erlebt wird, hängt einzig und allein von der *individuellen Bewertung* der Veränderungs- und Anpassungssituation ab. **Distress ist ein akutes Anpassungsproblem**, das auf längere Sicht die Gesundheit beeinträchtigt und das Auftreten von Krankheiten begünstigt.

Jeder Mensch reagiert unterschiedlich stark auf die durch die Veränderungen hervorgerufenen Verschiebungen der individuellen Bedürfnisse und Wünsche. Nicht jede Veränderung verursacht Stress und nicht jede Veränderung ist negativ. Wenn wir individuell lernen wollen, mit Veränderungen entspannter umzugehen, sollten wir auf zwei Punkte achten:

1. Selbst- oder fremdbestimmt?

Freiwillig hervorgerufene Veränderungen verursachen in der Regel keinen negativen Stress, sondern im besten Fall Vorfreude und Motivation. Wir wollen die Veränderung, daher nehmen wir Verschiebungen in unserem Leben freiwillig in Kauf. Wird die Veränderung jedoch unfreiwillig von außen an uns herangetragen – zum Beispiel durch eine nicht bestandene Prüfung oder eine Kündigung –, dann verursachen diese Veränderungen im Regelfall deutlichen Stress. Wir wollen die Veränderung nicht, wir haben sie vielleicht nicht einmal erwartet – und nun müssen wir uns gegen unseren Willen anpassen. Daher prüft in jeder Veränderungssituation, ob der Change freiwillig oder unfreiwillig hervorgerufen wurde. Jede unfreiwillige Veränderung sorgt für Distress.

2. Belastung oder Beanspruchung?

In Veränderungssituationen – auch unfreiwilligen – sollten wir zusätzlich noch eine weitere Unterscheidung vornehmen. Es ist nämlich wichtig zu schauen, ob durch die Veränderung eine Belastung oder „nur“ eine Beanspruchung entsteht. Unter einer Belastung versteht man Einflüsse von außen, die **langfristig** psychisch auf uns einwirken. Demgegenüber sind Beanspruchungen **kurzfristige** Belastungszustände. Schwerer wiegen langfristige Belastungen. Sie verursachen Distress und machen dauerhaft krank.



Melanie Vogel

Melanie Vogel (www.melanievogel.com) ist Autorin des Buches „Futability® – Wie Sie Veränderungen und Transformationen bewältigen und selbstbestimmt gestalten“ (ISBN 978-3-946302-00-1, www.futability.com). Außerdem ist sie nicht nur seit fast 20 Jahren erfolgreiche Unternehmerin, sondern veranstaltet seit sieben Jahren auch die **women&work, Europas größten Messe-Kongress für Frauen, der am 17. Juni 2017 wieder in Bonn stattfindet.** Weitere Infos unter www.womenandwork.de

Mit jeder Veränderung – egal ob freiwillig oder unfreiwillig hervorgerufen – gerät unser vertrautes Umfeld in Unordnung. Nicht selten verändert sich dabei auch die berufliche und private Zukunftsplanung. Lebens- und Karriereplanungen sind heute nicht mehr geradlinig, sondern dynamisch. Erfolg im Beruf ist heute stark davon abhängig, wie sehr wir uns selbst um unsere Qualifikationen und um unser Fortkommen kümmern. Pflegen wir nicht eigenverantwortlich unsere Employability, können wir ins Hintertreffen geraten und unsere individuelle Wettbewerbsfähigkeit verlieren.

Damit das nicht passiert, wird das **persönliche Anpassungsmanagement** immer wichtiger, denn wir müssen stärker als bisher lernen, berufliche Ungewissheiten zu managen, Mehrdeutigkeiten auszuhalten, Komplexitäten zu reduzieren und mit der Dynamik unserer Welt konstruktiv umzugehen. Diese Anpassungsprozesse sind – bei allem damit vorhandenen Stress – immer auch individuelle Lern- und Entwicklungsprozesse. Es gibt vier Gründe, die Anpassungskrisen hervorrufen können:

1. Angst:

Veränderungen können Angst machen. Damit dieser Zustand nicht chronisch wird, fragt Euch: „Was brauche ich, damit ich wieder Sicherheit empfinden kann?“

2. Mangelnde Erfahrung:

Je älter wir sind, umso besser können wir im Regelfall mit Veränderungen umgehen. Wir haben genügend Kompetenzen und Erfahrungen gesammelt, die uns helfen, in neuen Situationen Ruhe zu bewahren. Sucht daher immer wieder neue Erfahrungen, lernt und bildet Euch weiter.

3. Verlust der Komfortzone:

Jede Veränderung reißt uns aus der Komfortzone. Bei freiwilligen Veränderungen fällt uns das meistens nicht auf – bei unfreiwilligen schon. Gerade in diesen Situationen stellt Euch daher die Frage: „Was bleibt?“ Im Bewusstmachen dessen, was bleibt, erlangt Ihr Stabilität.

4. Fehlendes Vertrauen:

Veränderungen fallen dann besonders schwer, wenn wir nicht in uns selbst, unser Umfeld, unseren Arbeitgeber oder unsere Führungskräfte vertrauen. Fehlendes Vertrauen führt sehr schnell zu Angst – daher stellt Euch hier die Frage: „Was brauche ich, um wieder Sicherheit und/oder Vertrauen empfinden zu können?“

Der Text ist in Teilen ein Auszug aus dem Buch von Melanie Vogel „Futability® – Wie Sie Veränderungen und Transformationen bewältigen und selbstbestimmt gestalten“.



One STEP further – die European Law Students' Association macht's möglich

ELSA, die European Law Students' Association, wartet mit einem vielfältigen Programm auf und bietet Jurastudentinnen und -studenten mehr als nur Jura und Studium – und das in allen 43 Ländern innerhalb Europas, in denen ELSA vertreten ist. Internationalität ist uns daher ganz besonders wichtig. Durch unsere grenzüberschreitenden Projekte bieten wir Studierenden die Möglichkeit, internationale Luft zu schnuppern, neue Kulturen und Rechtssysteme kennenzulernen, Kontakte zu knüpfen und einen Einblick in internationale Abläufe zu erhalten.

Eines unserer Kernprojekte sind unsere bezahlten rechtswissenschaftlichen Auslandspraktika namens STEP (Student Trainee Exchange Programme), ein nicht mehr hinwegzudenkendes Herzstück unseres Vereins. Und der Name ist Programm – den ersten „STEP“ wagen in Richtung unbekannt und aktiv die eigenen Grenzen überwinden. All das ist STEP. One STEP further.

Aber was unterscheidet STEP vom gewöhnlichen Praktikantenprogramm? Zusammengefasst sind das die individuellen Stellen und vielfältigen Arbeitgeber, die Entlohnung des Praktikanten bzw. der Praktikantin, die Abwesenheit von Teilnahme- oder Vermittlungsgebühren und die persönliche Betreuung sowie die Übernahme administrativer Abläufe durch ELSA.

STEP fußt auf dem Gedanken, dass man unabhängig von den einem selbst zur Verfügung stehenden finanziellen Mitteln die Chance erhalten soll, ein Praktikum anzutreten. Daher soll auch grundsätzlich jede Praktikumsstelle vergütet sein. Für den Arbeitgeber ist STEP abgesehen vom Lohn, der direkt an den oder die Praktikanten/-in geht, kostenlos – es fallen keine Teilnahme- oder Vermittlungsgebühren an. Für den oder die Praktikanten/

Den ersten „STEP“ wagen in Richtung unbekannt und aktiv die eigenen Grenzen überwinden. All das ist STEP. One STEP further.



Durch STEP kann man sein Studium ganz einfach mit Auslandserfahrung und viel Spaß kombinieren.

-in gilt das genauso: ELSA erhebt keine Gebühren für das Absolvieren des Praktikums.

Darüber hinaus ist STEP auf das Individuum ausgerichtet: Persönliche Beratung vor, während und nach der Bewerbung ist uns wichtig. Um den Qualitätsstandard zu wahren, findet mithilfe eines Teams auch eine erste anonymisierte Vorauswahl statt. Hier wird geprüft, welche Praktikantinnen und Praktikanten von den Kenntnissen her den Anforderungen des jeweiligen Arbeitgebers entsprechen. Die Bewerbungen, die die Kriterien erfüllen, werden dann dem Stellengeber zugeleitet, der sich selbst für eine Wunschpraktikantin bzw. einen -praktikanten entscheidet. Die ELSA-Fakultätsgruppe vor Ort kümmert sich schließlich darum, dass der oder die Praktikant/-in bestmöglich integriert wird und mit einer Unterkunft sowie Informationen rund um Land und Arbeitsplatz versorgt ist.



Insbesondere im juristischen Bereich steht man vor Hürden, da sich viele länderspezifische Besonderheiten abzeichnen. Als Jurastudent/-in ist es schwer, im Ausland juristische Arbeit wahrzunehmen, wenn man weder mit der Landessprache noch dem Rechtssystem vertraut ist. Aber STEP macht genau das möglich.

Da Individualität großgeschrieben wird, sind die Erlebnisse via STEP letztlich komplett verschieden. Ich hatte aber selbst das Glück, die organisatorische sowie praktische Seite vom Praktikantenprogramm kennenzulernen. Im letzten Amtsjahr war ich als Direktorin für STEP bei ELSA-Deutschland e.V. tätig. Daher habe ich besonders viel Energie und Herzblut in die Weiterbildung der lokalen Vorstände für STEP, meine Workshops, die Akquise von STEP-Stellen sowie die Motivation von potenziellen Be-



werbern gesteckt. Dadurch lag der Gedanke auch nicht fern, mich gegen Ende des Amtsjahres selbst um STEP zu bewerben.

Also bewarb ich mich – und mein Traum ging mit drei Praktika in Erfüllung! Eine Kanzlei in Warschau und in Göteborg und ein Gericht in Umea mit einer Gesamtdauer von zweieinhalb Monaten. Die Erlebnisse und Erfahrungen, die ich in Polen und Schweden sammeln konnte, sind für mich sowohl persönlich als auch beruflich unbezahlbar. Die Möglichkeit, viele fremde Menschen und Orte kennenzulernen, Rechtsvergleichung, Übersetzungsarbeiten sowie Recherche zu betreiben, Einblicke in zwei verschiedene Rechtssysteme zu erhalten und kulturelle Unterschiede zu erfahren – ich bin immer noch total begeistert. Beispielsweise habe ich auch das Oktoberfest am German Desk (ein Team, das sich mit deutsch-schwedischen Rechtsangelegenheiten beschäftigt) der Kanzlei in Göteborg mitorganisiert und bei der Umsetzung geholfen, was sehr viel Spaß bereitet hat. Das beste Beispiel für beiderseitigen Kulturaustausch. Denn letztlich geht es bei STEP nicht nur um die eigenen kulturellen Erlebnisse. Unsere Stellengeber profitieren davon ebenso. Und genau dieser Austausch reizt auch die verschiedensten Arbeitgeber, STEP-Praktika auszu-schreiben.

Durch STEP kann man sein Studium ganz einfach mit Auslandserfahrung und viel Spaß kombinieren. Rechtswissenschaftliche Arbeit steht hierbei im Einklang mit dem Kennenlernen eines anderen Landes, fremder Kulturen und eines neuen Rechtssystems. STEP up to Europe and beyond – wage es, wahrhaftig und nicht nur sprichwörtlich einen Blick über den Tellerrand zu werfen! ■

Text: Inga Scheel



Als Dachverband studentischer Unternehmensberatungen ist es unser Ziel, durch unsere Strukturen für Weiterbildung und Erfahrungsaustausch hervorragende junge Berater auszubilden. Die persönliche Exzellenz unserer Mitglieder spiegelt hierbei direkt die Qualität der Beratungsleistung wider, welche unsere regionalen studentischen Unternehmensberatungen anbieten.

Das Certified Junior Consultant – kurz CJC – ist ein Zertifikat, welches genau diese persönliche Exzellenz auszeichnet. Alle unsere Junior Consultants haben nach Erreichung bestimmter Zielvorgaben in verschiedenen relevanten Themengebieten die Möglichkeit, an einer Abschlussprüfung teilzunehmen. Das Zertifikat wird im Rahmen unserer Großveranstaltungen – den JCNetwork Days – feierlich übergeben.



Warum zertifizieren wir überhaupt?

Unternehmensberater kann sich jeder nennen, denn es handelt sich hierbei um keine geschützte Berufsbezeichnung. Dadurch ist die Qualität von Beratungsleistungen zwischen einzelnen Beratern natürlich stark unterschiedlich. Aber warum gibt es denn keine zentrale Zertifizierung? Hier ist ein kur-

zer geschichtlicher Ausflug notwendig: Die fehlenden Branchenstandards und Zertifizierungen lassen sich auf eine starke Lobby der führenden Strategieberatungen zurückführen, welche die initiale Diskussion um etwa 1930 abblockte. Das war ein





vorausdenkender Schachzug, denn dadurch war das einzige Kriterium, nach dem man die Qualität eines Beraters bewerten konnte, seine Arbeit für eine große Strategieberatung, welche einen guten Ruf genoss. Dadurch stärkten die großen Beratungen ihre eigenen Marken und verhinderten zeitgleich, dass sich kleine Konkurrenten als gleichwertig darstellen konnten. Seitdem konnte sich keine Bewegung für eine zentrale Zertifizierung des Beratungsberufes durchsetzen. Stattdessen entwickelten sich Nischenzertifikate wie z. B. PRINCE für Projektmanagement, Six Sigma für Qualitätsmanagement oder ITIL für IT-Projekte.

Natürlich existiert aber qualitativ hochwertige Beratung auch außerhalb großer Strategiehäuser. Besonders im Rahmen studentischer Beratung ist dies aber nicht immer sicherstellbar. Daher gibt das CJC für Kunden eine gewisse Sicherheit über die Qualität der jungen Berater. Es ist damit durchaus eine persönliche Auszeichnung, welche sich im Tagessatz des Beraters niederschlägt. Und darüber hinaus hebt das Zertifikat den jungen Junior Consultant auch für den Berufseinstieg stark von anderen ab und birgt damit einen deutlichen persönlichen Vorteil.

Was wird zur Erlangung des Zertifikates benötigt?

Hochwertige Beratung basiert für uns auf drei Voraussetzungen: Wissen, Anwendung und Erfahrung. In diesen drei Bereichen stellen wir Anforderungen an Junior Consultants, bevor diese an der Abschlussprüfung teilnehmen dürfen. Diese führen wir gemeinsam mit unserem Partner, der Unternehmensberatung UMS, durch. Im Bereich Wissen stellen wir die Anforderung, dass über 50 Stunden Schulungen aus den Bereichen Strategy, Business Excellence, Project Management, IT, Soft Skills und Finance besucht werden müssen. Diese Schulungen werden sowohl von unseren Partnern aus der Beratungsbranche, aber auch von unseren regionalen studentischen Beratungen angeboten. Darüber hinaus bieten wir auf unserer halbjährlich stattfindenden

den Großveranstaltung – den JCNetwork Days – eine Auswahl aus jeweils bis zu 50 Schulungen an. Das erlangte Wissen soll dann in Fallstudien zur Anwendung kommen, welche hauptsächlich von Unternehmenspartnern während unserer Tagungen angeboten werden. Und natürlich ist für uns auch praktische Erfahrung ein ausschlaggebender Faktor. Es muss mindestens ein Beratungsprojekt für einen Kunden absolviert werden. Darüber hinaus legen wir Wert auf Führungserfahrung in einer lokalen studentischen Beratung oder im Dachverband, zum Beispiel als Projektleiter, Ressortleiter oder Vorstand.

Durch die hohen Ansprüche erlangen nur erfahrene Junior Consultants in späteren Studienabschnitten dieses Zertifikat. Die Auflagen zu erfüllen erfordert im Durchschnitt drei aktive Semester als studentischer Unternehmensberater. Dadurch erfüllen die meisten jungen Berater jedoch nicht nur unsere Auflagen, sondern haben meist auch schon zwei bis drei erfolgreiche Praktika in der Beratung und der Industrie absolviert und haben damit sowohl Arbeits- als auch Branchenerfahrung. So können wir als Verband sicherstellen, dass unsere zertifizierten Junior Consultants hervorragende Arbeit leisten.

Nicolas Freitag





European Marketing Camp in Barcelona: Internationales Networking von Studierenden

Ende September 2016 trafen sich mehrere Studenteninitiativen zum European Marketing Camp (EMC) in Barcelona. Neben dem gastgebenden MTP – Marketing zwischen Theorie und Praxis e.V. nahmen auch Mitglieder von MARKET TEAM sowie spanische Studierende teil. Hauptorganisator des EMC war Dejan Latinovic, ehemaliger 1. Nationaler Vorsitzender von MTP und aktueller Unternehmensberater bei der esatus AG, der im Interview Auskunft gibt, wie es zu der Veranstaltung kam.

Wie kamst du auf die Idee, als Mitglied eines deutschen Marketing-Netzwerkes eine Veranstaltung in Barcelona zu organisieren?

MTP hat maßgeblich zu meinem Werdegang beigetragen: Parallel zum Studium konnte ich durch mein Engagement an Hard- und Softskills arbeiten, die mir bis heute im Berufsleben helfen. Deswegen wollte ich etwas zurückgeben. Und ich finde, 35 Jahre nach Gründung des Vereins in Deutschland darf größer gedacht werden: Eine Kooperation mit ausländischen Initiativen außerhalb unseres normalen Einzugsgebiets erschien mir der geeignete Schritt dafür.

Bisher hatte der MTP über den VDSI gute Kontakte zu anderen großen Studenteninitiativen in Deutschland. Wie bist du aber an die spanischen Studenten herangetreten?

Über den VDSI haben wir zunächst nach interessierten Initiativen gesucht. Mit MARKET TEAM haben



Dejan Latinovic (stehend links) dankt Oscar Iniesta (stehend rechts) für seinen Vortrag

wir dort einen Partner gefunden, der ebenfalls Teilnehmer zum EMC entsandt hat. Das hat sehr gut funktioniert und ist eine Bestätigung für unsere positive Zusammenarbeit im VDSI. Zu den Spaniern kamen wir über mehrere Ecken: So hat etwa unsere ehemalige Nationale Vorsitzende Lisa Marrold während ihres Auslandssemesters in Irland Studenten aus Barcelona kennengelernt, die wiederum den Kontakt zu unseren Partnern vor Ort herstellten.

Ein spanischer Marketing-Professor und ein international tätiger Agenturdirektor haben Vorträge auf Englisch gehalten. Waren die schnell zu überzeugen, beim EMC mitzumachen?

Definitiv! Martin Karaffa, Director International Planning bei BBDO, konnten wir über die bereits bestehende Förderschaft des MTP mit BBDO für die Idee gewinnen. Er ist ein Weltbürger, der bereits in vielen Ländern gearbeitet hat und uns wertvolle Inhalte über kulturelle Unterschiede näherbrachte. Das war ein richtig guter Marketingvortrag, den ich in der Qualität selten erlebt habe.



Der Vortrag von Oscar Iniesta, General Director der PR-Agentur arenalia, war durch seine Erfahrungen in großen PR-Projekten von Qatar Airways, Harley Davidson und dem FC Barcelona geprägt. Es war toll von ihm zu lernen, wie Marketing in Spanien gemacht wird. Auf ihn haben uns unsere spanischen Kollegen aufmerksam gemacht. Er war vor mehreren Semestern ihr Professor an der Uni, sodass auch hier ein warmer Kontakt angesprochen werden konnte.

Stand bei dem Treffen eher die fachliche Weiterbildung oder der internationale Austausch im Mittelpunkt?

Die Veranstaltung hatte einen klaren inhaltlichen Rahmen, der sich über alle Tage durchgezogen hat: Networking im internationalen Umfeld. Wenn junge Menschen zusammenkommen und Networking betreiben wollen, sind ein gemeinsamer Barbesuch oder eine interaktive Stadttour Angebote, die von allen Teilnehmern gerne angenommen werden. Der durchgehend zuverlässige Besuch unserer inhaltlichen Veranstaltungen zeigte, dass das Programm gut auf die Teilnehmer abgestimmt war und entsprechend angenommen wurde.

Die ersten Planungen für das Camp begannen ja schon vor mehreren Jahren. Zwischendurch gab es auch einige Rückschläge, bis dann doch alles funktioniert hat. Wie bist du damit umgegangen?

2013 scheiterte unser Vorhaben noch an den zu unbedarft gesteckten Rahmenbedingungen: Wir planten für 400 Teilnehmer und gaben die Zusage, für alle Teilnehmer Flugtickets zu finanzieren. Dies war in der vorgegebenen Zeit nicht möglich, obwohl wir später eine Fluggesellschaft dafür gefunden hatten. Aus dieser Zeit habe ich viel über die Wichtigkeit der Abgrenzung von Projektbedingungen und Erwartungsmanagement gelernt. Besonders beeindruckt hat mich, dass mein Projektteam nie den Glauben an die Veranstaltung verloren hat. Ich bin total davon überzeugt, dass sich Leidenschaft, Wille und Hartnäckigkeit am Ende immer auszahlen.



Mit wie vielen Leuten habt ihr das EMC organisiert und wie haben die Absprachen mit den Leuten vor Ort geklappt?

Das Kernteam war zum Schluss acht Leute stark. Durch die Projektdauer waren aber viele mehr am Projekt beteiligt. Jedem Einzelnen bin ich für sein Engagement sehr dankbar. Leider sprach kein Teammitglied Spanisch oder Katalanisch, sodass wir uns auf unser Englisch verlassen mussten. Das hat manchmal funktioniert, manchmal auch nicht; spannend war es allemal und kuriose Situationen sind so ebenfalls entstanden, und genau davon lebt solch ein interkulturelles Vorhaben ja auch.

Wie waren die Reaktionen der Teilnehmer nach der Veranstaltung?

Wir waren völlig überwältigt von der Begeisterung, die uns nach der Veranstaltung entgegenkam. Das hatte zum einen mit der langen Organisationsdauer und den Schwierigkeiten zu tun, die wir vorher hatten. Am Ende waren wir aber einfach nur glücklich über eine Veranstaltung, die ohne große Schwierigkeiten glatt über die Bühne ging.

Würdest du rückblickend einiges anders machen und könntest du dir vorstellen, trotz des großen Aufwandes nochmal eine ähnliche Aktion zu starten?

Natürlich würde ich die bisherigen Learnings beherzigen, um eine erneute Organisation zu vereinfachen. Glücklicherweise hat sich bereits ein Nachfolgeteam gefunden, welches das EMC auch 2017 in Barcelona organisieren möchte. Ich werde meine Erfahrung an das Team weitergeben und wo ich kann unterstützen. Und natürlich fände ich es toll, wenn dieses Interview auch dazu beiträgt, dass wir mehr Studierende anderer VDSI-Initiativen nächstes Jahr in Barcelona begrüßen können. Bis demnächst!

Das Interview führte Gerald Herde,
Nationaler Pressesprecher des MTP e.V.,
Fotos: Francisco Schulz



Kurz und prägnant punkten

Der „Elevator Pitch“

Als Student oder Berufseinsteiger finden Sie sich immer wieder in Situationen wieder, in denen Sie sich selbst, Ihre Arbeit oder Ihr Produkt präsentieren bzw. verkaufen müssen. Beispielsweise auf Karrieremessen, am Stand Ihres Wunscharbeitgebers, beim knurrigen Professor, bei dem man seine Abschlussarbeit schreiben möchte, oder ganz klassisch im Vorstellungsgespräch für ein Praktikum oder den Job nach dem Studium. All diese Situationen können immens wichtig für Ihre berufliche Zukunft sein und haben eine Gemeinsamkeit: den Faktor Zeit.

Auf der Messe stehen hinter Ihnen wahrscheinlich weitere 20 Kandidaten in der Schlange, der Professor muss in die nächste Vorlesung und der Personaler hat auch nicht den ganzen Tag Zeit, um sich Ihre Lebensgeschichte anzuhören. Diese Dialoge sind bezeichnend für die Sprossen auf der Karriereleiter, die Sie auf dem nicht ganz einfachen Weg nach oben überwinden müssen.

Wir zeigen Ihnen eine gute Methode, mit der Sie sich bei diesen Gelegenheiten **perfekt vermarkten** und in kürzester Zeit Ihr Gegenüber **von sich überzeugen**.

Stellen Sie sich vor, Sie stehen zufällig mit Ihrem Traumarbeitgeber in einem Aufzug und fahren in den 7. Stock. In den nächsten 60 Sekunden haben Sie die einmalige Chance, die andere Person davon zu überzeugen, dass **Sie, und nur Sie**, das Zeug für ein Praktikum/eine Masterarbeit/einen Job in ihrem Unternehmen haben. Dieses Szenario beschreibt den Grundgedanken hinter der **Elevator-Pitch-Methode**.

Ziel des Elevator Pitch ist es, **kurz, einfach, anschaulich und strukturiert** zu präsentieren, **wer man ist, was man kann / aktuell macht und was man will**.

Wer bin ich?

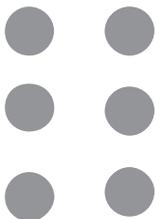
Hinter der Aufforderung in Bewerbungsgesprächen „Erzählen Sie mal kurz von sich“, verbirgt sich keineswegs (nur) das Interesse an Ihrer Schulzeit oder Ihrer Passion für Ihr Lieblingshobby.

Zählen sie **kurz** die Eckdaten und Kerninformationen Ihres Werdegangs auf, die für das jeweilige Anforderungsprofil relevant und wichtig sind.

Formulieren Sie diese Aufzählung so **einfach** wie möglich. Machen Sie sich im Voraus Gedanken über die Details und lassen Sie all jenes weg, das für die Story nicht unbedingt notwendig ist, und konzentrieren Sie sich auf das Wesentliche.

Gestalten Sie die übrig gebliebenen Informationen so **anschaulich** wie möglich, um von Anfang an einen guten Eindruck zu machen. Erwähnen Sie grundsätzlich nichts Negatives, sondern betonen Sie positive Erfahrungen und bringen Sie Ihre Begeisterung für die Aufgabe zum Ausdruck.

Gehen Sie bei der Beschreibung Ihrer Person chronologisch und **strukturiert** vor, sodass ein klarer roter Faden zu erkennen ist. Fangen Sie mit Ihrer



Stärken finden und fördern - ein Gespräch mit dem Mentorensprecher des juFORUM

Im Jahr 2004 wurde das Mentorenprogramm im juFORUM ins Leben gerufen und ist seither fester Bestandteil des Vereinsprofils. Die Mentor*innen sind meist ehemalige Teilnehmer*innen von Jugend forscht und besitzen unmittelbare Erfahrungen mit diesem Wettbewerb, die sie an zukünftige Teilnehmer*innen weitergeben möchten. Auf Seminaren für Schüler*innen und Lehrer*innen informieren sie über Jugend forscht und über verschiedene Möglichkeiten, wie man Schüler*innen für Naturwissenschaften begeistern kann. Die Mentor*innen kommen aber auch direkt an Schulen, um den Schüler*innen von ihren Erfahrungen zu berichten.

Ekaterina (E): Johannes, du leitest seit dem 16. JungforscherCongress in Hannover/ Hildesheim das Mentorenprogramm im juFORUM. Wie kam das Programm zustande und wie seid ihr dazu gekommen?

Johannes (J): Das Mentorenprogramm gibt es schon seit 2004 und es wurde seitdem sukzessive auf- und ausgebaut. Die Ausrichtung hat sich immer wieder ein wenig verändert, mittlerweile hat sich aber ein Fokus auf außercurriculäre Workshops etabliert. Ich bin seit ca. 2014 selbst als Mentor aktiv gewesen und hatte viel Spaß dabei, weshalb ich das Amt 2015 gerne übernommen habe.

E: Wie geht dein Team beim Mentoring vor?

J: Das hängt vom Einzelfall ab. Im Gegensatz zur Schule geht es uns beim Mentoring darum, das vorhandene Potential des Mentee zu eruieren und dann bestmöglich zu fördern – aber auch zu fordern.



Johannes beim Workshop mit dem Mentorenteam in Hannover.



Konkret bedeutet das, dass wir grundsätzlich erst einmal mit jedem Mentee ein längeres Gespräch über seine Arbeit oder sein Forschungsthema führen, um herauszufinden, wo er steht, bevor wir dann schauen, wie wir am besten fördern können. In größeren Gruppen ist das natürlich nicht möglich, da versuchen wir den Schnitt der Gruppe zu erfassen und dann entsprechend thematisch so zu agieren, dass keiner abgehängt wird, aber sich auch niemand langweilt.

E: Was ist für dich die größte Herausforderung beim Mentoring?

J: Herauszufinden, wie ich den Mentee am besten darin fördern kann, sein vorhandenes Potential auszuschöpfen. Manchmal sind die Stärken offensichtlich, aber teilweise ist gerade das Offensichtliche nicht der richtige Ansatzpunkt, weil eigentlich eine übergeordnete Fähigkeit gefördert werden kann, z.B. logisches Denken statt Physik-Skills.

E: Du bist nicht alleine Mentor, sondern leitest ein ganzes Team von Mentor*innen. Wie nimmst du deine Führungsposition wahr?

J: Größtenteils als Ideengeber und Organisator, manchmal auch als Antreiber und Motivator. Ohne Teamwork läuft bei uns nichts, da die Mentor*innen alle über einen einzigartigen Erfahrungs- und Skillset verfügen. Wenn ich es schaffe, dass sich gegenseitig ergänzende Teams bilden und somit aus meinen Ideen fertige Workshops oder Projekte entstehen, habe ich meine Aufgabe, glaube ich, gut erfüllt. Ich sehe mich nicht wirklich als CEO, sondern eher als primus inter pares.

E: Wenn sich jetzt jemand spontan vorstellen kann, Mentor*in für Schüler*innen zu werden, was rätst du dieser Person? Was ist der erste Schritt?

J: Sich als Mentor*in anzumelden! Danach gucken wir dann, in welchem Bereich die Person am liebsten aktiv werden möchte und ob sie vielleicht sogar schon Kontakte zu Schulen, Schülerforschungszentren oder ähnlichem hat, die sie nutzen möchte. Falls nicht, stellen wir über das Mentorenprogramm die notwendigen Kontakte her und dann kann es auch schon losgehen.

E: Welche Fähigkeiten sollte ich als Mentor*in mitbringen?

J: Am wichtigsten ist der Spaß daran, anderen dabei zu helfen, die Welt ein bisschen besser zu verstehen. Danach kommt Organisationskompetenz, Geduld und – weil das Absprechen von Lehrern nicht immer einfach ist – eine gewisse Frustrationstoleranz. Aber diese drei Sachen lernt man problemlos während des Mentorings.

E: Und was habe ich selbst davon?

J: Neben dem Spaß entwickelt man viele wertvolle „Soft-Skills“, lernt eine Menge über verschiedene wissenschaftliche Fachgebiete und ist in der Lage, einen Dampfplauderer von jemandem mit Ahnung zu unterscheiden. Gerade das zahlt sich sowohl auf der Arbeit als auch in der Uni oft genug aus!

E: Du studierst Veterinärmedizin in Hannover. Kein Studium, was man so nebenbei absolviert.

J: Angeblich ist das so – ich finde, das ist alles eine Frage der Organisation. Der Tag hat 24 Stunden und wenn man von denen acht in der Uni ist und sechs schläft, hat man immer noch zehn Stunden für Hobbys, das ist eigentlich ausreichend. Aber manchmal ist es doch so viel, dass ich froh bin, auf ein motiviertes Team zurückgreifen zu können!



Das Mentorenprogramm im juFORUM soll Schülerinnen und Schüler zur Teilnahme an wissenschaftlichen Wettbewerben motivieren und sie begleiten.

E: Keine Ermüdungserscheinungen?

J: Noch nicht so richtig, die Arbeit als Mentorensprecher ist ja nicht nur Arbeit, sondern macht auch Spaß und lädt den Akku wieder auf. Gerade weil ich an meiner Uni nur Tiermediziner habe, ist es dann eine angenehme Abwechslung, wenn ich abends dann mal komplett andere Fragestellungen und Herausforderungen bearbeite.

E: Hast du eine Vision für das Programm? Und wenn ja, welche Rolle spielst du dabei?

J: Mein Ziel ist es, dass das juFORUM und das Mentorenprogramm zu einem festen Bestandteil in der schulischen Bildungsszene werden und wir nicht mehr nach Projektpartnern suchen müssen, sondern von Lehrern oder Jugendzentren angesprochen werden. Um das zu erreichen, werde ich, solange ich im juFORUM bin, bei jeder passenden Möglichkeit das juFORUM bekannt machen und für neue Workshop-Ideen sorgen – bis unser Logo keiner Erklärung mehr bedarf! ■

*Das Interview führte Ekaterina Ilin
Deutsches Jungforschernetzwerk – juFORUM e.V.*



l. Andreas Kießling, r. Johannes Schmidt-Mosig, Mentorensprecher im juFORUM.

Studentisches Engagement ist Zeitverschwendung

Studentisches Engagement ist zeitraubend und frustrierend. Man könnte seine Zeit sicher deutlich besser woanders investieren, tönt es von Seiten derer, die lieber einen großen Bogen um die Stände der Studierendeninitiativen schlagen. Als eine Studentin, die auf der anderen Straßenseite mit kostenlosem Kaffee winkt und versucht, sie für unbezahlte Arbeit zu gewinnen, sage ich: Recht haben sie und trotzdem sollten sie es tun!

Das Wichtigste vorab: Du bist hier an der Uni und hast zu studieren. Für dich als Student*in ist das die erste Priorität und es wäre unklug, die Chance, vergleichsweise günstig an ein exzellentes Lehrangebot (wtf USA) zu kommen, verstreichen zu lassen. Ablenkungen sind da wirklich nicht angebracht und auch zeitlich nicht unterzukriegen. Naturwissenschaftler*innen und Medizinstudierende können davon ein Liedchen singen. Und nicht nur sie.

Apropos Geld. Wer sich aktiv für das studentische Engagement entscheidet, muss damit rechnen, das Wort Regelstudienzeit aus dem eigenen CV zu streichen. Das ist womöglich ein Nachteil für



Im Studium kann man die Chance nutzen, neue Horizonte zu erkunden...

Das studentische Engagement ist ein Experimentierfeld für das Leben. Die Gelegenheit, dort zu spielen und sich auszuprobieren, sollte man einfach nicht verpassen.

... unbekannte Wege zu beschreiten...

die Karriere. Besonders dann, wenn der Chef später nichts mit deiner ehrenamtlichen Arbeit anzufangen weiß, die du als Grund für die Verzögerung angibst. Ganz konkret aber kosten zusätzliche Semester bares Geld und das muss auch irgendwo herkommen.

Selbst dann, wenn du die Zeit in deinem Studienplan unterbringen kannst: Wieso solltest du deine freie Zeit für studentisches Engagement opfern? Niemand kann dir die angepriesenen Vorteile garantieren. Die Wahrscheinlichkeit, etwas anderes zu bekommen, als du erwartet hast, ist hoch. Insbesondere, wenn du dich das erste Mal engagieren möchtest und nicht sicher weißt, was auf dich zukommt. Statt Abenteuern und spannenden Erlebnissen steht man dann eben in der Kälte und verteilt Heißgetränke an desinteressierte Koffeinjunkies.

Wovon du ausgehen kannst: Es ist frustrierend. Deine Arbeit verschwindet womöglich im schwarzen Loch der vergeblichen Mühen. Viel, was im Verein geschieht, ist ineffektiv und trägt dir auch keine neuen Kenntnisse ein. Außerdem kannst du niemanden zwingen. Alle Arbeit ist freiwillig und deine Mitstreiter*innen sind vielleicht nett, lassen sich aber ständig bitten. Obendrein steckst du auch noch mitten in dieser Alterskohorte, du wirst diese Menschen nicht los. Das werden eines Tages deine Kolleg*innen und Nachbar*innen. Holt. Mich. Hier. Raus.

Wenn ich an dieser Stelle aufhören würde, würde ich wohl den Kaffee abstellen, das Vereinsshirt auf der Stelle entsorgen und meiner Wege gehen. Doch ich stehe immer noch hinter dem improvisierten Tresen aus Bierbänken und reiche Kekse an vorbeiströmende jungen Menschen. Warum?

Fakt ist: Das Kegelklub-Klischee vom Stammtischgerede und dem Dauerzwist unter den Mitgliedern gäbe es nicht, wenn gar nichts dran wäre. Doch es ist eben nur ein Klischee. Du kannst wirklich etwas bewegen! Viele Initiativen arbeiten sehr professionell, veranstalten eigene Messen, Kongresse, setzen erfolgreich Charity-Projekte um oder beraten Unternehmen. Beim Blättern in diesem Heft wird das offenkundig.

„Persönliche Entwicklung, die das Studium abrundet.“ Klingt verklausuliert, passiert aber schneller, als du glaubst. Der Haken ist: Bis es dir passiert, weißt du nicht, dass du es gebraucht hast. Erst wenn du in einer Mitgliederversammlung Mehrheiten zusammen bekommen musst oder im Team die Motivation hochhalten sollst, lernst du die Kniffe und Tricks. Und zwar ganz einfach in der Praxis. Viele Initiativen unterstützen dich sogar dabei, indem sie dir in Workshops und Seminaren die Grundlagen diverser Fähigkeiten vermitteln, vom Motivationstraining bis zur PowerPoint-Präsentation, die du dann sofort am lebenden Objekt ausprobieren kannst.



... und ungewohnte Perspektiven einzunehmen – auch wenn der Nutzen nicht auf den ersten Blick erkennbar ist.

Du lernst Menschen kennen, die nicht in der Filterblase deiner fachlichen Interessen schweben. Du kommst rum in Deutschland, wenn du zu Kongressen, Workshops und Versammlungen fährst.

Noch ein Argument für dein Gewissen gefällig? Du bist genervt von deinen unpolitischen, bequemen Altersgenoss*innen mit ihren eskapistischen Hobbys? Am schnellsten bekommst du immer noch deine eigene Nase zu fassen.

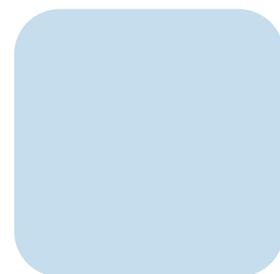
Und ganz nebenbei: Du kannst es auch wieder lassen. Jederzeit. Du kaufst keine Waschmaschine und keinen Zweijahresvertrag. Den Mitgliedsbeitrag kann man in den meisten Fällen verschmerzen, drei Cocktails weniger im Jahr kann man verkraften.

Letztendlich – und das ist der Moment, wo das T-Shirt und der Kaffee da bleiben, wo sie sind – hast du Gestaltungshoheit über dein Leben, auch während des Studiums. Mach, was dir wichtig ist. Du weißt nicht, was dir wirklich am Herzen liegt? Beim Studieren findest du es nicht heraus. Das Curriculum beinhaltet in der Regel nicht das Hinterfragen des Studiums an sich. Das studentische Engagement ist ein Experimentierfeld für das Leben. Die Gelegenheit, dort zu spielen und sich auszuprobieren, sollte man einfach nicht verpassen.

So kommen Zeitverschwendung und sinnvolle Tätigkeit schließlich zusammen: Dein Studium ist die Zeit, in der du dir Türen öffnest und über den Tellerrand blickst. Allzu große Zielstrebigkeit hingegen verengt die Anzahl der Möglichkeiten auf das, was du dir vor dem Studium vorgenommen hast. Und bist du dir wirklich sicher, dass dein Post-Abi-Ich die Weisheit gepachtet hat, die du für den Rest deines Lebens brauchst? ■

Ekaterina Ilin

Deutsches Jungforschernetzwerk – juFORUM e.V.



Kurz durchatmen und dann weg damit

Wie richtiges Aufräumen das Studieren und Leben verändern kann.

Auf dem Boden stapeln sich Papierberge, über dem Stuhl türmen sich Klamotten, die Regale sind vollgestopft und im Bad fallen dir angebrochene Probchen entgegen, wenn Du den Schrank aufmachst? Wenn Du Dich davon nicht beeinträchtigt oder gebremst fühlst: Herzlichen Glückwunsch, dann lass es so. Vielen Menschen aber geht das Chaos insgeheim auf den Wecker. Einige merken schon gar nicht mehr, dass ihre Aufschieberitis, ihre Ziellosigkeit und ihr Stress etwas mit der äußeren Unordnung zu tun haben, die auch jede innere Klarheit verhindert.

Aufräumen kann das Leben verändern. Aber es muss richtig geschehen. Das sagt die Japanerin und Ordnungs-Fanatikerin Marie Kondo in ihrem Buch „Magic Cleaning“, das wir allerwärmstes empfehlen.

Die wenigsten haben Aufräumen gelernt

„Erst einmal aufräumen“. Der Gedanke kommt Dir bekannt vor, wenn Du eigentlich für die Statistik-Klausur lernen musst? Was wäre, wenn es schon aufgeräumt ist und sich dieser Zustand dank der richtigen Methode auch nicht wesentlich verändert? Welche Energien, Ideen und Entscheidungen werden in Dir freigesetzt, wenn Du nicht mehr „erst einmal aufräumen“ musst? Ein spannendes Experiment.

Das Problem: Richtig aufräumen haben die wenigsten gelernt. Und die Erinnerungen an wütende Elternteile, die tadelnd im Türrahmen des Kinderzimmers stehen, weil es schon wieder aussieht wie bei Hempels unterm Sofa, machen das Aufräumen nicht zu dem Fest, das es nach Marie Kondo eigentlich sein könnte. Es ist lästig und die reinste Sisyphos-Arbeit!

Erst Ausmisten, dann aufräumen

Das muss nicht sein, wenn man dem entscheidenden Prinzip der ausgefuchsten Japanerin folgt: Erst wegwerfen, dann aufräumen. Richtig aufräumen bedeutet aber nicht, all die Dinge, die wir nicht brauchen und die uns nicht glücklich machen, in

Schubladen unsichtbar zu machen. Die meisten von uns belasten sich mit zu viel Zeug, oft eine Folge von fragwürdigen Glaubenssätzen. Geschenke muss man behalten. Bücher darf man nicht wegwerfen. Was man eines Tages gebrauchen könnte, das behält man am besten. Solche Haltungen zu hinterfragen, kann der erste Befreiungsschlag auf dem Weg zu einem schönen Zuhause sein, das einen dabei unterstützt, klarer und effizienter zu arbeiten und zu studieren und vor allem: sich wohler zu fühlen.

Der zweite wichtige Grundsatz, der sich von gängigen Ordnungstipps deutlich abhebt: Keine Räume oder Schränke aufräumen, sondern Dinge. Und zwar fein säuberlich nach Kategorien geordnet. Erst kommen die Klamotten dran, dann Papierkram, Bücher und zum Schluss persönliche Gegenstände und Erinnerungsstücke. Wir zerren die Dinge aus allen Ecken, wo sie lauern, werfen sie auf einen Haufen und dann geht es los. Nacheinander. Kategorie pro Kategorie.

Macht es dich glücklich?

Bei Marie Kondo klingt es etwas esoterisch, sie rät aber trotzdem eindringlich dazu, es auf diese Weise zu probieren: Nimm jedes Teil, und zwar wirklich jedes einzelne Teil, in die Hand, halte kurz inne und frage dich: Macht mich das glücklich? Falls nein: Weg damit. Weil diese Entscheidung gar nicht so leicht zu treffen ist, rät Marie Kondo dazu, die Kategorien in einer bestimmten Reihenfolge abzuhaken, um in Übung zu kommen. Am leichtesten ist es, mit den Klamotten zu beginnen. Wenn auf diese Weise ein bis zwei Drittel Deiner Kleidung wegfallen, wäre das kein Wunder. Wie viele schlecht sitzende Hosen ziehst Du doch nie an? Wie gerne trägst du das T-Shirt, dessen Farbe dir nicht so ganz steht? Es ist radikal, das alles wegzugeben (an Bedürftige zum Beispiel). Aber Du hast es verdient, Sachen zu tragen, die du magst und die dich besonders gut aussehen lassen. Vorteil: Einmal vor Augen geführt, wie viele Klamotten Du doch nie oder nicht gerne angezogen hast, wirst Du auch in Zukunft lieber schöne Lieblingsstücke von guter Qualität kaufen und dabei eine Menge Geld sparen.



26. Oktober 2016. DB-Lounge am Stuttgarter Hauptbahnhof. Ein Cappuccino steht auf dem Tisch vor mir, neben meinem Tablet mit der offenen E-Mail-App. Es ist 10:52 Uhr. Noch circa 25 Minuten bis mein Zug fährt. Um mich herum sitzen Geschäftsleute im Anzug, ein älteres Ehepaar und eine Mutter mit ihrem Sohn. Ich steche ein bisschen heraus: Ein Student, mit Jeans, T-Shirt und Kapuzenpulli, ein bisschen verschlafen. Ich komme gerade von unserer Geschäftsstelle Tübingen, bei der ich am Tag zuvor zusammen mit dem Standortvorstand eine Strategie für deren Amtszeit erarbeitet habe.

Noch 15 Minuten bis mein Zug abfährt. Heute geht es nach Oldenburg. Dort findet ein Informationsabend statt, an dem neue Mitglieder angesprochen werden sollen. Ich wurde eingeladen, um auch etwas zu mir oder vielmehr meiner Laufbahn bei MARKET TEAM – Verein zur Förderung der Berufsausbildung e.V. zu erzählen. Doch wer bin ich eigentlich? Ich beantworte die letzte Mail, trinke meinen Cappuccino aus und gehe zum Gleis.

Wer ich sein soll weiß ich ganz genau: Seit dem 1. August bin ich Teil des dreiköpfigen Bundesvorstandes von MARKET TEAM. Zusammen mit meinen Kolleginnen Ann-Kathrin Sobotta und Rahel Achterberg leite ich ein Jahr lang den Verein und wir geben unser Bestes, um MARKET TEAM weiterzuentwickeln. Dazu gehört auch, dass man die einzelnen



„Bei MARKET TEAM habt ihr eine Spielweise, auf der ihr euch austoben könnt und wir glauben an das Potential in jedem einzelnen von euch, dass ihr genau das schaffen könnt, was ihr wollt.“

Geschäftsstellen besucht, Ansprechpartner der 1. Vorsitzenden ist und bei Problemen beratend zur Seite steht sowie verschiedene Ressorts im Verein betreut.

Ihr seht schon, mit der Wahl in so ein Amt geht eine große Verantwortung einher. Dieser Posten sollte also nach Möglichkeit von einem erfahrenen Mitglied ausgeführt werden. Jemand, der den Verein in möglichst vielen Facetten kennt und bereits viel Erfahrung bei MARKET TEAM gesammelt hat.

Doch das war ich nicht. Ich bin heute fast auf den Tag genau ein Jahr Mitglied bei MARKET TEAM. Zunächst war ich drei Monate lang Vorstand für Presse & PR in meiner Geschäftsstelle Halle (Saale), einmal Delegierter und noch nie vorher auf Bundesebene in unserem Verein aktiv. Ich wusste augenscheinlich wenig über den Verein, seine Strukturen und das Amt des Bundesvorstandes.

15:24. Zwanzig Minuten Aufenthalt in Hannover, bevor es weiter nach Oldenburg geht. Schnell zum Bäcker und ein Brötchen zur Stärkung. Als auf dem MT-Konferenzwochenende in Halle (Saale) Ende Juni der neue Bundesvorstand gesucht wurde, habe ich mich trotzdem aufstellen lassen, ohne genau zu wissen, was auf mich zukommt. Das Einzige was ich wusste war, dass ich meine Komfortzone definitiv mehr als nur ein bisschen verlassen müssen würde. Der Respekt war und ist da. Ich wurde gewählt, was surreal war.



17:32. Ankunft in Oldenburg. Jetzt schnell den Bus zur Universität bekommen, sonst komme ich noch zu spät zum Info-Abend. Meine Kollegin Rahel holt mich von der Bushaltestelle ab und wir gehen zusammen rein. Der Raum ist voll mit unbekanntem Gesichtern – ein gutes Zeichen. Ich begrüße die MARKET TEAM-Mitglieder und auch die Interessierten, setze mich und erlebe einen Info-Abend mal aus einer anderen Sicht. Aus der Sicht des Bundesvorstandes. Vor einem Jahr gehörte ich noch zu der Fraktion der Unwissenden.

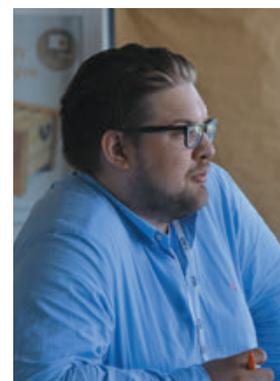
Es hat auch noch einige Zeit nach dem Informationsabend gebraucht, bis ich verstanden habe, wofür MT steht und heute soll ich genau das erklären. Doch in der kurzen Zeit, in der ich jetzt Bundesvorstand bin, durfte ich jetzt schon viele Erfahrungen machen, die ich ohne dieses Amt wohl nie gemacht hätte. Und ich kann heute ganz genau erzählen, für was MARKET TEAM für mich steht. Nach kurzer Zeit ist die Präsentation zu Ende und es geht in kleinen Gruppen darum, die Fragen der Interessierten zu beantworten. Dazu gibt es Pizza und ein paar Bier. Ein geselliger Abend.

Ich erzähle über die Projekte, die es bei MARKET TEAM gibt, die Weiterbildungsmöglichkeiten, die jedes Mitglied bei uns erfahren kann und ich erzähle

von der Möglichkeit, die mir MARKET TEAM geboten hat, die wir jedem bieten können. Jemand lacht; ich bin kurz nervös. Er guckt mich an und sagt: „Man merkt, dass dir MARKET TEAM wichtig ist und es dir Spaß macht. Deine Augen strahlen.“ Ich fang an zu grinsen und stimme ihm zu; alles ist gut. Was mich vor einem Jahr noch an den Rand eines Nervenzusammenbruchs gebracht hätte, fällt mir nun leichter. Mit fremden Menschen reden, über das, was mir Spaß macht. Über MARKET TEAM.

22:23. Der Info-Abend ist zu Ende. Und eine Frage kann ich euch jetzt auch beantworten. Ich bin ganz eindeutig Bundesvorstand bei MARKET TEAM. Ein Bundesvorstand, der vielleicht noch nicht alles über die Vereinsgeschichte weiß und noch nicht auf 10 Delegiertenversammlungen über Satzungsänderungen entschieden hat. Aber ein Bundesvorstand, der für MARKET TEAM brennt, der etwas bewegen will und vor allem bin ich ein Mitglied von MARKET TEAM, das sich einfach mal auf die Reise aus seiner Komfortzone gemacht hat. Denn das ist, was ich den Interessierten in Oldenburg gesagt habe: „Bei MARKET TEAM habt ihr eine Spielwiese, auf der ihr euch austoben könnt und wir glauben an das Potential in jedem einzelnen von euch, dass ihr genau das schaffen könnt, was ihr wollt.“

Jan Klaschus



„Snapchat sucht sich seine Werbekunden selbst aus“

Beim 8. Digital Marketing Congress des MTP – Marketing zwischen Theorie und Praxis e.V. in Köln diskutierten über 100 Studenten, Professionals und Wissenschaftler aktuelle Trends im Digitalen Marketing. Die beteiligten Unternehmen lobten dabei die hohe Qualität der ausschließlich von Studierenden organisierter Veranstaltung.

Den tiefgreifenden Wandel zu unserer heutigen Informations- und Wissensgesellschaft, dem sich die globale Wirtschaft und insbesondere auch die Marketingdisziplin stellen müssen, hat MTP bereits vor vielen Jahren erkannt. Daher hat der Verein neben seinen bestehenden Veranstaltungen – mit dem renommierten Fachkongress Marketing Horizonte an der Spitze – im Jahr 2010 ein neues Veranstaltungsformat in sein Portfolio aufgenommen.

Der Digital Marketing Congress (DMC) macht es seitdem möglich, die Technologien der Zukunft schon heute zu erleben. Gemeinsam mit führenden Unternehmen und Agenturen der Branche werden Ideen ausgetauscht und die aktuellsten Themen im Bereich des Digitalen Marketings aufgearbeitet und diskutiert. Die studentischen Teilnehmer profitieren



dabei von den Erfahrungen der Praktiker, während die Unternehmen neue, frische Ideen des akademischen Nachwuchses erhalten. Eine klassische Win-Win-Situation also.





Diskussion über zukünftige Kundenansprache

Höhepunkt der Veranstaltung war eine von Holger Geißler, Head of Research und Sprecher des Marktforschungsinstituts YouGov, moderierte Podiumsdiskussion. MTP-Mitglied Nina Proenen, Digital Marketing Consultant des Cloud-Software-Anbieters Salesforce, erklärte gleich zu Beginn, dass Omni Channel Marketing (OCM) dann gut funktioniert, wenn alle digitalen Kanäle sinnvoll miteinander kommunizieren und die Angebote den jeweiligen Kunden entsprechend personalisiert werden. Ausgerechnet die mit über 500.000 Followern bekannte YouTube-Influencerin Diana zur Löwen betonte, dass auch der Print-Bereich nicht sterben werde und ebenfalls zu erfolgreichem OCM gehöre, da ein haptisches Erlebnis durch die Digitalisierung nicht ersetzbar sei. Die Runde war sich einig, dass Unternehmen häufig keine klaren Ideen und Strategien hätten, wie sie mit neuen sozialen Medien wie Instagram und Snapchat umgehen. Johst Klems, geschäftsführender Gesellschafter der Social Media-Agentur earnesto, bestätigte dies und warnte sogar: „Snapchat sucht sich seine Werbekunden selbst aus!“ Im Hinblick auf den täglichen Kontakt von Marken und Kunden unterstrich er zudem die unbedingte Notwendigkeit von zielgruppenrelevantem, kanaloptimiertem Content.

Die Veranstaltungsreihe wird fortgesetzt

Auch 2017 wird es wieder einen spannenden Digital Marketing Congress von MTP geben. Engagierte Studierende bereiten die neueste Ausgabe der Fachtagung mit großem Enthusiasmus vor, diskutieren über aktuelle Themenschwerpunkte, akquirieren Sponsoren und sprechen mögliche Fachreferenten in Unternehmen, Agenturen und Hochschulen an. Damit auch die folgende bundesweite Veranstaltung wieder neueste Trends in Theorie und Praxis zusammenführen kann, ganz im Sinne des Leitmotivs von MTP. ■

Gerald Herde,

Nationaler Pressesprecher MTP e.V.

Fotos: Samuel Simon

Omni Channel Marketing als Thema

Beim DMC 2016 lautete das übergreifende Thema „Omni Channel Marketing“. In Vorträgen, Workshops und einer Podiumsdiskussion wurde diskutiert, welche neuen Chancen es für eine effektive Kundenansprache gibt und welche Kommunikationskanäle in welchen Branchen besonders gefragt sind. Für die Organisation der Veranstaltung und das Engagement der Teilnehmer gab es viel Lob von den Unternehmen.

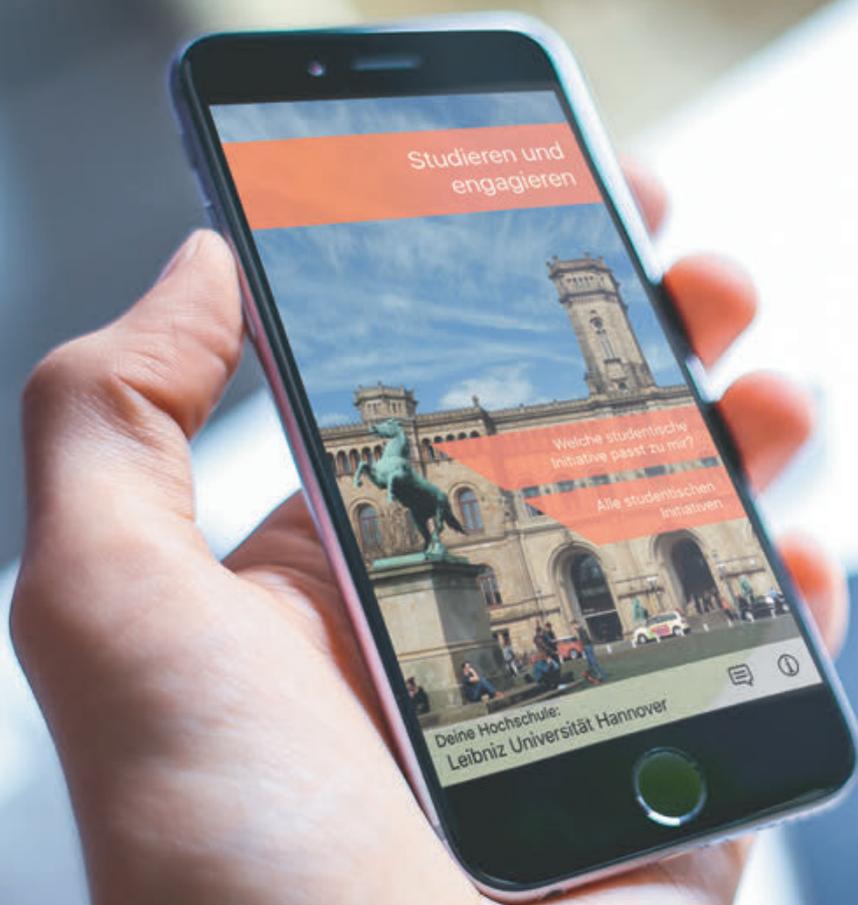
„Unsere Erwartungen wurden deutlich übertroffen und wir nehmen aus jeder Idee der Teilnehmer etwas mit“, freute sich Hendrik Wruck, Senior E-Commerce-Manager DACH von Unilever, über die Ergebnisse seines Workshops. Die Kurzpräsentationen der studentischen Teilnehmer zeigten Möglichkeiten auf, wie das Eiscreme-Geschäft des niederländisch-britischen Weltkonzerns zum digitalen Erfolgsmodell werden kann. Neben Unilever boten auch Bayer, Google und Cintellc Consulting Workshops an. Prof. Dr. Hernán Bruno von der Universität zu Köln betrachtete in seinem auf Englisch gehaltenen Professional Workshop mit Inhalten auf MBA-Niveau die digitale Transformation aus einer fundamentalen Perspektive.





Get involved

Der Wahl-O-Mat für studentische Initiativen



Wenn man als Erstsemestler an die Universität kommt, sieht man sich meistens erst einmal mit einer neuen Welt konfrontiert. Man muss den Campus erkunden, eine Unterkunft finden, viele neue Menschen kennenlernen, sich mit den individuellen Regeln, für das Einschreiben in Kurse und das Anmelden zu den für Prüfungen auseinanderzusetzen und so weiter. Dabei gehen die vielen studentischen Initiativen, die es an der Universität gibt, oft unter. Denn oft fehlt schlichtweg die Zeit sich am Anfang des Studiums das große Angebot an verschiedenen Initiativen anzusehen, um die Beste für sich zu finden.

Um diesem Problem ein Stück weit zu begegnen wurde von Christoph Reinders von der Initiative Enactus in Hannover die App „Get Involved“ entwickelt. Mit dieser für Android und iOS erhältlichen App haben Studierende eine einfache Hilfe, beim Finden der für sie am besten passenden Initiative. Dabei funktioniert die App, wie der „Wahl-O-Mat“, den es zu vielen Landtagswahlen und der Bundestagswahl gibt. Man beantwortet einige Fragen entsprechend seinen persönlichen Interessen und die App macht einem daraufhin Vorschläge, welche stu-

dentischen Initiativen prozentual am besten zu einem passen könnten. Dabei werden in einer Liste aber nicht nur die Initiativen angezeigt, die zu seinen Interessen passen, sondern auch die, die sonst noch an der Universität aktiv sind. Auf diese Weise erhält man eine gute Übersicht über das Angebot an seiner Universität und da jede Initiative eine Kurzbeschreibung, sowie Kontaktinformationen hinterlegt hat, erhält man alle wichtigen Informationen auf einem Blick. Somit steht dem Engagement in einer studentischen Initiative nichts mehr im Weg.

Die App lässt sich kostenlos herunterladen und ist bereits in einigen Städten gestartet.

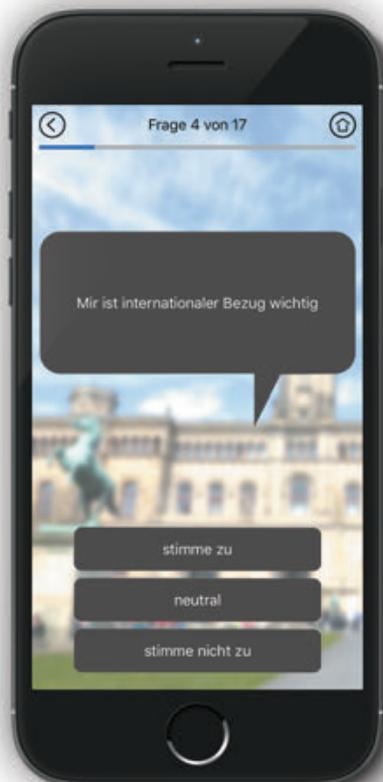
Schon bald soll die App an weiteren Universitäten verfügbar sein. Ab 2017 wird die App für alle interessierten studentischen Initiativen geöffnet. Das heißt, dass sich jede studentische Initiative für ihre Stadt über die Website www.getinvolvedapp.de registrieren kann. Auf diesem Weg soll eine möglichst schnelle Verbreitung innerhalb Deutschlands erreicht werden. ■

Christoph Reinders und Eric Heide

Für iOS lade dir „Get Involved“ aus dem App Store



Für Android lade dir „Get Involved“ aus dem Play Store





Karriere auf allen Seiten

Entdecke www.campushunter.de, denn wir haben den studentischen Mehrwert im Blick!

Warum es sich lohnt, bei uns mal reinzuschauen? Ganz einfach – bei uns findest Du Wissenswertes rund um das Themenfeld Karriere und eine tolle Auswahl an potentiellen Arbeitgebern, die sich bei Dir vorstellen möchten.

Was daran besonders ist, fragst Du Dich? Nun, bei uns musst Du Dich nicht registrieren, um an wertvolle Informationen zu kommen und wirst beim Umherschauen auch nicht von lästiger Pop-up-Werbung und Bannern gestört, die Dich vom Wesentlichen abhalten – sich in Ruhe zu informieren. Die Informationen haben wir übersichtlich in Rubriken geordnet: Arbeitgebersuche, Karrieretipps, Online Magazine, Kooperationen und Aktuelles.

Du suchst nach dem passenden Arbeitgeber, brauchst einen Praktikumsplatz, oder bist auf der Suche nach einer Abschlussarbeit, dann findest Du bei uns zahlreiche, sehr ausführliche Arbeitgeberprofile mit umfassenden Informationen zu Karrieremöglichkeiten, Firmen- und Bewerberprofilen, aktuelle Stellenanzeigen, gesuchte Fachrichtungen, Kontaktinformationen und einen direkten Link zur Karriereseite des Unternehmens, für noch mehr Informationen. Natürlich erfährst Du auch, wo das Unternehmen überall Niederlassungen hat. Zudem gibt es rund 200 weitere Adressen potentieller Arbeitgeber mit digitaler Visitenkarte.

Was bitte ist eine zeitgemäße Bewerbung?

Eignet sich Sprudel zum Zuprosten?



**Wie kann ich Killerfragen
beim Vorstellungsgespräch
clever nutzen?**

Alle unsere Karriere-Magazine findest Du Online als Flip-Book und Download! campushunter Online ist auch über alle Endgeräte wie iPad, iPhone sowie Androide Tablets und Smartphones gut lesbar. Über unser Flip-Book kannst Du in campushunter und Engagier Dich auch von unterwegs virtuell blättern – campushunter 2 go.

**Kommunikation,
Bewerbung und Co., Etikette
und mehr, Outfit oder
Wissenswertes**

Die Rubrik Karrieretipps gibt Auskunft in den Kategorien: Kommunikation, Bewerbung und Co., Etikette und mehr, Outfit oder Wissenswertes. Hochkarätige Gastredakteure, Buchautoren und Excellent Speaker beraten Dich in diesen Themen – alle Dokumente frei zum Ausdrucken und als PDF-Download.

Dich interessiert, welche studentischen Initiativen es regional oder überregional gibt, dann schau vorbei, denn auf der Infoseite zu unseren Kooperationen findest Du bestimmt die Initiative, die zu Dir am besten passt und das sich Ehrenamt lohnt, kannst Du ja auch in dieser Ausgabe nachlesen.

Die Rubrik Aktuelles und eine Bildergalerie von den Veranstaltungen die wir begleiten, runden das Angebot unserer Seite ab.

Wir würden uns freuen, wenn auch Du mal vorbeisurfst auf www.campushunter.de!



**Wir sollten mit
Logik und Verstand
an die Sache herangehen.
– Sie sind neu hier, oder?**

Karriere – www.campushunter.de

**Anwesenheit
ist kein
Leistungsmerkmal**

Karriere – www.campushunter.de

**„Du musst mal
über den Tellerrand
schauen.“
– „Wieso?
Gibt's Nachtisch?“**

Karriere – www.campushunter.de

**Darf ich Ihnen
das „Tschüss“
anbieten?**

Karriere – www.campushunter.de

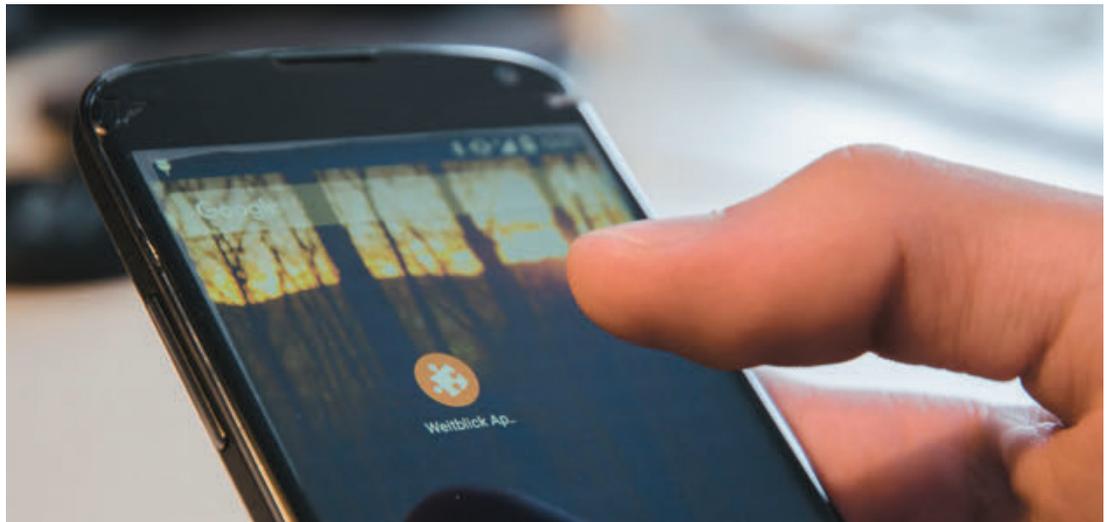
**Diese und weitere Postkarten
auch als E-Card verschicken!**

Suche Dir die passendste aus und versende
einen witzigen Gruß an Freunde oder Kollegen!



Eine App mit Weitblick und ein Hackathon

Wir sind eine Studierendeninitiative mit großen Zielen: Faire Bildungschancen weltweit! Um dieses Ziel zu erreichen, braucht es vor allem eines: Ehrenamtliche Helferinnen und Helfer. Weitblick hat bundesweit bereits über 2000 Mitglieder.



Durch das Bachelor- und Mastersystem haben Studierende nicht gerade mehr Zeit neben der Uni. Es ist deutlich schwieriger geworden, Studierende für ein Engagement bei Weitblick zu gewinnen. Ein wachsender Verein und die steigende Professionalität in der Organisation, im Wissensmanagement und der Umsetzung von lokalen Aktionen und Auslandsprojekten fordern neue Lösungen, um eine positive und zukunftsorientierte Gestaltung zu ermöglichen. Längst sind wir im digitalen Zeitalter angekommen. Also entwickeln wir eine App, die uns als Verein widerspiegelt, uns das Leben vereinfacht und gleichzeitig auf uns aufmerksam machen soll.

ist eines unserer Hauptmottos, das uns zu dem macht, was wir heute sind. Wir arbeiten daran, einiges zu vereinheitlichen und einfacher zu gestalten, damit der Spaß an der guten Sache nicht zu kurz kommt. Die App ist ein Teil davon.

Wir wollen mit der App drei Funktionen bieten, die alle Aspekte von Weitblick aufgreift. Der erste Teil behandelt das Sammeln von Spenden für die Projekte. Ergänzend dazu können Informationen zu den Projekten im In- und Ausland abgerufen werden. Außerdem informiert die App über lokale Aktionen der einzelnen Stadtvereine. Hier findet man zum Beispiel Informationen über Ort und Zeit des nächsten Weitblick-Treffens, bei dem sich Interes-

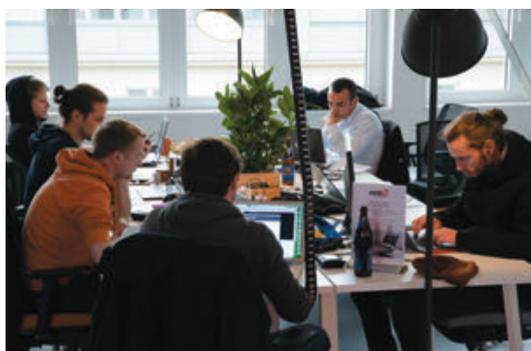
Das Ziel der App ist es, Weitblick und damit die Arbeit des Vereins bekannter zu machen. Wir gehen mit der Zeit und wollen die Weitblick-Idee weiterverbreiten, um noch mehr zu erreichen. Weitblick soll trotz der wachsenden Aufgaben und der steigenden Komplexität weiter Spaß machen. Spaß an der guten Sache





sierte beteiligen können. Spenden werden mit der App erradelt. Dazu wählt man eine Aktion aus und radelt los. Für jeden gefahrenen Kilometer spendet ein Weitblickpartner einen kleinen Betrag. Hinter der Übersicht über die Auslandsprojekte und Aktionen steckt eine Projektstruktur, die durch eine Datenbank abgebildet wird.

Vom 14. bis 16. Oktober ist der Startschuss gefallen. Wir haben viel Arbeit während eines Hackathons in Berlin in die Konzeption eines Servers und in die eigentliche App, die die Daten vom Server abrufen und Informationen zum Server schickt, gesteckt.



Was ist ein Hackathon? Es geht darum etwas Neues zu erschaffen, etwas zu bauen, zu erfinden und kreativ zu sein. Innerhalb des Hackathons suchen die Teilnehmenden nach Lösungen für ein Problem – von der Idee bis zum fertigen Produkt. Meistens handelt es sich dabei um eine Software. Oft findet ein Hackathon über ein ganzes Wochenende statt und es ist nicht unüblich, dass bis in die Nacht gearbeitet wird.

Einen bestimmten Ablauf gibt es beim Hackathon nicht. Im Wesentlichen organisieren sich die Teilnehmenden selbst. Es ist vor allem die kreative Energie, die den Ablauf bestimmt. Alle Teams möchten ein gemeinsames Ziel erreichen. Am Anfang gibt es eine Aufgabe oder eine Problemstellung. Oftmals gibt es außerdem noch eine Präsentation, welche die Problemstellung einleitet und zum Grübeln an-

regt. Nach diesem Kick-Off werden dann Ideen gesammelt, gegebenenfalls wieder verworfen und neue gefunden, solange bis realistische Ansätze gefunden wurden.

Bei unserem Hackathon ging es darum, die beschriebene Weitblick-App zu bauen, mit der unter anderem beim Fahrradfahren pro Kilometer Spenden gesammelt werden, welche einem Bildungsprojekt im Ausland zu Gute kommen. Neben dem guten Zweck steht auch der Verein mit seinen Projekten im Vordergrund: Weitblick geht mit der Zeit. Wir sind 2008 als studentische Initiative entstanden und schnell gewachsen – Tendenz steigend. Wir finden, dass das Thema Bildung in der Gesellschaft viel zu kurz kommt. Nicht alle Menschen in der Welt haben ausreichende Chancen auf Bildung. Das wollen wir ändern! Dazu unterstützen wir etliche Bildungsprojekte in der ganzen Welt. Die App soll dabei helfen, auf diese aufmerksam zu machen und zum Spenden für die Projekte sowie zum Mitmachen motivieren. Wir wollen viel erreichen. Weitblick entwickelt sich immer wieder weiter. **Ziel: Faire Bildungschancen weltweit!** ■

Sebastian Pütz



Anfang 2017 wird die Weitblick-App voraussichtlich veröffentlicht. Man wird sie dann zunächst für Android-Geräte herunterladen können, im Google Play Store und auf unserer Homepage. Später wird sie dann auch für iOS entwickelt. Es gibt noch einiges zu tun: Wer sich an der Entwicklung und Weiterentwicklung beteiligen will, ist herzlich dazu eingeladen. Wir entwickeln Open Source. Der Code ist auf GitHub zu finden: github.com/weitblicker. Wir benutzen die Java Persistence API (JPA), Jersey als Servergrundgerüst, Maven als Build-System und haben eine REST Schnittstelle entwickelt, welche die Daten dann an den Client, z. B. die App, in JSON ausliefert. Auch die App an sich wird in Java mit Standardkomponenten entwickelt. Wenn du also ein Entwickler bist und Lust hast, bei unserem Projekt mitzuarbeiten, dann schreibe uns gerne und stelle einen Pull Request auf GitHub.

Kontakt: sebastian.puetz@weitblicker.org



Wer nicht weiterliest ist doof!

Ein Einblick in die Geschichte einer kleinen Gruppe von Menschen, die ein kleines Abenteuer bestreiten wollten und mitten auf dem Weg merkten, dass ein größeres Abenteuer doch noch viel mehr Spaß machen könnte.

Im März 2016 begann meine Amtszeit bei MARKET TEAM – Verein zur Förderung der Berufsausbildung als Bundesbeauftragter für Weiterbildung, zeitgleich mit dem Kick-Off für die Identitätsfindung des MT-Trainersystems.

Identitätsfindung, das klingt immer gleich nach etwas Abnormalem. Ey alter – hast du keine Identität oder was? Aber keine Sorge, wir sind nicht an einer verruchten Straßenecke angehalten, niemand hat erst seine linke, dann seine rechte Mantelinnenseite geöffnet und gefragt: „Psssst, hey du, ja, genau du: Suchst du deine Identität?“. Wir sind aber auch nicht in der Manier von Mr. Bean zur am hellsten scheinenden Laterne gegangen und haben dort nach unserer verlorenen Identität gesucht.

Verloren war die ja auch gar nicht, sie lag schon immer in uns. Manchmal braucht es eben, besonders bei einer deutschlandweit verteilten Gruppe, etwas Zeit und Nähe, um sich dieser bewusst zu werden. Und so haben wir in zwei Workshops zu unserer Traineridentität gefunden.

Warum sind wir Trainer geworden? Weil wir vom Potential jedes Einzelnen überzeugt sind.

Fett, oder? Finden wir auch! Völlig euphorisiert entdeckten wir auch unsere Werte: Allen voran spielt die Verantwortung für uns eine große Rolle, aber auch Qualität, wertschätzendes Handeln, Gemeinschaft, Leidenschaft und Individualität dürfen nicht fehlen.

Doch Motivation und Werte bedeutet noch lange nicht Struktur. Vermehrt fiel auf, dass ein Großteil der anfallenden Arbeit eben doch an einigen wenigen Engagierten hängen blieb. MT-Trainer, die nicht im Vorgehen involviert waren, gaben keine Trainings, sondern distanzieren sich teilweise sogar noch weiter vom MT-Trainersystem. Dieser bitteren Erkenntnis mussten wir uns im Sommer 2016 stel-

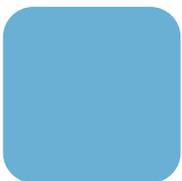
len. Aufgrund unserer Arbeit hat das MT-Trainersystem auch im gesamten Verein wieder mehr Aufmerksamkeit bekommen und es wurden vermehrt Trainings angefragt. Nur leider waren nicht genügend Trainer vorhanden, um die Anfragen zu decken und so entstand eine Frustration auf beiden Seiten: die Standorte waren unzufrieden, weil ihre Nachfrage nicht gedeckt wurde. Die MT-Trainer waren unzufrieden, weil all ihr Engagement letztendlich nicht zu reichen schien. Manchmal kann man die Welt eben nicht alleine retten.

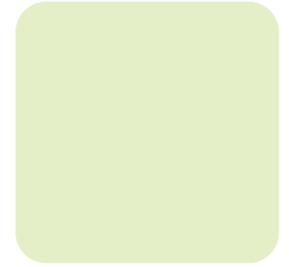
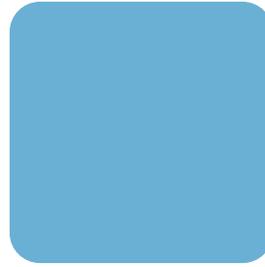
Nicht nur deshalb legten wir große Hoffnung in die Ausbildung unserer neuen Trainer. Von einem Team von Trainern aus drei verschiedenen Studierendeninitiativen (MT, AIESEC und BDSU) wurden zwölf neue Trainer ausgebildet. Darunter drei von der biotechnologischen Studenteninitiative (btS) und einer aus dem BDSU.

Bereits vor dem MT-Trainercamp (MT-intern für „Train the Trainer“) hatte ich mit Philipp und Mareike von der btS, beide Teilnehmer des Camps, über die Entwicklung eines Trainersystems für btS diskutiert und inwiefern MT ihnen dabei unterstützend unter die Arme greifen könnte.

An dieser Stelle wird das kleine Abenteuer zu einem großen.

Während des MT-Trainertreffens im Anschluss an das MT-Trainercamp suchten wir in einem Workshop nach einem eigenen Logo für das MT-Trainersystem. Bei der Diskussion, welche Logo-Variante am besten zu unserem MT-Trainersystem passt, kam der Gedanke auf, dass es sinnvoll wäre, wenn das Logo auch von Trainern anderer Initiativen genutzt werden könnte. Denn es ist bei MT üblich, dass auch Trainer anderer VDSI-Mitglieder bei uns ein Training halten können. So wollten wir ihnen die Möglichkeit geben, im Rahmen unseres Logos trotzdem auch ihren Verein repräsentieren zu können. Wir wollten etwas entwerfen, das die Zusammengehörigkeit der Trainer zeigt.





Ganz egal, aus welcher Initiative sie stammen. Letztendlich ist es unsere Leidenschaft, unser Engagement, das uns verbindet in der ständigen Suche, um das Potential jedes Mitglieds zu unterstützen. Letztendlich... sind wir doch alle Trainer, ganz egal welcher Herkunft.

Dann stellte Shahnawaz eine abenteuerliche Frage an Philipp, Mareike und mich: „Wenn wir bei MT gerade an der Schaffung einer neuen Struktur für unser Trainersystem sind und ihr für die btS auch so etwas aufbauen wollt... warum machen wir dann nicht gleich gemeinsame Sache?“.

Was für ein irrer Satz. Zwei Initiativen, die teilweise um die gleichen Studierenden kämpfen, ihre Projekte bei den gleichen Unternehmen bewerben, sollen gemeinsame Sache machen? Über den gelegentlichen Austausch beim VDSI Trainerkongress hinaus? Ich freundete mich schnell mit der Idee an und auch meine beiden Kollegen waren sichtlich fasziniert.

Beim anstehenden Trainerkongress und nach einigen Telefonaten packten wir den sprichwörtlichen Stier bei den Hörnern und legten erste Details fest. Diese wurden die Grundlage einer gemeinsamen Satzung und einer Organisationsstruktur, die an die modernen Anforderungen angepasst ist: **flach, agil und zum Mitmachen anregend.**

In der nächsten Zeit liegt es an uns und allen anderen MT-, btS- und interessierten Trainern, dass diese Idee zu mehr wird. Zur Wirklichkeit wird. Nur das Engagement vieler unheimlich intrinsisch motivierter Individuen wird es möglich machen, dass dieses Großprojekt, dieses Wagnis, erfolgreich werden kann. Aber ich bin zuversichtlich, denn wo findet man sonst eine so große Anzahl an unfassbar motivierten Menschen, die gemeinsam an größeren Zielen arbeiten, als in den Mitgliedern der Initiativen?

Ich für meinen Teil sitze gerade im Zug nach Ilmenau, eine unserer Nationalen, das MT-Schulungs-Wochenende, steht an und ich treffe mich mit vielen anderen Trainern, um die nächsten Schritte gemeinsam zu gehen. Zu dieser Nationalen fahre ich als Bundesbeauftragter für Weiterbildung von MT. Zu dieser Nationalen fahre ich als Mitglied eines Trainernetzwerks, das sich initiativenübergreifend das Ziel gesetzt hat, das Potential eines jeden Einzelnen ans Licht zu bringen. Zu dieser Nationalen fahre ich, weil ich einfach unheimlich für all diesen Scheiß hier brenne.

Hast du Lust, uns bei unserem Abenteuer zu begleiten? Dann geh doch mal zu einem Infoabend von einer Initiative in deiner Nähe und erfahre dort, wie du schon bald auch Trainer werden kannst. Wir empfangen jede helfende Hand mit offenen Armen. Und 'nem kleinen Schnaps. ■



*Redaktion: Falk Preuß,
MARKET TEAM e.V.,
Bundesbeauftragter für
Weiterbildung*



Beruflicher Erfolg durch Körpersprache

Wenn Sie beruflich vorankommen wollen, sei es intern oder durch eine Position in einem anderen Unternehmen, ist die entsprechende Qualifikation natürlich das A und O. Doch sie ist nicht das einzige, das entscheidenden Einfluss auf Ihre Karrierechancen hat. Denn gute Arbeit zu leisten ist das eine, sie – und damit sich selbst – richtig zu verkaufen steht jedoch auf einem ganz anderen Blatt.

Eine wichtige Rolle spielt dabei die Körpersprache. Wenn die stimmt, kann man gute Inhalte nicht nur verstärken, es lassen sich sogar Schwächen überspielen. Das soll natürlich nicht heißen, dass man sich die einfach so erlauben kann, sondern lediglich die große Bedeutung der richtigen Körpersprache verdeutlichen. Wenn Sie lernen, diese richtig einzusetzen, erhöhen sich Ihre Chancen, auf der Karriereleiter zu klettern.

Wie Sie Körpersprache gezielt und gewinnbringend einsetzen

Im Geschäftsalltag gibt es unzählige Situationen, in denen Sie mit der richtigen Körpersprache punkten können. Das beginnt schon beim Vorstellungsgespräch, aber auch bei Verhandlungen mit potentiellen Kunden oder bei internen Meetings können Sie mit dem entsprechenden Auftreten überzeugender wirken. Wie genau Sie das anstellen, wollen wir Ihnen hier erklären.

Schon bei der Begrüßung des Personalers oder eines Geschäftspartners geht es los. Gerade im Berufsleben ist ein guter erster Eindruck sehr wichtig. Fällt er negativ aus, lässt sich das nur noch sehr schwer ausgleichen. Neben einem gepflegten Äußeren, das hier als gegeben vorausgesetzt wird, ist der Händedruck von großer Wichtigkeit. Er sollte weder zu lasch, noch zu fest sein und etwa drei Sekunden dauern. Dazu sollten Sie Blickkontakt aufnehmen und freundlich lächeln.

Auch richtig zuhören will gelernt sein

Egal bei welcher Gelegenheit – wenn Sie in der Zuhörerrolle sind, spricht Ihr Körper trotzdem. Mit der richtigen Haltung signalisieren Sie dabei Interesse und Aufmerksamkeit. Setzen Sie sich so hin, dass Ihre Füße locker auf dem Boden stehen, richten Sie Ihren Oberkörper auf und lehnen Sie sich ein wenig nach vorne. Suchen Sie außerdem Blickkontakt zum Redner.

Auf keinen Fall dürfen Sie sich weit nach hinten lehnen, den Blick andauernd im Raum umher schweifen lassen oder die Arme verschränken. Denn so machen Sie deutlich, dass Sie sich nicht sonderlich für das Gesagte interessieren und eigentlich lieber woanders wären. Versuchen Sie unbedingt, solche negativen Signale weitgehend zu vermeiden.

Darauf sollten Sie beim Reden achten

Nicht weniger wichtig ist die Körpersprache in Situationen, in denen Sie selbst sprechen. Bei einem Vortrag kommt es nur zu ca. einem Fünftel auf den Inhalt an, viel entscheidender sind Mimik, Gestik und Körperhaltung. Stellen Sie sich locker hin, die Füße etwa schulterbreit. Nehmen Sie beim Sprechen Blickkontakt mit den Zuhörern auf, aber halten Sie ihn nicht länger als drei Sekunden und beziehen Sie alle im Raum mit ein.

Gesten sind ein probates Mittel, um Ihren Worten an den richtigen Stellen noch mehr Gewicht zu verleihen. Die Betonung liegt dabei auf „an den richtigen Stellen“. Denn wenn Sie es mit der Gestik übertreiben, sieht sie schnell aus wie Herumfuchteln. Die Folge: Sie werden als nervös oder unvorbereitet wahrgenommen.

Tricks für Verhandlungen

Verhandlungen mit potentiellen Kunden sind immer eine besondere Situation. Schließlich gilt es, ihn davon zu überzeugen, dass die eigene Firma das ideale Produkt für ihn bietet. Leichter geht das, wenn man die beiden folgenden Tipps beherzigt:

Der Chamäleon-Effekt

Nehmen Sie eine ähnliche Sitzposition ein wie Ihr Gegenüber. Dieses Spiegeln vermittelt Vertrautheit und Gemeinsamkeiten. Gehen Sie dabei aber möglichst subtil vor, sonst kommt sich der Verhandlungspartner nachgeäfft vor.

Der Schulterchluss

Bereiten Sie ein Dokument vor, das Sie dem Kunden im Lauf der Verhandlung zeigen. Dadurch, dass Sie dann neben ihm stehen, entsteht der Schulterchluss. Dabei wird neben der räumlichen Trennung durch den Schreibtisch auch die emotionale Distanz überbrückt. Sie vermitteln dem Geschäftspartner, dass Sie auf derselben Seite stehen. ■

Direkt zum
E-Book



Weitere Informationen zum Thema Körpersprache, den Unterschieden zwischen den Geschlechtern und verschiedenen Kulturen sowie viele weitere nützliche Tipps finden Sie im E-Book „Erfolgreiche Körpersprache“¹, das Sie kostenlos herunterladen können. Geschrieben wurde es von Benedikt Ahlfeld und Anna Lassoncyk, die beide seit Jahren erfolgreiche Business-Coachs sind.





Wissenswertes rund ums Thema Studium und Berufseinstieg!



Unterschätz' mich ruhig.
Das wird lustig!

Darf ich Ihnen das „Tschüss“ anbieten?

Lass mich!
Ich muss mich da jetzt reinsteigern!

Habe ich verstanden.
Mache ich aber nicht.

Über 100 E-Cards kostenlos und ohne Anmeldung verschicken!

www.campushunter.de

facebook.com/campushunter.de

Unternehmen im Portrait

von A bis Z

- | | | | | | |
|-----|---|--|-----|---|--|
| | | | 120 |  | KRONES AG
Mit Krones erfolgreich
in die berufliche Zukunft |
| U2 |  | ALDI Einkauf GmbH & Co. oHG
Richtig handeln | | | |
| | | | 124 |  | MLP Finanzdienstleistungen AG
Partner in allen
Finanzfragen |
| 92 |  | Bayer
Passion to innovate –
Power to change | | | |
| | | | 128 |  | Sanofi-Aventis Deutschland GmbH
Ein weltweit führendes
Gesundheitsunternehmen |
| 96 |  | Bayerische Landesbank
Soziales Engagement –
gelebt bei der Bayern LB | | | |
| | | | 132 |  | Schaeffler
WARUM SCHAEFFLER? |
| 100 |  | Bundesnachrichtendienst
Entdecken Sie den Arbeitgeber
Bundesnachrichtendienst | | | |
| | | | 136 |  | Shimadzu Europa GmbH
Überraschend anders |
| 104 |  | Dekra
Mit Sicherheit ein guter Start
in die Karriere. | | | |
| | | | 140 |  | SKF
Fünffache Kompetenz
in der Weltspitze |
| 108 |  | EDAG
Gestalte mit EDAG
die Mobilität von morgen. | | | |
| | | | 144 |  | Utimaco
Your Partner of Trust |
| 112 |  | Freudenberg Gruppe
Innovationen für alle Lebenslagen | | | |
| | | | 148 |  | Voith GmbH
Innovativ sein und
etwas bewirken |
| 116 |  | Knorr-Bremse AG
Mobilität sicher zu machen –
der Auftrag von Knorr-Bremse | | | |
| | | | 152 |  | VTU Engineering Deutschland GmbH
„GREAT PLACE TO WORK“ |
| 160 |  | KOSTAL-Gruppe
Im Team Gas geben | | | |
| | | | 156 |  | W. L. Gore & Associates GmbH
Innovativ aus Überzeugung |

Statement

außeruniversitäres Engagement



Mit seinem Kerngeschäft hat Bayer einen großen Einfluss auf die gesellschaftliche Entwicklung. Gleichzeitig sind wir abhängig von intakten gesellschaftlichen Rahmenbedingungen und einem innovationsfreudigen Geschäftsumfeld. Uns ist es daher wichtig, zur Zukunftsfähigkeit unserer Gesellschaft beizutragen und in vielfältiger Weise einen Mehrwert zu leisten.

Im Rahmen des gesellschaftlichen Engagements von Bayer tätigen wir Investitionen in Wissenschaft und Bildung sowie Gesundheit, Soziales und Nachbarschaftsprojekte. Dieses Engagement ist fester Bestandteil der Unternehmenspolitik von Bayer. Für unseren Weg in die Zukunft suchen wir Studenten und Absolventen, die unsere Werte teilen, sich für Innovationen begeistern und mit dem, was sie tun, etwas bewirken wollen. Wir freuen uns daher, sie bei ihrem ehrenamtlichen Engagement unterstützen zu dürfen.

BAYER



Passion to innovate – Power to change

Bayer ist ein weltweit tätiges Unternehmen mit Kernkompetenzen auf den Life Science Gebieten Gesundheit und Agrarwirtschaft. Als Innovations-Unternehmen setzen wir Zeichen in forschungsintensiven Bereichen. Mit unseren Produkten und Dienstleistungen möchten wir den Menschen nützen und zur Verbesserung der Lebensqualität beitragen. Gleichzeitig wollen wir Werte schaffen durch Innovation, Wachstum und eine hohe Ertragskraft. Bayer bekennt sich zu den Prinzipien der Nachhaltigkeit und handelt als „Corporate Citizen“ sozial und ethisch verantwortlich.

Mit seinen drei Divisionen Pharmaceuticals, Consumer Health und Crop Science hat Bayer führende Positionen in innovationsgetriebenen, schnell wachsenden Märkten inne. Von der großen Leistungsfähigkeit unseres Unternehmens profitieren nicht nur unsere Kunden und Anteilseigner, sondern insbesondere auch unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter: Durch anspruchsvolle und abwechslungsreiche Aufgaben, eine äußerst attraktive Vergütung mit vielen Zusatzleistungen und eine Fülle von beruflichen und persönlichen Entwicklungsperspektiven.

Bayer



Einstieg bei Bayer

Bayer bietet als Großunternehmen vielfältige Möglichkeiten des beruflichen Einstiegs. Von der Ausbildung über die Übernahme nach Abschluss eines Studiums über ein Traineeprogramm oder einen Direkteinstieg bis zum Einstieg als erfahrene Fach- und Führungskraft. Studierende von Hochschulen und Fachhochschulen können bei Bayer Praktika und Abschlussarbeiten in den unterschiedlichsten Fachrichtungen absolvieren. Hier erwarten Sie interessante Aufgabengebiete und spannende Entwicklungsmöglichkeiten in einem dynamischen und erfolgsorientierten Umfeld.

Tipps zum Bewerbungsprozess

Neugierde und Interesse wecken – das sollte das Ziel jeder Bewerbung sein. Wenn wir Sie zu einem Vorstellungsgespräch einladen, ist Ihnen dies mit Ihrem Anschreiben und Ihrem Lebenslauf bereits gelungen. Doch ob Sie und unser Unternehmen tatsächlich zueinander passen, lässt sich am besten im persönlichen Gespräch herausfinden. Beim Bewerbungsgespräch empfehlen wir Ihnen, dass Sie Leidenschaft und Persönlichkeit zeigen und sich authentisch präsentieren.

Warum Bayer?

Innovation & Lösungen

Innovationen sind ein Teil der DNA von Bayer. Aber sie entstehen nicht nur im Labor. Für uns bedeutet Innovation, offen für neue und unkonventionelle Ansätze und Blickwinkel zu sein. Unsere Arbeitskultur wird dadurch geprägt, dass wir mit Leidenschaft und Faszination vorausdenken. Darum ermutigen wir Sie, den Status Quo zu hinterfragen und stets über das Naheliegende hinaus zu denken.

Weiterentwicklung & Teamarbeit

Bei Bayer fördern wir offene Diskussionen, teilen unser Wissen innerhalb des gesamten Unternehmens und pflegen Partnerschaften in externen Netzwerken. Hier können Sie in einem vielfältigen Team mit führenden Experten zusammenarbeiten und von weltweiter Expertise profitieren. Ihre Leidenschaft, neue Potenziale zu erschließen, teilen Sie mit anderen.



Besseres Leben & Herausforderungen

Bei Bayer fangen wir immer mit dem Zuhören an – denn unsere Kunden stehen bei allem, was wir tun, im Mittelpunkt. Ihre Bedürfnisse und die Herausforderungen der Gesellschaft inspirieren uns zu neuen Ideen, die das Leben der Menschen verbessern. Jeder von uns im Bayer-Team muss die Kunden bestens verstehen und unterstützen, damit wir Produkte und Lösungen anbieten, die gebraucht werden – heute und in Zukunft.

Reputation & Einfluss

Bayer ist ein internationales, forschungsorientiertes Unternehmen, das mit Begeisterung daran arbeitet, die Zukunft zu verändern und das Leben der Menschen auf unserer Erde zu verbessern. Als globales Unternehmen scheuen wir keine Mühe, etwas für die Gesellschaft zu tun – durch Innovationen, die heute und in Zukunft unser Leben verbessern. Als Teil des Bayer-Teams können Sie Antworten auf die großen Herausforderungen unserer Zeit finden und mit Ihren Ideen und Lösungen spürbar etwas verändern.

Die Welt ein bisschen besser zu machen – das ist unsere Leidenschaft. Und das zeigt sich nicht nur in unserer Arbeitskultur, sondern auch in unseren Produkten.

Karriere-Informationen zu Bayer im WWW:

www.facebook.com/BayerKarriere
www.youtube.com/BayerKarriere
www.twitter.com/BayerKarriere
www.instagram.com/BayerKarriere



Das Stammhaus von „Fried. Bayer et comp.“ (1863)

© Bayer AG

Firmengeschichte

Am Anfang stehen eine Männerfreundschaft, viel Forschergeist und zwei Küchenherde. Auf denen experimentierten der Kaufmann Friedrich Bayer und der Färber Johann Friedrich Weskott – und fanden heraus, wie man den Farbstoff Fuchsin herstellt.

Am 1. August 1863 gründeten sie in Wuppertal-Barmen die Firma „Friedr. Bayer et. comp.“ – ein Start-up des 19. Jahrhunderts mit einem Riesen-Potenzial, das sich zu einem Weltkonzern mit über 102.000 Mitarbeitern entwickelte.

2013 feierte Bayer sein 150-jähriges Jubiläum.



FIRMENPROFIL

Kontakt

Ansprechpartner

Bei Fragen zum Bewerbungsprozess:

HR//direct

E-Mail: DEhrdirect@bayer.com

Tel.: +49 214 30 99 779

Bei Fragen zu Karrieremöglichkeiten bei Bayer:

Bayer University & Talent Relations

E-Mail:

universitymarketing@bayer.com

Tel.: +49 214 30 64 000

Auf der Seite www.karriere.bayer.de können Sie sich über Karrieremöglichkeiten bei Bayer informieren und sich online bewerben.

Hinweise zu aktuellen Veranstaltungen finden Sie unter:

www.karriere.bayer.de/de/services/Events/

Internet

www.bayer.de

Bevorzugte Bewerbungsart(en)

Wir freuen uns auf Ihre Online-Bewerbung über unsere Karriereseite www.karriere.bayer.de.

Direkter Link zum Karrierebereich

www.karriere.bayer.de

Angebote für Studierende

Praktika? Ja, Einsatzmöglichkeiten für ca. 800 Praktikanten p.a.

Abschlussarbeiten? Ja,

Bachelor und Master

Werkstudenten? Ja

Duales Studium? Ja

- Management and International Business
- Wirtschaftsinformatik

Trainee-Programm? Ja

- Future Leadership Program für Pharmazeuten in Product Supply
- Globales Traineeprogramm für Supply Chain Management
- Internationales Traineeprogramm
 - für Finanzmanagement
 - für Ingenieure
 - in der Beschaffung
 - für Produktionsmanagement
 - Marketing & Vertrieb
 - Marketing, Vertrieb und Entwicklung
- Volontariat Unternehmenskommunikation

Direkteinstieg? Ja

Promotion? Ja

QR zu Bayer:



Allgemeine Informationen

Branche

Life Sciences Gesundheit und Agrarwirtschaft

Bedarf an Hochschulabsolventen

Ca. 700 p. a.

Gesuchte Fachrichtungen

Naturwissenschaften (z. B. Biologie, Biotechnologie, Chemie, Chemietechnik, Medizin und Pharmazie), Wirtschaftswissenschaften (z. B. BWL, VWL, Personal, Marketing, Finanzen und Logistik), Informatik (z. B. Computational Science), Ingenieurwissenschaften (z. B. Verfahrenstechnik, Prozessleittechnik und Elektrotechnik), darüber hinaus Sicherheitstechnik/ Arbeitssicherheit, Umweltschutz, Psychologie, Kommunikation/ Medien und Jura

Produkte und Dienstleistungen

Wir haben unser Geschäft in drei leistungsstarken Divisionen gebündelt, die sich optimal auf ihre Märkte ausrichten. Sie werden von kompetenten Servicegesellschaften unterstützt. Mit unseren besonderen Kenntnissen von Menschen, Tieren, Pflanzen/ Gesundheit und Agrarwirtschaft konzentrieren wir uns auf die Bereiche Gesundheit und Agrarwirtschaft.

Anzahl der Standorte

Bayer ist weltweit mit über 307 Gesellschaften* auf allen Kontinenten in 77 Ländern vertreten. Sitz des internationalen Konzerns ist Leverkusen. * voll konsolidierte Beteiligungsgesellschaften (Stand 31.12.2015)

Anzahl der MitarbeiterInnen

99.517 (Stand 30.09.2016 ohne Covestro)

Jahresumsatz

34,3 Mrd. Euro (Stand 31.12.2015 ohne Covestro)

Einsatzmöglichkeiten

Forschung & Entwicklung, Produktion, Informationstechnik, Inhouse Consulting, Marketing, Personal, Kommunikation, Ingenieurwesen, Verfahrenstechnik, Controlling, Finanzen- & Rechnungswesen, Vertrieb, Rechtswesen & Patente, Einkauf, Logistik, Supply-Chain-Management, Landwirtschaft & Gartenbau, Gastronomie

Einstiegsprogramme

Ausbildung, Duales Studium, Praktikum, Abschlussarbeit, Einstiegsprogramme (Traineeprogramme), Volontariat, Promotion/ Postdoc, Direkteinstieg

Mögliche Einstiegstermine

Ganzjährig

Auslandstätigkeit

Bei Bayer bieten sich unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern eine Vielzahl von exzellenten Karrierechancen im In- und Ausland.

Einstiegsgehalt für Absolventen

Wir bieten eine äußerst attraktive Vergütung mit vielen Zusatzleistungen und einer Fülle von beruflichen und persönlichen Entwicklungsperspektiven.

Warum bei Bayer bewerben?

Weil wir ein Pionier auf den Gebieten Human-, Tier- und Pflanzengesundheit sind. Weil wir innovative Lösungen entwickeln, die eine nachhaltige Zukunft für unseren Planeten schaffen. Weil eine Karriere bei Bayer bedeutet, dass Sie Ihre Leidenschaft aktiv ausleben und etwas bewegen können. Entdecken Sie, was uns anders macht und was wir unseren Mitarbeitern bieten.

BEWERBERPROFIL

Bewerberprofil wichtig in Prozent

Promotion 100%

(für einen Einstieg im Bereich Forschung & Entwicklung als Laborleiter)

Praktische Erfahrung 95%

(entweder durch Praktika oder universitäre Praxisphasen)

Sprachkenntnisse (englisch) 100%

Auslandserfahrung 80%

(entweder durch Auslandssemester, -praktikum oder interkulturelle Erfahrung)

Außerunivers. Aktivitäten 80%

Soziale Kompetenz* 100%

Sonstige Angaben

* Was Sie mitbringen

Sie überzeugen uns neben Ihrer fachlichen Qualifikation mit Ihrer Persönlichkeit.

Sie arbeiten gerne mit anderen zusammen und schätzen die Vielfalt von Teams unterschiedlicher Kulturen und Anschauungen. Interkulturelle Erfahrungen haben Sie idealerweise durch ein Auslandsstudium oder -praktikum gesammelt und verfügen über gute Fremdsprachkenntnisse, besonders in Englisch. Sie agieren ergebnisorientiert und eigenverantwortlich, sind flexibel und mobil. Besonders gut passen Sie zu Bayer, wenn Sie unsere Leidenschaft für Innovationen teilen und das Leben unserer Gesellschaft mit Ihren Ideen und Lösungen spürbar verbessern wollen.



PASSION TO INNOVATE | POWER TO CHANGE

Bei Bayer ermutigen wir Sie, den Status quo zu hinterfragen und stets über das Naheliegende hinauszudenken. Wir fördern offene Diskussionen, teilen unser Wissen innerhalb des gesamten Unternehmens und pflegen Partnerschaften mit externen Netzwerken.

Wir fangen immer mit dem Zuhören an – denn unsere Kunden stehen bei allem, was wir tun, im Mittelpunkt. Bei Bayer können Sie Teil eines Unternehmens sein, das die Leidenschaft der Mitarbeiter für Innovationen wertschätzt und Ihnen die Kraft gibt, Dinge zu verändern.



Passion to innovate | Power to change

Science For A Better Life

Außeruniversitäres Engagement ist uns als BayernLB wichtig!

Studenten (m/w), die sich neben ihrer Hochschulausbildung ehrenamtlich engagieren, erlernen in dieser Zeit Fähigkeiten, die wir als BayernLB bei unseren Mitarbeitern (m/w) als so wichtig erachten. So werden Techniken wie Selbstständigkeit, Teamarbeit, Verantwortung, Engagement, Zeitmanagement und Kreativität geschult, die von jeher zu den Grundvoraussetzungen bei jeder Einstellung zählen.

Für uns ist dieses Engagement, dieses „über den Tellerrand schauen“, sogar so wichtig, dass wir dem Thema „Gesellschaftliche Verantwortung“ ein eigenes Kapitel in unserem Verhaltenskodex gewidmet haben. Wir sind stolz auf jeden Einzelnen, der trotz des vollgepackten Alltags noch ein bisschen Zeit findet zu geben, und fördern dieses sogar aktiv bei uns im Unternehmen!

URSULA BECK, PERSONENTWICKLUNG, BAYERISCHE LANDESBANK

BayernLB Soziales Engagement – gelebt bei der Bayern LB

Die BayernLB zählt zu den führenden Geschäftsbanken für große und mittelständische Kunden in Deutschland und ist ein leistungsfähiger Immobilienfinanzierer. Wir haben den Anspruch, neue Märkte zu erschließen und flexibel auf die Bedürfnisse unserer Kunden zu reagieren. Um dieses Ziel zu erreichen, brauchen wir jetzt und in Zukunft engagierte sowie motivierte Mitarbeiter (m/w), die mit Energie und Herz am Erfolg der BayernLB arbeiten.

Der Konzern BayernLB bietet Arbeitsplätze für rund 6.800 Mitarbeiter (m/w) weltweit mit facettenreichen Aufgaben in interessanten und innovativen Themenfeldern. Wir achten darauf, die Tätigkeiten herausfordernd zu gestalten, so dass sie Spaß machen und sich darüber hinaus Weiterbildungs- sowie berufliche Aufstiegschancen für unsere Mitarbeiter (m/w) ergeben. Wir unterstützen unsere



Mitarbeiter (m/w) durch zahlreiche Weiterbildungsmaßnahmen und -programme dabei, ihre persönlichen Interessen sowie Neigungen zu identifizieren, und ermuntern sie, diese in ihre tägliche Arbeit einzubringen.

Auch soziales Engagement wird bei BayernLB großgeschrieben. Im Rahmen unseres gemeinnützigen Engagements unterstützen wir vorrangig Projekte mit den Schwerpunkten Bildung, Kinder, Jugend und Armutsbekämpfung. Bei den Aktivitäten auf diesem Gebiet ermutigt die Bank auch ihre Mitarbeiter, sich persönlich zu engagieren, z. B. im Ehrenamtprogramm „Corporate Volunteering“. Für das Programm stellt die Bank ein jährliches Zeitkontingent von 500 Arbeitstagen bereit.

Ein Beispiel für dieses Engagement ist Herr Olaf Butterbrod. Er trainiert ehrenamtlich Jugendliche und hat vor kurzem zusammen mit dem ESV Neuaußing die erste Flüchtlingsmannschaft als offizielle Herrenmannschaft zum organisierten Ligaspielbetrieb des DFB angemeldet.

Herr Butterbrod, Sie kümmern sich in Ihrer Freizeit um Flüchtlingskinder. Was genau tun Sie da?

Seit dreieinhalb Jahren trainiere ich ehrenamtlich eine Flüchtlings-Fußballmannschaft. Die rund 35 Jungs sind zwischen 17 und 30 Jahre alt und sind aus den Kriegs- und Krisengebieten dieser Welt allein, also ohne Familie, nach Deutschland gekommen.

Unser Miteinander geht jedoch über den Sport hinaus. Ich begleite die Jungs bei Behördengängen, suche einen Job oder eine Wohnung für sie, bin Ratgeber und Zuhörer, wir gehen als Mannschaft gemeinsam ins Theater oder in Ausstellungen, schauen uns im Stadion Fußballspiele an und, und, und.

Wie kamen Sie dazu, auf diese Art und Weise soziale Verantwortung zu übernehmen?

Zwischen meinem letzten Job als Geschäftsleiter einer Werbeagentur und der aktuellen Tätigkeit bei der BayernLB habe ich mir eine zehnwöchige Auszeit gegönnt. In dieser Zeit erfüllte ich mir einen langgehegten Traum und spielte in Tansania mit Waisenkinder Fußball. Dabei stellte ich fest, wie erfüllend dieses Engagement ist – für beide Seiten! Das wollte ich in München unbedingt fortsetzen. Schließlich gibt es kaum etwas Integrativeres als Sport. Und mir selbst schadet regelmäßige Bewegung auch nicht...



Fördert bzw. unterstützt Ihr Arbeitgeber, die BayernLB, Ihr Engagement?

Unbedingt! Die BayernLB hat die Spieler in der gesamten Zeit versichert und mir zudem einen Fußballplatz zur Verfügung gestellt. Mittlerweile steht das Engagement der BayernLB für Flüchtlinge auf einem ganz breiten Fundament: Zwei Kolleginnen geben Flüchtlingen Schwimmunterricht, die Personalabteilung unterstützt Flüchtlinge beim Verfassen von Bewerbungen, Bankmitarbeiter haben Fahrräder für Flüchtlinge gespendet, eine Kollegin hat sogar ein Freizeitprogramm für eine Flüchtlingsunterkunft entwickelt. Und einiges mehr – toll unterstützt vom Arbeitgeber BayernLB!

Wie gehen Sie persönlich mit all den Geschichten und Schicksalen um, mit denen Sie hier konfrontiert werden?

Ich bin geschockt, berührt, betroffen. Vor allem aber werde ich demütigt und dankbar – dafür, dass ich nicht in ein Kriegsland hineingeboren wurde und nicht tagtäglich Angst um mein Leben haben muss.



Gab es eine Situation, die Sie besonders beeindruckt hat?

Im Positiven denke ich gern an alle gemeinsamen Unternehmungen zurück, bei denen regelmäßig meine (deutschen) Freunde dabei sind. Dort merke ich immer wieder, wie verschwindend gering die Unterschiede zwischen Flüchtlingen und Einheimischen eigentlich sind.

Negativ? Ja leider, auch das. Zum Beispiel der – glücklicherweise erfolglose – Selbstmordversuch einer meiner Spieler in dem Flugzeug, mit dem er nach Afghanistan abgeschoben werden sollte. Das war vor zwei Jahren. Heute absolviert der Jugendliche erfolgreich eine Ausbildung im Einzelhandel.

Viele Studenten und Studentinnen sehen sich heutzutage einem eng getakteten Vorlesungsplan und einer strikt ausgelegten Studiendauer gegenüber. Dies verunsichert, ob soziales Engagement – und die sich hieraus evtl. ergebenden Folgen wie z. B. längere Studienzeiten – im Hinblick auf die Arbeitsplatzsuche „lohnen“. Was können Sie diesen jungen Menschen mit auf den Weg geben?

Dass soziales Engagement die Welt zum Guten verändert – und ein Semester mehr oder weniger später womöglich nur eine Randnotiz im Lebenslauf ist. Anders als soziales Engagement, das durchaus auf das Wesen eines potenziellen Mitarbeiters schließen lässt. ■



Ein Video von Herrn Butterbrod finden Sie unter www.bayernlb.de/karriere

Kontakt

Ansprechpartner
 Duales Studium:
 Frau Carolin Breitkopf
 Tel.: +49 89 2171-21596
 E-Mail: ausbildung@bayernlb.de

Praktikum/Abschlussarbeit:
 Frau Sylvia Bohner
 Tel.: +49 89 2171-28518
 E-Mail: praktikum@bayernlb.de

Traineeprogramm:
 Frau Gabriele Dorfmeister
 Tel.: +49 89 2171-24915
 E-Mail: trainee@bayernlb.de

Anschrift

BayernLB
 Personalentwicklung, 1630
 Nachwuchsentwicklung
 Brienner Straße 18
 80333 München

Telefon/Fax

Telefon: +49 89 2171-01

E-Mail

[Siehe Ansprechpartner](mailto:ausbildung@bayernlb.de)

Internet

www.bayernlb.de

Direkter Link zum Karrierebereich

www.bayernlb.de/karriere

Bevorzugte Bewerbungsart(en)

Haben wir Ihr Interesse geweckt?
 Dann freuen wir uns über Ihre
 Bewerbung mit
 → Anschreiben
 → Lebenslauf
 → Nachweise über die Hochschulreife
 (Abiturzeugnis) sowie die
 bisherigen Studienleistungen
 → Nachweise über Praktika sowie
 relevante Zusatzqualifikationen
 entweder postalisch, per E-Mail an
 unsere Kontaktpostkörbe oder über
 unseren Onlinebewerbungsbogen.

Angebote für Studierende
Praktika?

Ja, Einsatzmöglichkeiten für
 ca. 60 Praktikanten je Jahr

Diplom-/Abschlussarbeiten?

Auf Anfrage

Werkstudenten? Auf Anfrage
Duales Studium? Ja

- Bachelor of Science (B.Sc.) (w/m),
 Fachrichtung Wirtschaftsinformatik
- Bachelor of Arts (B.A.) (w/m),
 Fachrichtung Bank

Trainee-Programm? Ja
Direkteinstieg? Auf Anfrage
Promotion? Auf Anfrage
QR zu BayernLB:


FIRMENPROFIL

Allgemeine Informationen

Branche
 Bank

Bedarf an HochschulabsolventInnen

Kontinuierlicher Bedarf an bis zu 15 p.a.
 für unsere Traineeprogramme

Gesuchte Fachrichtungen

Wirtschaftswissenschaftliches Studium
 oder ein anderes Hochschulstudium mit
 erkennbarer Wirtschaftsorientierung
 sowie Jura, Informatik und Mathematik mit
 überdurchschnittlichem Abschluss

Produkte und Dienstleistungen

Wir bieten ein fokussiertes, auf den Bedarf
 unserer Kunden ausgerichtetes Leistungs-
 spektrum an Produkten und Dienstleistungen
 im Corporate sowie Retail Banking, im gewerb-
 lichen Immobiliengeschäft und als
 Zentralbank der bayerischen Sparkassen.

Anzahl der Standorte

München, Düsseldorf, Nürnberg, Berlin,
 Frankfurt, Hamburg, Stuttgart,
 Frankreich, Großbritannien, Asien und Amerika

Anzahl der MitarbeiterInnen

Rund 6.800 konzern-/weltweit

Jahresumsatz

In 2015: 215,7 Mrd. Euro Konzernbilanzsumme

Einsatzmöglichkeiten

Markt- sowie Marktfolge in allen
 Geschäftsbereichen möglich

Mögliche Einstiegstermine

Studiengänge jeweils zum 01. September;
 Praktikum/Abschlussarbeit laufend;
 Traineeprogramm in 2017 jeweils zum
 01.01. und 01.07. des Jahres.

Auslandstätigkeit

Bei sinnvoller Ergänzung ist ein Aufenthalt
 außerhalb der Zentrale im Rahmen des Trainee-
 programms möglich.

Einstiegsgehalt für Absolventen

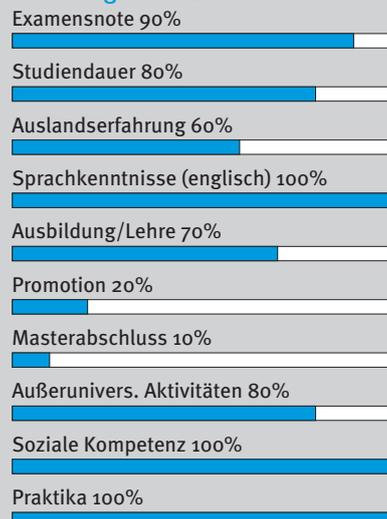
Ca. 48.762 - 53.208 Euro p.a.

Warum bei BayernLB bewerben?

Die BayernLB ist eine traditionsreiche Bank mit
 dem Anspruch, neue Märkte zu erschließen und
 flexibel auf die Bedürfnisse unserer Kunden zu
 reagieren. Um dieses Ziel zu erreichen, brau-
 chen wir weiterhin innovative sowie motivierte
 Mitarbeiter (m/w), die mit Engagement und
 Enthusiasmus am Erfolg der BayernLB arbeiten.

Wer Leistungen fordert, muss sie fördern. Daher
 bietet die BayernLB während und nach den
 Einstiegsprogrammen verschiedene Wege der
 persönlichen Weiterentwicklung sowie der fach-
 lichen Spezialisierung. Wir achten darauf, die
 Tätigkeiten herausfordernd zu gestalten, so
 dass sie Spaß machen und sich darüber hinaus
 persönliche Perspektiven sowie berufliche
 Aufstiegschancen für unsere Mitarbeiter (m/w)
 ergeben.

BEWERBERPROFIL

**Bewerberprofil
 wichtig in Prozent**

Sonstige Angaben

Teamfähigkeit, Eigeninitiative und Ideenreich-
 tum, Neugierde, Spaß an der Dienstleistung
 sowie am Kundenkontakt



[Individualität]



Wir wollen, dass aus Ihnen etwas Besonderes wird.

Das Trainee-Programm der BayernLB

Sie haben einen überdurchschnittlichen Abschluss in Wirtschafts- oder Rechtswissenschaften, sind engagiert und haben Spaß an der Dienstleistung? Dann haben Sie beste Voraussetzungen für die Aufnahme in unser Trainee-Programm. 15 Monate lang arbeiten Sie in einer dynamischen deutschen Geschäftsbank. In einem maßgeschneiderten Programm werden Sie dabei intensiv und individuell von uns gefördert – nach Ihren Fähigkeiten und nach Ihren Neigungen. Ihr Gewinn: Professionalität und eine faszinierende Berufsperspektive in der Welt der Wirtschaft.

Die BayernLB ist eine dynamische Geschäftsbank – verwurzelt in Bayern, erfolgreich in Deutschland, geschätzt für maßgeschneiderte Finanzlösungen und internationale Expertise. Wir sind leistungsstarker Partner von Unternehmen und Institutionen – von global aufgestellten DAX-Konzernen über „Hidden Champions“ im Mittelstand bis hin zu traditionsreichen Familienbetrieben, Immobilienunternehmen und Kommunen.

- Interessiert? Dann richten Sie Ihre Bewerbung bevorzugt online an:
trainee@bayernlb.de

BayernLB · Corporate Center Bereich Personal · Nachwuchsentwicklung
80277 München · Telefon +49 89 2171-24915 · www.bayernlb.de



Dem **gesellschaftlichen und ideellen Wert ehrenamtlichen Engagements** wird häufig zu wenig Bedeutung beigemessen. Zu Unrecht. Wer sich ehrenamtlich betätigt, kann **zahlreiche Kompetenzen und Erfahrungen** sammeln, die in allen Lebensbereichen genutzt werden können und hilfreich sind – auch im Job oder bei der Bewerbung. So werden Fähigkeiten wie **Teamarbeit, Kommunikationsfähigkeit, Verantwortung, Engagement und Kreativität** gefördert und entwickelt.

Auch für eine Mitarbeit im Bundesnachrichtendienst sind diese Eigenschaften unerlässlich. Deshalb begrüßen wir es, wenn sich Bewerberinnen und Bewerber außeruniversitär engagieren.

HEIDI DENZ, PERSONALGEWINNUNG



Entdecken Sie den Arbeitgeber Bundesnachrichtendienst

Der Bundesnachrichtendienst (BND) bietet einzigartige berufliche Herausforderungen im In- und Ausland. Kaum eine andere Behörde in Deutschland beschäftigt so unterschiedlich qualifiziertes Personal. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der verschiedenen Berufsgruppen sind als Tarifbeschäftigte, Beamtinnen und Beamte sowie Soldatinnen und Soldaten in den verschiedenen Laufbahnen tätig.

Entdecken Sie die einzigartigen Jobs als Spezialistin oder Spezialist in einem der technischen Fachbereiche oder werden Sie in den informationsbeschaffenden und auswertenden Bereichen tätig. Sie sind somit direkt an der Informationsgewinnung und der Erstellung von Lagebildern und Expertisen zu verschiedenen regionalen und thematischen Schwerpunkten beteiligt.

Einzigartig, vielseitig, geheim

Dieser Slogan beschreibt am besten die Tätigkeit unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Spätestens seit den Anschlägen von Paris ist jedem wieder bewusst, dass Nachrichtendienste rechtzeitig an Informationen über außen- und sicherheitspolitisch relevante Sachverhalte kommen müssen. Kein ausländischer Terrorist beteiligt die Sicherheitsbehörden an seiner Anschlagplanung. Kein Menschenhändler veröffentlicht seine Schmuggelrouten. Keine Überweisung trägt den Titel „Money Laundering“. Erkenntnisse über solche, die Sicherheit der Bundesrepublik Deutschland gefährdenden Machenschaften lassen sich oft nur mit nachrichtendienstlichen Mitteln gewinnen, ein wesentliches Mittel ist die technische Aufklärung.

Hierfür, wie auch zur effektiven Unterstützung des gesamten Prozesses der Informationsverarbeitung, bedarf es einer leistungsfähigen und zugleich sicheren IT-Infrastruktur sowie spezifischer IT-Verfahren. Daher suchen wir speziell in den technischen Berufen Nachwuchs.

Ein interessantes berufliches Umfeld finden die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter entsprechend ihrer Qualifikationen in einem informationsbeschaffenden, auswertenden, technischen oder verwaltenden Fachbereich.

Generell sind neben einer fundierten fachlichen Ausbildung ein hohes Maß an Kommunikationsfähigkeit, Sprachkompetenz, Interesse an außen- und sicherheitspolitischen Fragestellungen, fremden Kulturen sowie Mobilität gefordert. Da der BND sein Betätigungsfeld in der ganzen Welt hat, ist auch ein Einsatz in einer Krisenregion möglich.



Für Fragen stehen wir Ihnen gerne unter jobs@bundesnachrichtendienst.de zur Verfügung.

Warum gibt es eigentlich den BND?

Die besondere politische Konstellation nach dem Zweiten Weltkrieg und die daraus resultierenden Entwicklungen machten es sehr schnell notwendig, vorhandenes Wissen und Informationen von sicherheitspolitischer Bedeutung zu bündeln. Seither haben sich die Aufgaben, Arbeitsweisen und die Struktur des Bundesnachrichtendienstes stark verändert. Aus einer streng geheimen Organisation des Kalten Krieges unter amerikanischer Schirmherrschaft wurde ein in der Öffentlichkeit präsenter und moderner Nachrichtendienst, fest verankert in der freiheitlich demokratischen Grundordnung der Bundesrepublik Deutschland.

Internationale Zusammenarbeit für unsere Sicherheit

Für verschiedene regionale wie thematische Schwerpunkte des Bundesnachrichtendienstes ist der nationale wie internationale Austausch mit anderen Sicherheitsbehörden erforderlich. Themen wie Internationaler Terrorismus, organisierte Kriminalität oder auch der nun abgeschlossene ISAF-Einsatz in Afghanistan sind von staatenübergreifender Bedeutung. Im Bereich Terrorismusaufklärung arbeiten die deutschen Sicherheitsbehörden zum Beispiel im Gemeinsamen Terrorabwehrzentrum (GTAZ) zusammen.



Die internationale Vernetzung und die Zusammenarbeit mit anderen Nachrichtendiensten weltweit, unter Berücksichtigung und Einhaltung der deutschen Gesetze, sind für eine erfolgreiche Arbeit heute unerlässlich. Jeder Nachrichtendienst hat unterschiedliche regionale und thematische Schwerpunkte, die im Verbund zu großen Synergieeffekten führen können. ■



Die neue Zentrale des BND in Berlin-Mitte

Der Umzug des Bundesnachrichtendienstes (BND) in die neue Zentrale in Berlin-Mitte ab ca. 2017 stellt einen wichtigen Schritt in die Zukunft dar, für den BND als Organisation, aber auch für seine Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Öffentlich präsent, in direkter Nähe zu seinen Hauptabnehmern, der Bundesregierung und den Ressorts wird sich der BND in der Mitte Berlins neu aufstellen. Die Zusammenführung der verschiedenen Arbeitseinheiten in einem Gebäude verspricht Gewinne an Effizienz und Effektivität und eine weitere Steigerung der Leistungsfähigkeit – damit wird den Herausforderungen einer zunehmend globalisierten Welt Rechnung getragen.



FIRMENPROFIL

Kontakt

Anschrift

Bundesnachrichtendienst
– Personalgewinnung –
Postfach 120
82042 Pullach

E-Mail

jobs@bundesnachrichten-
dienst.de

Internet

www.bundesnachrichten-
dienst.de

Bevorzugte

Bewerbungsart(en)

Bitte bewerben Sie sich aus-
schließlich per Post. Sämtliche
Informationen zur Bewerbung
finden Sie unter
www.bundesnachrichten-
dienst.de (Rubrik Karriere-Be-
werben).

Angebote für Studierende

Praktika?

Nein

Abschlussarbeiten?

Nein

Werkstudenten?

Nein

Duales Studium? Ja,

- Bachelor of Engineering (B.Eng.) – Technische Informatik und Kommunikationstechnik
- Bachelorstudium Verwaltungsinformatik

Trainee-Programm?

Nein

Direkteinstieg?

Ja

Promotion

Nein

QR zum

Bundesnachrichtendienst:



Allgemeine Informationen

Branche

Öffentlicher Dienst

Gesuchte Fachrichtungen

Elektrotechnik, Nachrichtentechnik, Informa-
tionstechnik, Informatik, Physik, Mathematik,
Sprachen, Jura

Produkte und Dienstleistungen

Der Bundesnachrichtendienst (BND) ist der
Auslandsnachrichtendienst der Bundes-
republik Deutschland. Er bündelt auf Basis
einer weltweiten Präsenz und der Einbindung
in internationale Kooperationsstrukturen die
politische, wirtschaftliche und militärische
Auslandsaufklärung und stellt der Bundes-
regierung Informationen für ihre außen- und
sicherheitspolitischen Entscheidungen zur
Verfügung.

Anzahl der Standorte

Berlin, Pullach bei München und kleinere
Dienststellen im In- und Ausland

Anzahl der MitarbeiterInnen

Ca. 6.500

Einsatzmöglichkeiten

- Speichermanagement und Datenorganisation
- Betrieb, Rechenzentrum und Telekommuni-
kationszentrum
- Computernetzwerke (LAN, WAN,
Netzmanagement)
- Zentrale Kundenbetreuung
- Informationsmanagement
- Systembetreuung
- Multimediale Technik
- Projektmanagement

- Anwendungsentwicklung
- Technische Betreuung
- IT-Sicherheit
- Cyber-Defence
- Software Reverse Engineering
- Kryptografie

Einstiegsprogramme

Direkteinstieg

Mögliche Einstiegstermine

Jederzeit

Auslandstätigkeit

Auslandseinsätze sind grundsätzlich möglich

Einstiegsgehalt für Absolventen

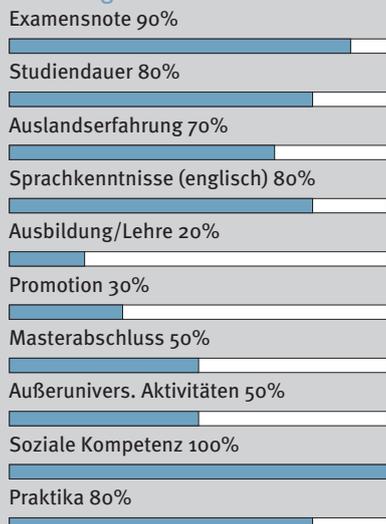
Gemäß Tarifvertrag für den öffentlichen Dienst
(TVöD)

Warum beim Bundesnachrichten- dienst bewerben?

Neben einem spannenden Auftrag bietet der
BND vielfältige und abwechslungsreiche Tätig-
keitsbereiche. Eine besondere Bedeutung
kommt den technischen Abteilungen zu, die für
die Bereitstellung der schnellen, sicheren und
weltweiten Informations- und Datenverarbeitung
zuständig sind und spezielle Systeme der Nach-
richten- und Informationstechnik entwickeln.
Die im BND praktizierte Jobrotation ermöglicht
es den Mitarbeitern/innen intern zu wechseln,
um so neue berufliche Herausforderungen zu
finden und die eigene Karriere mitzugestalten.
Darüber hinaus finden Sie bei uns ein hohes
Maß an Kollegialität, an persönlicher und be-
ruflicher Sicherheit und eine positive Work-
Life-Balance.

BEWERBERPROFIL

Bewerberprofil wichtig in Prozent



Sonstige Angaben

Für eine Mitarbeit ist die deutsche Staats-
angehörigkeit notwendig. Wie bei allen
Sicherheitsbehörden, ist auch beim BND eine
umfangreiche Sicherheitsüberprüfung (sog. Ü3
gemäß § 10 SÜG) notwendig. Die Bereitschaft
dazu wird vorausgesetzt.

Welches Büro soll dein werden?

Analyst?

Agent?

Scrum-Team?

Wir suchen

Du bist Student(in) der **Informatik** oder anderer **mathematisch-technisch** geprägter Studienrichtungen? Du sprichst **Java, R** oder **Python**? **Algorithmen** und **Datenstrukturen** jagen dir keinen Schrecken ein? **teamwork** und **qualität** werden bei dir groß geschrieben? **Datenvisualisierung** und die Gestaltung von **Web-Auftritten** mit **Javascript** liegen dir im Blut? Du hältst **Spark, Cassandra** und **Kibana** nicht für Comic-Helden? Du verkraftest einen **Sprint** in drei Wochen? **Home-Office** ist für dich nicht lebenswichtig? Du bist **deutsche(r) Staatsbürger(in)**?

Wir bieten

Wir garantieren spannende **fachliche** und **technische Herausforderungen** in einem der größten Technikprogramme der öffentlichen Verwaltung. Wir bieten einen **sicheren Arbeitsplatz** in einem der **größten Gebäude Europas**, ein **fares Einstiegsgehalt** und die Möglichkeiten zur **Verbeamtung**.

Wir bieten

Bundesnachrichtendienst
- Personalgewinnung -
Postfach 120
82042 Pullach



Statement

außeruniversitäres Engagement



Seit 90 Jahren arbeitet DEKRA als verlässlicher Partner und sorgt für Sicherheit im Verkehr, bei der Arbeit und zu Hause. Wir wertschätzen und begrüßen außeruniversitäres Engagement von Studierenden, denn wer sich engagiert, schaut über den berühmten Tellerrand hinaus und ist bereit, Verantwortung zu übernehmen. Ob dies in einer der Studierendeninitiativen des VDSI ist oder in einem Team der Formula Student Germany oder Ähnlichem – wichtig ist die Bereitschaft zu lernen und das theoretische Wissen in der Praxis umzusetzen.

Wir sind ständig auf der Suche nach technikbegeistertem Nachwuchs der bereit ist, sich in einem Fachgebiet tief greifende Expertise anzueignen und mit großem Engagement einer Tätigkeit nachzugehen, bei der frühzeitig Verantwortung zu übernehmen ist. Soziale Kompetenz ist bei DEKRA wichtig, denn eine positive Arbeitsatmosphäre unter den Kollegen sowie die gegenseitige Wertschätzung liegen uns sehr am Herzen. So setzt sich jeder einzelne Mitarbeiter täglich mit Know-how, Verantwortung und Leidenschaft für unsere Vision ein, der globale Partner für eine sichere Welt zu werden.

GRETE MAUSER, REFERENTIN FÜR PERSONALMARKETING, DEKRA AUTOMOBIL GMBH



Alles im grünen Bereich.

Mit Sicherheit ein guter Start in die Karriere.

Als internationale Expertenorganisation steht DEKRA mit mehr als 37.000 Mitarbeitern und einer Präsenz in über 50 Ländern weltweit als verlässlicher Partner für vielfältige Dienstleistungen wie Fahrzeug- und Industrieprüfungen, Zertifizierungen sowie Beratung und sorgt für Sicherheit im Verkehr, bei der Arbeit und zu Hause. Jeder einzelne Mitarbeiter setzt sich täglich mit Know-how, Verantwortung und Leidenschaft für mehr Sicherheit ein.

DEKRA steht als verlässlicher Partner im automobilen und industriellen Bereich für vielfältige Tätigkeitsprofile und zukunftsichere Arbeitsplätze in der Region. Als moderner Arbeitgeber möchten wir, dass sich jeder unserer Mitarbeiter wohlfühlt. Eine sichere Zukunft ist hierbei besonders wichtig. Wir möchten mit Ihnen weiter weltweit wachsen und bieten Ihnen sehr gute Bedingungen für eine Karriere bei uns. Bei DEKRA erwartet Sie ein Arbeitsumfeld, das familiär und von Offenheit geprägt ist. Sie haben die Möglichkeit, das Unternehmen mitzugestalten und voranzubringen – z. B. durch unser Ideenmanagement.

Unser Hauptaugenmerk liegt auf Absolventen der Ingenieurwissenschaften mit der Fachrichtung Maschinenbau, Fahrzeugtechnik, Mechatronik, Elektrotechnik, Versorgungstechnik, Verfahrenstechnik. Allerdings sind, insbesondere in unserer Zentrale in Stuttgart, auch andere Spezialisten, etwa aus den Bereichen Naturwissenschaften, Informatik und Wirtschaftswissenschaften, durchaus gefragt.

Neben Ihrer fachlichen Qualifikation interessiert uns vor allem Ihre Persönlichkeit. Wenn Sie Spaß am Umgang mit anderen Menschen haben und engagiert an Themen und Aufgaben herangehen, dann sind Sie bei uns richtig!

DEKRA als sicherer Partner

Mit jeder Prüfung geben wir ein Versprechen ab: Dass das, was wir für gut befunden haben, auch wirklich sicher ist.

Vom Campus zu DEKRA

Jährlich sind bei uns mehr als 150 Studierende im Einsatz, die praktische Erfahrungen sammeln und die Berufsbilder von DEKRA kennenlernen möchten. Absolventen können bei DEKRA mit der Weiterbildung zum Prüfenieur oder zum Sachverständigen für Aufzugsanlagen starten.





Aus diesem Grund suchen wir Mitarbeiter, die Leidenschaft für Technik mitbringen und bereit sind, sich ein vertieftes Wissen auf ihrem Gebiet anzueignen, sowie durch ihre Kommunikationsstärke auffallen.

Das technische Know-how unserer Ingenieure bildet die Basis unseres Unternehmenserfolgs und trägt unseren Dienstleistungsgedanken. Deshalb übernehmen Sie bei uns frühzeitig Verantwortung und haben die Möglichkeit, selbstständig und eigenverantwortlich zu arbeiten. Darüber hinaus bieten wir Ihnen gute Aufstiegschancen und investieren in Ihre persönliche sowie berufliche Weiterentwicklung. Wer sich bei uns mit seiner Kompetenz und großem Engagement einbringt, kann die Arbeitszeit flexibel gestalten und viel bewegen.

Darüber hinaus haben wir einen Schwerpunkt auf die Gesundheitsförderung gelegt, inklusive Impfungen sowie Fitnesskurse. Events wie z. B. den jährlich stattfindenden Skicup gibt es auch. Hier können sich die Mitarbeiter über verschiedene Standorte hinweg vernetzen.

DEKRA ist Top-Arbeitgeber

Als Europas führende Sachverständigenorganisation und das drittgrößte Prüfdienstleistungsunternehmen weltweit gehört DEKRA zu den 100 attraktivsten Arbeitgebern im Bereich Engineering. Unsere Mitarbeiter schätzen insbesondere die angenehme Arbeitsatmosphäre und die vielfältigen Entwicklungsperspektiven.

Vielfältige Aufgaben

Auf Ingenieure wartet bei uns ein breites Spektrum hochinteressanter Aufgaben. Neben den Prüfungen im automobilen Bereich, wie der Fahrzeugprüfung oder Unfallanalytik, bietet DEKRA eine Vielzahl an Dienstleistungen im Industriebereich an, wie z. B. die Prüfung von Aufzügen, Druckgeräten und elektrotechnischen Anlagen.

Prüfingenieure bei DEKRA

Als Prüfingenieur können Sie Leidenschaft für das Thema Automobil nachgehen. Mit der fachgerechten Prüfung von Kraftfahrzeugen und Anhängern nach § 29 StVZO und Änderungsabnahmen gemäß § 19.3 StVZO übernehmen Sie eine verantwortungsvolle Aufgabe, über die man nicht nur in Berührung mit allen Arten von Fahrzeugen kommt, sondern auch im direkten Kontakt mit Kunden steht. Sie erhalten dabei die Freiheit, Ihren Arbeitstag eigenständig zu organisieren. Einzigartig sind bei DEKRA die flachen Hierarchien, die offene und gute Zusammenarbeit unter den Kollegen, das attraktive Gehaltsmodell sowie das unbefristete Anstellungsverhältnis.



Sachverständiger für Aufzugsprüfungen bei DEKRA

Im Bereich der Hebe- und Fördertechnik verantworten unsere Experten das Inverkehrbringen und die wiederkehrende Prüfung von Aufzugsanlagen. Dazu gehört z.B. die Schadenuntersuchung. Neben fachlichem Wissen und erster praktischer Berufserfahrung, sollten Sie Freude am Umgang mit Menschen haben. Fachliche Anknüpfungspunkte bestehen zum Bereich der Elektrotechnik, in dem DEKRA ebenfalls Prüfungen durchführt. Sie erhalten einen unbefristeten Arbeitsvertrag, haben die Möglichkeit Ihre Arbeitszeit flexibel zu gestalten und arbeiten in einem kollegialen Umfeld. ■

Für Ihre Zukunft sehen wir grün.



Kontakt

Ansprechpartner
Stefanie Wolf

Anschrift
Handwerkstr. 15
70565 Stuttgart

Telefon/Fax
Telefon: +49 711 7861-1873
Fax: +49 711 7861-2465

E-Mail
Stefanie.wolf@dekra.com

Internet
www.dekra.de

Direkter Link zum Karrierebereich
www.dekra.de/karriere

Bevorzugte Bewerbungsart(en)
• Online

Angebote für Studierende

Praktika?
Ja, an unseren bundesweiten Niederlassungen

Diplom-/Abschlussarbeiten?
Ja, an unseren bundesweiten Niederlassungen

Werkstudenten? Ja

Duales Studium? Ja,
DHBW Studium und FH Studium in Kooperation mit DEKRA.
Mehr Infos auf unserer Karriereseite in der Rubrik Schüler

Trainee-Programm? Ja

Direkteinstieg? Ja

Promotion? Nein

QR zu DEKRA:



Allgemeine Informationen

Branche
Technische sicherheitsorientierte Dienstleistungen

Bedarf an HochschulabsolventInnen
Kontinuierlicher Bedarf
Anzahl ca. 250 pro Jahr

Gesuchte Fachrichtungen
Maschinenbau, Fahrzeugtechnik, Elektrotechnik, Mechatronik, Verfahrenstechnik und Versorgungstechnik

Produkte und Dienstleistungen
Fahrzeugprüfungen, Schadengutachten, unfallanalytische und technische Gutachten, Bau und Immobilien, Maschinen- und Anlagensicherheit, Umwelt-, Arbeits- und Gesundheitsschutz, Energie- und Prozessindustrien, Produktprüfungen, Zertifizierungen sowie Beratungsdienstleistungen.

Anzahl der Standorte
Über 80 Niederlassungen in Deutschland, 50 Standorte weltweit

Anzahl der MitarbeiterInnen
Deutschland: ca. 19.000
Weltweit: ca. 37.000

Jahresumsatz
Konzern: ca. 2,7 Mrd. Euro (2015)

Einsatzmöglichkeiten

In allen Dienstleistungsbereichen - von A wie Anlagensicherheit bis Z wie Zertifizierung.

Einstiegsprogramme
Direkteinstieg, interne Ausbildung zum Sachverständigen mit "Training on the job", gefördertes FH Studium

Mögliche Einstiegstermine
Jederzeit

Auslandstätigkeit
Möglich, wird individuell von uns geprüft.

Einstiegsgehalt für Absolventen
Ca. 48.762 - 53.208 Euro p.a.

Warum bei DEKRA bewerben?
Mit jeder Prüfung geben wir ein Versprechen ab: Dass das, was wir für gut befunden haben, auch wirklich sicher ist. Wir suchen Mitarbeiter, die sich dieser Verantwortung bewusst sind. Bei DEKRA haben Sie die Möglichkeit, eigenständig zu arbeiten und Ihren Arbeitstag flexibel zu gestalten.

BEWERBERPROFIL

Bewerberprofil wichtig in Prozent

Examensnote 70%



Studiendauer 80%



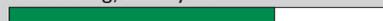
Auslandserfahrung 50%



Sprachkenntnisse (englisch) 50%



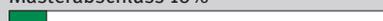
Ausbildung/Lehre 70%



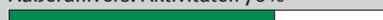
Promotion 50%



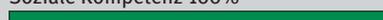
Masterabschluss 10%



Außerunivers. Aktivitäten 70%



Soziale Kompetenz 100%



Praktika 60%



Sonstige Angaben

Kfz-Affinität, Teamfähigkeit, Dienstleistungsorientierung



SICHERHEIT

beginnt mit mir bei DEKRA.

Prüfingenieure und Sachverständige (m/w) gesucht.

Wir sind auch als Arbeitgeber Ihr verlässlicher Partner und stehen für vielfältige Tätigkeitsprofile sowie zukunftssichere Arbeitsplätze in Ihrer Region. DEKRA ist eine der weltweit führenden Expertenorganisationen im Bereich Fahrzeugprüfung, Guachten, Industrie- und Bauprüfung sowie Zertifizierung und sorgt für Sicherheit im Verkehr, bei der Arbeit und zu Hause.

www.dekra.de/karriere

 **DEKRA**
Alles im grünen Bereich.

Außeruniversitäres Engagement sollte vor allem aus Überzeugung heraus passieren. Egal, ob du dich in einer der 10 VDSI-Initiativen engagierst oder auch bei der Formula Student Germany. Hauptsache, du bringst Leidenschaft und Begeisterung für die Sache mit. Wer sich nur wegen der potenziellen Karrierechancen außeruniversitärem Engagement widmet, wirkt schnell unglaubwürdig und nicht authentisch. Daher solltest du dir auf jeden Fall etwas suchen, was dir Freude bereitet. Denn nur so kannst du deine Social Skills, wie effektive Selbstorganisation und diplomatisches Geschick, ausbauen und festigen. Dabei nehmen wir natürlich auch zur Kenntnis, dass dein Engagement und die damit verbundene zusätzliche Zeit- und Arbeitsbelastung schon mal ein Semester kosten kann. Dem Risiko stehen aber vor allem große Chancen gegenüber, denn Lernerfahrungen und Netzwerkeffekte öffnen dir oftmals direkte Türen zum künftigen Arbeitgeber. Also: Wer während des außeruniversitären Engagements Kontakte knüpft, Referenzen, Kompetenzen und soziale Fähigkeiten ausbaut, hat gute Chancen auf dem Arbeitsmarkt. Wir wissen die dahinterstehende zusätzliche Arbeit zu schätzen. Für uns ist eine während dieser Zeit erworbene Fähigkeit oft mehr wert als Noten.

DR. STEFANIE LURZ, ABTEILUNGSLEITERIN PROZESS- UND PRODUKTDATENMANAGEMENT, EDAG ENGINEERING GMBH



Gestalte mit EDAG die Mobilität von morgen.

In fast jedem Automobil steckt ein bisschen EDAG. Wir sind der spannendste Experte in der Gesamtfahrzeugentwicklung und für die Optimierung von Produktionsanlagen für die Automobilindustrie. Mit über 8.000 Mitarbeitern an ca. 60 Standorten in 17 Ländern bieten wir unseren Kunden das gesamte Spektrum an Entwicklungsdienstleistungen rund ums Automobil und helfen dabei, aus Technik Emotionen zu machen.

EDAG ist, wenn der Anspruch an Mobilität Grenzen neu definiert.

Es ist bei weitem kein Vorurteil: Technisch orientierte Unternehmen sind konservativ, denn Technik soll funktionieren, das Leben und Arbeiten vereinfachen. Da ist wenig Platz für Verrücktheiten, Ausbrüche und Paradigmenwechsel. Und dennoch gibt es sie, die etwas „anderen“ Unternehmen – die sich mit technischen Konventionen nicht zufrieden geben, die mehr bewegen wollen und die deshalb immer wieder Grenzen überschreiten und Dinge neu erfinden, die eigentlich schon zu Ende gedacht schienen. Es sind die Unternehmen, die den Anspruch haben, Technik besser zu machen. Eines davon sind wir.

Werde Teil des spannendsten Engineering-Unternehmens der Welt!

Den Wandel, den diese Entwicklung mit sich bringt, nicht nur visionär aufzumalen, sondern mit ganz konkreten Ansätzen greifbar zu machen, ist das, was EDAG auszeichnet. Für diese Art von Arbeit braucht man einen anderen Schlag von Mitarbeitern. EDAG sucht Menschen, die sich nicht mit Standardlösungen und Routinen zufrieden geben. Querdenker, Leidenschaftler und Ideenfeuerwerker sind

bei uns jederzeit herzlich willkommen! Im Team werden Lösungen entwickelt, um das Fahrzeug, seinen Entwicklungsprozess und nicht zuletzt die Mobilität der Zukunft besser zu machen.

„Wenn sich das Auto vollständig in den digitalen Alltag der Menschen integriert.“

Wir beschäftigen uns intensiv mit den Zukunftsthemen wie Connectivity, HMI, E-Mobility oder dem Ethernet im Fahrzeug. Diese Features werden dazu beitragen, das Fahren sukzessive komfortabler und sicherer zu machen. Wir erwarten – gerade in Bezug auf alternative Antriebskonzepte jedoch keinen abrupten Wandel, sondern eine Übergangsphase, in der konventionelle und neue Technik parallel bestehen werden. Dies impliziert für uns als Engineering Spezialist, unsere Kompetenzen kontinuierlich auszubauen und neue Geschäftsfelder zu erschließen. Die Entwickler unseres Start-ups trive.me haben beispielsweise eine Parkhaus-App konzipiert, um künftig das Nervenkostüm der Autofahrer zu schonen. Der Clou liegt in der smarten End-to-End-Navigation, die den Nutzer in Echtzeit zu einem freien Parkplatz, von dort bis zu seinem Ziel außerhalb und anschließend wieder zurück zum Auto lotst.

„Als Gesamtfahrzeugentwickler denkt man immer weiter.“

Man nehme sich bewährten, strukturgebenden Flächen von Fahrzeugen an, lässt sich von Blättern und Fledermausflügeln inspirieren und gelangt über diese Kreuzungsversuche zur Erkenntnis, dass eine Karosserie nicht als eine geschlossene Fläche betrachtet werden muss. EDAG hat den Ansatz ver-





Unterschiede zwischen Mann und Frau – auch beim Thema Führung?

„Jein. Ich glaube, es sind nur Nuancen, in denen sich Männer und Frauen unterscheiden. Gute Führungskräfte müssen verschiedene Aspekte im Blick haben. Die Vereinbarkeit von Kunden- und Mitarbeiterzufriedenheit und der Wirtschaftlichkeit stellt eine große Herausforderung für alle Seiten dar. Ein erfolgreiches Führungsteam zeichnet sich durch eine offene und konstruktive Zusammenarbeit aus, ohne dass vermeintliche Geschlechterspezifika thematisiert werden“, so Dr. Stefanie Lurz, Abteilungsleiterin Prozess- und Produktdatenmanagement.

Von Frau zu Frau: Meine 3 Karriere Tipps

Als Teamleiterin Prozess- und Produktdatenmanagement weiß ich, dass neben den technischen Kenntnissen vor allem auch zwischenmenschliches Gespür gefragt ist. Oftmals muss eine Lösung zwischen zahlreichen verschiedenen Parteien abgestimmt werden. Das erfordert schon einiges an Fingerspitzengefühl.

Mein erster Tipp: Konzentriere dich auf die Dinge, die du kannst, und vertraue in deine Fähigkeiten!

Tipp zwei: Verkaufe nicht nur das Portfolio der Firma, sondern auch dich und deine Leistungen.

Tipp drei: Suche dir einen Sparringspartner! Dies kann ein älterer Kollege oder ein guter Freund sein. Neben der Weitergabe von beruflichen Erfahrungen hilft er dir, deine eigenen Kompetenzen und Fähigkeiten zu erkennen und zu stärken! Wie wichtig so ein Austausch ist, habe ich selbst schon miterlebt. Insbesondere, wenn ich mal auf Probleme gestoßen bin, die mit fachlichem Know-how nicht zu lösen waren.

folgt, nur dort den Einsatz von Material vorzusehen, wo es für die Funktion, Sicherheit und Steifigkeit notwendig ist. Im Ergebnis zeigt der EDAG Light Cocoon eine stabile, verästelte Tragstruktur, wie sie auch die Natur verwendet. Trotz Reduktion des Materialeinsatzes können so die Anforderungen an strukturelle Bauteile erfüllt werden. Die bisher typischen Blechflächen der Außenhaut von Fahrzeugen wurden dadurch aufgebrochen.

Was also tun, um das Innenleben zu schützen und dennoch zu zeigen, wie raffiniert das Auto gebaut ist? In Kooperation mit dem Outdoor-Bekleidungspezialisten Jack Wolfskin wurde ein hochbelastbarer, witterungsbeständiger Stoff entwickelt, der die gedruckte Struktur des Fahrzeuges elegant umhüllt. Die flexible Hülle kann bis zu 19 Gramm pro Quadratmeter leicht sein. Zum Vergleich: Handelsübliches Papier kommt auf 80 Gramm. Und neben der Gewichtsreduktion ist die Sache auch in anderer Hinsicht nachhaltig: kein Lack mehr, keine aufwendigen Reparaturen in Schadensfällen, absolute Freiheit in Sachen Gestaltung und Individualisierung. Und wo wir jetzt von Individualisierung reden – wenn du Lust auf vielfältige Projekte hast und eigene Ideen einbringen willst, bewirb dich bei uns. ■



Der EDAG Light Cocoon – unser Concept Car für den „gedruckten“ Leichtbau der Zukunft. Von der Natur inspiriert. Generativ gefertigt. Und ultimativ leicht.



Kontakt

Ansprechpartner

Deine Kontaktperson findest du in den jeweiligen Stellenausschreibungen auf unserem Karriereportal.

Anschrift (Hauptsitz)

EDAG Engineering GmbH
Kreuzberger Ring 40
65205 Wiesbaden

Telefon/Fax

Telefon: +49 611 7375-0

Internet

www.edag.de

Bevorzugte

Bewerbungsart

Bitte bewirb dich mit deinen vollständigen Bewerbungsunterlagen über unser Karriereportal.

Direkter Link zum

Karrierebereich

www.edag.de/karriere

Angebote für Studierende

Praktika? Ja

Abschlussarbeiten? Ja

(Bachelor, Master, Diplom)

Werkstudenten? Ja

Duales Studium? Ja

Fahrzeugbau/Fahrzeugtechnik, Maschinenbau, Mechatronik, Elektrotechnik u.v.m.

Trainee-Programm?

Auf Anfrage

Direkteinstieg? Ja

Promotion

Auf Anfrage

QR zu EDAG:



Allgemeine Informationen

Branche

Automobilindustrie

Bedarf an Hochschulabsolventen

Kontinuierlicher Bedarf

Gesuchte Fachrichtungen

Fahrzeugtechnik, Maschinenbau, Mechatronik, Elektrotechnik, Informatik, Luft- und Raumfahrttechnik, Kunststofftechnik, Technische Redaktion, Wirtschaftsingenieurwesen

Produkte und Dienstleistungen

Wir sind die Experten für Entwicklung von Fahrzeugen, Produktionsanlagen und die Optimierung von Prozessen. Wenn es um die automobilen Entwicklung geht, brauchen Kunden Partner, die Mobilität als ganzheitlichen Ansatz verstehen. Entwicklung mit Leidenschaft. Das sind wir.

Anzahl der Standorte

Fulda, Ingolstadt, München, Sindelfingen, Wolfsburg u. v. m.
Weltweit ca. 60 Standorte

Anzahl der MitarbeiterInnen

Weltweit über 8.000

Jahresumsatz

Weltweit 721 Mio. Euro (2015)

Einsatzmöglichkeiten

Autonomes Fahren, Embedded Systems, E-Mobility, Fahrzeugentwicklung, Funktionsentwicklung, Designkonzepte, Fahrzeugabsicherung, Testing, Elektrik/Elektronik, Leit- und Automatisierungstechnik, Produktionsprozessplanung, Fabrik- und Logistikplanung, Prozessberatung, IT Services, u.v.w.

Einstiegsprogramme

Direkteinstieg für Absolventen und Professionals, Praktika, Abschlussarbeiten, Werkstudententätigkeiten

Mögliche Einstiegstermine

Jederzeit

Auslandstätigkeit

Internationale Karriere?

Wir bitten dich um Einsendung der Bewerbung am jeweiligen Standort.

Einstiegsgehalt für Absolventen

Verhandelbar

Warum bei EDAG Engineering GmbH bewerben?

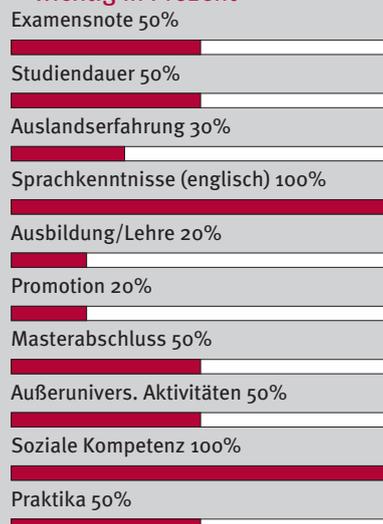
Gestalte mit uns die Mobilität der Zukunft! Als weltweit führender unabhängiger Entwicklungsdienstleister und prämierter TOP Arbeitgeber in der Kategorie „Ingenieure“ bieten wir nicht nur spannende Herausforderungen im Engineering-Umfeld, sondern eine starke Unternehmenskultur und zahlreiche Karrieremöglichkeiten in einer der wichtigsten Branchen der Welt.

Ob du mit uns die Fahrzeuge der Zukunft oder die dafür benötigten Produktionsanlagen entwickelst: Bei uns steht Freude an Mobilität im Vordergrund.

Wenn du die mitbringst, erwarten dich herausfordernde Projekte in einer interessanten Branche mit renommierten Kunden, mit denen wir gemeinsam mehr erreichen wollen. Wir freuen uns auf deine Bewerbung!

BEWERBERPROFIL

Bewerberprofil wichtig in Prozent



Sonstige Angaben

Wir sind ständig auf der Suche nach engagierten Teamplayern und souveränen Persönlichkeiten. Neben technischem Fachwissen sind ein ausgeprägtes Maß an Motivation, Einsatzbereitschaft, Flexibilität und Kommunikationsfähigkeit gute Voraussetzungen, um ein Teil von EDAG zu werden.

A man and a woman are standing in front of a modern building with large glass windows. They are both smiling and looking towards the camera. The man is pointing towards the right. In the foreground, there are several glowing yellow light trails that form abstract, flowing shapes, suggesting motion and energy.

Werde Teil des spannendsten Engineering-Unternehmens der Welt!

In fast jedem Automobil steckt ein bisschen EDAG. Wir sind der Experte in der Gesamtfahrzeugentwicklung und Optimierung von Produktionsanlagen für die Automobilindustrie. Mit über 8.000 Mitarbeitern an knapp 60 Standorten in 17 Ländern bieten wir unseren Kunden das gesamte Spektrum an Entwicklungsdienstleistungen rund ums Automobil und helfen ihnen dabei, aus Technik Emotionen zu machen. Auch wenn wir zu den Größten gehören, legen wir sehr viel Wert auf den Zusammenhalt im Team und die persönliche Unternehmenskultur – nicht umsonst sind wir der Top-Arbeitgeber „Ingenieure“.

Einstiegsmöglichkeiten bei EDAG:

- Direkteinstieg
- Praktikum
- Studienarbeit
- Abschlussarbeit
- Werkstudententätigkeit

EDAG Engineering GmbH
Kreuzberger Ring 40 · 65205 Wiesbaden
Tel. +49 611 7375-0

Engagiere dich bei uns:
www.edag.delkarriere

Fachbereiche und Themen:

- Fahrzeugtechnik/Karosserietechnik
- Maschinenbau
- Elektro- und Informationstechnik/
Informatik
- Mechatronik
- Kunststofftechnik
- Wirtschaftsingenieurwesen



Engagement hat viele Gesichter. Sie sind so vielfältig wie die Freudenberg Gruppe selbst: 11 Geschäftsgruppen in 60 Ländern verbinden mehr als 40.000 Mitarbeiter aus unterschiedlichsten Kulturkreisen. Doch bei aller Verschiedenheit haben sie eines gemeinsam: Die unternehmenseigenen Freudenberg-Werte! Einer der wichtigsten Grundpfeiler unserer Unternehmenskultur ist die ökonomische, soziale und ökologische Verantwortung gegenüber unseren Mitarbeitern und unserem Umfeld. So unterstützen wir beispielsweise im Rahmen unserer Stiftung soziale Institutionen und Initiativen sowie Projekte, die sich den Themen Toleranz, Integration und Gemeinnutzen widmen. Außeruniversitäres Engagement, welches Gesicht es auch haben mag, ist daher in der Freudenberg Gruppe stets willkommen!

TINA MEIER, MANAGER HR MARKETING & EMPLOYER BRANDING

Innovationen für alle Lebenslagen

Bei der Freudenberg Gruppe sind die Karrierechancen so vielfältig wie die Produkte

Auch wer noch nie etwas von Freudenberg gehört hat – eines der Produkte wird mit hoher Sicherheit jeden Tag genutzt: „Sie sorgen in vielen namhaften Endprodukten weltweit dafür, dass unser Leben besser funktioniert“, sagt Hartmuth Posner, Global Head of HR der Freudenberg Gruppe. In der Zahnbürste zum Beispiel oder unterwegs, schließlich sind in jedem Auto auf der Welt Dichtungen von Freudenberg oder seinem Partner NOK verbaut.

Innovative Lösungen sind ein Markenzeichen des Technologieunternehmens, das mit rund 40.000 Mitarbeitern in rund 60 Ländern aktiv ist. Die Experten haben zum Beispiel eine Vlies-Technologie entwickelt, mit der Medikamente und andere Substanzen so in das Vlies eingearbeitet werden, dass die Wirkstoffe kontrolliert und gezielt über einen langen Zeitraum abgegeben werden.

„Bei der Suche nach innovativen und kreativen Köpfen fällt unser Augenmerk nicht nur auf die Noten der Kandidaten, sondern auch darauf, ob sie sich mit unseren Werten identifizieren können.“

Um innovativ und kreativ zu bleiben, braucht die Freudenberg Gruppe mit Stammsitz im baden-württembergischen Weinheim ideenreiche und engagierte Köpfe. Unsere Einstiegsmöglichkeiten reichen von der Ausbildung im technischen, naturwissenschaftlichen und kaufmännischen Bereich über Studiengänge an der Dualen Hochschule Baden-Württemberg bis hin zu einem Direkteinstieg oder Traineeprogramm. Schon Studierende haben viele Möglichkeiten, als Praktikant oder Werkstudent im Unternehmen Berufserfahrungen zu sammeln.





Alle Einsteiger erwartet Vielfalt in jeder Hinsicht: 11 Geschäftsgruppen sind in verschiedenen Branchen und Märkten aktiv. Dabei ist die Freudenberg Gruppe hauptsächlich Zulieferer in den Bereichen Dichtungs- und Schwingungstechnik, Vliesstoffe, Filter, Schmierstoffe und Trennmittel sowie Mechanik. Unter dem Markennamen vileda® werden im Handel moderne Haushaltsprodukte für Endverbraucher vertrieben. Zudem entwickelt die Gruppe vor allem für mittelständische Unternehmen Softwarelösungen und IT-Dienstleistungen.



So vielfältig wie die Produktpalette ist auch das Team. Weltweit arbeiten Kollegen aus ganz unterschiedlichen Kulturkreisen zusammen. Und egal, ob sie in Shanghai, São Paulo oder Berlin tätig sind – eines verbindet sie alle: die gemeinsamen Freudenberg-Werte. Sie bilden die Basis für die Zusammenarbeit im und außerhalb des Unternehmens. Werte, die durch eine mehr als 165-jährige Unternehmensgeschichte fest verankert sind. „Einer der Grundpfeiler unserer Unternehmenskultur ist die ökonomische, soziale und ökologische Verantwortung gegenüber unseren Mitarbeitern und unserem Umfeld“, sagt Personalreferentin Christin Sattler und betont: „Bei der Suche nach innovativen und krea-

Hätten Sie gewusst, dass ...

... rund 300 von 8000 Komponenten im Auto von Freudenberg stammen?

... in jedem Auto auf der Welt Dichtungen von Freudenberg oder seinem Partnerunternehmen NOK verbaut sind?

... 97 Prozent aller Deutschen die Marke Vileda kennen?

... Freudenberg Politex der größte PET-Recycler in Europa ist?

... Freudenberg einer der Hauptzulieferer für BOSS-Herrenanzüge ist?

... etwa 1.500.000.000 Babybel-Käse pro Jahr einen Freudenberg-Vliesstoff als „Aufzieher“ erhalten?

... Freudenberg allein am Hauptstandort Weinheim mehr als 100 Millionen Simmerringe pro Jahr herstellt?

... 2 von 3 Autos in der Welt mit Freudenberg Innenraumfiltern fahren?

 **FREUDENBERG**
INNOVATING TOGETHER

tiven Köpfen fällt unser Augenmerk nicht nur auf die Noten der Kandidaten, sondern auch darauf, ob sie sich mit unseren Werten identifizieren können.“ Gesellschaftliches Engagement sei in der Freudenberg Gruppe daher stets willkommen. ■



Kontakt Ansprechpartner

Tina Meier
Freudenberg & Co. KG
Corporate Human Resources

Anschrift

Höhnerweg 2-4
D-69469 Weinheim

Telefon/Fax

Telefon: +49 (0) 6201 80 2032

Internet

www.freudenberg.de

Bevorzugte Bewerbungsart(en)

Bitte bewerben Sie sich – sowohl auf aktuelle Ausschreibungen, als auch initiativ – ausschließlich online über das Bewerbungsmanagementsystem auf www.freudenberg.de/karriere. Um einen umfassenden Eindruck von Ihnen und Ihren Fähigkeiten gewinnen zu können, freuen wir uns über Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen.

Direkter Link zum Karrierebereich

www.freudenberg.de/karriere

Angebote für Studierende Praktika?

Ja

Abschlussarbeiten?

Ja (Bachelor, Master)

Werkstudenten?

Ja

Duales Studium?

Ja

Trainee-Programm?

Ja

Direkteinstieg?

Ja

Promotion?

Ja

QR zu Freudenberg:



Allgemeine Informationen

Branche

Dichtungen, schwingungstechnische Komponenten, Vliesstoffe, Filter, Spezialchemie, medizintechnische sowie mechatronische Produkte, IT-Dienstleistungen und modernste Reinigungsprodukte.

Bedarf an Hochschulabsolventen

Kontinuierlicher Bedarf

Gesuchte Fachrichtungen

Wirtschaftswissenschaften, (Wirtschafts-) Informatik, (Wirtschafts-) Ingenieurwesen, Kommunikationswissenschaften, Medienwissenschaften, Marketing, Maschinenbau, Mechatronik, Chemie, Produktionslehre, Supply Chain Management, Jura, Elektrotechnik, Verfahrenstechnik, Kunststofftechnik, Physik

Produkte und Dienstleistungen

Gemeinsam mit Partnern, Kunden und der Wissenschaft entwickelt die Freudenberg Gruppe technisch führende Produkte, exzellente Lösungen und Services für mehr als 30 Marktsegmente und Tausende von Anwendungen: Dichtungen, schwingungstechnische Komponenten, Vliesstoffe, Filter, Spezialchemie, medizintechnische sowie mechatronische Produkte, IT-Dienstleistungen und modernste Reinigungsprodukte.

Anzahl der Standorte

Rund 470 Standorte in rund 60 Ländern

Anzahl der MitarbeiterInnen

Mehr als 40.000

Jahresumsatz

Mehr als 7,5 Milliarden Euro

Mögliche Einstiegstermine

Jederzeit

Einstiegsprogramme

Direkteinstieg, Traineeprogramme, Duales Studium (in Kooperation mit der Dualen Hochschule Baden-Württemberg, Mannheim)

Einsatzmöglichkeiten

Produktmanagement, Qualitätsmanagement, Verfahrenstechnik, Consulting, Information Technology, Vertrieb, Marketing, Kommunikation, Verwaltung, Industrielle Forschung, Logistik, Finanzen, Rechnungswesen, Controlling, Personal, Umwelt-, Arbeits- und Gesundheitsschutz, Steuern, Recht, Produktionstechnik, Produktionsmanagement, Fertigungsmanagement

Auslandseinsatz

Nach vorherigem Inlandspraktikum möglich. Bewerbung in der Regel direkt über die jeweilige Ausschreibung (oder initiativ) der Landesgesellschaft

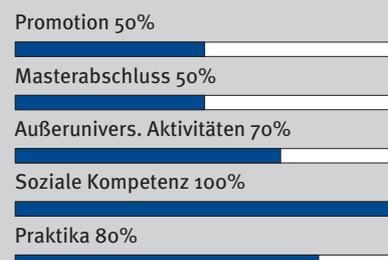
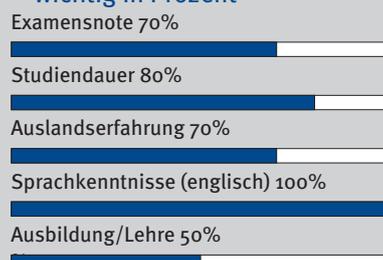
Warum bei Freudenberg bewerben?

Freudenberg ist ein international agierendes Technologieunternehmen mit klarem Auftrag: Wir entwickeln wegweisende Innovationen, die unsere Kunden und die Gesellschaft nachhaltig stärken. Als Mitarbeiter von Freudenberg erleben Sie eine Kultur des Vertrauens, die es Ihnen sehr viel früher als in anderen Unternehmen erlaubt, Verantwortung zu übernehmen. Unternehmerisches Denken und Handeln ist die Grundhaltung, die unsere 40.000 Mitarbeiter weltweit eint. Unsere Führungskräfte begleiten Sie als Mentoren bei Ihrer persönlichen Entwicklung. Sie ermutigen Sie und Ihre Kollegen, neue Aufgaben und Herausforderungen anzunehmen. Darüber hinaus unterstützt Sie das Unternehmen mit zahlreichen Entwicklungsprogrammen.

Entdecken Sie eine Vielzahl an Karriere-möglichkeiten bei Freudenberg.

BEWERBERPROFIL

Bewerberprofil wichtig in Prozent



Sonstige Angaben

Eigeninitiative, selbstständige Arbeitsweise, überdurchschnittliches Engagement, Interkulturalität, hohe Lernbereitschaft, Verantwortungsbewusstsein, Kommunikationsstärke



SINNVOLL ARBEITEN BEI FREUDENBERG

Werden Sie Teil unserer interkulturellen und interdisziplinären Teams und arbeiten Sie gemeinsam an innovativen Produkten, Dienstleistungen und nachhaltigen Lösungen. Die enge Zusammenarbeit von Kollegen aus unterschiedlichen Bereichen, mit Kunden, Partnern und der Wissenschaft gehört schon immer zu unserer Unternehmenskultur. Unsere Teams streben danach, die Lebensbedingungen weltweit zu verbessern und die spezifischen Bedürfnisse unse-

rer Kunden zu erfüllen. Als Mitarbeiter von Freudenberg erleben Sie eine Kultur des Vertrauens, die es Ihnen sehr viel früher als in anderen Unternehmen erlaubt, Verantwortung zu übernehmen. Unternehmerisches Denken und Handeln ist die Grundhaltung, die unsere 40.000 Mitarbeiter in rund 60 Ländern weltweit eint.

www.freudenberg.com



Statement

außeruniversitäres Engagement

 **KNORR-BREMSE**



Außeruniversitäres Engagement – mehr als ein „Zuckerl“ in der Bewerbung.

Wir bei Knorr-Bremse suchen Menschen mit einem hohen Maß an Einsatzbereitschaft, Sozialkompetenz und Individualität. Teamplayer, die mit Leidenschaft, Kreativität und Neugierde an den Themen von morgen arbeiten. Generell suchen wir hoch motivierte Menschen, die die Zukunft und den Erfolg von Knorr-Bremse mitgestalten möchten.

Viele dieser Eigenschaften können Bewerberinnen und Bewerber in Ergänzung zu ihren Studiengängen bei ihren Praktika und Auslandsaufenthalten unter Beweis stellen und üben, aber auch durch den Einsatz in sozialen Projekten.

Personalentscheider bewerten das soziale Engagement von Bewerbern sehr positiv. Bei der Auswahl neuer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter wirkt es sich häufig vorteilhaft aus – natürlich immer unter der Voraussetzung, dass Bewerber- und Jobprofil grundsätzlich zueinander passen.

BERNA TULGA-AKCAN, HR SPECIALIST, KNORR-BREMSE AG



Mobilität sicher zu machen – der tägliche Auftrag von Knorr-Bremse.

Wir wollen weltweit einen maßgeblichen Beitrag zur Sicherheit der Menschen auf Schiene und Straße leisten.

Der Knorr-Bremse Konzern mit Firmensitz in München ist der weltweit führende Hersteller von Bremsystemen für Schienen- und Nutzfahrzeuge. Als technologischer Schrittmacher treibt Knorr-Bremse seit über 110 Jahren maßgeblich Entwicklung, Produktion, Vertrieb und Service moderner Bremsysteme voran. 2015 erwirtschaftete der Konzern einen Umsatz von 5,8 Mrd. Euro und beschäftigte weltweit über 24.000 Mitarbeiter.

Im Unternehmensbereich Systeme für Schienenfahrzeuge stützt das Traditionsunternehmen Fahrzeuge im Nahverkehr wie beispielsweise U-Bahnen und Straßenbahnen, aber auch Güterzüge, Lokomotiven sowie Personenverkehrs- und Hochgeschwindigkeitszüge mit hoch entwickelten Produkten aus.

Neben Brems-
systemen

zählen hierzu auch intelligente Einstiegssysteme, Klimaanlage, Energieversorgungssysteme, Steuerungskomponenten und Scheibenwischer, Bahnsteigtüren, Reibmaterial sowie Fahrerassistenzsysteme und Leittechnik. Zudem bietet Knorr-Bremse Fahrassistenten und E-Learning-Systeme für eine optimale Ausbildung des Zugpersonals an.

Die Unternehmensdivision Systeme für Nutzfahrzeuge bietet ihren Kunden Bremsysteme für Lkws, Busse, Anhänger und Landmaschinen. Im Bereich Chassis-Systeme ist Knorr-Bremse sowohl bei der elektronischen Steuerung und bei Fahrerassistenzsystemen als auch bei der Luftaufbereitung führend. Weitere Produktfelder sind Systeme am Antriebsstrang sowie Drehschwingungsdämpfer für Dieselmotoren.

Mehr als eine Milliarde Menschen weltweit vertrauen Tag für Tag den Systemen von Knorr-Bremse.

Knorr-Bremse heute – 110 Jahre nach der Gründung

Heute ist Knorr-Bremse in den beiden Schwerpunktbereichen Systeme für Schienenfahrzeuge und Systeme für Nutzfahrzeuge mit führenden Marktanteilen weltweit vertreten. Über eine Milliarde Menschen weltweit vertrauen täglich auf die Sicherheit der Systeme von Knorr-Bremse. Bremssysteme des Unternehmensbereichs Knorr-Bremse Systeme für Schienenfahrzeuge kommen in Hochgeschwindigkeitszügen wie dem ICE ebenso zum Einsatz, wie in zahlreichen Güter- und Nahverkehrszügen sowie Straßen- und U-Bahnen in aller Welt.

Daneben gehören On-Board-Systeme, Türsysteme, Klimatechnik, Leistungselektrik und Bahnsteigtürsysteme zum Portfolio des Geschäftsbereichs.

Dabei stehen Kundenorientierung und Service im Mittelpunkt, denn Systemlösungen von Knorr-Bremse werden individuell angepasst und stehen für höchste Sicherheit, Komfort und Wirtschaftlichkeit.

Im Nutzfahrzeugbereich ist Knorr-Bremse in LKWs und Zugmaschinen über 6t, Anhängern und Bussen vertreten. Das Produktspektrum des Bereichs Systeme für Nutzfahrzeuge umfasst neben dem kompletten Bremssystem inklusive Fahrassistenzsystemen Drehschwingungsdämpfer und Lösungen rund um den Antriebsstrang.

MEP – durchdacht und individuell!

Als Trainee in unserem „Management Entwicklungsprogramm“ gewinnen die Teilnehmer im Rahmen von drei Projekten unterschiedlichste Einsichten in technisches und kaufmännisches Agieren eines international aufgestellten Unternehmens. Dabei sind die Aufgabenbereiche inhaltlich als auch geografisch sehr abwechslungsreich und garantieren somit spannendes und anspruchsvolles Arbeiten. Über eineinhalb Jahre können die Trainees erste Berufserfahrungen sammeln, ihr Fachwissen engagiert einbringen und sich individuell weiterentwickeln.



Foto: Knorr-Bremse AG



Neben der praxisbezogenen Projektarbeit werden die Trainees von erfahrenen Mentoren betreut, die ihnen mit ihrer Erfahrung zur Seite stehen. Außerdem werden ihre bisherigen Erfahrungen durch gezielte Weiterbildung anhand von Trainings-on-the-job and Trainings-off-the-job erweitert.

Gesucht werden hierfür Ingenieure/-innen mit dem Abschluss Master oder Diplom, die an kaufmännischen Themen interessiert sind, mindestens Englisch fließend sprechen, über erste berufliche Erfahrungen verfügen und sehr gute Noten haben sowie eine Herausforderung in einer verantwortungsvollen Position in einem weltweit erfolgreichen Unternehmen suchen.

Handeln mit unternehmerischem Weitblick

Von jedem Programmteilnehmer wird bereits von Beginn an die Übernahme von Eigenverantwortung bei der Projektvorauswahl und bei der Projektdurchführung erwartet. Projektchancen müssen erkannt und wahrgenommen, Projektrisiken abgesichert werden. Unterstützt und beratend begleitet werden sie dabei von einem Mentor in leitender Position, dem Vorgesetzten sowie der Personalentwicklung.

Zielbewusste Eigendynamik motiviert für mehr

Gestaltungsfreiheit bedeutet zugleich Verantwortung. Dieser Ansatz wird auch bei der dynamischen Weiterentwicklung des Programms – durch die Teilnehmer selbst – gelebt: Aktuelle Beispiele hierfür sind die Einführung einer internetbasierten Kommunikationsplattform für alle Teilnehmer und Absolventen des Programms sowie eine Wissensdatenbank, deren Kern ein umfassendes Projektarchiv bildet. Unternehmensintern kommunizieren die Teilnehmer in Eigenregie über ihre Projekterfolge mittels Newsletter, Flyer und der weltweiten Unternehmenszeitschrift.

FIRMENPROFIL

Kontakt

Ansprechpartner

Ansprechpartner finden Sie in den jeweiligen Stellenausschreibungen unter www.knorr-bremse.de

Anschrift

Moosacher Straße 80
80809 München

Telefon

Tel.: +49 89 35 47 0

E-Mail

info@knorr-bremse.com

Internet

www.knorr-bremse.com

Direkter Link zum Karrierebereich

www.knorr-bremse.de/de/careers/startseitestellenmarkt.jsp

Bevorzugte

Bewerbungsarten

Bitte bewerben Sie sich ausschließlich online.

Angebote für Studierende Praktika? Ja

Abschlussarbeiten? Ja

Werkstudenten? Ja

Duales Studium? Ja

- Bachelor of Engineering – Elektrotechnik
- Bachelor of Engineering - Maschinenbau
- Bachelor of Engineering - Wirtschaftsingenieurwesen
- Bachelor of Science - Wirtschaftsinformatik

Traineeprogramm? Ja

Direkteinstieg? Ja

Promotion? Ja

QR zu Knorr-Bremse:



■ Allgemeine Informationen

Branchen

Maschinenbau / Elektrotechnik

Bedarf an Hochschulabsolventen (m/w)

Kontinuierlicher Bedarf

■ Gesuchte Fachrichtungen

Maschinenbau, Elektrotechnik, Wirtschaftsingenieurwesen, Informatik, Mechatronik

■ Produkte und Dienstleistungen

Hersteller von Bremssystemen für Schienen- und Nutzfahrzeuge. Weitere Produktfelder: On-Board-Systeme für Schienenfahrzeuge, Bahnsteigtürsysteme und Drehschwingungsdämpfer.

■ Anzahl der Standorte

Über 100 Standorte

■ Anzahl der MitarbeiterInnen

Über 24.000

■ Jahresumsatz

5,8 Mrd. Euro (2015)

■ Einstiegsprogramme

Direkteinstieg, Traineeprogramm (Management Evolution Program), Duales Studium

■ Mögliche Einstiegstermine

Jederzeit

■ Auslandstätigkeit

Möglich, aber Bewerbung in der Regel direkt über die jeweilige Ausschreibung der Landesgesellschaft

■ Einstiegsgehalt für Absolventen

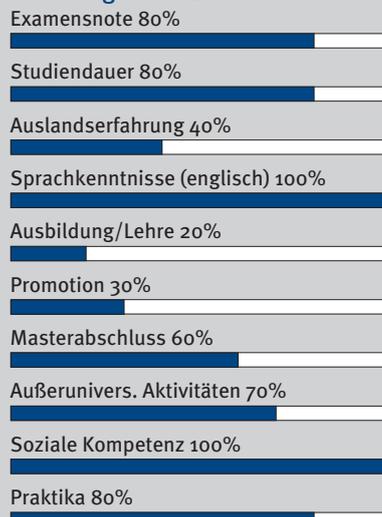
Je nach Qualifikation

■ Warum bei Knorr-Bremse bewerben?

Knorr-Bremse beschäftigt weltweit Menschen mit ganz individuellen Lebensläufen, Erfahrungen und Persönlichkeiten, von denen jeder Einzelne seinen ganz eigenen Beitrag zum Unternehmenserfolg leistet. Die Vielfalt unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sehen wir als eine unserer großen Stärken. Sie bietet ein umfangreiches Spektrum an Talenten und Kompetenzen, unterschiedlichsten Perspektiven, Sichtweisen und Ideen – für Knorr-Bremse der Schlüssel zu einem hohen Innovationspotenzial.

BEWERBERPROFIL

■ Bewerberprofil wichtig in Prozent



Hinweis:

Die Knorr-Bremse AG weist darauf hin, dass die Anforderungen in den Bereichen sehr unterschiedlich sind.

Die spezifischen Anforderungen können in den einzelnen Stellenangeboten auf der Homepage (QR-Code oder www.knorr-bremse.de) eingesehen werden.



Accelerate your Career



BEI KNORR-BREMSE IN MÜNCHEN.

Der Knorr-Bremse Konzern ist weltweit der führende Hersteller von Brems- und Sicherheitssystemen für Schienen- und Nutzfahrzeuge. Mehr als eine Milliarde Menschen vertrauen täglich unseren Systemen. Durch die Innovationskraft und die Leidenschaft unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter machen wir Schiene und Straße sicherer. Jeden Tag – seit über 110 Jahren. Knorr-Bremse bietet engagierten Studenten/Absolventen (m/w) und Young Professionals (m/w) optimale Voraussetzungen für ihre spätere berufliche Karriere.

Student

für Praktika, Werkstudententätigkeiten oder Abschlussarbeiten (Bachelor/Master/Diplom)

Absolvent

für den direkten Berufseinstieg oder zur Teilnahme an unserem 18-monatigen Management-Entwicklungsprogramm (MEP)

Mehr Information im Stellenmarkt unter www.knorr-bremse.de



KNORR-BREMSE



Außeruniversitäres und studentisches Engagement hebt Dich ab und bringt Dich persönlich weiter!

„Außeruniversitär und studentisch engagierte Bewerber punkten durch gezeigte Einsatz- und Verantwortungsbereitschaft sowie durch erworbene soziale Kompetenzen. Das stellt einen eindeutigen Mehrwert für die Unternehmen dar und erhöht die Chancen im Bewerbungsprozess.“

Diesen Mehrwert schätzen wir bei der Krones AG sehr. Unsere Mitarbeiter bringen eben diese Begeisterungsfähigkeit und Verbundenheit zum Unternehmen sowie zu ihren Aufgaben und Tätigkeiten mit. Auch das Engagement im privaten Umfeld und die Erweiterung des persönlichen Horizonts fördern wir gerne, z. B. wenn es sich um mitarbeiterinitiierte Weiterbildungen handelt, welche sich auch positiv auf die Tätigkeit bei Krones auswirken.“

CAROLA STOCKINGER, HEAD OF PERSONNEL MARKETING, KRONES AG

KRONES Mit Krones erfolgreich in die berufliche Zukunft

Die Krones AG – kennen Sie nicht? Den Produkten unserer Kunden sind Sie heute aber bestimmt schon begegnet. Denn jede vierte Flasche weltweit und jede zweite Flasche in Deutschland ist auf einer Krones Anlage befüllt, etikettiert oder verpackt worden. Täglich werden Millionen von Flaschen,

Dosen und Formbehältern mit Krones Anlagen „verarbeitet“, vor allem in Brauereien, der Soft-Drink-Branche sowie bei Wein-, Sekt- und Spirituosenherstellern, aber auch in der Nahrungs- und Genussmittelindustrie sowie der chemischen, pharmazeutischen und kosmetischen Industrie.



Tüftler mit Reisepass

Service-Ingenieur (m/w) – Ein Job ohne Alltags-Arbeitsroutine

Man nehme einen Schraubendreher, Notfallapotheke, Reisepass und Sicherungsmuttern. „Passt doch überhaupt nicht zusammen“, sagen Sie? Und fragen sich, was denn das werden soll?

Das Rätsel lösen wir gerne auf, denn die Auswahl der Gegenstände macht tatsächlich Sinn: Für die Krones Service-Ingenieure ist sie ein fester Bestandteil des Gepäcks. Und außerdem gehören natürlich noch jede Menge technisches Know-how, Improvisationstalent und Selbstständigkeit dazu.

Statt Hektik und Stress sind Präzision und Souveränität gefragt, gepaart mit überdurchschnittlich gutem Know-how.

Weltweit sind die spezialisierten Techniker der Krones AG unterwegs und stellen sicher, dass alle Anlagen jedes einzelnen Kunden laufen. Sie sind die „Schnelleinsatztruppe“, die sofort zur Hilfe eilt, wenn es irgendwo brennt. Und dann geht die Tüftelei los. Mit ihrer Spezialisierung auf eine Technologie unterstützen die Experten dann mit ihrem vertieften Wissen die Techniker vor Ort oder betreuen besonders komplizierte Installationen. Oder, wie es die Chefin der Truppe im Bereich Automatisierungstechnik, Birgit Hahn [YouTube: Menschen bei Krones: Birgit Hahn], erklärt: Wie Fachärzte greifen die Service-Ingenieure immer dann ein, wenn der Hausarzt (beziehungsweise der in der Breite ausgebildete Techniker) nicht mehr weiter weiß. Und je nachdem, welches Teil behandelt werden muss, rückt der richtige Spezialist an. Zusammen mit dem

„Hausarzt“ wird dann untersucht, überprüft und operiert. Dass dabei auch der „Hausarzt“ etwas dazulernt und aus der Erfahrung der Fachärzte profitiert, ist dabei mehr als nur ein netter Nebeneffekt.

Birgit Hahn selbst war lange Zeit als aktive Service-Ingenieurin im Außendienst zuständig für Aseptik und Prozesstechnologie im Bereich Automatisierungstechnik. Andere wiederum kümmern sich zum Beispiel um Themen wie die Inspektionstechnik. Dabei sind sie oft wochenlang unterwegs, treffen allerhand Menschen, sehen neben Produktionsstätten auch eine Menge interessanter Städte und Landschaften. Und nach jeder Reise bleibt das Wissen, dass man wieder etwas geleistet hat, auf das man stolz sein kann – und die Gewissheit, dass der nächste Einsatz wieder neue Herausforderungen bereithält.

Eines haben aber alle Spezialisten gemeinsam: Für sie alle ist wohl der kühle Kopf in jeder Situation das wichtigste Werkzeug. Auch bei völlig neuen Situationen und unbekanntem Problemen gilt es, ruhig zu bleiben und strukturiert auf Fehlersuche zu gehen. Statt Hektik und Stress sind also Präzision und Souveränität gefragt, gepaart mit überdurchschnittlich gutem Know-how.

Wie unverzichtbar die Service-Ingenieure für die Krones AG sind, dürfte nun klar geworden sein. Und für alle, die es bei dem Gedanken an die Tätigkeit als Service-Ingenieur jetzt in den Fingern juckt: Dann nichts wie ran an die Bewerbung im Online-Portal (www.krones.com)! Selbstverständlich gilt das nicht nur für die Herren der Schöpfung, auch weibliche Bewerberinnen sind willkommen! ■

Kontakt

Ansprechpartner
Carola Stockinger,
HR Personnel Marketing

Anschrift

Böhmerwaldstraße 5
93073 Neutraubling
(bei Regensburg)

Telefon/Fax

Telefon: +49 9401 70 1275
Fax: +49 9401 7091 1275

E-Mail

carola.stockinger@krones.com

Internet

www.krones.com

Bevorzugte

Bewerbungsart(en)

Bitte bewerben Sie sich online entweder direkt auf die jeweiligen Ausschreibungen oder initiativ. Bitte achten Sie darauf, immer vollständige Unterlagen (Anschreiben, Lebenslauf und Zeugnisse) einreichen.

Direkter Link zum

Karrierebereich

www.krones.com/de/
karriere.php

Angebote für Studierende

Praktika?
Ja, über 700 pro Jahr

Abschlussarbeiten?

Ja, über 250 pro Jahr

Werkstudenten?

Ja

Duales Studium?

Ja,
Bachelor of Engineering
Bachelor of Science

Trainee-Programm?

Ja

Direkteinstieg?

Ja

Promotion

Nein

QR zu KRONES:



Allgemeine Informationen

Branche

Maschinen- und Anlagenbau

Bedarf an Hochschulabsolventen

Aktuelle Angebote finden Sie unter:
www.krones.com

Gesuchte Fachrichtungen

Chem.-Ing / Verf.-technik, Elektrotechnik, Informatik, Maschinenbau, Mathematik, Naturwissenschaften, Physik, Prozesstechnik, Technische Redaktion, Verfahrenstechnik, Wirtschaftsingenieurwesen, Wirtschaftswissenschaften, Sonstige

Produkte und Dienstleistungen

Der KRONES Konzern mit Hauptsitz in Neutraubling, Deutschland, plant, entwickelt und fertigt Maschinen und komplette Anlagen für die Bereiche Prozess-, Abfüll- und Verpackungstechnik. Informationstechnologie, Fabrikplanung sowie zahlreiche Produkte der Krones Tochtergesellschaften, wie beispielsweise Intralogistik und Ventilproduktion, ergänzen das Krones Produktportfolio.

Täglich werden Millionen von Flaschen, Dosen und Formbehältern mit Krones Anlagen „verarbeitet“, vor allem in Brauereien, der Softdrink-Branche sowie bei Wein-, Sekt- und Spirituosenherstellern, aber auch in der Nahrungs- und Genussmittelindustrie sowie der chemischen, pharmazeutischen und kosmetischen Industrie.

Anzahl der Standorte

Inland: Neutraubling (bei Regensburg), Nittenau, Flensburg, Freising, Rosenheim
Weltweit: Rund 80 Service- und Vertriebsniederlassungen

Anzahl der MitarbeiterInnen

Deutschland: 10.061 (Stand 31.12.2016)
Weltweit: 14.443 (Stand 31.12.2016)

Jahresumsatz

2015: 3,17 Mrd. Euro

Einsatzmöglichkeiten

Forschung und Entwicklung, Informationstechnologie, Vertrieb, Einkauf, Logistik, Produktion, Produktparten, u.a.

Einstiegsprogramme

Direkteinstieg, Traineeprogramm

Mögliche Einstiegstermine

Jederzeit

Auslandstätigkeit

Projektbezogen möglich

Einstiegsgehalt für Absolventen

Ca. 40.000 - 48.000 EUR p.a.

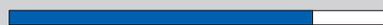
Warum bei KRONES bewerben?

Bei KRONES arbeiten Sie beim führenden Systemlieferanten in der Getränkeindustrie. Sie sind im Sondermaschinenbau tätig, wo Sie spannende Herausforderungen erwarten. Sie sind an deren Lösung beteiligt, können Visionen vorantreiben und damit den technischen Fortschritt mitgestalten. Im Rahmen Ihrer beruflichen und persönlichen Weiterentwicklung bieten wir Ihnen zahlreiche Fortbildungsmaßnahmen an und unterstützen Ihre individuelle Karriereplanung durch vielfältige Karrierepfade. Zudem bestehen Möglichkeiten des Wechsels in andere Abteilungen oder innerhalb der KRONES Gruppe – auch international.

BEWERBERPROFIL

Bewerberprofil wichtig in Prozent

Examensnote 80%



Studiendauer 70%



Auslandserfahrung 50%



Sprachkenntnisse (englisch) 100%



Ausbildung/Lehre 50%



Promotion 20%



Masterabschluss 20%



Außerunivers. Aktivitäten 50%



Soziale Kompetenz 100%



Praktika 80%



Sonstige Angaben

Wichtig sind darüber hinaus Teamfähigkeit, Kreativität, Flexibilität, Engagement und die Faszination für unsere Branche und unsere Produkte.

Be part of our team



Im KRONES Team arbeiten mehr als 14.000 Menschen, die alle durch ihre unverwechselbaren Geschichten und Persönlichkeiten das Unternehmen bereichern. Was sie gemeinsam haben: Begeisterung für Technik, Freude an dem, was sie tun und den unbedingten Willen, gemeinsam etwas zu bewegen.

Sie möchten Teil unseres Teams werden?
Dann schreiben Sie uns, wer Sie sind und was Sie ausmacht!
Aktuelle Jobangebote bei der KRONES AG und ihren Tochtergesellschaften finden Sie auf www.krones.com.

Das ist KRONES

- Deutscher Technologiekonzern
- Anlagentechnik, IT und Dienstleistungen für die Getränkeindustrie
- Mehr als 14.000 Mitarbeiter
- Hauptsitz in Neutraubling bei Regensburg
- Über 80 Standorte weltweit
- Kunden in 190 Ländern



Statement

außeruniversitäres Engagement



In allen Finanzfragen, vom Vermögensmanagement über die Altersvorsorge bis zu Versicherungen, spielen die Beziehung und das Vertrauen zwischen Kunde und Berater eine essentielle Rolle. Deshalb wissen wir um den Wert von gelebten Beziehungen und Netzwerken.

Als langjähriger Partner in der Hochschulwelt und in unseren Kooperationen mit mehreren Initiativen des VDSI erleben wir bei den Studenten, dass sie diese Auffassung und Bedeutung von Beziehungen mit uns teilen. Das Engagement in einer studentischen Initiative ist, neben den vielen Anforderungen und Aufgaben des Studiums, für die Studenten auch deshalb so wichtig.

Studentisches Engagement leistet einen wichtigen gesellschaftlichen Beitrag, dient aber auch der persönlichen Weiterentwicklung und dem Aufbau eines persönlichen Netzwerks, Erfahrungen und Kompetenzen, die MLP auch bei seinen Beratern schätzt. Dieses Engagement und den Einsatz der Studenten unterstützen wir seit vielen Jahren auf Bundes- und Regional-Ebene in vielfältiger Weise durch unser umfangreiches Angebot, u. a. als Kurator/Förderer, als Partner bei Konferenzen, in Workshops, durch Praktika in unseren Geschäftsstellen und in individuellen Gesprächen.

MATTHIAS ORTSEIFEN, KOOPERATIONSMANAGER FÜR AKADEMISCHE EINRICHTUNGEN

MLP-ANSPRECHPARTNER FÜR DIE KOOPERATIONEN MIT AIESEC, BDSU, ELSA, JCNETWORK, MARKET TEAM, MTP U.A. STUDENTISCHE INITIATIVEN AUF BUNDESEBENE



MLP – Partner in allen Finanzfragen

Geldanlage, Altersvorsorge, aber auch Finanzierungen oder Existenzgründungen – die Themen sind komplex, jedoch wichtig. Allerdings macht es die Breite des Angebots für Verbraucher schwer, die für sie passende Lösung zu finden. Seit mehr als 45 Jahren steht MLP Privatkunden als Partner in allen Finanzfragen zur Seite. Auch Arztpraxen und mittelständische Unternehmen schätzen die Expertise von MLP; hinzu kommen institutionelle Investoren.

Ein wichtiger Teil der MLP-Philosophie ist das tiefe Verständnis der Kunden. Deshalb konzentrieren sich die knapp 2.000 Kundenberater jeweils auf bestimmte Berufsgruppen. Sie betreuen die Kunden in allen Finanzfragen – von der Altersvorsorge und dem Vermögensmanagement über die Kranken- und Sachversicherung bis hin zur Finanzierung und zum Bankgeschäft. Deutschlandweit profitieren mehr als 510.000 Privatkunden sowie 18.200 Firmen- und institutionelle Kunden von den passgenauen Lösungen und schenken MLP ihr Vertrauen. Dass der Bedarf an Finanzberatung weiter steigen wird – auch in Zeiten der Digitalisierung –, steht für die meisten Branchenkenner außer Frage. In einer Roland-Berger-Umfrage geben 65 Prozent der Befragten an, zu komplexen Finanzprodukten in der Filiale oder zu Hause persönlich beraten werden zu wollen.

Für die Kundenberater bei MLP sind die intensive und langfristige Begleitung von Kunden über verschiedene Lebensabschnitte und deren positives Feedback wertvolle Motivationsfaktoren. Hinzu kommen hohe Marktdynamiken, die eine kontinuierliche Weiterbildung und Spezialisierung ermöglichen sowie eine freie Arbeitsweise – das sind weitere Aspekte, die den Beruf spannend und interessant machen.



Interview mit Dirk Bohsem, Leiter des Bereichs Marktmanagement beim Finanzdienstleister MLP. Hier ist auch das Recruiting verankert.

Herr Bohsem, warum sollten sich junge Menschen für eine selbstständige Karriere in der Finanzbranche entscheiden?

Die Aufgaben sind sehr abwechslungsreich und verantwortungsvoll. Die Begleitung von Kunden über verschiedene Lebensphasen – vom Studium über den Berufsstart bis beispielsweise zum Erwerb einer Immobilie – bietet immer neue Chancen für Berater und wirkt motivierend. Zudem profitieren Kundenberater bei MLP von einem selbstbestimmten Arbeitstag sowie der breiten Unterstützung aus den Fachbereichen in der Unternehmenszentrale. Dadurch können sich unsere Berater voll und ganz auf die Beratung der Kunden konzentrieren.

Was sind die Besonderheiten, die speziell MLP für Nachwuchsberater und Beraterinnen bietet?

Um die Selbstständigkeit zu erleichtern, bieten wir Nachwuchsberatern bei MLP ein Paket aus Zuschüssen und Weiterbildungsprämien, die sie sich in den ersten beiden Jahren verdienen können. Zusätzlich zur umfangreichen Aus- und Weiterbildung an der MLP Corporate University startete zum Wintersemester 2016 in Kooperation mit der Steinbeis School of Management & Innovation in Berlin der neue Studiengang „Master of Financial Planning and Management“. Der berufs begleitende Master-Studiengang richtet sich sowohl an erfahrene als auch an neue MLP-Berater, die nach ihrem Bachelor-Abschluss bei MLP tätig werden, und bietet einen exzellenten am Markt anerkannten Abschluss. Schwerpunkte bilden die Themen „Financial Planning“, „Kommunikation und Beziehungsmanagement“, „Business Administration“ sowie „Leadership“.

Welche Projekte zur Nachwuchsrekrutierung gibt es bei Ihnen?

Wir haben unsere Praktikantenprogramme ausgebaut. Bewerber können zwischen vier Wochen und drei Monaten in den Berater-Beruf hineinschnuppern und MLP kennenlernen. Speziell für

Abiturienten bieten wir in Kooperation mit dualen Hochschulen ein Studium im Vertrieb. Durch dieses Studium legen Absolventen gezielt den Grundstein, um später selbst MLP-Berater zu werden.

Darüber hinaus haben wir die Referentenstelle „Women in Finance“ geschaffen, die sich ausschließlich damit befasst, mehr Frauen für MLP sowie den Beraterjob zu begeistern. Speziell für Frauen ist so die Veranstaltungsreihe „Frauenpower@MLP“ entstanden, bei der sich Frauen mit Geschäftsstellenleiterinnen und Beraterinnen austauschen können und Eindrücke aus erster Hand erhalten. Für unser Engagement in diesem Bereich haben wir die Auszeichnung „top4women“ bekommen.

Wir sprechen Interessenten auch persönlich an, beispielsweise bei MLP-Veranstaltungen. Dazu zählt unter anderem der Infotag „MLP Erleben“. Hier geben wir auf dem MLP-Campus in Wiesloch einen Einblick in die Beratertätigkeit und Besucher können sich mit Beratern und Führungskräften austauschen. In dem Programm „Einen Tag als Berater erleben“ lernen Interessierte alles kennen, was die Tätigkeit des MLP-Beraters ausmacht – und zwar direkt vor Ort in einer unserer rund 160 Geschäftsstellen in Deutschland.

Welche Qualifikationen und Fähigkeiten sollten Bewerber mitbringen?

Wir sind grundsätzlich auf der Suche nach Absolventen aus wirtschaftswissenschaftlichen und naturwissenschaftlichen Fächern. Ein Interesse an Finanzthemen sollte vorhanden sein. Darüber hinaus sollten Berater sehr genau auf die einzelnen Bedürfnisse der Kunden eingehen können. Das erfordert vor allem Persönlichkeit. Daneben sind Ausdauer, Unternehmergeist, der Wille zum Erfolg, eine hohe Kundenorientierung sowie der eigene Anspruch, sich permanent persönlich sowie fachlich weiterzuentwickeln Eigenschaften, die einen guten Berater auszeichnen. ■



Aktion:
1 Tag als
Berater
erleben.

Über den Beruf des MLP-Beraters kann man viel erzählen.

Machen Sie sich doch am besten selbst ein Bild in einer unserer bundesweiten MLP-Geschäftsstellen. Lernen Sie mit unserem Programm „Einen Tag als Berater erleben“ alles kennen, was die Tätigkeit des MLP-Beraters ausmacht.

Bewerbung unter:
mlp-ag.de/bewerber/karriere-events/einen-tag-als-berater-erleben/

Die MLP Gruppe – Partner in allen Finanzfragen

Die MLP Gruppe ist der Partner in allen Finanzfragen – für private Kunden genauso wie für Firmen und institutionelle Investoren. Mit vier Marken, die in ihren Märkten jeweils führende Positionen einnehmen, bieten wir ein breites Leistungsspektrum:

- **MLP Finanzdienstleistungen AG:** Gesprächspartner in allen Finanzfragen
- **FERI AG:** Investmenthaus für institutionelle Investoren und große Privatvermögen
- **DOMCURA AG:** Assekuradeur mit Fokus auf privaten und gewerblichen Sachversicherungen
- **TPC GmbH:** Spezialist im betrieblichen Vorsorgemanagement für Unternehmen

Ausgangspunkt in allen Bereichen sind die Vorstellungen unserer Kunden. Darauf aufbauend stellen wir ihnen ihre Optionen nachvollziehbar dar, so dass sie selbst die passenden Finanzentscheidungen treffen können. Bei der Umsetzung greifen wir auf die Angebote aller relevanten Produktanbieter zurück. Grundlage sind wissenschaftlich fundierte Markt- und Produktanalysen. Manfred Lautenschläger und Eicke Marschollek haben MLP 1971 gegründet. Bei MLP sind knapp 2.000 selbstständige Kundenberater und gut 1.800 Mitarbeiter tätig.

Kontakt

Ansprechpartner finden Sie in den jeweiligen Stellenausschreibungen unter www.mlp-karriere.de

Anschrift

Alte Heerstraße 40
69168 Wiesloch

Telefon/Fax

Telefon: +49 6222 308 8410
Fax: +49 6222 308 8414

Internet

www.mlp.de

Bevorzugte

Bewerbungsart(en)

Bitte bewerben Sie sich online über die Karriereseite. Bitte immer vollständige Unterlagen als Attachements mitschicken!

Direkter Link zum

Karrierebereich

www.mlp-karriere.de

Angebote für Studierende

Praktika?

Ja, bundesweit

Abschlussarbeiten?

Auf Anfrage

Werkstudenten? Ja,

siehe www.mlp-karriere.de

Duales Studium? Ja,

siehe www.mlp-karriere.de

Trainee-Programm? Nein

Direkteinstieg? Ja

Promotion

Ja, auf Anfrage

QR zu MLP:



Allgemeine Informationen

Branche

Finanzdienstleistungen

Bedarf an Hochschulabsolventen

Kontinuierlicher Bedarf

Gesuchte Fachrichtungen

Hochschulabsolventen aller Fachrichtungen, bevorzugt Wirtschaftswissenschaftler, MINT, Juristen

Produkte und Dienstleistungen

MLP ist der Gesprächspartner in allen Finanzfragen – vom Vermögensmanagement über die Altersvorsorge bis zu Versicherungen.

Anzahl der Standorte

Ca. 160 Geschäftsstellen deutschlandweit

Anzahl der MitarbeiterInnen

1800 Mitarbeiter/-innen und
2000 MLP-Berater/-innen

Jahresumsatz

2015: 535,7 Mio. Euro

Einsatzmöglichkeiten

Einstieg in die umfassende Beratung von Akademikern und anderen anspruchsvollen Kunden in den Bereichen Vermögensaufbau, Finanzierung und Altersvorsorge. Natürlich gibt es auch Einstiegsmöglichkeiten in den verschiedenen Unternehmensbereichen in der MLP-Zentrale.

Einstiegsprogramme

Direkteinstieg als Finanzberater,
Praktikum Finanzberatung

Mögliche Einstiegstermine

Quartalsweise für Financial Consultant

Auslandstätigkeit

Nicht möglich

Einstiegsgehalt für Absolventen

Um den Schritt in die Selbstständigkeit zu erleichtern, erhalten Nachwuchsberater bei MLP in den ersten beiden Jahren Zuschüsse und Weiterbildungsprämien. Zusammen mit Provisionseinkünften können sie ein Einkommen von circa 42.000 Euro erreichen.

Warum bei MLP bewerben?

Wir verlangen viel von unseren Beratern und Mitarbeitern. Aber als MLPLer können Sie auch viel von uns erwarten. Denn wir fördern in unserer offenen Unternehmenskultur individuelle Karrieren und selbstständiges Arbeiten. Professionelle Unterstützung im Tagesgeschäft und beste Möglichkeiten für die berufliche und persönliche Weiterbildung sind bei uns keine vagen Versprechen. Wir leben diesen Ansatz tagtäglich.

Was Sie von uns erwarten können:

- Hohe Eigenverantwortung mit Freiraum für eigene Ideen
- Flexibilität bei der Arbeitszeitgestaltung
- Eine integrierende Unternehmenskultur mit flachen Hierarchien
- Gelebter bereichsübergreifender Teamspirit
- Leistungsorientierte Vergütung mit zahlreichen Nebenleistungen
- Individuelle Work-Life-Balance
- Persönliche und berufliche Entwicklungsmöglichkeiten
- Eine exzellente Aus- und Weiterbildung

BEWERBERPROFIL

Bewerberprofil wichtig in Prozent



Sonstige Angaben

Wunsch nach Selbstständigkeit und die Bereitschaft, sich kontinuierlich weiterzubilden.

Ellenbogenmentalität bei MLP.

Karriere ist kein Konkurrenzkampf – jedenfalls nicht bei uns. Überzeugen Sie sich selbst!



Aktion:
1 Tag als
Berater
erleben.

Wir bieten engagierten Hochschulabsolventen und Young Professionals eine verantwortungsvolle Tätigkeit als selbstständiger

JUNIOR FINANZBERATER (W/M)

Sie sind Gesprächspartner in allen Finanzfragen, erarbeiten mit Ihren Kunden individuelle Finanzdienstleistungskonzepte, bauen Ihren Kundenstamm kontinuierlich auf und entwickeln diesen weiter.

Außergewöhnliche Perspektiven für Ihre Karriere.

Mit MLP setzen Sie auf einen der führenden Finanz- und Vermögensberater. Sie gewinnen einen zuverlässigen Partner an Ihrer Seite, der seine Marktposition kontinuierlich ausbaut und Ihnen darüber hinaus exzellente Entwicklungsmöglichkeiten bietet.

Bei MLP kommen Ihre Stärken zum Einsatz:

- Sie haben erfolgreich ein Studium im Bereich Wirtschaftswissenschaften, Naturwissenschaften, Jura oder eine Ausbildung als Bankkaufmann/-frau, Versicherungskaufmann/-frau, Betriebswirt/-in, oder Finanzwirt/-in abgeschlossen und suchen nun den perfekten Einstieg in den Vertrieb als Kundenberater.
- Sie interessieren sich für die Themen aus den Bereichen Wirtschaft, Versicherungs- und Finanzwesen.
- Ihre Gesprächspartner schätzen Ihren Verstand sowie Ihr zielstrebiges und lösungsorientiertes Handeln.
- Sie stehen gerne im direkten Dialog mit Menschen und möchten sich kontinuierlich weiterentwickeln.

Erfolge planbar machen, dafür stehen wir ein:

- Wir bieten Ihnen ein vielfach ausgezeichnetes Aus- und Weiterbildungskonzept an der MLP Corporate University.
- Erfahrene Beraterkollegen sowie ein erfahrenes Serviceteam stehen Ihnen stets mit Rat und Tat zur Seite.
- Zuschüsse und Weiterbildungsprämien sichern Ihnen den erfolgreichen Start in Ihre Selbstständigkeit mit überdurchschnittlichen Einkommensmöglichkeiten.

Lernen Sie uns kennen.
Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung
unter www.mlp-berater.de

Durch außeruniversitäres Engagement erwerben Studenten bereits Kompetenzen, die ihnen der normale studentische Alltag so nicht bieten kann. Nicht nur in persönlicher Hinsicht sind freiwillige Projekteinsätze außerhalb der Hochschule und ehrenamtliche Tätigkeiten eine Bereicherung, auch für den späteren Beruf sicher von großem Vorteil, um sich im vielschichtigen Arbeitsumfeld behaupten zu können. Ein wachsendes Netzwerk kann den Berufseinstieg erleichtern und durch Praktika gewinnen Sie an Erfahrungswerten, die den Lebenslauf nicht nur schön aussehen lassen, sondern tatsächlich jede Bewerbung um ein Vielfaches bereichern. Praktika und Auslandsaufenthalte helfen, sich persönlich zu entwickeln, sich zu orientieren und sich als Charakter abzurunden.

Als international sehr erfolgreicher Gesundheitskonzern ist es Sanofi wichtig, Bewerbern die Chance zu geben, die Berufswelt innerhalb engagierter Teams kennen zu lernen und Praxiswerte zu vermitteln, von denen sie ihr Leben lang profitieren.

BIRGIT HUBER, HUMAN RESOURCES, HEAD OF COE TALENT ACQUISITION



Sanofi – ein weltweit führendes Gesundheitsunternehmen

Sanofi ist ein weltweit führendes Gesundheitsunternehmen. Mehr als 110.000 Mitarbeiter stehen in rund 100 Ländern im Dienst der Gesundheit. Dabei konzentrieren wir uns auf die Bedürfnisse des Menschen und die Anforderungen seines gesellschaftlichen Umfeldes.

Mitarbeiter der Sanofi-Aventis Deutschland GmbH widmen sich der Erforschung der Ursachen von Krankheiten und der Suche nach Ansatzpunkten für deren medikamentöse Behandlung ebenso wie der Arzneimittelentwicklung, der Wirkstoffproduktion und Arzneimittelfertigung bis hin zur

Auslieferung und dem Versand von Fertigarzneimitteln in die ganze Welt. Die Produktpalette umfasst innovative, verschreibungspflichtige und freiverkäufliche Medikamente sowie Impfstoffe, Medizinprodukte und Generika.

Wer in einem der größten Pharmaunternehmen weltweit arbeiten möchte, das hierzulande die vollständige Wertschöpfungskette der Arzneimittelindustrie abdeckt und in Deutschland in bedeutendem Umfang sowohl forscht als auch produziert, der ist bei Sanofi genau richtig!

Einstiegsmöglichkeiten bei Sanofi

Für Studierende

Sie wollen nicht nur Theorien, sondern auch die Praxis kennenlernen? Dann sind Sie bei uns richtig: Wir bieten Praktika, Pharmaziepraktika, Famulaturen, Abschlussarbeiten und Werkstudententätigkeiten in verschiedensten Bereichen an. Bei unserem breiten Angebot – von der Forschung, über die Arzneimittelfertigung bis zum Controlling – ist für jeden etwas dabei.

Für Berufseinsteiger

Wir bieten talentierten Hochschulabsolventen verschiedene Einstiegsmöglichkeiten in ein spannendes, forschungs- und entwicklungsgetriebenes Karriereumfeld. Ganz gleich, ob Sie sich für ein Trainee-Programm, ein Volontariat oder für den Direkteinstieg entscheiden – wir stellen Ihre persönliche Entwicklung in den Mittelpunkt und unterstützen Sie dabei, Ihre Talente zu entfalten.



Ein Tag als Trainee bei Sanofi

Robert W. Landertinger Forero absolviert das Traineeprogramm bei Sanofi in dem Bereich „Industrial Affairs“ im Industriepark Frankfurt-Höchst

„Es erfüllt mich mit großem Stolz, dass ich sagen kann: „Meine Arbeit dient dazu, den Alltag von Millionen Menschen auf der ganzen Welt zu verbessern.“ Als Trainee bin ich Teil des Betriebsleitungsteams in dem Multi-Insulin-Betrieb, in dem wir die unterschiedlichen Insuline von Sanofi herstellen. Diese Insuline werden für die Behandlung von Diabetes gebraucht. Ich lerne sehr viel von meinen Trainee-Kollegen, die bereits unterschiedlichste Erfahrungen sammeln konnten. Das Sanofi Traineeprogramm hat ein sehr umfangreiches Trainingsangebot. Wir freuen uns alle immer wieder aufs Neue, wenn wir uns bei solchen Gelegenheiten treffen und gemeinsam in den Trainings daran arbeiten, uns weiterzuentwickeln und Probleme zu lösen.“

9:00 – Betriebsroutine: Jeden Tag beginnen wir mit unserer Routine. Wir sind ein Team aus diversen Disziplinen, wie z. B. Qualität, Produktion, Technik oder HSE mit unterschiedlichen Verantwortungsbereichen. Wir besprechen gemeinsam, wie die Produktion in den letzten 24h gelaufen ist.

„Meine Arbeit dient dazu, den Alltag von Millionen Menschen auf der ganzen Welt zu verbessern.“

9:30 – Lerneinheit: Damit ich meine Arbeit ausführen darf und nach allen regulatorischen Vorschriften arbeite, lese ich mich in unsere Standard Operating Procedures (SOPs) ein. So verstehe ich nach und nach, wie alle Prozesse funktionieren.

10:00 – Mentoring: Von Tag 1 habe ich von meinem Mentor die vollste Unterstützung erfahren. Er ist Betriebsassistent und berichtet ebenfalls an meinen Vorgesetzten. Er nimmt sich immer die Zeit, mir sein Können zu vermitteln, damit ich schnell meinen Beitrag im Team leisten kann.

11:30 – Mittagessen: Meistens trifft sich die „Traineefamilie“ zum gemeinsamen Mittagessen. Wir sind eine gemischte Gruppe von Trainees aus verschiedenen Bereichen wie z. B. Human Resources, Industrial Affairs und Global Biologics.

12:30 – Projektroutine: Von meinem Vorgesetzten habe ich nach einigen Wochen bereits Verantwortung in Form von eigenverantwortlichen Projekten bekommen. Nachmittags habe ich häufig Meetings mit meinen Projektteams, die sich aus Kollegen aus verschiedenen Betrieben zusammensetzen.



14:30 – Kaffeepause: Der Ort, an dem alle Fäden zusammenlaufen: Die Kaffeeküche. Hier trifft man sich und spricht mit den Kolleginnen und Kollegen nicht nur über Berufliches, sondern auch gerne über alltägliche Dinge wie Sport, Kochen, Reisen...

15:00 – Tasks abarbeiten: Aus den Meetings und Routinen ergeben sich immer wieder neue Aufgaben. Es wird hier eine Kultur des Vertrauens gelebt – die Kollegen und Vorgesetzten behandeln mich wie die anderen Betriebsassistenten. Jeder ist hilfsbereit und es wird einem die Freiheit gegeben, selbst zu entscheiden, wie man seinen Tag organisiert.

17:00 – Feierabend: Bevor ich mich von meinen Kolleginnen und Kollegen verabschiede, versichere ich mich, dass alle Aufgaben des Tages erledigt sind. Und dann heißt es: „Bis morgen.“



FIRMENPROFIL

Kontakt

Ansprechpartner

Karriere-Hotline 069-305-21288
oder über das Kontaktformular
auf der Homepage
www.sanofi.de/Karriere

Anschrift

Industriepark Höchst, Geb. K703
65926 Frankfurt am Main

Telefon/Fax

Telefon: +49 (0)69-305-21288
Fax: +49 (0)69-305-18523

Internet

www.sanofi.de/Karriere

Bevorzugte

Bewerbungsart(en)

Bitte bewerben Sie sich ausschließlich online auf die jeweiligen Ausschreibungen oder initiativ auf www.sanofi.de/Karriere.

Direkter Link zum Karrierebereich

[www.sanofi.de/Karriere/ Jobs & Bewerbung](http://www.sanofi.de/Karriere/Jobs%20&%20Bewerbung)

Angebote für Studierende

Praktika? Ja,
Einsatzmöglichkeiten für ca. 250 Praktikanten je Jahr

Abschlussarbeiten? Ja,

Bachelor, Master und Diplom

Werkstudenten? Ja,

in den Sommer- und Wintersemesterferien

Duales Studium? Nein

Trainee-Programm? Ja

- Medical Marketing
- Naturwissenschaftler und Ingenieure
- Human Resources

Direkteinstieg? Ja

Promotion? Nein

QR zu Sanofi:



Allgemeine Informationen

Branche

Gesundheit, Pharma, Health Care

Bedarf an Hochschulabsolventen

Bedarf in 2016: ca. 50 (FH/Uni)

Gesuchte Fachrichtungen

Naturwissenschaften, Ingenieurwissenschaften (insbesondere Maschinenbau, Medizintechnik, Feinwerktechnik, Kunststofftechnik), Medizin und BWL

Produkte und Dienstleistungen

Innovative, verschreibungspflichtige und freiverkäufliche Medikamente, Impfstoffe, Medizinprodukte, Generika, Consumer Healthcare

Anzahl der Standorte

Frankfurt am Main, Berlin, Köln, Neu-Isenburg
Weltweit in ca. 100 Ländern vertreten

Anzahl der MitarbeiterInnen

In Deutschland ca. 9500, weltweit ca. 110 000

Jahresumsatz

In Deutschland 3,7 Milliarden Euro (2015)
Weltweit 37 Milliarden Euro (2015)

Einsatzmöglichkeiten

Forschung & Entwicklung, Medizinprodukte, Arzneimittelzulassung/Medizinische Abteilung, Wirkstoffproduktion & Arzneimittelfertigung, Ingenieurtechnik/Prozessentwicklung, Qualitätskontrolle/-sicherung, Einkauf/Logistik, Marketing & Vertrieb (Berlin), Finanz- & Rechnungswesen, Controlling, Personal, Kommunikation.

Einstiegsprogramme

Ausbildung, Praktikum, Abschlussarbeit, Trainee-Programm, Volontariat, Post-Doc, Direkteinstieg

Mögliche Einstiegstermine

Jederzeit

Auslandstätigkeit

Möglich, aber Bewerbung in der Regel direkt über die jeweilige Ausschreibung der Landesgesellschaft

Einstiegsgehalt für Absolventen

Positionsabhängig und marktkonform, generelle Orientierung am Manteltarifvertrag für Akademiker der chemischen Industrie.

Warum bei Sanofi bewerben?

Sanofi bildet in Deutschland die komplette Wertschöpfungskette ab: Von der Forschung und Entwicklung von Medikamenten, über die Wirkstoffproduktion, die Arzneimittelfertigung und Medizinprodukteentwicklung hin zur Vermarktung und dem Vertrieb in die ganze Welt. So können wir weltweit Milliarden von Menschen mit therapeutischen Lösungen versorgen und stehen im Dienst der Gesundheit.

Mit Leidenschaft! Mit Perspektiven! Mit Ihnen!

Durch die unterschiedlichen Tätigkeitsfelder können Sie in international tätigen Teams arbeiten und es bieten sich umfangreiche Weiterbildungs- und Karrieremöglichkeiten innerhalb des Unternehmens. Neben einem attraktiven Vergütungspaket inkl. Bonus, Mitarbeiteraktienprogrammen, modernen Arbeits- und Teilzeitmodellen und Mobile Office bieten wir u. a. auch Unterstützung bei Kinderbetreuung und Elder Care sowie Programme zur Gesundheitsförderung, firmennahe Fitnesscenter und Sport mit Kollegen.

BEWERBERPROFIL

Bewerberprofil wichtig in Prozent

Examensnote 80%



Studiendauer 100%



Auslandserfahrung 70%



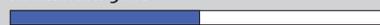
Sprachkenntnisse (englisch) 100%



Ausbildung/Lehre 20%



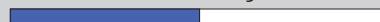
Promotion 50%



Masterabschluss 100%



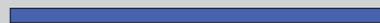
Außerunivers. Aktivitäten 50%



Soziale Kompetenz 100%



Praktika 100%



Sonstige Angaben

Ausgeprägte kommunikative Fähigkeiten, soziale und interkulturelle Kompetenz, Freude an Team- und Projektarbeit.



© temp/waldwiede - The Licensed Material is being used for illustrative purposes only; and any person depicted in the Licensed Material, if any, is a model.

LEIDENSCHAFT VERBINDET

Unser Denken und Handeln dreht sich um den Patienten.
Zusammen mit unseren Partnern sind wir der Gesundheit von 7 Milliarden Menschen verpflichtet.
Mit Leidenschaft. Mit Perspektiven. Mit Ihnen.

www.sanofi.de/karriere



AVS 903 12 015

Ehrenamtliche Tätigkeiten und außeruniversitäres Engagement fördern zum einen die persönliche Weiterentwicklung der Studenten und bereiten diese zum anderen neben ihrem Studium zusätzlich auf ihre zukünftigen beruflichen Tätigkeiten vor. In diesem Rahmen können die sogenannten „Soft Skills“ erworben und weiterentwickelt werden, die im späteren Berufsleben eine ebenso wichtige Rolle spielen wie die „Hard Facts“.

Ehrenamtliches Engagement repräsentiert Eigenschaften und Fähigkeiten wie Einsatzbereitschaft, Teamfähigkeit, Zuverlässigkeit und eine hohe Motivation. Diese helfen den Studenten, sich neben einem erfolgreichen Studium von den Mitbewerbern abzuheben, wenn es um den Berufseinstieg geht. Wir freuen uns immer über Bewerber, die schon während des Studiums ihren Horizont durch solches Engagement erweitert haben.

UWE REICHERT, LEITER CORPORATE TALENT MANAGEMENT, SCHAEFFLER TECHNOLOGIES AG & CO. KG

SCHAEFFLER WARUM SCHAEFFLER?

Wie Schaeffler seinen Mitarbeitern eine familienbewusste Personalpolitik bietet

Mit seinen rund 85.000 Mitarbeitern und rund 170 Standorten in über 50 Ländern gehört Schaeffler zu den weltweit größten Familienunternehmen. Dabei steht der Name Schaeffler für höchste Qualität, herausragende Technologie und eine ausgeprägte Innovationskraft, welche vor allem auf die motivierten und engagierten Arbeitnehmer zurückzuführen sind. Sich seiner Verantwortung als global tätiges Familienunternehmen bewusst, legt Schaeffler daher einen besonderen Fokus auf eine familienbewusste Personalpolitik.

Schaeffler unterstützt beispielweise die Vereinbarkeit von Beruf, Familie und Karriere für seine Mitarbeiter durch eine Vielzahl an Maßnahmen. Damit wird nicht nur ein exzellentes Arbeitsumfeld mit flexiblen Arbeitsbedingungen geschaffen, sondern es werden auch Möglichkeiten rund um Gesundheit, Sport und Freizeit geboten.

VEREINBARKEIT VON BERUF UND FAMILIE

Flexible Arbeitszeitmodelle wie Teilzeit, Gleitzeit und Home Office ermöglichen unseren Mitarbeitern, ihre individuellen Lebenssituationen und Wünsche mit der Arbeit zu vereinbaren. Dazu gehören auch eine professionelle Kinderferienbetreuung und das Arbeiten im Eltern-Kind-Büro bei Betreuungsgängen.

BETRIEBSSPORT

Schaeffler fördert und erhält die Gesundheit seiner Mitarbeiter durch ein umfangreiches Sport- und Freizeitangebot, das sich je nach Standort individuell gestaltet. Das Spektrum beinhaltet über 20 Sportarten und erstreckt sich von Basketball über Fußball und Golf bis hin zu Walking und Mountainbiking. Der sportliche Ausgleich steigert nicht nur das Wohlbefinden der Mitarbeiter, sondern erhöht zudem die Leistungsfähigkeit. Im Fokus der physiologischen Gesundheitsförderung steht dabei der Erhalt der körperlichen Leistungsfähigkeit der Mitarbeiter während ihres Arbeitslebens und darüber hinaus.



GESUNDHEITSVORSORGE

Weitere Maßnahmen, um das körperliche Wohlbefinden und die Fitness der Mitarbeiter zu erhalten und zu fördern, bietet Schaeffler unter anderem durch eine betriebsärztliche Dienststelle und Vorsorgeuntersuchungen. Zudem wird die Gesundheit der Mitarbeiter aktiv durch Präventionsmaßnahmen wie eine gesunde Kantinenverpflegung und ergonomische Arbeitsplatzgestaltung erhalten.

BETRIEBLICHE ALTERSVORSORGE

Um die Versorgungslücke bei der gesetzlichen Rente auszugleichen, bietet Schaeffler seinen Mitarbeitern verschiedene arbeitgeber- und arbeitnehmerfinanzierte Vorsorgekonzepte an.

Schaeffler fördert und erhält die Gesundheit seiner Mitarbeiter durch ein umfangreiches Sport- und Freizeitangebot, das sich je nach Standort individuell gestaltet.

PERSÖNLICHE ENTWICKLUNG UND KARRIEREPLANUNG

INDIVIDUELLER EINARBEITUNGSPLAN

Neue Schaeffler-Mitarbeiter erhalten gleich zu Beginn ihrer Tätigkeit einen Einführungstag und einen individuell gestalteten Einarbeitungsplan, welche es ihnen erlauben, über den Tellerrand Ihres Fachbereichs hinauszuschauen. So wird es ihnen ermöglicht, organisatorische Zusammenhänge kennenzulernen und in die Unternehmenskultur einzutauchen. Ein Pate, welcher die neuen Mitarbeiter mit ihrem Arbeitsumfeld vertraut macht, sorgt für eine sofortige Integration in das Team.

TALENT MANAGEMENT

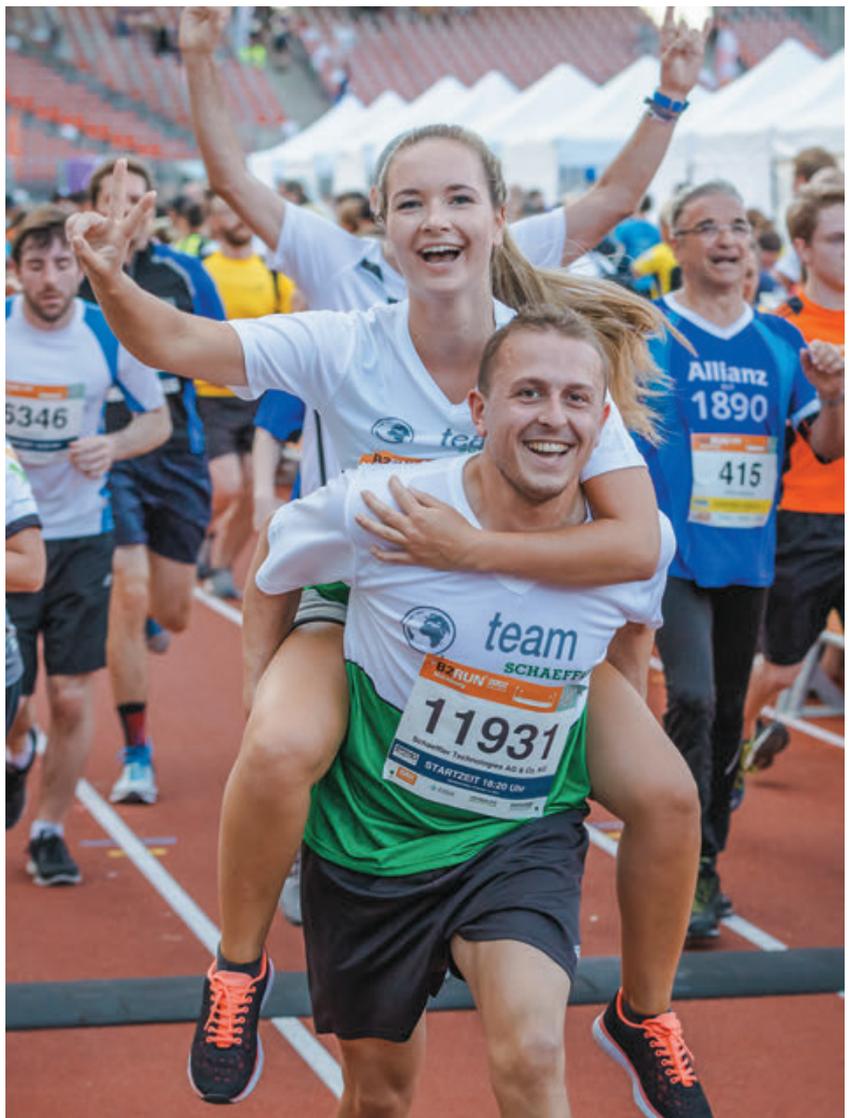
Unser Talent Management entwickelt unsere Mitarbeiter gezielt weiter, identifiziert Potenzialträger und berücksichtigt sie frühzeitig bei der weltweiten Stellenbesetzung. Das Talent Management bei Schaeffler ist ein ganzjähriger Kreislauf, der mit dem Mitarbeiterentwicklungsgespräch beginnt. Im Vier-Augen-Gespräch tauschen sich Mitarbeiter und Führungskraft einmal jährlich zu Verhalten, Performance, Potenzial und fachlichen Kompetenzen aus. Daraufhin kann die persönliche Entwicklung des Mitarbeiters durch einen individuellen Entwicklungsplan konkretisiert und unterstützt werden. Im nächsten Schritt findet eine Vorgesetztenkonferenz statt, in der die Ergebnisse des Mitarbeiterentwicklungsgesprächs die Diskussionsgrundlage bilden. Im Rahmen dieser Konferenz findet ein intensiver

und abteilungsübergreifender Austausch statt, mit dem Ziel, Potenzialträger zu identifizieren und zu bestätigen. Im nachfolgenden Schritt werden individuelle Entwicklungen angestoßen sowie die Nachfolgeplanung der Potenziale durchgeführt.

QUALIFIZIERUNG UND ENTWICKLUNG

Für die interne Weiterentwicklung und Qualifizierung der Mitarbeiter ist die Schaeffler Academy verantwortlich. Sie bietet ein umfangreiches Qualifizierungsangebot für alle Mitarbeiter – vom Azubi bis zum Topmanager.

Professionelle Trainer und modernste Lehr- und Lernmethoden garantieren einen hohen Praxisbezug. Der umfangreiche Trainingskatalog bietet viele praxisorientierte Themen – zum Beispiel in den Bereichen Persönlichkeitsbildung, betriebswirtschaftliches und technisches Wissen sowie Informationstechnologie. Zielgruppenspezifische Programme und standortübergreifende Teilnehmergruppen unterstützen das Netzwerken und die berufliche sowie persönliche Entwicklung. ■



Kontakt

Ansprechpartner

Ansprechpartner und Telefonnummer finden Sie online in den jeweiligen Stellenbeschreibungen

Internet

www.schaeffler.de

Direkter Link zum Karrierebereich

www.schaeffler.de/career

Bevorzugte

Bewerbungsart(en)

Bitte bewerben Sie sich online unter www.schaeffler.de/career

Angebote für Studierende Praktika? Ja

Abschlussarbeiten? Ja

Werkstudenten? Ja

Duales Studium? Ja,

- Bachelor of Engineering – Maschinenbau
- Bachelor of Engineering – Mechatronik
- Bachelor of Engineering – Elektrotechnik
- Bachelor of Engineering – Wirtschaftsingenieurwesen
- Bachelor of Science – Wirtschaftsinformatik
- Bachelor of Arts – Allgemeine Industrie (BWL)
- Bachelor of Arts – Betriebswirtschaftliche Steuerlehre, Unternehmensrechnung und Finanzen
- Bachelor of Science – Angewandte Informatik
- Bachelor of Arts – Automobilhandel (BWL-Handel)
- Bachelor of Science – International Management Business Information Technology (IMBIT)
- Bachelor of Engineering Service-Ingenieurwesen

Trainee-Programm? Ja

Direkteinstieg? Ja

Promotion? Nein

QR zu Schaeffler:



Allgemeine Informationen

Branche

Automotive, Industrie

Bedarf an HochschulabsolventInnen

Kontinuierlicher Bedarf

Gesuchte Fachrichtungen

Maschinenbau, Konstruktionstechnik, Produktions- und Fertigungstechnik, Mechatronik, Elektrotechnik, Fahrzeugtechnik, Wirtschaftsingenieurwesen, Verfahrenstechnik, Wirtschaftswissenschaften, Informatik, Naturwissenschaften

Produkte und Dienstleistungen

Präzisionskomponenten und Systeme in Motor, Getriebe und Fahrwerk sowie Wälz- und Gleitlagerlösungen für eine Vielzahl von Industrieanwendungen

Anzahl der Standorte

Rund 170 Standorte in 50 Ländern, ca. 30 Standorte in Deutschland u. a. in Herzogenaurach, Buhl und Schweinfurt

Anzahl der MitarbeiterInnen

Weltweit rund 85.000

Jahresumsatz

Weltweit rund 13,3 Mrd. Euro (2016)

Einsatzmöglichkeiten

U. a. Technischer Versuch und Berechnung, Anwendungstechnik, Produktion, Produktionsplanung, Konstruktion, Softwareentwicklung, Qualitätssicherung, Tribologie, Werkstofftechnik, Finanzwesen

Einstiegsprogramme

Direkteinstieg oder Trainee-Programme
Praktika und Studienabschlussarbeiten
Duale Studiengänge

Mögliche Einstiegstermine

Jederzeit

Auslandstätigkeit

Möglich

Warum bei „Schaeffler“ bewerben

„Ein Unternehmen ist nur so gut wie seine Mitarbeiter“ – dieses Motto wird bei Schaeffler konsequent gelebt. Das Familienunternehmen vereint eine langfristige strategische Ausrichtung mit modernsten Managementmethoden und attraktiven Arbeitsplätzen. Kreativität, Schnelligkeit und hohes persönliches Leistungsbewusstsein der Mitarbeiter sind Garant für unseren Wettbewerbsvorsprung. Ständige Weiterbildung prägt die Personalentwicklung. Intern und im Austausch zwischen den Unternehmen der Schaeffler Gruppe bieten sich vielfältige Möglichkeiten der beruflichen Weiterentwicklung und Karrieregestaltung.

BEWERBERPROFIL

Bewerberprofil wichtig in Prozent



Sonstige Angaben

Fähigkeit zum Querdenken, Integrationsfähigkeit, Teamfähigkeit, Innovationsfähigkeit, Faszinationsfähigkeit für neueste Technologien

Gemeinsam bewegen wir die Welt



Zukunft gestalten bei Schaeffler

Schaeffler – das ist die Faszination eines internationalen Technologie-Konzerns mit rund 85.000 Mitarbeitern, verbunden mit der Kultur eines Familienunternehmens. Als Partner aller bedeutenden Automobilhersteller sowie zahlreicher Kunden im Industriebereich bieten wir Ihnen viel Raum für Ihre persönliche Entfaltung. Die Basis dafür bildet eine kollegiale Arbeitsatmosphäre – ganz nach unserem Motto: Gemeinsam bewegen wir die Welt.

Gestalten Sie mit uns die Zukunft.

Spannende Aufgaben und hervorragende Entwicklungsperspektiven warten auf Sie.

Sie wollen mit uns die Welt bewegen?

Dann informieren Sie sich über die vielseitigen Karrierechancen bei Schaeffler unter www.schaeffler.de/career

 Jetzt kennenlernen unter:
facebook.com/schaefflergroup

SCHAEFFLER

Statement

außeruniversitäres Engagement



Auf außeruniversitäres Engagement und ehrenamtliche, soziale oder kulturelle Tätigkeiten legen wir großen Wert, weil sie persönlichkeitsbildend sind und eine bereichernde Erfahrung. Sie sind prägend auch im gesamten Berufsleben und ein Zeichen für Einsatzbereitschaft, Motivation, Mut und Zuverlässigkeit.

Wir freuen uns immer über Bewerber, die schon während des Studiums über den berühmten Tellerrand geschaut haben.

Wir unterstützen zum Beispiel, dass sich unsere Mitarbeiter in öffentlichen oder karitativen Einrichtungen engagieren, sei es während der Weihnachtszeit oder das Jahr über. Dieses Engagement fördert den Zusammenhalt und spiegelt unsere Philosophie, dem Wohlergehen der Menschheit und der Erde zu nützen sowie fair mit Partnern umzugehen und transparent unsere Geschäfte zu betreiben.

Wir suchen Menschen, hochprofessionell in ihrem Fachgebiet, die diese Werte teilen und leben möchten, die die Arbeit in kleinen Teams mit hoher Eigenverantwortung schätzen und „das große Bild sehen“.

Zeigen Sie uns Ihre Beispiele im Lebenslauf.

SHIMADZU EUROPA GMBH



Überraschend anders

Wenn es um Erforschung, Entwicklung, Prüfung und Qualitätskontrolle von Werkstoffen, Materialien und Wirkstoffen geht, nutzen die Labore der produzierenden Unternehmen Hightech-Systeme der Instrumentellen Analytik und Materialprüftechnik, die auf molekularer Basis nach Rückständen oder Inhaltsstoffen suchen, Massen und Gewichte bestimmen sowie Zug- und Druckfestigkeitsprüfungen durchführen.

Als ein weltweit führender Hersteller in der Instrumentellen Analytik entwickelt und produziert Shimadzu innovative Systeme für die Labore in Industrie, Wissenschaft und Institutionen. Das Unternehmen wurde 1875 gegründet und ist in Europa inkl. Deutschland seit fast 50 Jahren vertreten. Die Europa-zentrale ist in Duisburg. Weltweit arbeiten über 11.000 Mitarbeiter/innen in 76 Ländern für Shimadzu.

Die Innovationsfreudigkeit von Shimadzu zieht sich durch viele Jahrzehnte. Zahlreiche Weltneuheiten belegen den Forscherdrang. Im neuen Jahrtausend hat Shimadzu z. B. Auszeichnungen von Frost & Sullivan erhalten, den „GIT Innovations Award“ oder den „The Analytical Scientist Innovation Awards“. 2002 wurde dem Shimadzu-Mitarbeiter Koichi Tanaka der Nobelpreis für Chemie anteilig verliehen.

Unsere Systeme dienen dem Gesundheitsschutz der Menschen sowie der Produktsicherheit. Sie entsprechen den internationalen Standards und orientieren sich an ökonomischen und ökologischen Werten. Die Shimadzu-Analysatoren bedienen alle Anforderungen rund um das moderne analytische Labor.

Zahlreiche Weltneuheiten und Auszeichnungen belegen unseren Anspruch, bisherige Grenzen der Technologie zu überschreiten und dem Markt immer bessere Geräte zu bieten. Unser Produktprogramm umfasst Massenspektrometrie, Chromatographie (LC-MS/MS, HPLC, GC-MS/MS, GC), Life Sciences (Maldi, Accuspot, ChiP), Spektroskopie (UV-Vis, FT-IR, AAS), Summenparameter (TOC) sowie für Geräte in der Materialprüfung.

Im Geschäftsbereich Medizintechnik entwickelt und produziert Shimadzu innovative Geräte für die bildgebende Diagnostik (z. B. Röntgen) – vom kleinen mobilen System bis zu großen stationären Anlagen in Krankenhäusern und Fachpraxen.

Darüber hinaus bietet die „Shimadzu Laboratory World“ auf einer Fläche von mehr als 1.500 m²





Zugang zu modernster Hightech-Analytik und somit vielfältige Möglichkeiten für Kundenanwendungen und Seminare.

lab4you

Das „lab4you“ ist ein Studenten-Programm für junge Naturwissenschaftler aus Europa. Sie können sich bei Shimadzu um einen Laborplatz für die eigene Forschungsarbeit bewerben. In der hochmodernen, 'Shimadzu Laboratory World' in der Europa-Zentrale in Duisburg stehen die neuesten analytischen Geräte aus der HPLC/UHPLC und Massenspektrometrie zur freien Verfügung, die beste Analyse-Ergebnisse gewährleisten.

Unternehmenskultur

Shimadzu ist geprägt durch flache Hierarchien, kurzen und somit schnellen Kommunikations- und Informationswegen – dazu zählt auch eine Politik der „offenen Tür“. Selbstständiges Arbeiten sowie eine kooperative Zusammenarbeit mit Kollegen/innen und Vorgesetzten ermöglicht viele Freiheiten und Entwicklungsmöglichkeiten.

Die geringe Fluktuationsrate basiert auf einer hohen Mitarbeiterzufriedenheit sowie den vorgelebten Werten einer japanischen Unternehmenskultur, die konsens- und beziehungsorientiert ist und somit alle Mitarbeiter/innen gleichermaßen zum Unternehmenserfolg beitragen lässt. Weitere wichtige Merkmale sind die Loyalität, Streben nach Qualität und Perfektion, Stabilität und langfristige Markt-orientierung.

Führungssystem

Die Politik der „offenen Tür“ zu Vorgesetzten ist Teil des Shimadzu-Führungsstils. Dazu zählt auch die Mitarbeiterführung durch Management by Objectives. In regelmäßigen Mitarbeitergesprächen werden kurz-, mittel- und langfristige individualisierte Ziele vereinbart. So können sich Mitarbeiter ihren Stärken

und Fähigkeiten entsprechend weiterentwickeln. „Fördern und fordern“ ließe sich verkürzt sagen.

Das Gehalt setzt sich zusammen aus einem Grundgehalt und für die Shimadzu Deutschland GmbH zusätzlich einem leistungsorientierten variablen Teil. Hier werden z. B. alle Mitarbeiter/innen einer Niederlassung prozentual am Umsatzerfolg beteiligt. Für Mitarbeiter/innen beider Organisationen gibt es ein Prämiensystem, das alle am Erfolg beteiligt. Darüber hinaus bietet Shimadzu die Möglichkeit, eine zusätzliche Altersversorgung aufzubauen. Die Führungskräfte von Shimadzu kommen zumeist aus den eigenen Reihen, d. h., dass sich Aufstiegschancen im eigenen Haus ergeben.

Leistungspaket

Shimadzu ist ein organisch gewachsenes Unternehmen, das sich auch weiterhin auf Wachstumskurs befindet. Die Zahl der Mitarbeiter/innen wächst, und in den nächsten drei Jahren ist die Erweiterung des Unternehmens um rd. 40 Mitarbeiter/innen geplant.

Je nach Tätigkeit sind die Arbeitszeiten variabel. Die Wochenarbeitszeit bei internen Tätigkeiten liegt bei durchschnittlich 37,5 Stunden im Gleitzeitsystem. Die Arbeitszeiten sind flexibel regelbar und erlauben eine eigene Arbeitsgestaltung. Arbeitsstunden an Sonn- und Feiertagen werden ausgeglichen. In Vertrieb und Service, d. h. im Außendienst, gilt das Prinzip der Vertrauensarbeitszeit.

Aufgrund unserer komplexen Technologien rechnen wir mit Einarbeitungszeiten in Vertrieb und Service von 6-12 Monaten. Zudem sind so genannte Soft Skills gefragt, also Fähigkeiten wie Einfühlungsvermögen in Personen und Situationen, Offenheit, Kommunikationsfähigkeit, Freude an Präsentation, Verkauf und Motivation. Regelmäßige Möglichkeiten der Weiterbildung unterstützen die Entwicklung persönlicher Kompetenzen und das professionelle Fortkommen. ■



Kontakt

Ansprechpartner
Johannes Bartsch

Anschrift

Albert-Hahn-Str. 6-10
47269 Duisburg

Telefon/Fax

Telefon: +49 203/76 87 0

E-Mail

career@shimadzu.eu

Internet

www.shimadzu.eu

Bevorzugte

Bewerbungsart(en)

Bitte bewerben Sie sich ausschließlich online oder direkt auf die jeweiligen Ausschreibungen auf www.shimadzu.eu/career.

Direkter Link zum Karrierebereich

www.shimadzu.eu/career

Angebote für Studierende Praktika?

Nein

Abschlussarbeiten?

In individueller Abstimmung

Werkstudenten?

Nein

Duales Studium?

Nein

Trainee-Programm?

Nein
(Im Direkteinstieg integriert)

Direkteinstieg?

Ja

Promotion

Nein

QR zu Shimadzu:



Allgemeine Informationen

Branche

Instrumentelle Analytik und Medizintechnik

Bedarf an Hochschulabsolventen

Kontinuierlicher Bedarf Anzahl ca. 40

Gesuchte Fachrichtungen

Medizintechnik, Instrumentelle Analytik, Handel

Produkte und Dienstleistungen

Sales & Marketing, Vertrieb von Produkten der Instrumentellen Analytik und Medizintechnik

Anzahl der Standorte

Weltweit in 76 Ländern vertreten

Anzahl der MitarbeiterInnen

Über 11.000 weltweit

Jahresumsatz

In 2016: > 2 Mrd. EURO

Einsatzmöglichkeiten

Produktspezialisten, Applikationsspezialisten, Vertriebs-Ingenieure, Service-Techniker (jeweils m/w)

Einstiegsprogramme

Direkteinstieg

Mögliche Einstiegstermine

Jederzeit

Einstiegsgehalt für Absolventen

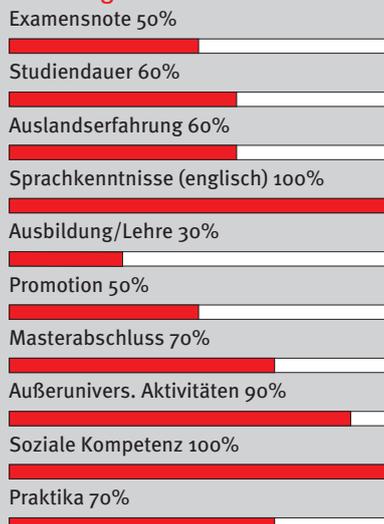
Verhandlungssache

Warum bei Shimadzu bewerben?

Shimadzu fertigt innovative, technisch und ethisch hochwertige Produkte und Lösungen, die Menschen und Umwelt dienen. Mitarbeiter/innen in Vertrieb, Service und Applikationsentwicklung arbeiten in kleinen Teams, um individuell für jeden Kunden die bestmögliche Lösung zu entwickeln. Eigenverantwortung, Kreativität und stets neue, herausfordernde Fragestellungen gestalten die Tätigkeit immer abwechslungsreich. Als internationales Unternehmen bieten wir persönliche Entwicklungsmöglichkeiten.

BEWERBERPROFIL

Bewerberprofil wichtig in Prozent



Sonstige Angaben

Teamgeist, soziale Kompetenz, Kommunikationsfähigkeit, organisatorische Fähigkeiten, analytisches Denken, Kundenorientierung, Konfliktfähigkeit, interkulturelle Kompetenz, Bereitschaft zum Wandel

Überraschend anders

Über Geschmack lässt sich streiten, und nicht jeder mag Chili-Schokolade. Unbestritten ist, dass sie neue Genusswelten erschließt, weil sich die Eigenheiten der Zutaten einander ergänzen und neue Akzente setzen.

Wenn Sie überzeugt sind, dass Anregung, Mehrwert und beiderseitiges Fortkommen entstehen, wenn

- der Einzelne und ein Unternehmen einander ergänzen
- individuelle und kollektive Wissens- und Erfahrungswelten sich vereinen und Türen zu neuen Lösungen aufstoßen, dann sind Sie bei uns richtig.

Shimadzu ist ein weltweiter, führender Anbieter von Hightech-Analysesystemen für Produktsicherheit und Verbraucherschutz. Die Laborgeräte detektieren Rückstände, Bestandteile und Substanzen in Produktforschung, -entwicklung und -prüfung wie auch in der Qualitätskontrolle. Medizintechnische Geräte für die bildgebende Diagnostik ergänzen das Produktangebot.

Zahlreiche Weltneuheiten und Auszeichnungen belegen die Innovationsfreude von Shimadzu.

career@shimadzu.eu
www.shimadzu.eu/career

Außeruniversitäres Engagement bietet nicht nur für die persönliche Entwicklung enorme Vorteile, vielmehr hilft es dir bereits während deines Studiums, ein hilfreiches Netzwerk aufzubauen und deine Fähigkeiten zu erweitern. Denn nicht nur fachliche Kompetenzen stehen bei außeruniversitärem Engagement im Vordergrund, sondern auch die Entwicklung der persönlichen Stärken. Gewonnene Kenntnisse kannst du im bevorstehenden Berufsleben als Karrierevorsprung nutzen, denn auch hier entscheidet dein persönlicher Einsatz über Erfolg oder Misserfolg.

Egal ob in ehrenamtlichen, sozialen, kulturellen oder weiteren Bereichen – dein Engagement bringt dich in Zukunft weiter.

Sei bereit! Engagier dich!

BASTIAN MATTLNER, MANAGER EMPLOYER BRANDING, SKF GMBH



SKF – Fünffache Kompetenz in der Weltspitze



Präzise Wälzlager und Lagereinheiten zu fertigen, ist schon für sich alleine eine Kunst. Wenn's aber möglichst reibungslos und richtig rund laufen soll, dann braucht es mehr. Ebenso entscheidend sind Schmiersystem, Dichtungen, Mechatronik und Service.

Die Einheiten sind Produktkombinationen, die als Systemlösungen für Spitzenleistungen zusammengefasst sind.

• Dichtungen

SKF bietet innovative Lösungen aus Elastomer- oder Spezialkunststoffen, um die Anforderungen der unterschiedlichen Industriebereiche für statische und umlaufende Dichtungen, Kolben- und Wälzlagerdichtungen zu erfüllen.

• Mechatronik

Der Kompetenzbereich Mechatronik verbessert den Kundennutzen durch Verbindung der großen Erfahrung von SKF im Maschinenbau mit elektronischer Technologie. Er beinhaltet mehrachsige Positioniersysteme, intelligente Überwachungs-lösungen und By-wire-Anwendungen. Darüber hinaus auch Komponenten wie Kugel- und Rollen-gewindetriebe, Stellantriebe, Schienenführungen und Sensormodule.

• Dienstleistungen

SKF bietet Zusatznutzen, indem man den kompletten Lebensdauerzyklus einer bestimmten Anlage berücksichtigt. Die Konstruktionsphase wird durch verschiedene Leistungen in Form von technischer Beratung, Forschung und Entwicklung begleitet. Die Kunden haben die Möglichkeit, weltweit eine große Auswahl an Schulungen – extern oder in ihren eigenen Unternehmen – zu buchen.

SKF hat ein großes Fachwissen über rotierende Maschinen und Anlagen und darüber, wie Maschinenkomponenten und Industrieprozesse zusammenhängen. Mittlerweile liefert SKF viele Produkte und Technologien an OEM- und Aftermarkt-Kunden auf der ganzen Welt in jeder wichtigen Industriebranche und in jeder Phase der Haltbarkeit des jeweiligen Produkts. Mit dieser breiten technologischen Kompetenz rund um das System Lager stellt das Unternehmen sicher, dass jeder Kunde die optimale Lösung für seine Anforderung bekommt. Dank dieses umfassenden Know-hows hält sich das 1907 von Sven Wingquist, dem Erfinder des Pendelrollen-lagers, gegründete Unternehmen seit Jahrzehnten an der Weltspitze der Branche.

Es gibt fünf **Technologiebereiche**, die für das gesamte technische Fachwissen der SKF Gruppe stehen. SKF bietet hieraus ihren Kunden werthaltige Angebote.

• Lager und Lagereinheiten

Die große Auswahl an Lagerarten bietet den Kunden qualitativ hochwertige, leistungsstarke und reibungsarme Standardlösungen und kundenspezifische Lösungen für Anwendungen aller Art.



- **Schmiersysteme**

SKF bietet Produkte, Lösungen und umfangreiche Beratung in Bezug auf Industrieschmierstoffe, Schmierungsberatung, Schmierstoffverteiler, Schmierungsbeurteilung, Schmierstoffanalysen, Empfehlungen für Schmierstoffe und automatische Schmiersysteme.

Willkommen in der Zukunft – Powered by people

Ein Unternehmen, das verbindet: 45.000-Menschen rund um die Welt. Worauf die starke Identifikation unserer Mitarbeiter mit ihrem Unternehmen beruht? Zum einen auf der Tatsache, dass jeder den Erfolg des Teams vor seine persönlichen Interessen stellt. Unser Blick auf das gemeinsam Erreichte wie auf die gemeinsamen Ziele erfüllt jeden bei uns mit Stolz und Freude.

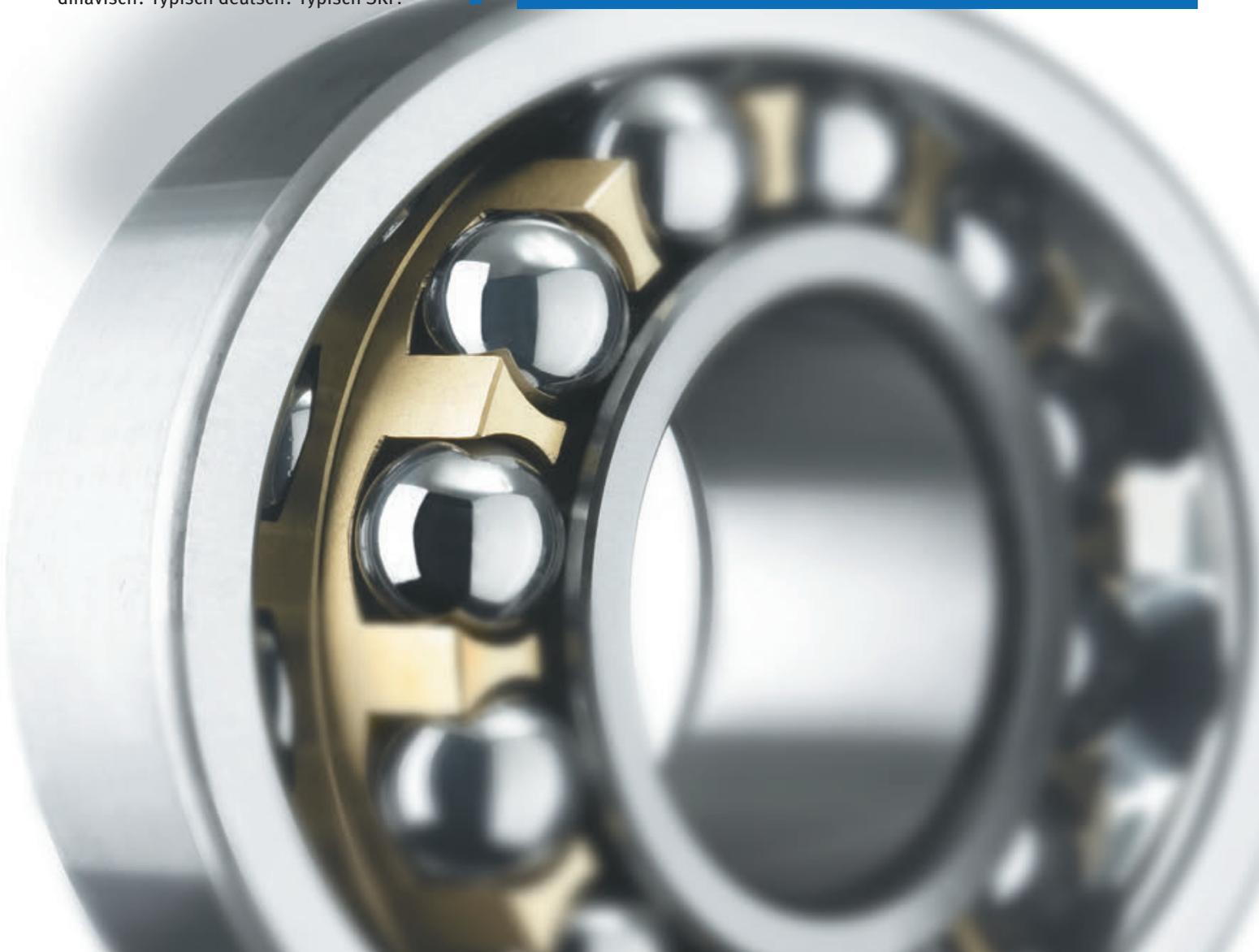
Dazu kommt eine Unternehmenskultur, deren Internationalität und ethnische Vielfalt schon alleine gegenseitigen Respekt und Fairness verlangt. Daraus resultiert eine Wertegemeinschaft, in der alle an einem Strang ziehen. Das Ergebnis: eine außergewöhnliche Verantwortungsbereitschaft, ein enormes Qualitätsbewusstsein und eine Kundenorientierung, die ihresgleichen sucht. Typisch skandinavisch? Typisch deutsch? Typisch SKF! ■

Großlager-Prüfzentrum in Schweinfurt

Am Standort Schweinfurt wird SKF das leistungsfähigste Großlager-Prüfzentrum der Welt errichten. Das Prüfzentrum soll dazu beitragen, große Wälzlager für alle Industriezweige deutlich wirtschaftlicher und ressourcenschonender zu produzieren und die Zuverlässigkeit und Lebensdauer solcher Lager signifikant zu steigern.

Das neue SKF Testcenter für Großlager wird auf dem Gelände von „Werk 3“ in Schweinfurt entstehen. Dort installiert die Augsburgische Renk Test System GmbH zwei neue Prüfstände in einem futuristisch anmutenden Zwillingengebäude. Das Prüfzentrum wird aus zwei sich ähnelnden Gebäudekomplexen bestehen, wobei jeder Flügel etwa 80 x 20 Meter misst. Einer dieser Flügel nimmt technische Hilfseinrichtungen auf; im anderen Flügel kommen zwei bereits vorhandene SKF Testeinrichtungen sowie die beiden brandneuen Prüfstände unter. Der „monumentalere“ der beiden Neuzugänge eignet sich besonders gut für Großlager im Bereich der Erneuerbaren Energien, während der andere vornehmlich der Prüfung von Großlagern für Industriebereiche wie z. B. Schiffbau, Bergbau oder auch Zement und Stahl dient. Selbst der „kleinere“ der beiden neuen SKF Prüfstände ist weltweit konkurrenzlos.

Für mehr Informationen einfach QR-Code scannen:





FIRMENPROFIL

Kontakt

Ansprechpartner

Ansprechpartner entnehmen Sie bitte den jeweiligen Stellenausschreibungen auf www.skf.de/Karriere

Anschrift

SKF GmbH
Gunnar-Wester-Straße 12
97421 Schweinfurt

Telefon/Fax

Telefon: +49 (0) 9721 56 2250

E-Mail

karriere@skf.com

Internet

www.skf.de
www.facebook.com/SKFGroup

Bevorzugte

Bewerbungsart(en)

Bitte bewerben Sie sich online unter www.skf.de/Karriere

Direkter Link zum Karrierebereich

www.skf.de/Karriere

Angebote für Studierende Praktika? Ja

Diplom-/ Abschlussarbeiten? Ja

Werkstudenten? Ja

Duales Studium? Ja

Trainee-Programm? Ja

Direkteinstieg? Ja

Promotion? Ja

QR zu SKF:



■ Allgemeine Informationen

Branche

Zulieferer für Maschinenbau und Automobilindustrie, Industriedienstleistungen

Bedarf an Hochschulabsolventen

Nach Bedarf und Marktlage

■ Gesuchte Fachrichtungen

Allg. Maschinenbau, Mechatronik, Wirtschaftsingenieurwesen.

■ Produkte und Dienstleistungen

Komplettanbieter der Bewegungstechnik mit den Kompetenzbereichen Lager und Lagereinheiten, Dichtungen, Mechatronik, Schmier-systeme und Industriedienstleistungen

■ Anzahl der Standorte

Mehr als 130 Fertigungsstandorte in 32 Ländern, Präsenzen in über 130 Ländern

■ Anzahl der MitarbeiterInnen

44.868 (Stand 2016)

■ Jahresumsatz

ca. 8 Mrd. Euro (2016)

■ Einsatzmöglichkeiten

Anwendungsingenieure/Technischer Berater, Account Manager, Industrial Engineer

■ Einstiegsprogramme

Studenteneinsätze, Abschlussarbeiten, Promotionen, Direkteinstieg mit individuellem Einarbeitungsprogramm, Traineeprogramm

■ Mögliche Einstiegstermine

Jederzeit

■ Auslandstätigkeit

Während des Studiums möglich, aber Bewerbung in der Regel direkt über die jeweilige Landesgesellschaft; nach der Einarbeitung möglich

■ Einstiegsgehalt für Absolventen

Nach Tarif (Metall) entsprechend Qualifikation und Berufserfahrung

■ Warum bei SKF bewerben?

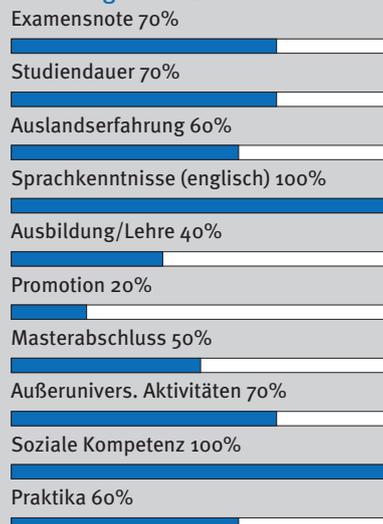
Die schwedisch geprägte Unternehmenskultur ermöglicht herausfordernde Aufgaben in einem offenen Umfeld mit flachen Hierarchien und weltweiter Kommunikation.

SKF ist ein Unternehmen mit Tradition und einer gelebten Verantwortung für die Umwelt. Spüren Sie schon während Ihres Studiums durch einen Einsatz bei uns, wie es ist, als Ingenieur (w/m) zu arbeiten und verantwortungsvolle Aufgaben zu übernehmen.

Erleben Sie spannende Tätigkeiten in attraktiven Anwendungsfeldern, persönliche Entwicklungsmöglichkeiten und ein von Kollegialität geprägtes Arbeitsumfeld.

BEWERBERPROFIL

■ Bewerberprofil wichtig in Prozent



■ Sonstige Angaben

Mitarbeiter (w/m) mit Eigeninitiative, fachlicher, sozialer und interkultureller Kompetenz. Aufgeschlossene und mutige Persönlichkeiten, die Entscheidungen kritisch hinterfragen und Konflikten konstruktiv begegnen. Menschen mit Visionen, die bereit sind, Veränderungen zu initiieren und zu gestalten und unseren Verhaltenskodex zu leben.



Bereit für die Zukunft?

Dann suchen wir Sie! Wir sind ein weltweites Team mit der Überzeugung, dass alles, was wir anpacken, besser läuft. Heute und auch in Zukunft.

Was bedeutet das für Sie?

- Sie sind Teil eines starken Teams hochqualifizierter Fachleute, die mit Offenheit, Tatkraft und Leidenschaft arbeiten.
- Sie arbeiten mit Menschen zusammen, die Außergewöhnliches leisten wollen.
- Sie haben einzigartige Karrieremöglichkeiten in einem hoch motivierten, dynamischen und vielseitigen Umfeld.
- Sie gestalten die Zukunft durch unsere Innovationen mit.

Bereit für die Zukunft? SKF Wissen bewegt die Welt – werden Sie ein Teil davon.

skf.de/karriere



SKF ist ein weltweit führender Anbieter von Wälzlagern, Dichtungen, Mechatronik-Bauteilen und Schmiersystemen mit umfassenden Dienstleistungen in den Bereichen Technischer Support, Wartung und Instandhaltung sowie Engineering-Beratung und Training. Weltweit ist SKF in mehr als 130 Ländern präsent und arbeitet mit rund 17 000 Vertragshändlern zusammen. Der Umsatz betrug 2016 ca. 8 Mrd. Euro und die Anzahl der Mitarbeiter belief sich auf 44 868.

SKF®

Ganz klar, ein Studium kostet nicht nur eine Menge Geld, sondern eben auch Zeit. Dabei spielen nicht nur die Vorlesungen eine wichtige Rolle, sondern auch das Lernen und Recherchieren. Auch wenn es für Dich im ersten Moment vielleicht ein wenig unmöglich erscheint, noch Zeit zu finden, lohnt es sich auf jeden Fall, ein wenig Zeit für das außeruniversitäre Engagement zu finden. Denn vor allem Dein Lebenslauf wird von dem außeruniversitären Engagement profitieren und somit natürlich auch wieder Du in der Bewerbungsphase. Ist das Studium beendet, geht es darum, sich um den Traumjob zu bewerben. Diese Idee und Vorstellung haben neben Dir auch noch viele andere. Deshalb ist es für die Personalentscheider nicht immer ganz so einfach, eine Auswahl zu treffen. In diesem Fall kann das außeruniversitäre Engagement eine große Hilfe und manchmal auch das Zünglein an der Waage sein. Denn dieses wird generell immer als positiv gewertet. Sofern Du Dich neben Deinem Studium auch noch engagierst, erwirbst Du soziale Kompetenzen und sammelst zudem auch noch Erfahrungen. Der wichtigste Punkt von allen ist, dass Du Einsatzbereitschaft zeigst. Es geht vor allem um das Engagement. Was für Dich im ersten Moment vielleicht nur als eine ehrenamtliche Tätigkeit erscheint, kann einen großen Einfluss auf Deinen Lebenslauf haben. Mit jedem Engagement beweist Du eine starke Persönlichkeit. Und genau diese wird heute von Unternehmen und Firmen gesucht. Viele Arbeitgeber schätzen genau diese Eigenschaft bei einem Bewerber und späteren Mitarbeiter. Das soziale Engagement sollte also niemals unterschätzt werden. Es zählen eben nicht nur die Qualitäten, die Du während des Studiums erworben hast, sondern auch die Dinge, die Dich zu dem Menschen gemacht haben, der Du bist. Praktische Erfahrungen sind unbezahlbar. Und je mehr Du davon nachweisen kannst, umso besser ist es für Dich und Deinen Bewerbungsprozess. Deshalb solltest Du Dich vor dem außeruniversitären Engagement also nicht scheuen, sondern das richtige Engagement für Dich finden.

UTIMACO GMBH

utimaco[®] utimaco – Your Partner of Trust

Utimaco ist ein weltweiter Marktführer in den Bereichen Hardware-Sicherheits-Module und Compliance-Lösungen für Telekommunikationsanbieter.

Als die Erfolgsgeschichte von Utimaco begann, wurde das Internet selbst noch als etwas aus einem Science-Fiction-Film betrachtet – ganz von einem Konzept wie dem „Internet of Things“ zu schweigen. Heute sind wir nicht nur von PCs und Smartphones umgeben, sondern auch von anderen angeschlossenen Geräten wie Fernsehern, Fahrzeugen, ja sogar ganzen Produktionsanlagen. Die Digitalisierung dieser vernetzten Welt bringt neues Wachstum und neue Geschäftsperspektiven, aber auch neue Anfälligkeiten für Cyber-Terrorismus und -Kriminalität.

Bei Utimaco arbeiten Menschen aus den verschiedensten Fachrichtungen und Disziplinen.

Mit jeder neuen Verbindungsstelle öffnet sich ein weiteres Fenster für Einbrüche durch Cyber-Angreifer. Ob es sich um den Automobilbereich, die Telekommunikation, die Machine-to-Machine-Kommunikation oder das Internet der Dinge handelt: Gemeinsam mit unseren Kunden setzen wir uns mit neuen Märkten auseinander, die zu neuen Herausforderungen führen. In Zeiten von kriminellen Handlungen und Terrorismus gibt es weltweit einen enormen Bedarf für Unterstützung bei der öffentlichen Sicherheit. Die Telekommunikationsüberwachung

wird zu einem immer wichtigeren Werkzeug, mit dem wir unseren Partnern in allen Teilen der Welt Unterstützung bei der Ermittlung und Verfolgung von kriminellen Handlungen und Terrorismus bieten. Mit unseren Lösungen und Partnern setzen wir die jeweiligen Betreiber in die Lage, Compliance beizubehalten und den Spagat zwischen teilweise anspruchsvollen und zugleich widersprüchlichen Vorschriften zu schaffen.

Seit Jahren setzen Kunden und Partner aus den verschiedensten Branchen auf unsere Lösungen für die Sicherung vertraulicher Daten und den Schutz von Menschen vor Cyber-Angriffen. Zehntausende Wirtschafts- und Infrastrukturunternehmen vertrauen auf Utimaco, um IP gegen interne und externe Bedrohungen abzusichern und Millionen von Verbrauchern und Menschen weltweit zu beschützen. Durch die Qualität unserer anpassungsfähigen Plattform und unsere unvergleichliche Betreuung sind Utimaco-Produkte bestens geeignet, um die hohen Ansprüche des IT-Sicherheitsmarkts zu erfüllen.

Bei Utimaco arbeiten Menschen aus den verschiedensten Fachrichtungen und Disziplinen. Ob als Entwickler am Kern unserer Produkte, als Verantwortlicher für die Logistik, als Zahlenexperte im -Finance, bei der Betreuung weltweiter Projekte im Vertrieb, im Personalwesen auf der Suche nach neuen Köpfen oder bei der Kommunikation im Marketing: Wir suchen mutige Kollegen, die Spaß an neuen Herausforderungen haben und in einem technologisch zukunftsweisenden Wachstumsmarkt etwas bewegen möchten.



10

Wir sprechen über 10 Sprachen

>25%

Bei uns arbeiten über 25% Frauen

„Vielfalt und Internationalität sind der Schlüssel für unseren Erfolg.“

6

Die durchschnittliche Betriebszugehörigkeit beträgt 6 Jahre

41,5

Das Durchschnittsalter liegt bei 41,5 Jahren – das spricht für viel Berufserfahrung

14

Unsere Mitarbeiter/-innen kommen aus 14 verschiedenen Ländern

21% der Beschäftigten arbeiten in Teilzeit

21%

20%

Der Anteil der Young Professionals liegt bei 20%

Wir wissen um die Bedeutung unserer Mitarbeiter. Jeder Einzelne leistet einen wichtigen Beitrag zu unserem Erfolg und verdient Anerkennung und Unterstützung. Bei uns übernehmen Mitarbeiter die unmittelbare und volle Verantwortung für ihre Tätigkeit, sind innovativ und treffen Entscheidungen eigenverantwortlich – und dies in allen Bereichen und allen Teams.

Fachliche und persönliche Weiterentwicklung werden bei Utimaco groß geschrieben, um jeden Mitarbeiter und jede Mitarbeiterin individuell zu fördern und zu fordern.

Die Entwicklung von Kompetenzen hierzu ist zentraler Bestandteil unserer Personalpolitik: Teamgeist, Eigeninitiative, Bereitschaft zur Übernahme von Verantwortung, interkulturelle Kompetenz, selbstständige, strukturierte, analytische Arbeitsweise, überzeugendes Kommunikations- und Verhandlungsgeschick.

Unsere Führungs- und Unternehmenskultur ist durch Leistung und Wertschätzung gekennzeichnet, ob als Praktikant, bei Bachelor- und Masterarbeiten, als studentischer Mitarbeiter (Hiwi), in der Berufsausbildung, als Absolvent/Young Pro-

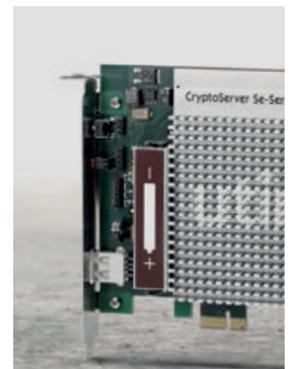
fessional oder als Berufserfahrener per DirektEinstieg: Besonders am Herzen liegt uns, jedem Mitarbeiter ein gutes Arbeitsumfeld zu bieten sowie Teamarbeit und Flexibilität in flachen Hierarchien.

Auch ist es uns wichtig, unseren Mitarbeitern eine flexible Arbeitszeitgestaltung zu ermöglichen. Teilzeit oder mobiles Arbeiten von zu Hause sind bei uns keine Fremdwörter.

Bei unseren Firmenevents wie Fußball-Turnieren, Badmintonspielen, dem traditionellen Grillfest im Sommer, der Weihnachtsfeier oder bei der Teilnahme an lokalen Firmenlauf-Events haben wir neben dem Berufsalltag zusammen Spaß und tauschen uns in lockerer und entspannter Atmosphäre aus.

Zusammenfassend

Ein spannender Arbeitsplatz in einem wachsenden, eigentümergeführten Unternehmen mit starken, persönlichen Entwicklungschancen. Ein internationaler Marktführer mit weltweiter Präsenz und Hauptsitz in Aachen, im dynamischen Wachstumsmarkt Cybersecurity mit Kunden und Partnern in aller Welt. ■



Kontakt

Ansprechpartner
Recruitment@utimaco.com

Anschrift
Germanusstr. 4
52080 Aachen

Telefon/Fax
Telefon: +49 241 1696100

E-Mail
Recruitment@utimaco.com

Internet
www.utimaco.de

Direkter Link zum Karrierebereich
<https://www.utimaco.com/de/karriere/>

Bevorzugte Bewerbungsart(en)
Bitte bewerben Sie sich ausschließlich direkt auf die jeweiligen Ausschreibungen auf www.utimaco.de. Bitte immer vollständige Unterlagen als Attachments mitschicken!

Angebote für Studierende

Praktika?
Ja

Diplom-/Abschlussarbeiten?
Ja, Bachelor und Master

Werkstudenten?
Ja

Duales Studium?
Nein

Trainee-Programm?
Ja

Direkteinstieg?
Ja

Promotion?
Nein

QR zu Utimaco:



Allgemeine Informationen

Branche
IT Sicherheit

Bedarf an HochschulabsolventInnen
Kontinuierlicher Bedarf

Gesuchte Fachrichtungen

Elektrotechnik, Informatik,
Mathematik, Physik

Produkte und Dienstleistungen

IT-Sicherheitslösungen im Bereich
Hardware Security Module und im Bereich
der Telekommunikations-Regulierung

Anzahl der Standorte

Aachen, USA, Italien, Singapur, UK

Anzahl der MitarbeiterInnen

171 weltweit

Jahresumsatz

40 Mio. in 2016

Einsatzmöglichkeiten

Softwareentwicklung (Technologie- &
Anwendungsentwicklung), Hardware-
entwicklung, Produktmanagement,
Qualitätsmanagement, Technische Redaktion,
Marketing, Vertrieb, Verwaltung.

Einstiegsprogramme

Direkteinstieg, „Training on the job“,
Projektarbeit, Switch-Ausbildung

Mögliche Einstiegstermine

Jederzeit

Auslandstätigkeit

Möglich

Einstiegsgehalt für Absolventen

K. A.

Warum bei Utimaco bewerben?

Fachliche und persönliche Weiterentwicklung werden bei Utimaco groß geschrieben, um jeden Mitarbeiter und jede Mitarbeiterin individuell zu fördern und zu fordern. Unsere Führungs- und Unternehmenskultur ist durch Leistung und Wertschätzung gekennzeichnet, ob als Praktikant, bei Bachelor- und Masterarbeiten, als studentischer Mitarbeiter (Hiwi), in der Berufsausbildung, als Absolvent/Young Professional oder als Berufserfahrener per Direkteinstieg. Besonders am Herzen liegt uns, jedem Mitarbeiter ein gutes Arbeitsumfeld zu bieten sowie Teamarbeit und Flexibilität in flachen Hierarchien.

Auch ist es uns wichtig, unseren Mitarbeitern eine flexible Arbeitszeitgestaltung zu ermöglichen. Teilzeit oder mobiles Arbeiten von zu Hause sind bei uns keine Fremdwörter.

Bei unseren Firmenevents wie Fußball-Turnieren, Badmintonspielen, dem traditionellen Grillfest im Sommer, der Weihnachtsfeier oder



bei der Teilnahme an lokalen Firmenlauf-Events haben wir neben dem Berufsalltag zusammen Spaß und tauschen uns in lockerer und entspannter Atmosphäre aus.

BEWERBERPROFIL

Bewerberprofil wichtig in Prozent

Examensnote 70%

Studiendauer 50%

Auslandserfahrung 60%

Sprachkenntnisse (englisch) 80%

Ausbildung/Lehre 30%

Promotion 10%

Masterabschluss 50%

Außerunivers. Aktivitäten 90%

Soziale Kompetenz 70%

Praktika 60%

Sonstige Angaben

Die Anforderungen sind im Einzelnen der jeweiligen Stellenausschreibung zu entnehmen.

Be Part of our Team

- HIWIs der Fachrichtungen Elektrotechnik, Informatik und verwandte Studiengänge
- SW Developer / SW Designer



Interessiert?

Dann freuen wir uns auf deine Bewerbung (inkl. Lebenslauf sowie Angaben zur Verfügbarkeit und Gehaltsvorstellung), bevorzugt per E-Mail:

Utimaco GmbH · Marietta Kronhof · Recruitment@utimaco.com
Germanusstr. 4 · 52080 Aachen · +49 241 1696-100

utimaco[®]



Einen Blick über den Tellerrand der universitären Ausbildung zu werfen lohnt sich allemal. Es gibt den Studierenden die Chance, sich selbst auszuprobieren, eigene Stärken und Schwächen zu erkennen, Ideen umzusetzen, sich dabei selbst zu verwirklichen, und das ganz zwanglos. Diese Erfahrungen möchten wir gerne bei unseren Bewerbern, neben deren fachlichen und methodischen Kompetenzen sehen.

Voith steht täglich vor neuen Herausforderungen verschiedenster Art. Je vielfältiger unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aufgestellt sind, desto erfolgreicher ist Voith. Um diese Vielfalt bei Ihnen zu identifizieren, unterstützen wir das außeruniversitäre Engagement des VDSI.

RALF SCHÖNSEE, HEAD OF STRATEGIC HR MARKETING & RECRUITING, VOITH GMBH

VOITH Bachelorarbeit bei Voith Digital Solutions – innovativ sein und etwas bewirken

Markus Beißwanger ist Student der technischen Redaktion an der Hochschule Aalen und arbeitet seit September 2016 im neuen Konzernbereich Voith Digital Solutions. Hier schreibt er seine Bachelorarbeit und hat somit die Möglichkeit hautnah Einblicke zum Zukunftsthema Industrie 4.0 zu erhalten und aktiv mitzugestalten.



Zum Studium der Technischen Redaktion entschied sich Markus, da er schon immer Freude daran hatte, Texte zu verfassen, und auch ein Faible für Technik besitzt. Der Studiengang Technische Redaktion verbindet dabei diese beiden Interessensfelder.

Doch was macht ein Technischer Redakteur überhaupt?

Ein Technischer Redakteur ist dafür verantwortlich, dass komplexe Sachverhalte ansprechend aufgearbeitet und vermittelt werden. Ein Endergebnis kann beispielsweise ein Benutzerhandbuch oder die Benutzeroberfläche einer Software sein. Durch die Medienvielfalt, steigende rechtliche Anforderungen und die zunehmende Menge an anleitenden Informationen wird die Aufgabe eines Technischen Redakteurs immer wichtiger, so Markus.

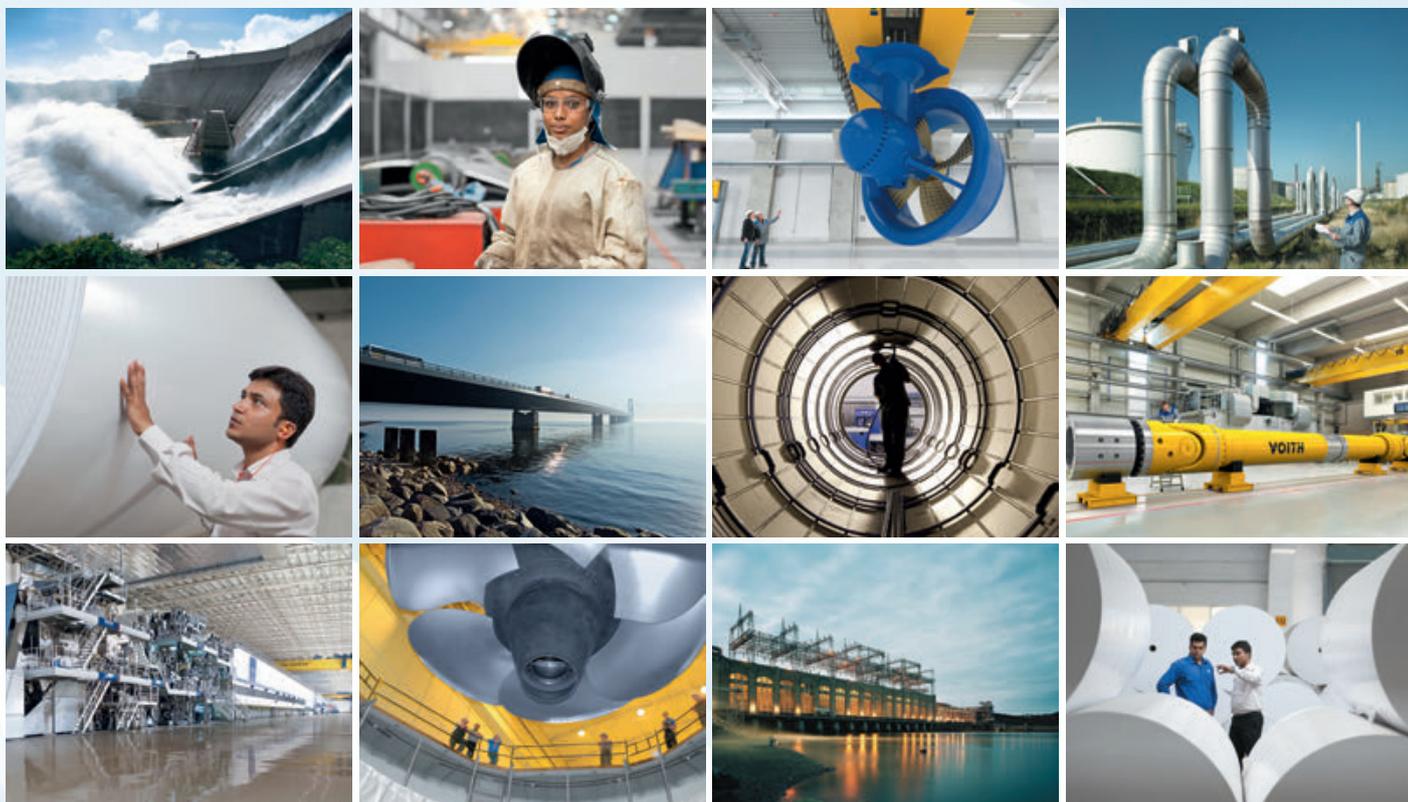
Die Bachelorarbeit in einem Unternehmen zu schreiben ist bei angehenden Technischen Redakteuren der Hochschule Aalen selbstverständlich. Die Bacheloranden erhalten dadurch Praxiserfahrung, sie können wichtige Kontakte knüpfen und ein

Netzwerk aufbauen. Markus wollte unbedingt in ein großes Unternehmen, da dort täglich viele anleitende Materialien erstellt werden und somit klare Strukturen und Prozesse nötig sind. Voith war ihm aufgrund seines Vorpraktikums und mehrerer Ferienjobs, die er im Unternehmen absolvierte, bereits bekannt. In sehr guter Erinnerung blieben ihm hier vor allem das tolle Arbeitsklima und dass ihm immer Aufgaben mit Verantwortung übertragen wurden. Aufgrund dieser positiven Eindrücke hat Markus sich dann bei Voith beworben.

Das Interesse am neuen Konzernbereich Voith Digital Solutions kommt daher, dass Markus während seiner Studienzeit bereits an einigen Projekten und Vorlesungsreihen rund um die neue industrielle Revolution teilgenommen hat. Beim Bewerbungsgespräch erfolgte dann ein Informationsaustausch aus Seiten von Voith und Markus, wobei sich schnell mögliche Themen für die Bachelorarbeit ergaben. Die Idee: Wie lassen sich Technische Dokumentationen mobil optimiert mit einer Augmented-Reality-App darstellen. Markus gefällt dieses Thema sehr gut, da in diesem Bereich bisher nur sehr wenig erforscht wurde. Genauso stellt es ihn aber auch vor eine Herausforderung, da es schwierig ist, passende Literatur zu finden. Hilfe bekommt Markus hierbei von seiner Professorin, aber auch seine zwei Betreuer bei Voith stehen ihm helfend zur Seite. Die gute Betreuung und die Aussicht, mit seiner Arbeit etwas zu bewirken, motivieren Markus deshalb jeden Tag aufs Neue.



Für die Zeit nach der Bachelorarbeit hat Markus noch keine konkreten Pläne. Er könne sich durchaus vorstellen, in einem großen Unternehmen in der Technischen Redaktion tätig zu sein. Gerade durch seine Bachelorarbeit bei Voith wird er in den nächsten Monaten tiefe Einblicke in diesem Bereich bekommen. Ein Masterstudiengang kommt für ihn aber vorläufig nicht in Frage, da sein Studium an der Hochschule Aalen schon ziemlich spezialisiert ist. Welchen Weg Markus auch einschlagen wird, wir wünschen ihm dabei viel Erfolg und bedanken uns für das tolle und interessante Interview. ■



Seit 150 Jahren inspirieren die Technologien von Voith Kunden, Geschäftspartner und Mitarbeiter weltweit. Gegründet 1867 ist Voith heute mit rund 19.000 Mitarbeitern, 4,3 Milliarden Euro Umsatz und Standorten in über 60 Ländern der Welt eines der großen Familienunternehmen Europas. Als Technologieführer setzt Voith Maßstäbe in den Märkten Energie, Öl & Gas, Papier, Rohstoffe und Transport & Automotive.

Kontakt

Ansprechpartner finden Sie in den jeweiligen Stellenausschreibungen unter www.voith.com/karriere

Anschrift

St. Pöltener Str. 43
89522 Heidenheim

Telefon/Fax

Telefon: +49 7321 37 0

E-Mail

careers@voith.com

Internet

www.voith.com

Bevorzugte Bewerbungsart(en)

Bitte bewerben Sie sich ausschließlich online unter www.voith.com/karriere.

Direkter Link zum Karrierebereich

www.voith.com/karriere

Angebote für Studierende

Praktika? Ja, Einsatzmöglichkeiten für ca. 150 Praktikanten je Jahr

Abschlussarbeiten? Ja,

Bachelor und Master

Werkstudenten? Ja, möglich

Duales Studium? Ja,

- Bachelor of Arts (Betriebswirtschaft, Fachrichtung Industrie)
- Bachelor of Arts (International Business)
- Bachelor of Engineering (Elektrotechnik, Automation)
- Bachelor of Engineering (Elektrotechnik, Fahrzeugelektronik)
- Bachelor of Engineering (Informatik - Informationsmanagement)
- Bachelor of Engineering (Informatik - Automatisierung)
- Bachelor of Engineering (Maschinenbau)
- Bachelor of Engineering (Wirtschaftsingenieurwesen)
- Bachelor of Engineering (Papiertechnik)
- Bachelor of Science (Wirtschaftsinformatik)

Trainee-Programm? Ja

Direkteinstieg? Ja

Promotion? Nein

QR zu Voith GmbH:



Allgemeine Informationen

Branche

Maschinen- und Anlagenbau, Industriedienstleistungen

Bedarf an Hochschulabsolventen

Kontinuierlicher Bedarf Anzahl ca. 50

Gesuchte Fachrichtungen

Maschinenbau, Entwicklung und Konstruktion, Fahrzeugtechnik, Elektro- und Informationstechnik, Luft- und Raumfahrttechnik, Wirtschaftsingenieur, Papiertechnik, Betriebs- und Wirtschaftswissenschaften, Energietechnik, Informatik

Produkte und Dienstleistungen

Voith-Technologien sind überall im Einsatz: Ein Viertel des weltweit aus Wasserkraft gewonnenen Stromes wird mit Turbinen und Generatoren von Voith erzeugt. Ein Großteil der weltweiten Papierproduktion wird auf Voith-Papiermaschinen hergestellt. Antriebselemente von Voith werden rund um den Globus sowohl in industriellen Anlagen als auch auf der Schiene, Straße und dem Wasser eingesetzt.

Anzahl der Standorte

Weltweit in über 60 Ländern vertreten

Anzahl der MitarbeiterInnen

Rund 19.000 Mitarbeiter weltweit

Jahresumsatz

Ca. 4,3 Mrd EURO

Einsatzmöglichkeiten

Konstruktion, Forschung & Entwicklung, Produktion, Projektmanagement, Inbetriebnahme, Automatisierung, Berechnung, Cost Engineer, IT, Elektrotechnik, Fahrzeugelektronik sowie in vielen kaufmännischen Bereichen

Einstiegsprogramme

Direkteinstieg

Mögliche Einstiegstermine

Jederzeit

Auslandstätigkeit

Möglich, Bewerbung in der Regel direkt über die jeweilige Ausschreibung der Landesgesellschaft

Einstiegsgehalt für Absolventen

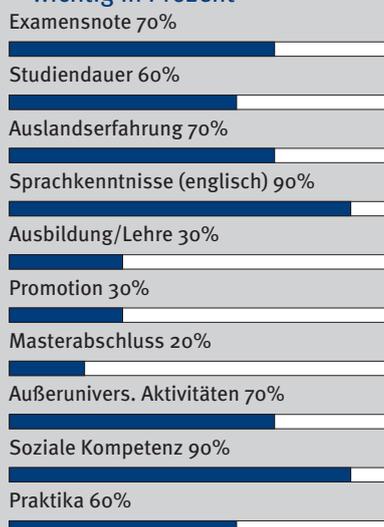
Ca. 35.000 - 49.000 Euro p.a.

Warum bei Voith bewerben?

Voith arbeitet heute an den Technologien von morgen und bietet seinen Mitarbeitern daher ein breites Spektrum an faszinierenden und herausfordernden Aufgaben. Verantwortung übernehmen für Projekte, die stolz machen – ein Arbeitsgrundsatz, der bei Voith gelebt wird. Wir sind daran interessiert, Karrieren langfristig aufzubauen, und investieren daher durch Fortbildungen in das Potenzial unserer Mitarbeiter. Werden Sie Voithianer und gestalten Sie die Zukunft unseres Unternehmens mit!

BEWERBERPROFIL

Bewerberprofil wichtig in Prozent



Sonstige Angaben

Teamfähigkeit, Interkulturalität, Bodenständigkeit



Welcome
to the Next
150 Years



Wussten Sie, dass Voith Platz für verschiedene Talente bietet?

Arbeiten bei Voith heißt, aktiv zukunftsfähige Technologien voranzubringen. Werden Sie Voithianer und gestalten Sie mit uns die Zukunft unseres internationalen Technologieunternehmens. Wir bieten nachhaltige Entwicklungsmöglichkeiten mit herausfordernden Aufgaben und Freiraum für Ihre Kreativität.

Wir bieten Praktika und Abschlussarbeiten in folgenden Bereichen an:

- Controlling und Einkauf
- Elektro- und Informationstechnik
- Finanzmanagement
- Forschung und Entwicklung
- Konstruktion
- Nachhaltigkeit
- Personal
- Produktion
- Projekt- und Qualitätsmanagement
- Unternehmensstrategie

www.voith.com/karriere

VOITH
Inspiring Technology
for Generations

VTU sucht nach Menschen, die selbst etwas bewegen wollen und nicht darauf warten, bis ihnen jemand sagt, was sie tun sollen. Eigenverantwortlicher Einsatz ist ein Zeichen in diese Richtung. Jeder, der sich freiwillig für eine gute Sache einsetzt, bei den unterschiedlichsten Aufgaben Erfahrungen sammelt und gleichzeitig etwas für die Allgemeinheit tut, ist bei uns herzlich willkommen.

Mit diesem außeruniversitären Engagement unterstützen Studierende nicht nur ihre Kommilitonen, sondern auch die ausstellenden Firmenvertreter mit ausgesprochen gutem Messeservice auf den Absolventenmessen. Nicht zuletzt auf Grund dieser Erfahrungen wird dieses außeruniversitäre Engagement bei VTU sehr positiv gesehen.

VTU ENGINEERING DEUTSCHLAND GMBH



– „GREAT PLACE TO WORK“

VTU Engineering plant Prozess-Anlagen für die Industrie in den Bereichen Pharma, Chemie, Öl & Gas. Wir bieten höchste Expertise in allen Planungsphasen in unterschiedlichsten Projekten von der Anlagen-Optimierung bis zur Generalplanung von Großinvestitionen.

Wir sind ein als GREAT PLACE TO WORK ausgezeichnete Arbeitgeber und stehen für sehr gutes Arbeitsklima, Freiraum für Eigeninitiative, flexible Arbeitszeiten sowie attraktive Benefits!

Unsere Dienstleistungen reichen von der Verfahrensentwicklung über Basic und Detail Engineering bis zur Montageüberwachung und Inbetrieb-

nahme von Prozessanlagen. Unsere bestens ausgebildeten Techniker übernehmen auch das Projektmanagement und die interdisziplinäre Gesamtabwicklung. Für die Pharma-Industrie werden zusätzlich Qualifizierungs- und Validierungsdienstleistungen gemäß GMP bis zur Mitarbeit bei Inspektionen und Audits durchgeführt.

Bei allen Dienstleistungen legen wir Wert auf ein kooperatives, innovatives Arbeitsumfeld in den Teams von VTU gemeinsam mit Kundenvertretern und Partnern. Wir bieten Top-Leistungen für unsere Kunden und brauchen dazu engagierte und leistungsbereite KollegInnen, um diese Ziele gemeinsam zu erreichen.

Der Arbeitsalltag bei VTU ist spannend, abwechslungsreich und freundschaftlich.

Die Entwicklung von technologisch ausgefeilten Lösungen zusammen mit erfahrenen VTU-KollegenInnen aber auch Kunden aus Weltkonzernen, fordert und freut unsere MitarbeiterInnen. In einer Kultur des Team-Works und gemeinsamen Lernens mit gegenseitigem Respekt wird Eigeninitiative und Kreativität gefördert. VTU-MitarbeiterInnen übernehmen früh Verantwortung für ihren Arbeitsbereich und wissen Freiraum sehr zu schätzen.

VTU nimmt viele AbsolventInnen direkt nach der Ausbildung auf. Unser unternehmensinternes Aus- und Weiterbildungsprogramm sieht Standard-Ausbildungen für KollegInnen in ihren ersten Jahren bei VTU vor, sowie die Möglichkeit, aktiv Wünsche und Vorschläge zur eigenen Weiterbildung einzubringen.

Wir pflegen unternehmensweit einen freundschaftlichen und kollegialen Umgang. Wir fördern eine offene und wertschätzende Kommunikation, unterstützt wird dies z.B. durch das Du-Wort über alle Ebenen des Unternehmens. Dadurch entwickelt sich ein Teamgeist, der zum persönlichen Wohlbefinden am Arbeitsplatz beiträgt.

Gemeinsame Aktivitäten sind uns wichtig!

Ob Betriebsausflug, Weihnachtsfeier, Sommerfest oder erfolgreicher Projektabschluss – die Party ist gewiss. Darüber hinaus finden außerhalb der Arbeit regelmäßig gemeinsame Ausflüge und sportliche Aktivitäten, angefangen von Laufevents über Mountainbike-Touren bis hin zu Segeltörns, statt, die von VTU gefördert und unterstützt werden.

Wissen weiterzugeben, ist ein hoher Wert – und letztendlich wichtiger, als Wissen zu haben. Dies wird täglich gelebt.

Wir unterstützen die Vernetzung unserer MitarbeiterInnen quer durch alle Ebenen und Regionen mit regelmäßigen Firmenveranstaltungen. In Expert-Groups entwickeln Spezialisten-Teams aus mehreren Niederlassungen die Technologien und Engineering-Standards von morgen. Durch die regionale Streuung der Mitglieder wird das Know-how über alle Standorte verbreitet.

Wir wachsen stetig. Zur Verstärkung unseres Teams suchen wir Sie!

Die Unternehmensgeschichte von VTU ist geprägt von stetigem Wachstum. Seit vielen Jahren ist VTU verlässlicher Projektpartner für internationale Kunden aus einem innovativen technologischen Umfeld. Wir werden auch weiterhin wachsen und suchen gut ausgebildete und engagierte TechnikerInnen für spannende Projekte mit vielseitigen Aufgaben.



Ebenso verlässlich wie für Kunden ist VTU auch als Arbeitgeber für seine MitarbeiterInnen. Aufbau und Halten von Know-how ist die oberste Maxime. Je nach Fähigkeiten und Neigungen stehen unseren MitarbeiterInnen Entwicklungsmöglichkeiten als technischer Fachspezialist oder im Projektmanagement offen.

In unserem innovationsfreudigen und expandierenden Unternehmen bieten sich zusätzlich viele Gelegenheiten für engagierte MitarbeiterInnen zu neuen und vielseitigen Aufgaben und zur persönlichen Weiterentwicklung über die Projektarbeit hinaus. Dies betrifft die Übernahme von Führungsfunktionen, Aufbau neuer Niederlassungen, Produktentwicklung oder auch den Vertrieb.

Wir suchen gut ausgebildete und engagierte TechnikerInnen, die viel Eigeninitiative und Verantwortungsbewusstsein mitbringen und Freude an kunden- und qualitätsorientiertem sowie selbstständigem Arbeiten in kleinen Projektteams haben.

Unsere Arbeit in Projekten erfordert Flexibilität und Offenheit für wechselnde Umgebungsbedingungen wie technische Anforderungen, Teamzusammensetzungen und Kundenstrukturen.

Für die Arbeit in den Projektteams brauchen wir Teamplayer, die gerne mit Menschen unterschiedlicher Fachrichtungen zusammenarbeiten und konfliktfähig sind. Gute Artikulations- und Argumentationsfähigkeiten sind notwendig, um auch schwierige Aufgaben und komplexe Pläne verständlich in Berichten zu beschreiben. ■



Kontakt

Ansprechpartner

Ansprechpartner finden Sie in den jeweiligen Stellenausschreibungen unter www.vtu.com/jobs

Anschrift

Philipp-Reis-Straße 2
D-65795 Hattersheim

Telefon/Fax

Telefon: +49 6190 93624 0
Fax: +49 6190 93624 25

E-Mail

office.frankfurt@vtu.com

Internet

www.vtu.com

Bevorzugte

Bewerbungsart(en)

Bitte bewerben Sie sich ausschließlich online (initiativ über eine Registrierung in unserem System oder direkt auf die jeweiligen Ausschreibungen auf www.vtu.com/jobs)

Direkter Link zum Karrierebereich

www.vtu.com/jobs

Angebote für Studierende Praktika?

Ca. 3-5 Plätze pro Jahr

Abschlussarbeiten?

Ca. 2-4 Arbeiten pro Jahr, in Abhängigkeit von Projektaufgaben

Werkstudenten?

2 Plätze pro Jahr

Duales Studium?

Derzeit nein

Trainee-Programm?

Derzeit nein

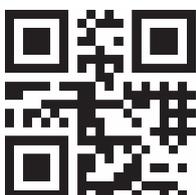
Direkteinstieg?

Ja, alle neuen Kollegen kommen über einen Direkteinstieg ins Unternehmen

Promotion

Nein

QR zu VTU Engineering Deutschland GmbH:



Allgemeine Informationen

Branche

Planung von Prozessanlagen

Bedarf an Hochschulabsolventen

Ca. 20

Gesuchte Fachrichtungen

Verfahrenstechniker, Chemieingenieure, Biotechnologen

Produkte und Dienstleistungen

Engineering, GMP Compliance, Projektmanagement, Generalplanung / EPCM, REXS

Anzahl der Standorte

17 Standorte

Anzahl der MitarbeiterInnen

440 (Stand Januar 2017)

Jahresumsatz

- 70 Mio. Euro

Einsatzmöglichkeiten

Deutschland, Österreich, Schweiz, Italien, Rumänien

Einstiegsprogramme

Direkteinstieg gepaart mit interner Schulung (VTU Akademie)

Mögliche Einstiegstermine

Monatlich

Auslandstätigkeit

Ja

Einstiegsgehalt für Absolventen

In Abhängigkeit vom Abschluss

Warum bei VTU Engineering Deutschland GmbH bewerben?

Wir sind ein als GREAT PLACE TO WORK ausgezeichnete Arbeitgeber und stehen für sehr gutes Arbeitsklima, Freiraum für Eigeninitiative, flexible Arbeitszeiten sowie attraktive Benefits!

BEWERBERPROFIL

Bewerberprofil wichtig in Prozent



Sonstige Angaben

Teamfähigkeit, Interkulturalität



Experience responsibility

Wir sind ein High-Tech-Unternehmen im Chemieanlagenbau. Unsere MitarbeiterInnen planen für Pharma, Chemie, Metallurgie und Umwelttechnik modernste Anlagen mit innovativen Werkzeugen. Know-how durch Erfahrung und ständige Weiterbildung, Offenheit für Alternativen und Mut zu Neuem sind prägende Eigenschaften unserer Unternehmenskultur.

Wir suchen:

Projektingenieure (m/w) für

- Verfahrenstechnik
- Qualifizierung
- Validierung
- Mess- und Regeltechnik
- Anlagenbau.

Pharma & Biotechnologie

Chemie & Metallurgie

Erdöl & Erdgas



www.vtu.com

Deutschland | Österreich | Schweiz | Italien | Rumänien



Statement

außeruniversitäres Engagement



Engagement ist vielfältig, und das finden wir großartig! Jeder Student, der sich in irgendeiner Form engagiert, weiß schnell den Mehrwert zu schätzen. Denn Engagement lässt sich nicht in Geld oder Zeit messen, sondern ist ein Schatz an neuen Erfahrungen und Beziehungen, freundschaftlicher oder professioneller Natur.

Bei Gore werden ehrenamtliche Aktivitäten unserer Associates in den Bereichen Bildung, Gesundheit, Umwelt, Förderung von Kindern und Jugendlichen unterstützt. Nur ein Beispiel ist unsere Teilnahme an einem Mentoring-Programm in Kooperation mit Studentinnen der TU München. Unsere fünf Mentorinnen, alle selbst Ingenieurinnen & Naturwissenschaftlerinnen, begleiten aktuell Studentinnen der TUM für ein Jahr. Sie stehen ihnen für jegliche Fragen rund um die universitäre, berufliche oder allgemeine Karriere- bzw. Lebensplanung zur Seite. Hier sehen wir eine wunderbare Möglichkeit, gegenseitig voneinander zu lernen, verschiedene Perspektiven zu erfahren und auch einen Beitrag unsererseits für Studierende zu leisten.

PATRICIA JUNG, HR COLLEGE RECRUITING, W. L. GORE & ASSOCIATES GMBH



Innovativ aus Überzeugung

Gore ist ein kreatives Technologie-Unternehmen mit Schwerpunkt auf Erforschung und Entwicklung innovativer Produkte. Seit über 55 Jahren bedienen wir verschiedene globale Märkte und liefern unseren Kunden Produkte, die die Lebensqualität in ganz unterschiedlichen Bereichen verbessern.

Gore steht auch für GORE-TEX® Funktionsbekleidung und Schuhe und ist für den Endkonsumenten wahrscheinlich dort am offensichtlichsten. Jedoch begegnet man Gore mehrmals am Tag, ohne es wahrscheinlich zu wissen, wie zum Beispiel unseren Belüftungselementen im Auto oder Handy, den Gefäßprothesen im medizinischen Kontext oder im Flugzeug, um WLAN zu nutzen.



Wir sind davon überzeugt, dass Gores Erfolg auf den Werten unserer Unternehmenskultur beruht. Diese Kultur gründet auf dem Vertrauen in unsere Mitarbeiter (bei Gore Associates genannt) und dem Glauben daran, dass jeder Mensch danach strebt, sein volles Potenzial auszuschöpfen. Gemeinsam möchten wir ein sicheres und gesundes Arbeitsumfeld schaffen, in dem jeder Associate sein Talent entfalten sowie seiner Arbeit verantwortungsbewusst und motiviert nachgehen kann.

Die Kultur von Gore bildet die Grundlage dafür, dass jeder von uns mit höchster Integrität und Verantwortungsbewusstsein handelt. Über unsere innovativen und verlässlichen Produkte erfüllen wir die Anforderungen unserer Kunden. Wir verpflichten uns, nachhaltig und auf langfristige Sicht zu arbeiten, und danach auch unsere Entscheidungen auszurichten.

Diversity: Ein integratives Arbeitsumfeld schaffen

Diversity ist ein wichtiges Element für eine lebendige Arbeitsumgebung. Unser Unternehmen ist stärker, wenn wir Menschen mit unterschiedlichen Hintergründen, Talenten und Perspektiven einbeziehen. Wenn wir deren einzigartigen Beitrag erkennen und unser Wissen im Unternehmen bündeln, sind wir in der Lage, intelligente Businessentscheidungen zu treffen. So wird unser Ganzes tatsächlich mehr als die Summe der einzelnen Teile! Es sind unsere Associates, die Gore von anderen Unternehmen unterscheiden.

Unser Engagement

Zu den wesentlichen Faktoren der Unternehmenskultur von Gore gehören seit jeher die Begeisterung und langfristige Motivation unserer Mitarbeiter als Basis für den gemeinsamen Erfolg. Mit der Work-Life-Balance-Initiative unterstützt Gore alle Aktivitäten, die einen Ausgleich zwischen den persönlichen Belangen und der individuellen Arbeitswelt des Associates schaffen. Der Bereich „Soziales Umfeld“ ist ein sehr wichtiges Element dieser Initiative. Als Arbeitgeber nimmt Gore seine soziale Verantwortung ernst und hilft dort, wo Gore Associates leben, arbeiten und sich einsetzen. Zu unseren lokalen Projekten zählen beispielsweise:

- Aufforstung von Sanierungsflächen im Rahmen des Bergwaldprojektes.
- Sach- und Geldspendenaktion für Flüchtlingsunterkünfte in der direkten Nachbarschaft der deutschen Gore Werke.
- Bei der Aktion „Mit dem Rad zur Arbeit“ spendet Gore für jeden geradelten Kilometer 10 Cent an eine gemeinnützige Organisation in der Nachbarschaft zu den Gore Werken.

Sponsorship – unser internes Mentoring

Jeder Associate – egal, ob Student, Azubi, Geschäftsführer oder Vertriebsmitarbeiter – bekommt von Anfang an einen Sponsor (Mentor) zur Seite gestellt. Der Sponsor unterstützt bei der ersten Orientierung im Unternehmen und hilft dabei, sein Netzwerk aufzubauen. Auf Basis unserer flachen Hierarchien kommunizieren wir direkt miteinander und unterstützen uns gegenseitig. Bei uns werden Studenten, sei es in ihrem Praktikum, ihrer Werkstudententätigkeit oder bei ihrer Abschlussarbeit, von engagierten Sponsoren betreut und in ihrer fachlichen wie auch persönlichen Entwicklung gefördert und gefördert.



Freedom to grow

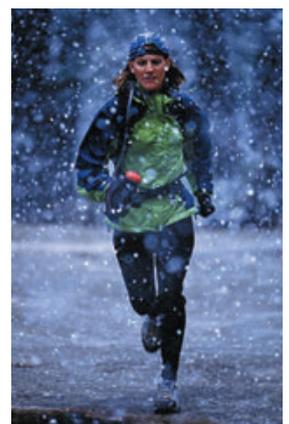
Bei uns hat jeder den Freiraum, eigene Ideen einzubringen und selbstverantwortlich Projekte voranzutreiben. Somit kommt es häufig vor, dass Studenten ein Praktikum in einem Bereich absolvieren und im Anschluss ihre Abschlussarbeit im gleichen oder einem neuen Unternehmensbereich fortsetzen. Dabei unterstützt der Sponsor als auch der College Recruiter und zeigt entsprechende Möglichkeiten auf.



Auch nach dem Studium gibt es die Möglichkeit, einen Direkteinstieg in verschiedenen Fachbereichen oder in unserem Absolventenprogramm als „New Grad“ zu beginnen und sich entweder in Richtung Prozessingenieur oder im Bereich Forschung und Entwicklung zu orientieren. Projektbasiert rotieren unsere „New Grads“ innerhalb von Gore durch verschiedene Unternehmens- bzw. Produktbereiche.

Join Gore & Change

Diese Arbeitsumgebung macht uns zu einem „Great Place to Work®“ und zu einer „Fair Company“. Seit mehreren Jahren sind wir bei beiden Initiativen vertreten, und das nicht ohne Grund. Neugierig geworden? Dann freuen wir uns, euch z.B. auf verschiedenen Studententagen persönlich kennenzulernen. Ob wir auch an eurer Hochschule oder Universität vertreten sind, findet ihr auf unserer Homepage unter der Rubrik „News & Events“. ■





Kontakt
Ansprechpartner
EMEA Recruiting Team

Anschrift
Hermann-Oberth-Straße 22
85640 Putzbrunn

Telefon/Fax
Telefon: +49 (0)89 4612 2800
oder 00800 4612 2800

E-Mail
recruiting@wlgore.com

Internet
www.gore.com

**Bevorzugte
Bewerbungsart(en)**
Bitte bewerben Sie sich aus-
schließlich online über unser
Karriereportal.

**Direkter Link zum
Karrierebereich**
www.gore.de/karriere

**Angebote für Studierende
Praktika?** Ja,
Einsatzmöglichkeiten für
ca. 60 Praktikanten pro Jahr

Abschlussarbeiten? Ja,
Bachelor und Master

Werkstudenten?
Ja

Duales Studium?
Ja

Trainee-Programm?
Ja

Direkteinstieg?
Ja

Promotion
Nein

QR zu Gore:



FIRMENPROFIL

■ Allgemeine Informationen

Branche
Kunststoffverarbeitende Industrie

Bedarf an Hochschulabsolventen
Kontinuierlicher Bedarf

■ Gesuchte Fachrichtungen

Kunststofftechnik, Verfahrenstechnik, Werkstofftechnik, Chemieingenieurwesen, Maschinenbau, Textiltechnologie, Bekleidungstechnologie, Elektrotechnik, Sports Engineering, Wirtschaftswissenschaften (insbesondere Betriebswirtschaft), Kommunikationswissenschaften, (Online, Event Marketing, Wirtschafts-Informatik)

■ Produkte und Dienstleistungen

Als weltweit führender Spezialist in der Verarbeitung von Fluorpolymeren, speziell des PTFE, steht der Name Gore für innovative Produkte und Technologien in ganz unterschiedlichen Bereichen: Patches und Gefäßprothesen für die Herzchirurgie, Textil-Lamine, die Feuerwehrleute vor Hitze, Flammen und Chemikalien schützen, oder elektronische Kabel für die Raumforschung, Filtermedien und Dichtungen.

■ Anzahl der Standorte

Weltweit in über 30 Ländern vertreten

■ Anzahl der MitarbeiterInnen

Mehr als 10.000 weltweit

■ Jahresumsatz

3 Milliarden US-Dollar

■ Einsatzmöglichkeiten

Prozessingenieurwesen, Forschung & Entwicklung, Labor, Vertrieb

■ Einstiegsprogramme

Direkteinstieg, Absolventenprogramm „New Grad“ für die Bereiche Forschung und Entwicklung oder Prozessingenieurwesen

■ Auslandstätigkeit

Projektbezogene globale Zusammenarbeit

■ Warum bei Gore bewerben?

Projekte eigenständig voranzutreiben und seinen Kollegen auf Augenhöhe zu begegnen, trauen wir unseren Studenten auch ohne langjährige Berufserfahrung zu. Egal, ob bei einem Praktikum, einer Werkstudententätigkeit oder Abschlussarbeit: Bei uns bekommst du den nötigen Freiraum deine Ideen einzubringen, eigene Impulse zu setzen und deine Stärken zu demonstrieren. Wir sind davon überzeugt, dass Studenten heute vor allem zwei Dinge brauchen: Herausforderungen, an denen sie wachsen können und Vertrauen in ihre eigenen Fähigkeiten. Selbstverständlich lassen wir dich mit deinen Aufgaben nicht alleine: Ein erfahrener Betreuer (Sponsor) steht dir jederzeit als Ansprechpartner zur Seite und gibt dir wertvolles Feedback.

BEWERBERPROFIL

■ Bewerberprofil wichtig in Prozent



■ Sonstige Angaben

Teamfähigkeit, Proaktivität, Unternehmerisches Denken, Interkulturelle Kompetenz



Join Gore & Change

Was willst du verändern?
Besuche gore.com/change-life

Produkte von Gore umfassen eine große Palette – von Konsumgütern wie etwa ELIXIR® Gitarrensaiten oder GORE-TEX® Funktionstextilien bis hin zu Industriefiltern, Spezialkabeln und medizinischen Implantaten.



Seit über 55 Jahren verändern wir das Leben von Menschen

Wenn du unternehmerisch denkst und Freude daran hast, Lösungen für komplexe technische Fragestellungen zu entwickeln, bietet Gore dir den passenden Rahmen.

Aber das Wichtigste: Du bist mit Begeisterung bei der Sache und hast den Anspruch, mit deiner Arbeit etwas zu verändern!

Besuche uns auf unserer Karriereseite:
gore.de/karriere



Kontakt

Ansprechpartner

Ihre individuellen Ansprechpartner finden Sie in den jeweiligen Stellenausschreibungen und unter www.kostal-karriere.com/service/kontakt

Anschrift

An der Bellmerlei 10
58513 Lüdenscheid

Telefon / E-Mail

Telefon: +49 2351 16 - 0
recruiting@kostal.com

Internet

www.kostal.com

Bevorzugte Bewerbungsart(en)

Bitte bewerben Sie sich ausschließlich über unser Karriereportal: www.kostal-karriere.com/arbeiten-bei-kostal/stellensuche

Direkter Link zum Karrierebereich

www.kostal-karriere.com

Angebote für Studierende

Praktika? Ja, insb. im technisch-ingenieurwissenschaftlichen Bereich

Abschlussarbeiten? Ja, insb. im technisch-ingenieurwissenschaftlichen Bereich

Werkstudenten? Ja

Duales Studium? Ja,

- B. Eng. Elektrotechnik
- B. Eng. Kunststofftechnik
- B. Eng. Maschinenbau
- B. Eng. Mechatronik
- B. Sc. Wirtschaftsinformatik
- B. Sc. Wirtschaftsingenieurwesen
- B. A. Business Administration

Trainee-Programm? Ja

Direkteinstieg? Ja

Promotion? Nein

QR zu KOSTAL:



Allgemeine Informationen

Branche

Automobilzulieferindustrie, Antriebstechnik, Photovoltaik

Bedarf an Hochschulabsolventen

Kontinuierlicher Bedarf

Gesuchte Fachrichtungen

Automatisierungstechnik, Elektrotechnik, Fahrzeug- und Verkehrstechnik, Informatik, Informationstechnik, Ingenieurinformatik, Logistik, Maschinenbau, Materialwissenschaften, Mechatronik, Mess- und Regelungstechnik, Nachrichtentechnik, Oberflächentechnik, Physik, Technische Informatik, Wirtschaftsinformatik, Wirtschaftsingenieurwesen, Wirtschaftswissenschaften

Produkte und Dienstleistungen

Automobilelektrik, Mess-, Steuer- und Regelungselektronik, Kontakt- und Steckverbindingssysteme, Prüf- und Automationssysteme, Solar-elektrik

Anzahl der Standorte

46 Standorte in 21 Ländern

Anzahl der MitarbeiterInnen

mehr als 17.000 Mitarbeiter weltweit

Jahresumsatz

rund 2,4 Mrd. Euro (2015)

Einsatzmöglichkeiten

Einsatzbereiche für Ingenieure:
u. a. Einkauf, Entwicklung, Produktion, Logistik, Qualität, Infrastruktur, Vertrieb

Einstiegsprogramme

Direkteinstieg, Traineeprogramme, Duales Studium (in Kooperation mit der FOM Hagen, der FH Köln, der FH Dortmund und der FH Südwestfalen)

Mögliche Einstiegstermine

Jederzeit

Auslandstätigkeit

Sie möchten Ihre Fähigkeiten bei einer unserer Auslandsgesellschaften einbringen? Auf unserem Karriereportal finden Sie die Adressen unserer jeweiligen Tochterunternehmen vor Ort. Die Bewerbung ist in der Regel direkt an die jeweilige Niederlassung zu richten. Ob als Student, Young Professional oder Professional: Bei KOSTAL sind Sie auch im Ausland willkommen! Wachsen Sie mit KOSTAL und entwickeln Sie sich weiter – weltweit!

Einstiegsgehalt für Absolventen

Branchenüblich

Warum bei KOSTAL bewerben?

KOSTAL? Nie gehört! Das hören wir oft. Und vielleicht charakterisiert uns das ganz gut, denn im Vordergrund zu stehen, war nie unsere Stärke, und das haben wir auch nie gewollt. Warum? Weil wir lieber mit Leistung, Kompetenz, Qualität und Innovationen überzeugen statt nach außen strahlen zu wollen.

Wir entwickeln und fertigen elektronische und mechatronische Produkte für international tätige Industrieunternehmen – darunter alle führenden Automobilhersteller weltweit. Hierbei ist für uns die Zufriedenheit unserer Kunden, mit denen uns oft eine jahrzehntelange Zusammenarbeit verbindet, entscheidend.

Wir sind ein Familienunternehmen und fühlen uns unseren Mitarbeitern verpflichtet, so wie diese sich mit KOSTAL verbunden fühlen. Persönliche Wertschätzung den Mitarbeitern und ihrer Leistung gegenüber ist ein wesentlicher Bestandteil unserer Unternehmenskultur. So betrachten wir auch Wachstum nicht als Ziel, sondern als Folge der Qualität unserer Arbeit und Zusammenarbeit, der Kompetenz unserer Mitarbeiter und unserer Innovationskraft. Wir sind mit vielen unserer Produkte und Technologien Weltmarktführer und investieren jährlich rund 7% unseres Umsatzes in Forschung und Entwicklung. Darüber, welche Perspektiven Sie bei uns haben, bestimmen wesentlich Sie selbst durch Ihr Engagement, Ihre Einsatzbereitschaft, Ihre Ideen und Ihre Veränderungsbereitschaft. Wir finden, das sind die besten Perspektiven, die jemand haben kann.

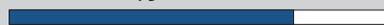
BEWERBERPROFIL

Bewerberprofil wichtig in Prozent

Examensnote 100%



Studiendauer 75%



Auslandserfahrung 50%



Sprachkenntnisse (englisch) 100%



Ausbildung/Lehre 50%



Promotion 25%



Masterabschluss 75%



Außerunivers. Aktivitäten 50%



Soziale Kompetenz 100%



Praktika 100%



Hinweis: Das Bewerberprofil ist exemplarisch und positionsübergreifend zu sehen. Jeder ausgeschriebenen Position liegen spezifische Anforderungen zugrunde. Diese Anforderungen entnehmen Sie bitte den entsprechenden Ausschreibungen.

Sonstige Angaben

hohe Leistungsmotivation, grundsätzliche Reisebereitschaft

Statement

außeruniversitäres Engagement

KOSTAL



„Nicht für die Schule, sondern fürs Leben lernen wir.“ Schön, aber eben nur die ‚halbe Wahrheit‘, denn wir lernen nicht nur fürs Leben, sondern vor allem im Leben und durch leben.

Davon jedenfalls sind wir überzeugt und deshalb ist uns außeruniversitäres Engagement unserer künftigen Mitarbeiter so wichtig. ‚Grau ist alle Theorie‘ wusste schon Mephisto in Goethes Faust. Und auch wenn gute Hochschulen längst nicht mehr nur ‚graue Theorie‘ vermitteln, Leben lernt man durch leben.

„Wir gestalten Zukunft heute“, heißt einer der KOSTAL-Werte. Wer sich heute auch außerhalb der Universität engagiert, der engagiert sich heute für eine lebenswerte Welt von morgen. Das sind die Menschen, mit denen wir zusammenarbeiten wollen.

GEORG-W. EXLER, UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION, KOSTAL-GRUPPE

The advertisement features a large image of Jan Marmann, a young man with short brown hair, wearing a light blue shirt. He is shown in a laboratory or workshop setting, looking intently at a piece of equipment. The background is slightly blurred, showing other people and technical equipment. The KOSTAL logo is prominently displayed in the top right corner of the image area. Below the main image, there is a dark blue banner with white text that reads: "Im Team Gas zu geben liegt bei uns in der Familie." At the bottom of the advertisement, there are four small logos for different KOSTAL divisions: "AUTOMOBIL ELEKTRIK", "INDUSTRIE ELEKTRIK", "KONTAKT SYSTEME", and "SOMA".

KOSTAL

Im Team Gas zu geben liegt bei uns in der Familie.

AUTOMOBIL ELEKTRIK INDUSTRIE ELEKTRIK KONTAKT SYSTEME SOMA

Jan Marmann ist mit Leidenschaft dabei – sowohl beim Motorradrennen als auch bei KOSTAL, wo er als Student im technischen Bereich arbeitet. Die KOSTAL-Gruppe ist ein weltweit agierendes, unabhängiges Familienunternehmen mit Stammsitz in Deutschland, das technologisch anspruchsvolle elektronische und mechatronische Produkte entwickelt und produziert. An 46 Standorten in 21 Ländern arbeiten mehr als 17.000 Mitarbeiter flexibel, kompetent und kundennah.

www.kostal-karriere.com

Warum sich Ehrenamt lohnt? campushunter geht dieser Frage in Zusammenarbeit mit dem Verband Deutscher Studierendeninitiativen (VDSI e.V.) in diesem Karrieremagazin für engagierte Studenten auf den Grund.

„Engagier Dich“ informiert fachrichtungsübergreifend über studentisches Ehrenamt. Wo und wie kann man sich engagieren? Wie hilft das Engagement beim beruflichen Werdegang? „Engagier Dich“ wartet mit zahlreichen Antworten auf.

Als Förderer des studentischen Ehrenamtes nehmen die nachfolgenden Unternehmen eine beispielgebende Vorreiterposition ein, da sie die Wichtigkeit des Ehrenamtes zur Qualifizierung des akademischen Nachwuchses erkannt haben. Mit ihrer Beteiligung an diesem VDSI Kooperationsprojekt geben sie dem Ehrenamt eine überzeugende Stimme und ermöglichen die Realisierung dieser Ausgabe. Hierfür möchten wir uns recht herzlich bei allen Unternehmen dieser Ausgabe bedanken!

Heike Groß, campushunter media GmbH
Ines Köhler, VDSI e.V.



Science For A Better Life



Alles im grünen Bereich.



INNOVATING TOGETHER



SANOFI



Excellence in Science



Creative Technologies
Worldwide

