ISSN 2196-2472

ENGAGIER DICH!

Das Karrieremagazin für den engagierten Studenten

2014

Karrieretipps

Wichtige Informationen rund um die Karriere!

Unternehmen

Deutsche Top Arbeitgeber im ausführlichen Portrait

7 Initiativen

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

Engagier Dich ist ein Kooperationsprojekt von: campushunter – das etwas andere Karrieremagazin | VDSI Verband deutscher Studenteninitiativen

Statement zum außeruniversitären Engagement

Jedes Engagement außerhalb der Universität bereichert den Erfahrungsschatz und wirkt sich positiv auf die Persönlichkeitsentwicklung aus – egal ob Praktikum, Ehrenamt oder Vereinstätigkeit. Die Studierenden übernehmen Verantwortung, lernen Team- und Kommunikationsfähigkeit und stellen – je nach Engagement – zum Beispiel ihr Organisationstalent unter Beweis. Manche sammeln unter Umständen sogar erste Erfahrungen in einer Führungsrolle. Darüber hinaus bringt das Engagement Erfolgserlebnisse mit sich, die wiederum das Selbstbewusstsein stärken. All diese Fähigkeiten spielen für den späteren Erfolg im Beruf eine entscheidende Rolle.

Mit Absolventen, die während ihres Studiums über den Tellerrand geschaut und Einsatz gezeigt haben, haben wir sehr gute Erfahrungen gemacht. Wer sich im Privaten engagiert, ist motiviert, begeisterungsfähig und offen für Neues. Genau solche Mitarbeiter suchen wir, denn wir legen großen Wert darauf, dass sich unsere Mitarbeiter weiterentwickeln wollen, fachlich wie auch persönlich.

EDITORIAL

„Engagier Dich“ – vor ziemlich genau einem Jahr ist dieser Ausruf in Form des Magazins des VDSI das erste Mal von sieben verschiedenen Studenteninitiativen an die Studierenden herangetragen worden. Was hat sich seitdem getan im studentischen Engagement in Deutschland?

Durch „Engagier Dich“ hat das studentische Ehrenamt in Deutschland Rückenwind erhalten. Die Gemeinschaft der studentisch Engagierten ist ein wenig näher zusammengerückt und viele neue Kontakte und Kommunikationswege zwischen verschiedenen Initiativen, sowohl Mitgliedern des VDSI, als auch anderen, sind entstanden. Das studentische Ehrenamt in Deutschland wurde durch die Erstausgabe von „Engagier Dich“ nachhaltig gestärkt und das Magazin hat signifikant zu seiner Weiterentwicklung beigetragen.

Nach großartiger Resonanz sowohl von Seiten der Studierenden und Universitäten, als auch der Firmen war schnell klar, dass es nicht bei einer Ausgabe bleiben wird.

Besonders stolz sind wir auf die erfolgreiche Umsetzung des Konzeptes „Statement zum studentischen Ehrenamt“ in welchem sich alle Firmen zusätzlich zur Vorstellung als Arbeitgeber über die Relevanz des studentischen Engagements äußern. Bestärkt durch die durchweg positiven Rückmeldungen, haben wir das Konzept beibehalten und prägen damit auch weiterhin das Alleinstellungsmerkmal des Magazins.

Mein Dank gilt allen unterstützenden Unternehmen, ohne die diese zweite Ausgabe nur eine schöne Idee geblieben wäre.

An dieser Stelle möchte ich meinen besonderen Dank erneut Frau Heike Groß aussprechen. Mit viel Herzblut, jeder Menge Energie und kaum zu überbietendem Engagement hat sie sich auch für die zweite Ausgabe stark gemacht.

Durch die enge Zusammenarbeit von verschiedenen Autoren aus sieben Initiativen, vielen engagierten Gastredakteuren, aufgeschlossenen Unternehmen und einem tollen Verlagsteam ist ein Magazin entstanden, das weiterhin die Printmedien an deutschen Universitäten prägen wird.

Koordinatorin des VDSI,
Verband deutscher Studenteninitiativen

Lorena Brandstetter

VDSI

AIESEC

BDSU

bonding

btS

elsa
The European Law Students' Association
GERMANY

MARKET TEAM

mtp

Engagier Dich 2014
– ein Erfolgsprojekt geht in die 2. Runde

Mit sehr viel Stolz präsentieren wir die zweite Ausgabe von Engagier Dich nach dem großen Erfolg der Ausgabe 2013.

Nie hätte ich zu träumen gewagt, dass sich aus dieser einstigen Idee von mir, dem Ehrenamt eine mediale Plattform zu schaffen, ein so großartiges Kooperationsprojekt etablieren kann. Das Feedback des VDSI und der Leser war überwältigend und ich möchte mich an dieser Stelle noch einmal bei allen bedanken, die uns ihre Anerkennung ausgesprochen haben.

Die Nachfrage nach dem Magazin war viel größer, als die gedruckte Auflage, was uns zeigt, dass der Bedarf an guten inhaltlichen Printpublikationen nach wie vor gegeben ist. Es zeigt uns, 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 für die Zusammenarbeit und die vielen tollen Artikel aus den Reihen der Studierenden bedanken. Danke an Lorena Brandstetter, die als Koordinatorin auf studentischer Seite das Projekt zum zweiten Mal gemeinsam mit mir geleitet hat. Danke an mein Team, das mit Kreativität die Umsetzung unserer Ideen realisiert hat und unseren tollen Gastredakteuren, die mit spannenden Karrieretipps dieses Magazin bereichern.

Besonderer Dank gilt den 16 Unternehmen, denen studentischen Ehrenamt wichtig ist und die dies durch ihre Beteiligung auch zeigen. Diese Unternehmen zeigen Weitblick und mit ihrem Statements tragen sie dazu bei, dass der akademische Nachwuchs von Morgen erkennt, wie wichtig und auch karriere-relevant das studentische Ehrenamt ist – heute und auch in der Zukunft.

Erfreulich für uns ist auch, dass wir für diese Ausgabe wieder bedeutende Grußworte von Sigmar Gabriel, Bundesminister für Wirtschaft und Energie, von Bundesbildungsministerin Frau Prof. Dr. Johanna Wanka und dem Präsidenten der Hochschulrektorenkonferenz Herrn Prof. Dr. Hippler erhalten haben. Die damit verbundene Anerkennung von höchster Ebene bestätigt uns die Bedeutung des Projektes. Vielen Dank dafür.

Dem Dachverband deutscher Studenteninitiativen VDSI wünsche ich auch mit dieser 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

campushunter
das etwas andere Karrieremagazin

Bundesministerium
für Wirtschaft
und Energie

Grußwort
von Sigmar Gabriel
Bundesminister für Wirtschaft und Energie
für das Magazin „Engagier Dich!“

Sie befinden sich in einem wichtigem Stadium Ihres Lebens. Jetzt werden die Weichen für Ihre Zukunft gestellt. Denken Sie daran: Ihre Zukunft ist auch die Deutschlands, denn Sie sind die Fachkräfte von morgen!

Für berufliche Herausforderungen sind Sie gut gerüstet, wenn Sie nicht nur theoretisches Fachwissen erwerben. Ehrenamtliches Engagement lehrt wichtige Schlüsseleigenschaften wie gesellschaftliche Verantwortung, Teamorientierung und soziale Kompetenz.

Seien Sie sicher: Freiwillige Mitarbeit in Studenteninitiativen ist keine vertane Zeit. Die Fähigkeiten, die Sie dort lernen, verschaffen Ihnen oft einen wichtigen Vorteil auf dem Arbeitsmarkt und helfen Ihnen dabei, ein umfassendes Netzwerk aufzubauen.

„Engagier dich!“ stellt Ihnen eine große Plattform zur Verfügung, die Sie dabei unterstützt, eine für Sie passende Initiative zu finden. Nutzen Sie diese Chance. Gemeinschaftliche und praxisbezogene Arbeit und Forschung wird Sie auch persönlich weiterbringen.

Deutschland braucht Persönlichkeiten wie Sie, die sich ehrenamtlich für unsere Gesellschaft engagieren!

Ihr

Bundesministerium
für Bildung
und Forschung

Grußwort
für das Karrieremagazin „Engagier Dich“

Eine Gesellschaft lebt vom Engagement der Bürgerinnen und Bürger. Mehr als ein Drittel der Menschen in Deutschland übt ein Ehrenamt aus oder ist freiwillig engagiert. In den vergangenen Jahren hat soziales Engagement sowohl in der öffentlichen Wahrnehmung als auch in der gesellschaftlichen Wertschätzung an Ansehen gewonnen.

Die Ehrenamtlichen übernehmen Verantwortung für eine Aufgabe, an der sie selbst reifen können: persönlich, sozial und fachlich. Gleichzeitig sind sie Vorbilder für andere. Selbst Vorbild sein und andere als Vorbilder nehmen ist ein wechselseitiger Prozess, er ist Generationen übergreifend und schafft eine besonders enge Verbindung zwischen den Menschen.

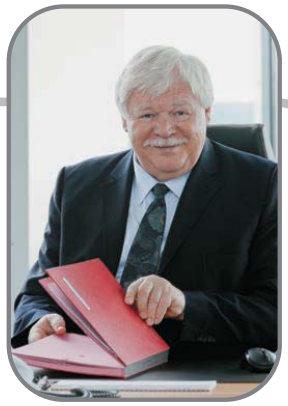
Dabei sind die Motive für eine ehrenamtliche Tätigkeit individuell unterschiedlich: Soziale Verantwortung spielt für die unentgeltliche Mitarbeit in Projekten oder Initiativen genauso eine Rolle wie Selbsterfahrung oder die Möglichkeit, sich Fertigkeiten und Kenntnisse anzueignen, die im weiteren Berufsleben von Nutzen sein können.

Insbesondere junge Menschen können im Rahmen von ehrenamtlicher Arbeit wichtige Erfahrungen sammeln und Einblicke gewinnen, die ihren Alltag bereichern und ihr weiteres Leben prägen. Deshalb eröffnen sich gerade Studierenden vielfältige Chancen durch ehrenamtliches Engagement. Viele Studierende, die sich gesellschaftlich einbringen wollen, wissen aber oft nicht, wo sie ehrenamtlich mit anderen zusammenarbeiten oder ihre Fähigkeiten für einen guten Zweck einsetzen können. Das Karrieremagazin „Engagier Dich!“ macht Mut und es motiviert die Leistungsträger der Zukunft, sich aktiv für andere und die Gemeinschaft einzusetzen. Es stellt konkrete Möglichkeiten vor, wo ehrenamtliches Engagement von Studierenden gefragt ist, und es zeigt auf, was sich durch Freiwilligenarbeit auf die Beine stellen lässt.

Nutzen auch Sie die Chancen, die Ihnen das ehrenamtliche Engagement eröffnet!

Johanna Wanka

Prof. Dr. Johanna Wanka
Bundesministerin für Bildung und Forschung



HRK Hochschulrektorenkonferenz
Die Stimme der Hochschulen

Grußwort von Professor Dr. Horst Hippler, Präsident der Hochschulrektorenkonferenz für die zweite Ausgabe des Magazins „Engagier Dich“

Sehr geehrte Leserin, sehr geehrter Leser!

Die Bildungsdebatte ist in den vergangenen Jahren um einige Schlagworte reicher geworden. Während es früher Aufgabe der Hochschulen war, im Interesse des technischen Fortschritts zu forschen und die künftige gesellschaftliche Elite auszubilden, rücken nun weitere Ziele ins Blickfeld, denen sich die Hochschulen verstärkt stellen müssen: Sie sollen zusätzlich einen wichtigen Beitrag zur gesellschaftlichen Entwicklung leisten und junge Menschen auf eine immer komplexere, internationalere sowie ausdifferenziertere Lebens- und Arbeitswelt vorbereiten.

Wie tiefgreifend der gegenwärtige Wandel ist, zeigt schon ein Blick in die Statistik: Innerhalb weniger Jahrzehnte hat sich die Zahl der Studierenden mehr als verdoppelt – heute geht bereits jeder Zweite eines Jahrgangs an eine Hochschule. Gleichzeitig ist eine umfassende Reform der Studiengänge auf Bachelor und Master umgesetzt worden, was mit großen Herausforderungen für inhaltliche wie strukturelle Veränderungen verbundenen ist. Diesen Umstrukturierungsprozess haben die Hochschulen mit großem Engagement angepackt.

Studentisches Engagement und Persönlichkeitsentwicklung haben damit einen neuen Stellenwert erhalten – für die Hochschulen ebenso wie für die Studierenden selbst. Das gesamte Hochschulsystem befindet sich in einem kontinuierlichen Veränderungsprozess. Die große Herausforderung besteht darin, das Studium forschungsorientierter, praxisnäher und vielseitiger zu gestalten, ohne es zu verschulen. Das bedeutet, die fachlichen Inhalte des Studiums um die Vermittlung von fachübergreifenden Kompetenzen, forschungsrelevante Projektarbeiten und Praxisbezüge sinnvoll zu ergänzen.

Auch das freiwillige studentische Engagement hat mit den Bachelor- und Masterstudiengängen einen neuen Rahmen erhalten und aus Sicht der Hochschulen an Bedeutung gewonnen. Viele Studierende setzen sich voller Enthusiasmus und Idealismus für die unterschiedlichsten Initiativen und Anliegen ein – sowohl innerhalb als auch außerhalb ihrer Hochschule. Dabei sind die gesellschaftlichen Anforderungen an Absolventen einem ständigen Wandel unterworfen. Deshalb suchen die jungen Leute seit einigen Jahren vermehrt nach ehrenamtlichen Aufgaben und Projekten, die zeitlich begrenzt sind und nach Möglichkeit in ihre Karriereplanung passen.

Dieser Trend stellt auch die Hochschulen vor neue Herausforderungen: Unternehmen und andere Arbeitgeber suchen seit geraumer Zeit nicht mehr nur fachkompetent (aus-)gebildete Experten; vielmehr sollen die Absolventen eines Hochschulstudiums außerdem werte- und verantwortungsbewusste sowie wissenschaftlich vielseitig qualifizierte Persönlichkeiten sein, die gelernt haben, selbstständig und forschend zu arbeiten, sich neues Wissen eigenverantwortlich zu erschließen und sich mit viel Engagement und Bürgersinn für das Gemeinwohl einzusetzen.

Die in diesem Magazin gesammelten Beispiele beweisen, dass es sich lohnt, wenn Studierende sich für ihre Kommilitonen einsetzen. Auf diese Weise entsteht langsam eine Anerkennungskultur für engagierte Studierende als den künftigen Stützen der vielbeschworenen europäischen Bürger- und Zivilgesellschaft.

Im Namen der Hochschulrektorenkonferenz wünsche ich auch der zweiten Ausgabe des Magazins „Engagier Dich“ großen Zuspruch bei dem Vorhaben, curricularem und extracurricularem studentischem Engagement eine angemessene Bühne zu verschaffen. Für Studierende kann dieses Magazin eine inspirierende und motivierende Informationsquelle dafür sein, wie sie ihre Studienzeit mit zivilgesellschaftlichem Engagement bereichern können.

Ihr

Inhaltsverzeichnis

1 VDSI
Editorial

campushunter
das etwas andere Karrieremagazin

2 Vorwort
Heike Groß

Bundesministerium für Wirtschaft und Energie

3 Grußwort
Sigmar Gabriel

Bundesministerium für Bildung und Forschung

4 Grußwort
Prof. Dr. Johanna Wanka

HRK Hochschulrektorenkonferenz
Die Stimme der Hochschulen

5 Grußwort
Prof. Dr. Horst Hippler

10 Firmen auf einen Blick
Wer sucht wen?
Impressum

VDSI Verband deutscher Studenteninitiativen

16 VDSI
Zur Förderung des studentischen Ehrenamtes

AIESEC

18 AIESEC Germany
AIESEC – the global youth network

BDSU

20 BDSU
Studenten beraten Unternehmen

bonding STUDENTENINITIATIVE E.V.

22 bonding
„Erlebe, was du werden kannst“

btS
www.btS-eV.de

24 btS
Let Life Sciences Meet You

elsa
The European Law Students' Association
GERMANY

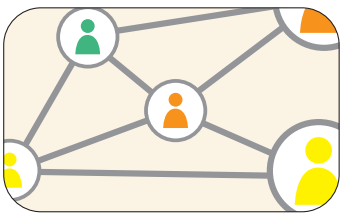
26 ELSA Deutschland
Mehr als Recht

MARKET TEAM

28 MARKET TEAM
Verein zur Förderung der Berufsausbildung

mtp

30 MTP
Marketing leben!



32 Karrieretipp
Guanxi – die Kunst, Kontakte zu knüpfen

34 VDSI
Der VDSI als „inter-kulturelle“ Erfahrung

36 MARKET TEAM
Einfach mitmachen!

38 bonding
bonding Engineering Competition

40 Karrieretipp
Wissenswertes rund ums Thema Karriere

42 VDSI
Training fürs Leben

44 mtp
Studium zu Ende – und jetzt?

46 btS
Berge an Wissen, vom Winde verweht!?

48 Karrieretipp
Die Imagefalle

50 VDSI
Große DKMS-Blutkrebs-Typisierungs-Aktion

52 AIESEC Germany
Die Geschichten hinter AIESEC

54 BDSU
Mein Engagement und Erfahrungen

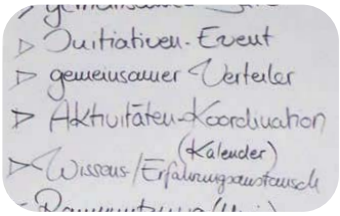
56 Karrieretipp
Ratschläge für einen schlechten Kritiker

58 VDSI
Die Göttinger Runde

60 ELSA Deutschland
Was motiviert zu studentischem Engagement?

62 MARKET TEAM
Kommunikation – Kein rundes Ding...

64 **Karrieretipp**
10 Punkte auf dem Weg zur Seelenstärke



66 **VDSI**
Die Münchner Runde

68 **btS**
Engagement für die eigene Zukunft

70 **mtp**
All you need is love.

72 **Karrieretipp**
Nirgendwo ist Etikette so wichtig wie im Job

74 **VDSI**
Einmal über den Tellerrand hinausblicken

76 **AIESEC Germany**
Bis an die Grenzen und weiter

78 **BDSU**
Das Qualitätsmanagement im BDSU

80 **Karrieretipp**
Kopf oder Zettel?

82 **ELSA Deutschland**
Online Hate Speech

84 **MARKET TEAM**
30 Jahre Market Team

88 **Bayerische Landesbank**
Ihr Einstieg bei der BayernLB

92 **CLAAS**
Generation CLAAS.

96 **Fraport AG**
Kompetenz im Airport Management

100 **Freudenberg Gruppe**
Innovation von morgen

104 Knorr-Bremse AG
Mehr als eine Milliarde Menschen weltweit...

108 Krones AG
Ein Pionier freut sich auf die Zukunft

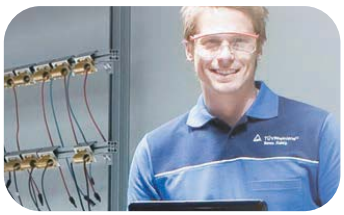
112 MAHLE
Technik im Fokus. Menschen im Blick.

116 Mars Deutschland
Erfolgsgeschichten seit 1911

120 PricewaterhouseCoopers AG
Praxis erfrischt die Theorie

124 Schaeffler
Gemeinsam bewegen wir die Welt

128 SKF
Fünffache Kompetenz in der Weltspitze



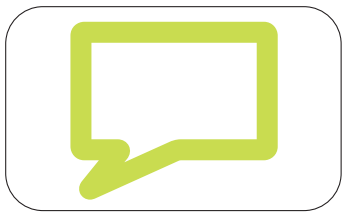
132 TÜV Rheinland
Genau. Richtig.

136 Unilever Deutschland
Karriere ganz nach meinem Geschmack

140 Voith GmbH
Spannende Aufgaben und Herausforderungen

U2 Daimler
Statement zum Engagement

U3 LIDL
Zukunft mit Perspektive



U4 campushunter
Danksagung

	Bayern LB	CLAAS	DAIMLER	Fraport	Freudenberg	KNORR-BREMSE
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	**88**	**92**	**U2**	**96**	**100**	**104**

	KRONES	Lidl lohnt sich.	MAHLE	MARS deutschland	pwc
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	**108**	**144**	**112**	**116**	**120**

Wer sucht wen?

	SCHAEFFLER	SKF	TÜVRheinland	Unilever	VOITH
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	**124**	**128**	**132**	**136**	**140**

Engagier Dich
Ausgabe 2014
ISSN 2196-2472

Engagier Dich ist ein Kooperationsprojekt von:

campushunter
das etwas andere Karrieremagazin

und dem

VDSI
Verband deutscher Studenteninitiativen

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

Layout / Grafik: Michael Spieler
Heike Reiser
Sandra Schwebler

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

Schutzgebühr: 4,95 Euro

Titelbild: MARKET TEAM,
© Gina Cimiotti

Leitende Redaktion:

campushunter media GmbH
Heike Groß

Projektkoordination des VDSI:
Lorena Brandstetter

Redaktion Studenteninitiativen des VDSI:

Deutsches Komitee der AIESEC e. V.
Christine Zimmer
Lisa Eschbaumer
Anne Kubis

BDSU e. V.
Bundesverband deutscher studentischer Unternehmensberatungen e. V.
Confederation of German Junior Enterprises
Kathleen Jeske
Sascha Novoselic

bonding-studenteninitiative e. V.
Richard Huber
Martina Notarp
Jakob Gierl

btS – Biotechnologische Studenteninitiative e. V.
Jan-Hendrik Sachs
Marius Hoffmann
Jörn Pezoldt

ELSA-Deutschland e. V.
Friedrich-Maximilian Scriba
Denise Schwarz
Julia Bianca Stock

MARKET TEAM – Verein zur Förderung der Berufsausbildung e. V.
Johanna Laura Fast
Björn Fieweger
Marie Mann
Julia Stüwe

MTP – Marketing zwischen Theorie und Praxis e. V.
Prof. Dr. Nils Hafner
Dipl.-Kfm. Götz Teubel
Jonas Schlotmann

VDSI

Verband deutscher
Studenteninitiativen

Der Dachverband VDSI und seine 7 Studenteninitiativen stellen sich vor

16 **VDSI**
Zur Förderung des studentischen Ehrenamts

18 **Deutsches Komitee der AIESEC e. V.**
AIESEC – the global youth network

20 **BDSU e.V.**
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 **MARKET TEAM – Verein zur Förderung der Berufsausbildung e. V.**
interdisziplinär netzwerken, erfolgreich entwickeln

30 **MTP – Marketing zwischen Theorie und Praxis e. V.**
Marketing leben!

VDSI –
Zur Förderung des studentischen Ehrenamts

Der Verband deutscher Studenteninitiativen vereint bereits sieben der größten studentischen Initiativen in Deutschland.

Alle Studierende, die sich neben ihrem Studium engagieren, haben etwas gemeinsam: Sie eint das Bedürfnis neben dem Fachwissen, das sie durch den Besuch klassischer akademischer Veranstaltungsformate erwerben, ihren Horizont zu erweitern und Fähigkeiten außerhalb des Hörsaals zu entwickeln. Dabei spielt die Neugier auf die Zeit nach dem Studium eine entscheidende Rolle, um die Fragen zu beantworten: Wofür studiere ich? Was kann ich mit meinem Wissen erreichen und kann ich bereits während meines Studiums Veränderungen bewirken? Naturgemäß prägt die fachliche Ausrichtung jedes Einzelnen das Engagement und das Interesse, sich mit einer bestimmten Branche zu beschäftigen.

Vor diesem Hintergrund lässt sich die Vielfalt studentischer Initiativen in Deutschland verstehen und doch haben all diese Initiativen wesentliche Aspekte und Strukturen gemein. Das lässt sich dadurch erklären, dass Studenteninitiativen überall vor ähnlichen Herausforderungen stehen und sich hinsichtlich ihrer Struktur, ihrer Entwicklung und ihrer Position in der Gesellschaft die gleichen Fragen stellen: Wie kommuniziert man die Vorteile von studentischem Ehrenamt vor dem Hintergrund der Bachelor-Master-Struktur an Studierende? Wie organisiert man den Wissenstransfer an eine stetig wachsende Mitgliederzahl in einer nationalen Organisation? Wie knüpft man dauerhafte und konstruktive Kontakte zur Wirtschaft, um den Mitgliedern einen Mehrwert für den Berufseinstieg zu bieten?

Folglich ist der Bedarf am Austausch groß und es ist konsequent, ihn zu fördern und auszubauen. Mit dieser Motivation zum Erfahrungsaustausch wurde 1991 die Kölner Runde durch die studentischen Initiativen AIESEC Deutschland, bonding, ELSA-Deutschland, MARKET TEAM und MTP gegründet. Im Jahr 2002 wurde der Bundesverband deutscher studentischer Unternehmensberatungen (BDSU) aufgenommen und im Jahr 2010 komplettierte die biotechnologische Studenteninitiative (btS) das heutige Bild.

Seitdem ermöglicht der Dachverband einen interinitiativen Austausch auf mehreren Ebenen. Die Initiativen profitieren von den Erfahrungen der Anderen und entwickeln ihr Know-how durch Kooperation weiter. Ferner bietet der Zusammenschluss der Initiativen die Möglichkeit, gemeinsame Interessen mit einer Stimme in die Öffentlichkeit zu tragen. Die Repräsentation Studierender der verschiedensten Fachrichtungen ermöglicht die Herausforderungen zu identifizieren, denen sich das Gros der außeruniversitär engagierten Studierenden in Deutschland stellt. Dadurch ergibt sich die Möglichkeit fachübergreifende Projekte zu verwirklichen, in die die Kompetenzen jeder Disziplin einfließen.

Der Dachverband

Die Initiativen des VDSI bieten interessierten Studenten durch die Organisation von über 1.500 Veranstaltungen jährlich die Möglichkeit, schon während des Studiums praktische Erfahrungen für das spätere Berufsleben zu sammeln. Die einzelnen Mitgliedsinitiativen bieten neben Vorträgen, Work-

eine genaue Übersicht der einzelnen Standorte findet ihr unter www.studenteninitiativen.org

shops und Soft Skill-Trainings auch mehrtägige Projekte wie Seminare und Vortragsreihen an. Somit schaffen die studentischen Mitglieder der Initiativen mit ihrem ehrenamtlichen Einsatz eine ideale Ergänzung zur rein universitären Ausbildung für sich und die Studierendenschaft. Dabei werden die Studierenden von Universitäten, Förderprofessoren und über 110 Unternehmen verschiedener Branchen unterstützt.

Durch ihre herausragende Zusammenarbeit mit Lehre und Wirtschaft fördern die Mitgliedsinitiativen des VDSI den Blick über den Tellerrand. Die Initiativen zeichnen sich dabei vor allem durch professionelle Strukturen, die Vernetzung von universitärer Ausbildung mit der Praxis, der Unterstützung in der Karriereplanung und der Förderung nonformaler Bildungsaspekte im Rahmen von Weiterbildungsprogrammen für ihre Mitglieder und Kommilitonen aus. Der VDSI ist mit ca. 15.000 Studierenden an deutschlandweit 67 Standorten mit 198 lokalen Gruppen vertreten und repräsentiert somit bereits einen Großteil der sich außeruniversitär engagierenden Studierenden.

Unsere Ziele

Gemeinsam wollen wir erreichen, dass das studentische Ehrenamt von den Hochschulen stärker unterstützt wird. Dazu haben wir Kontakt zur Hochschulrektorenkonferenz und zum Bundesministerium für Bildung und Forschung aufgenommen, um mit den Verantwortlichen über strukturelle Verbesserungen der Bedingungen für ehrenamtliches Engagement an den Hochschulen zu sprechen. Mit der Einladung zur Hochschulrektorenkonferenz 2014 haben wir bereits die Möglichkeit bekommen, unsere Ziele als Dachverband zu präsentieren.

Taten sprechen lassen

Die großen Vorteile, die der interinitiative Austausch mit sich bringt, werden von der Bundesebene auch aktiv in die lokalen Ortsgruppen getragen. Bereits in vielen Universitätsstädten wurden Gespräche zwischen den lokalen Initiativen angeregt, initiiert durch Mitglieder des VDSI. Ziele waren neben dem gegenseitigen Kennenlernen auch ein Erfahrungsaustausch und das Finden von Lösungen für gemeinsame Hürden vor Ort, um die Vereinsarbeit zu verbessern. Zudem wurden bereits gemeinsame Aktionen durchgeführt, wie beispielsweise der Vorstellungs-Tag der Initiativen der Münchner Runde (Mehr Informationen zur VDSI Lokalgruppe in München auf Seite 66) und eine interinitiativ organisierte Genotypisierungsaktion in Hannover (Artikel Seite 50). Die in der letzten Ausgabe vorgestellte, neu gegründete Göttinger Runde ist auch weiterhin aktiv (Artikel Seite 58).

Durch die Einladung zur Nexus Jahrestagung 2014, einem Projekt der Hochschulrektorenkonferenz, zeigt sich, dass die Stimme des Dachverbandes inzwischen auch auf hochpolitischer Ebene gefragt ist und wir freuen uns dort die Möglichkeit zu bekommen, unsere Ziele zu kommunizieren.

Um den Netzwerkgedanken weiter zu stärken, fand Ende Januar erstmals eine Veranstaltung vom Dachverband für alle Mitglieder statt. Mit der *Entrepreneurship Winterschool* wurde ein Event geschaffen, welches Gründungs-affine Mitglieder aus den verschiedenen Fachbereichen des VDSI zusammenbringt, um an Konzepten für neue Unternehmungen zu arbeiten. Neben Vorträgen und einem Workshop konnten die Teilnehmer ihre Ideen vorstellen und das beste Konzept erhielt als Preis ein kostenloses Mentoring, um die Idee weiter auszubauen.

Neben der Arbeit nach Außen tut sich vor allem bei der Struktur des VDSI gerade einiges. Um dem Ziel näher zu kommen, weiter zu wachsen und dabei effizient zu arbeiten, entschieden wir uns dem Dachverband mehr Struktur zu verleihen. Aus dem bisherigen Zusammenschluss soll künftig ein Verband mit eigener Satzung und eigenem Vorstandsteam entstehen, wodurch der VDSI handlungsfähiger wird. Zudem gibt es bereits Aufnahmegespräche mit neuen Vereinen.

Für den VDSI wird 2014 ein ereignisreiches Jahr! ■

Lorena Brandstetter, Koordinatorin des VDSI

AIESEC – the global youth network

AIESEC zählt mit weltweit 86.000 Mitglieder 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 rund 780 Lokalkomitees in 113 Ländern. Allein in Deutschland ist die internationale Organisation an 50 Universitäten und Fachhochschulen 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. In Deutschland engagieren sich deshalb mehr als 2.200 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 den 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 in Ausland an. Jährlich reisen so rund 20.000 Studierende durch die ganze Welt. Schon während des Studiums besteht so die 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 Gesell-

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

schaft einnehmen. AIESEC möchte jungen Menschen die Chance geben, Verantwortung und wertvolle Führungserfahrung für ihre persönliche und berufliche Entwicklung zu sammeln.

Durch unser internationales Praktikantenprogramm (Global Citizen und Global Talent) und unser globales Netzwerk haben bei uns Studenten 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 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 und **www.aiesec.de** oder **info@aiesec.de** ■

Name AIESEC Germany
(Deutsches Komitee der AIESEC e.V.)

Gründung 1952 (global 1948)

Standorte 47 Standorte

- ✓ national
- ✓ europaweit
- ✓ international

Mitgliederzahl 2200 in Deutschland

Kernzielgruppe Alle!

Mehr Infos www.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

Der Bundesverband Deutscher Studentischer Unternehmensberatungen e. V. (BDSU), der heute 31 Mitgliedsvereine aufweist, wurde im September 1992 durch sieben Studentische Unternehmensberatungen gegründet. Der BDSU hat es in seiner bisherigen Geschichte geschafft, sich einen Namen in der Unternehmenskultur, insbesondere bei namhaften Beratungsfirmen und renommierten Unternehmen aufzubauen und somit einen regelmäßigen Austausch zwischen den studentischen Beratern und der Wirtschaft zu schaffen.

Der BDSU unterstützt seine Mitgliedsvereine auf mehrfachen Wegen. Er hat es sich zum einen als Aufgabe gesetzt, die Verbreitung der Idee der Studentischen Unternehmensberatung voranzutreiben. Dafür hat sich der Dachverband das Ziel gesetzt, sowohl an Hochschulen als auch in der Wirtschaft und Öffentlichkeit das Konzept der Studentischen Unternehmensberatung zu verbreiten und zu vermarkten. Die BDSU-Qualitätsstandards, die jeder Mitgliedsverein erfüllen muss, werden ständig weiterentwickelt und in jährlichen Audits abgeprüft. Somit kann der BDSU gewährleisten, dass die durch die Mitgliedsvereine vermittelten Projektteams, aus gut ausgebildeten studentischen Beratern bestehen und hochwertige, professionelle und innovative Beratungsleistungen anbieten. Dieses Qualitätsversprechen ist ein entscheidender Vorteil gegenüber nicht dem BDSU angeschlossenen Studentischen Unternehmensberatungen. Die Aus- und Weiterbildung der Studierenden wird durch die eigens hierfür eingerichtete BDSU TrainerAkademie, welche bereits über 100 Trainer zählt, gefördert. Ferner bieten die mehrmals im Jahr stattfindenden

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

Kongresse den Jungberatern die Möglichkeit, untereinander Erfahrungen und Best Practices auszutauschen sowie darüber hinaus ihren Erfahrungshorizont durch den Austausch mit Kuratoren und Partnern zu erweitern.

Namhafte Unternehmen unterstützen den Verband sowohl ideell als auch finanziell. Die Begegnung zwischen Unternehmen und Studierenden spielt im Rahmen der „Kuratorenschaft“ eine außerordentlich wichtige Rolle. Die BDSU-Treffen bieten Unternehmensvertretern die Möglichkeit, ihr Unternehmen dem Teilnehmerkreis im Rahmen von Präsentationen, Workshops o. ä. vorzustellen und mit interessierten Studierenden ins Gespräch zu kommen. Praktika bei unseren Unternehmenspartnern ermöglichen anschließend ein intensiveres Kennenlernen. Diese Praktikumsangebote werden zudem exklusiv für Kuratoren durch den BDSU ausgeschrieben. Durch die streng limitierte Anzahl an Unternehmen in unserem Kuratorium, ermöglichen wir eine intensive Nutzung der Kuratoriumsmitgliedschaft und exklusiven Kontakt zu unseren Mitgliedern. Aus einer Zusammenarbeit zwischen den Kuratoren und dem BDSU ergeben sich vielfältige Möglichkeiten. Ferner erhalten Kuratoren das halbjährlich erscheinende BDSU-Absolventenbuch kostenlos.

Das etablierte Absolventenbuch, das durch den BDSU herausgegeben wird, gibt auf freiwilliger Basis Lebensläufe und Kontaktdaten seiner hochqualifizierten Mitglieder wieder, die ihr Studium kürzlich absolviert haben. Es soll die Jungberater bei der zukünftigen Arbeitgebersuche unterstützen und den Unternehmern engagierte Studenten vorstellen, die sich parallel zum theoretischen Studium in der Projektarbeit engagiert haben und sich neben dem Studium auf unterschiedliche Art und Weise weitergebildet haben.

Ebenfalls wirbt der BDSU in Zukunft auch mit seinem studentischen Wirtschaftsmagazin „metamorphosis“. Niemals zuvor hat es ein Studentenmagazin gegeben, dass eine solche Nische besetz wie dieses. Der Fokus des Magazins liegt auf der Entwicklung und den Innovationen in der Wirtschaftswelt. Veränderungen, die uns täglich umgeben und unser aller Leben jetzt oder in Zukunft beeinflussen. Es vermittelt innovative Ideen, unkonventionelle Sichtweisen und eine Wirtschaftswelt abseits angepasster Strukturen und Denkweisen. Leseproben sind online auf www.metamorphosis.de zu finden.

Auch zukünftig will der BDSU seine bestehenden Mitgliedsvereine und weitere potenziell interessierte Studentische Unternehmensberatungen dabei unterstützen die Idee weiter voranzutreiben und durch den Ausbau des Netzwerkes, bestehend aus Kuratoren und Partnern, einen unvergleichbaren Mehrwert zu schaffen. ■

Von Sascha Novoselic

Name BDSU e.V. – Bundesverband Deutscher Studentischer Unternehmensberatungen e.V. Confederation of German Junior Enterprises

Gründung 1992

Standorte 31 Mitgliedsvereine

☑ national ☑ europaweit ☐ international

Mitgliederzahl 2200 Studierende

Kernzielgruppe Studierende aller Studienrichtungen

Mehr Infos www.bdsu.de

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

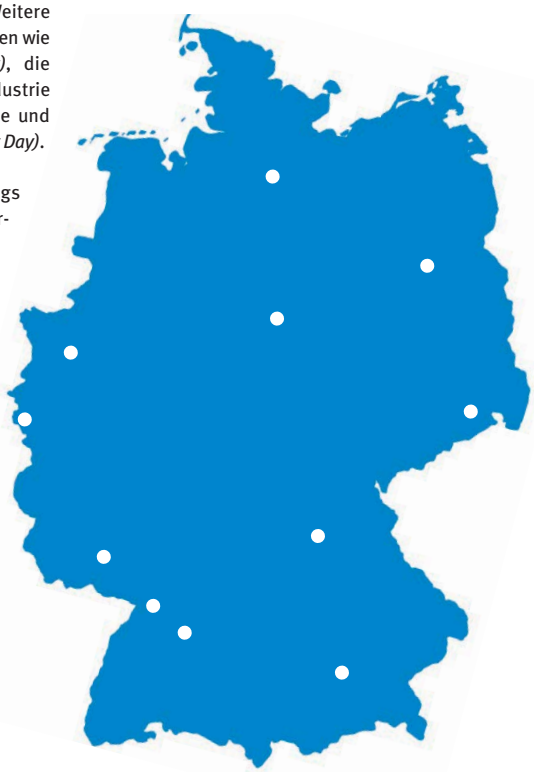
Seit über 25 Jahren unterstützen wir Studierende der Wirtschafts- und MINT Fächer bei der Berufsorientierung. Durch vielseitige Veranstaltungen schaffen wir interessante Einblicke in mögliche Berufsfelder – organisiert von Studenten für Studenten.

bonding
STUDENTENINITIATIVE E.V.

Die bonding-studenteninitiative e.V. ist eine der größten Studentenvereinigungen Deutschlands. Vor 25 Jahren in Aachen gegründet, hat sich bonding inzwischen an 11 technischen Hochschulen etabliert. Unser Ziel ist es heute wie damals den Studierenden schon während des Studiums einen vielseitigen Einblick in das spätere Berufsleben zu ermöglichen. Dazu organisieren wir jährlich über 200 vielfältige Veranstaltungen, um eine Brücke zwischen Unternehmen und Studenten zu schlagen. Dabei haben wir einige Erfahrung gesammelt und uns ständig weiterentwickelt. Die Firmenkontaktmesse in Aachen ist mit 336 Firmen die aktuell größte studentische Firmenmesse in Deutschland und bietet Studierenden sich über Praktika, Abschlussarbeiten und Einstiegsmöglichkeiten zu informieren. Weitere Projekte sind unsere Thementage zu Fachthemen wie Medizintechnik *(Medical Engineering Day)*, die Wertschöpfungskette in der Automobilindustrie *(Automotive Day)* oder nachhaltige Prozesse und Technologien *(Green Project und Sustainability Day)*.

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

Neben Fachvorträgen, Soft-Skill-Trainings organisieren wir auch Exkursionen zu Unternehmen und Industriemessen. Auch internationale Projekte wie der European Workshop finden regelmäßig statt. Diese in Deutschland einzigartige Veranstaltung dient der Förderung der fachlichen und kulturellen Weiterbildung von Teilnehmern aus ganz Europa. Das jüngste Projekt, die bonding Engineering Competition, ist unser Ansatz die teilnehmenden



Studierenden zu motivieren technische Probleme mit kreativen Ideen und Teamgeist zu meistern. Ständig entstehen so neue Konzepte, um neue Wege zu finden Studierende für spannende Themen zu begeistern.

Als gemeinnütziger Verein können sich Studierende aller Fachrichtungen ehrenamtlich bei bonding engagieren, getreu dem Motto: *„Erlebe, was du werden kannst“*. In den Hochschulgruppen kann man sich vielfältig einbringen. Ob im Marketing mit der Erstellung des Semesterplaners, beim Überwachen der Finanzen, als Messeleitung, bei der Veranstaltungsplanung, im IT-Team oder als Hochschulgruppenvorstand; überall lernt man neue spannende Dinge spielerisch neben dem Studium. Die engagierten Mitglieder üben sich im Projektmanagement, werden sich ihrer eigenen Stärken und Schwächen bewusst, übernehmen Führungsverantwortung, probieren Motivations- und Präsentationstechniken und lernen eine konstruktive Gesprächskultur zu schätzen.

Bei uns lernst du durch die Praxis wichtige Dinge, die sich im Beruf wieder bezahlt machen. Durch den ständigen Kontakt mit spannenden Unternehmen erfährt man viel über die unterschiedlichen Firmenkulturen und lernt schnell, dass Firmenansprechpartner auch nur Menschen sind, vor denen man sich nicht fürchten muss. Vor allem der Austausch mit unserem Förderkreis, bestehend aus 17 renommierten Unternehmen, bietet uns ehrliches Feedback zu unserer Arbeit und hilft dabei, uns weiterhin professionell zu entwickeln.

Wusstest du, dass unsere Mitglieder durch ganz Deutschland zu unseren elf Hochschulstandorten fahren können, um sich bei Projekten zu unterstützen oder neue Konzepte zu erarbeiten und Ideen zu verwirklichen? Diese Mobilität ist einzigartig und eine tolle Erfahrung für junge Menschen.

Zur Unterstützung der persönlichen Entwicklung nutzen wir ein internes Trainingssystem. Dadurch stehen allen Vereinsmitgliedern verschiedenste Schulungen durch selbst ausgebildete Trainer zur Verfügung u. a. im Bereich Projektmanagement, Moderation oder Kommunikationstechniken. Gemeinsame Fortbildungswochenenden in unserem Vereinshaus fördern den Zusammenhalt zwischen den einzelnen Hochschulgruppen. Zudem setzt bonding auf einen aktiven Dialog zwischen ehemaligen und aktiven Mitgliedern für einen optimalen Erfahrungsaustausch.

Nach dem Studienabschluss und dem Eintritt in das Berufsleben kann man dem Verein als Alumni erhalten bleiben, um den Kontakt mit alten Freunden zu erhalten. In vielen Städten gibt es dazu regelmäßige Stammtische der mittlerweile über 500 Alumni.

Name bonding-studenteninitiative e.V.

Gründung 1988

Standorte 11 Standorte in Deutschland

☑ national ☐ europaweit ☐ international

Mitgliederzahl 350 Aktive, 1200 gesamt

Kernzielgruppe MINT, Wimis und weitere

Mehr Infos www.bonding.de

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 Studenten und Doktoranden der Life Sciences und bereichert mit ihrem Engagement und ihren zahlreichen Veranstaltungen rund um den Berufseinstieg den Hochschulalltag – mit über 850 Mitgliedern an 25 Standorten.

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 schon 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**, welche seit 1999 mehrmals jährlich ein fester Bestandteil des Programms ist. Die Idee, eine Firmenkontaktmesse speziell für die Life Sciences zu veranstalten, stößt bei Unternehmen wie bei Studenten und Doktoranden selbst auf gleichbleibend großes Interesse. Den Charme dieses Konzeptes macht wie bei allen btS-Veranstaltungen das Motto **‚Von Studenten. Für Studenten.‘** 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

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

Menge lernt und die vielzitierten und geforderten **Schlüsselkompetenzen** wie Organisation, 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: Der mehrmals jedes Jahr stattfindende **ScieTalk** ist ein Wissenschaftskongress, in dem Studenten und Doktoranden vor einer renommierten Jury ihre Forschungsarbeiten präsentieren. Hier kann man seine Präsentationstechnik und Rhetorik in einer realen Situation erproben. 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 inoffizielle Highlight jedes Semester 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 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 **‚Alumni & Friends'** des Vereins 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 eine der größten Organisationen des **Young European Biotech Network** (YEBN) bestens vernetzt.

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

Name btS – Biotechnologische Studenteninitiative e.V.

Gründung 1996

Standorte 25 Standorte in Deutschland

☑ national ☐ europaweit ☐ international

Mitgliederzahl 850 in Deutschland

Kernzielgruppe Naturwissenschaftler und weitere

Mehr Infos www.btS-eV.de

ELSA – Mehr als Recht

Die European Law Students' Association (ELSA) ist die größte Jurastudentenvereinigung der Welt. Sie bietet Studenten und jungen Juristen die Möglichkeit, sich zu engagieren und weiterzubilden. Dabei werden Völkerverständigung, soziale Kompetenz und akademische Arbeit großgeschrieben.

The European Law Students' Association

GERMANY

„A just world in which there is respect for human dignity and cultural diversity", lautet die Vision von ELSA. Eine gerechte Welt, in der Menschenwürde und kulturelle Vielfalt respektiert werden. Die Idee für den mit inzwischen 38.000 Mitgliedern weltweit größten Zusammenschluss junger Rechtswissenschaftler hatte vor mehr als drei Jahrzehnten eine Gruppe Wiener Studenten. Am 04. Mai 1981 gründeten die Juristen aus Österreich, Polen, Ungarn und der Bundesrepublik Deutschland ELSA. 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 die Vereinigung im Wesentlichen durch die Arbeit, die sich auf drei Bereiche verteilt: „Seminars and Conferences", „Academic Activities" und das „Student Trainee Exchange Programme" (STEP).

Wissenschaftliche Seminare und Konferenzen, Vorträge und Vortragsreihen, sowie Podiumsdiskussionen sorgen dafür, dass die Mitglieder sich in der eigenen und fremden europäischen Rechtsordnung weiterbilden. Bei Law Schools können die Studenten sich über einen längeren Zeitraum mit einem juristischen Thema auseinandersetzen. ELSA schickt darüber hinaus Delegationen zu Sitzungen internationaler Einrichtungen wie den Vereinten Nationen oder der EU. Durch Study Visits lernen die Studierenden bei Besuchen wie etwa beim Europäischen Gerichtshof die Arbeit von Institutionen des Rechts kennen.

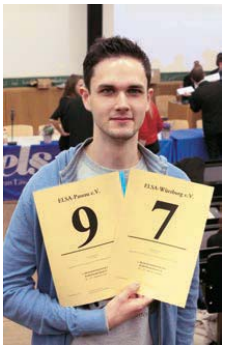
Der Bereich der Akademischen Aktivitäten steht für den fachlichen Austauschen zwischen Studenten und Juristen, deutschen und europäischen Jurastudenten. Der kann etwa die Form eines Moot Courts annehmen, also einer simulierten Gerichtsverhandlung, oder in einer juristischen Forschungsgruppe, eine Legal Research Group, stattfinden. Auch Aufsatzwettbewerbe oder neuartige Veranstaltungen wie Contract Competitions, also simulierte Vertragsverhandlungen, oder fiktive Mandantengespräche beim Client Interviewing zählen hierzu.

Durch STEP schließlich vermittelt ELSA juristische Praktikumsstellen in ganz Europa. Hunderte Stellen werden jedes Jahr europaweit unter allen ELSA-Mitgliedern ausgeschrieben. Das internationale ELSA-Büro koordiniert und vermittelt dann die Bewerbung für Praktika in jedem vorstellbaren juristischen Bereich: von öffentlichen Einrichtungen über Kanzleien bis zu Beratungs-

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

unternehmen. Durch das Praktikantenaustauschprogramm werden die Internationalität und der Gedanke der Völkerverständigung gefördert. Ganz im Sinne der Gründer.

Seit deren Zeit hat sich die Vereinigung rasant entwickelt. Heute sitzt der internationale Vorstand im „ELSA-Haus“ in Brüssel. Als Dachverband ELSA International koordiniert er die nationalen Gruppen und behält von dort aus den Überblick über die 42 europäischen Länder von Aserbaidschan über Griechenland bis Portugal, in denen ELSA vertreten ist. Zweimal im Jahr treffen sich Vertreter aller nationalen Gruppen zum International Council Meeting, so beispielsweise im März 2014 auf Malta.



ELSA-Deutschland e.V. wiederum hat 42 Fakultätsgruppen im ganzen Bundesgebiet und stellt mit fast 10.000 Mitgliedern die größte nationale Gruppe im europäischen Netzwerk. Die Vereinigung wird durch den Bundesvorstand geleitet, sieben engagierte Jurastudenten, die ihr Studium für ein Jahr unterbrechen und Vollzeit für ELSA arbeiten. Sie werden auf der Generalversammlung, dem höchsten Beschlussorgan auf nationaler Ebene, von den Fakultätsgruppen gewählt. Zu diesem Zweck findet eine Versammlung im Sommer statt. Ferner werden auf der Generalversammlung im Winter Anträge diskutiert und Beschlüsse gefasst. Auf den informellen Referententreffen im Frühjahr und Herbst dagegen bilden sich die lokalen ELSA-Mitglieder in Workshops zu ihren jeweiligen Aufgabengebieten inhaltlich weiter, ebenso werden wichtige Entscheidungen für die Generalversammlung vorbereitet und diskutiert. Jedes der Treffen wird von einer lokalen Fakultätsgruppe organisiert und ausgerichtet.

Vor Ort schließlich kann jeder Studierende der Rechtswissenschaft seiner lokalen ELSA-Gruppe beitreten. Die Jurastudentenvereinigung ist an nahezu allen juristischen Fakultäten in Deutschland vertreten. In den letzten Jahren sind auch zahlreiche Hochschulen hinzugekommen, die wirtschaftsrechtliche Studiengänge anbieten. Jede dieser Lokalgruppen bietet eigene Veranstaltungen an und in jeder hat man die Möglichkeit, Teil des ELSA-Netzwerks zu werden und sich zu engagieren. ■

Steffen Hübner,
ELSA-Augsburg e.V.

Name The European Law Students' Association

Gründung 1981

Standorte 42 in Deutschland

☑ national ☑ europaweit
☐ international

Mitgliederzahl ca. 9500 in Deutschland

Kernzielgruppe Rechtswissenschaften / Jura

Mehr Infos www.elsa-germany.org

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

Wir bieten Studenten aller Fachrichtungen die Möglichkeit, sich im Sinne der persönlichen Interessen auszuprobieren und durch Erfahrungen gemeinsam zu wachsen. Dadurch fördern wir nachhaltig seit fast 30 Jahren die Berufsausbildung unserer Mitglieder und unserer Kommilitonen.

MARKET ▸ TEAM interdisziplinär netzwerken, erfolgreich entwickeln

MARKET TEAM wurde 1984 in Konstanz gegründet und gehört mit fast 800 Mitgliedern an 18 Hochschulstandorten zu Deutschlands größten interdisziplinären Studenteninitiativen. Jedes Jahr organisieren wir über 300 Veranstaltungen mit Unternehmen zum Thema Berufsorientierung und persönliche Weiterentwicklung. Das können Fachvorträge zu spannenden Themen wie „Die Bewerbung aus Sicht eines Personalers“, Workshops mit konkreten Case Studies oder auch Exkursionen zu den Unternehmen sein. Unsere jahrelange Erfahrung und Professionalität wird hierbei besonders von unseren Projektpartnern geschätzt.

Durch unsere langjährige Projekterfahrung haben sich an verschiedenen Standorten Veranstaltungsreihen und Firmenkontaktmessen etabliert. Dazu gehören die mehrtägigen Workshopreihen zu bestimmten Themenschwerpunkten, zum Beispiel die alljährlichen im Sommersemester stattfindenden Information System Days in Bamberg oder das Tübinger Account and Finance Forum in Tübingen.

Mitglieder von MARKET TEAM organisieren aber nicht nur Veranstaltungen. Im Vordergrund steht auch die Weiterentwicklung der Mitglieder, um mehr Praxis in den grauen Studienalltag zu bringen. Dies geschieht beispielsweise durch Schulungswochenenden, die einmal im Semester stattfinden. Auf diesen nationalen Veranstaltungen, bei denen Mitglieder aus ganz Deutschland anreisen, werden Schulungen in verschiedenen Ressorts wie Personal, Finanzen, Pressearbeit oder IT angeboten.

Wem das nicht reicht, kann sich unser Trainer- System zu nutzen machen. Ausgebildete Trainer, die selbst Mitglied bei MARKET TEAM sind, halten mehrtägige Trainings über Projektmanagement, Verhandlungsführung, wirkungsvoll Präsentieren, Kreativitätstechniken und vieles mehr. Durch das regelmäßig stattfindende TrainerCamp wird für neuen Trainernachwuchs gesorgt. Hier erhalten motivierte Mitglieder die einmalige Chance und die nötigen Werkzeuge, um selbst Trainings geben zu können. Auf diese Weise können auch die eigene Präsentations- und Moderationsfähigkeit frühzeitig ausgebaut und neue Themengebiete für Trainings erarbeitet werden.

Wichtig dabei ist, dass man bei MARKET TEAM alles machen kann – aber nichts muss. Das Studium steht für uns alle immer an oberster Stelle. Durch

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

die Arbeit in Teams bekommt man auch stets Unterstützung durch andere Mitglieder.

Aber auch nach dem Studium kann man sich weiter in den Verein einbringen. Unser Alumni-Netzwerk umfasst über 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.

Wir haben etwas zu feiern! In diesem Jahr kann MARKET TEAM auf 30 Jahre Engagement und gemeinsame Weiterentwicklung zurückblicken. Auf die nächsten 30 Jahre!

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

Gründung 1984

Standorte 18 Standorte in Deutschland

☑ national ☐ europaweit ☐ international

Mitgliederzahl 800

Kernzielgruppe alle Fachrichtungen

Mehr Infos www.market-team.org

interdisziplinär netzwerken,
erfolgreich entwickeln ■

MTP e.V. – Marketing leben!

Als größtes generationsübergreifendes Netzwerk aus Studenten, Professionals, Unternehmen und Wissenschaft bietet MTP heute über 3.400 ehrenamtlichen Mitgliedern deutschlandweit 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 Einstellungskriterium, mit dem man sich von seinen Mitbewerbern abheben kann. Wer einen Blick über den Tellerrand werfen und bereits während seines Studiums Praxisluft schnuppern will, der ist bei uns genau richtig!

MTP – Marketing zwischen Theorie und Praxis e.V. ist mit 2100 studentischen Mitgliedern in 17 Geschäftsstellen und 1300 Alumni Deutschlands größte studentische Marketinginitiative. Seit mehr als 30 Jahren bieten wir Studenten eine Plattform, auf der sie sich ausprobieren und weiterentwickeln können. Durch Workshops, Unternehmensvorträge, Beratungsprojekte, Kongresse und Trainings haben Studenten bei uns die Möglichkeit, mehr Praxis und Abwechslung in ihr theorielastiges Studium zu bringen – getreu unserem Motto „Marketing leben!".

Zudem bietet MTP die Chance, interessante Erfahrungen im Bereich Veranstaltungsplanung und -beratung, Mediengestaltung, Social Media, Öffentlichkeitsarbeit, Personalmanagement oder in der Redaktion unseres eigenen Marketingfachmagazins *„Mehrwert"*[1] zu sammeln. Je nachdem, ob man schon genau weiß, in welchen Bereichen man später tätig sein will oder ob man in alle Bereiche einmal hineinschnuppern möchte: Bei uns kann jeder mitmachen.

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

Unsere Mitglieder haben beispielsweise die Möglichkeit, mit Geschäftspartnern über Angebote und Preise zu verhandeln sowie Strategien für den Verein und Unternehmen zu entwerfen. Als Projektleitung können sie zudem Veranstaltungen wie unsere nationalen Fachkongresse *„Marketing Horizonte"*[2] oder den *„Digital Marketing Congress"*[3] eigenständig organisieren und gestalten. Bei Workshops und Vorträgen namhafter Unternehmen haben unsere Mitglieder außerdem die Chance, in direkten Kontakt mit den

Unternehmen zu treten und womöglich auch ihren potenziellen Arbeitgeber kennenzulernen.

Wertvolle Softskills können unsere Mitglieder außerdem durch unsere Trainings erwerben. Ausgebildete Trainer, die selber Mitglied bei MTP sind, bringen unseren Mitgliedern Themen wie Projektmanagement, Akquise, Verhandlung, Rhetorik oder Zeit- & Selbstmanagement näher. Ambitionierte Mitglieder können dabei auch selber Trainer werden und sich von unserem TrainingDepartment ausbilden lassen.

Die Studenten können außerdem Ämter in den Geschäftsstellen 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 rund 100 namenhafter Partnerunternehmen bietet MTP Studenten und Young Professionals ein großes nationales 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 Unialltag, sondern auch eine große Chance, wichtige Erfahrungen fürs Leben zu sammeln und Teil eines großen nationalen Netzwerks zu werden.

Name: MTP – Marketing zwischen Theorie und Praxis e.V.

Gründung: 1981

Standorte: 17 Geschäftsstellen und 14 Local Alumni Clubs

☑ national ☐ europaweit ☐ international

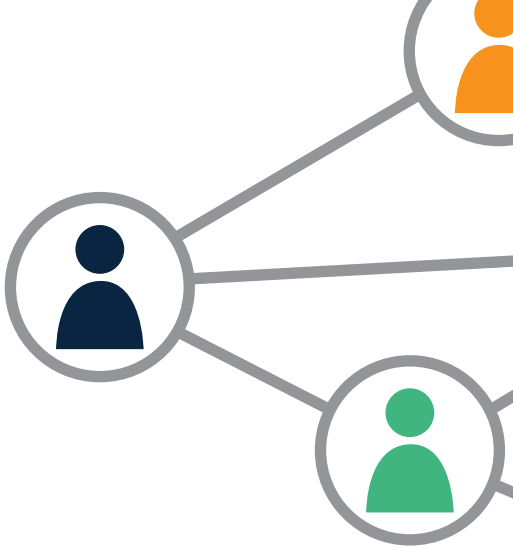
Mitgliederzahl: 3400

Kernzielgruppe: Studenten der Wirtschaftswissenschaften und weitere

Mehr Infos: www.mtp.org

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**.

[1] www.mtp-mehrwert.de
[2] www.marketing-horizonte.de
[3] www.digital-marketing-congress.de ■



Guanxi – oder die Kunst, Kontakte zu knüpfen

Sechs effektive Networking-Tipps

Guanxi ist das chinesische Äquivalent zum Networking – so lautet die allgemeine Vorstellung der Jahrtausende alten asiatischen Kunst, Beziehungen zu pflegen. Doch genauso, wie hierzulande „Networking“ nicht nur aus dem Sammeln von Online-Kontakten in Social Networking-Portalen besteht, so ist auch die chinesische Bedeutung von Guanxi deutlich mehr als die schlichte Gleichsetzung mit Beziehungspflege. Guanxi bedeutet vielmehr, eine gegenseitige Verpflichtung einzugehen und gewissenhaft und vertrauenswürdig zu Handeln.

Doch wir brauchen gar nicht so weit in die fernöstliche Kultur zu blicken, um die Grundsätze des erfolgreichen Networking zu begreifen. Vom 13. bis in die Mitte des 15. Jahrhunderts beherrschten die Kaufleute der Hanse weitgehend den Handel des nördlichen Europas. Ihre Vormachtstellung verschaffte den Geschäftsmännern einen unglaublichen Einfluss, der es ihnen ermöglichte, ihre Wirtschaftsinteressen auch gegen Königreiche und Fürstentümer durchzusetzen.

Dieses Netzwerk funktionierte völlig ohne Social Media-Plattformen was beweist: Networking ist keine Modeerscheinung oder ein Phänomen von Web 2.0. Ganz im Gegenteil. Die Kaufleute spielten die Networking-Klaviatur auf virtuose Art und Weise. Und egal ob in China oder Deutschland: Wenn es um die eigene Karriere, den eigenen (wirtschaftlichen) Erfolg geht, erreichten wir auch heute noch deutlich mehr, wenn wir Kontakte aufbauten, pflegen – und schließlich auch gewinnbringend nutzen.

Networking – was ist das eigentlich?

In unserer schnelllebigen Zeit können reale Netzwerke nicht nur ein emotionales Auffangbecken sein, sondern auch ein Pool an Informationen, Wissen und strategisch wichtigen Kontakten. Wer heute noch glaubt, Karriere macht man allein aufgrund von Leistung, irrt gewaltig. Zwei von drei offenen Stellen werden gar nicht öffentlich ausgeschrieben. Zugang zu diesem verdeckten Arbeitsmarkt bekommt man nur über Kontakte – und Netzwerke.

Viele der bestehenden Netzwerke sind an Interessen und Machtstrukturen orientiert. Erfolgreiches Networking braucht daher Planung, erfordert aber auch Zeit, Geduld und die Bereitschaft, persönlich, in direktem Gespräch, Kontakte zu knüpfen. Netzwerke funktionieren nach dem Resonanzprinzip: Gleiches zieht Gleiches an. Wer bereit ist, andere von seinen Kompetenzen und Kontakten profitieren zu lassen, Wissen teilt und Unterstützung anbietet, erhält diese Unterstützung und Hilfe als Gegenwert zu einem späteren Zeitpunkt zurück.

Und damit die Kontaktaufnahme und das anschließende Networking erfolgreich verläuft, sollten folgende Tipps beachtet werden:

1. Kein Angriff ohne Ziel.

Bevor das persönliche Networking in den Angriff genommen wird, ist es notwendig, die eigenen Networking-Ziele zu definieren. Wichtig ist dabei die

Beantwortung folgender Fragen: Warum will ich netzwerken? Wie viel Zeit kann ich ins Networking investieren? Welche Gruppen / Netzwerke können mir am ehesten helfen, meine Ziele zu erreichen?

2. Real time statt online.

Basis erfolgreichen Networkings ist gegenseitiges Vertrauen. Nachhaltiges und erfolgreiches Networking funktioniert nur von Angesicht zu Angesicht und in einem persönlichen Kontakt. Virtuelle Vernetzung reicht alleine nicht aus, sondern sollte als eine sinnvolle und wichtige Ergänzung betrachtet werden.

3. Anamnese vor Diagnose.

Erfolgreiches netzwerken ist nur möglich, wenn man weiß, welche Ziele die Gruppe oder einzelne Personen verfolgen. Erst wenn das klar ist, kann man diagnostizieren, ob die Gruppe oder das Netzwerk für die eigenen Ziele geeignet ist.

4. Geben ist seliger als nehmen...

... zumindest am Anfang. Networking braucht Zeit und als „Networking-Rookie“ kann man nicht erwarten, ohne Umschweife in alle Insider-Informationen eingeweiht zu werden. Eine Bewährungsphase gehört zum Vertrauensaufbau dazu. Das erfordert: Mehr geben als nehmen.

5. Ein gesunder Egoismus schadet nicht.

Networking ist kein reiner Akt der Nächstenliebe. Gutes Networking funktioniert nach dem Prinzip „Hilfst Du mir, helf ich Dir“ – und umgekehrt. Zu Geben gehört dazu – aber irgendwann auch eine Leistung zu erbitten ist notwendig, dient der Netzwerk-Dynamik und verhindert Einseitigkeit.

6. Nicht verzetteln!

Deutschland ist das Land der Vereine, Verbände und Netzwerke und wer die Wahl hat, hat die Qual. Besonders am Anfang des eigenen Networkings kann man überwältigt werden von der Anzahl der Gruppen und Communities, die es online und offline gibt. Allein beizutreten und in allen aktiv zu werden kostet zu viel Zeit und Energie. Es gilt daher das Motto „Qualität vor Quantität“. Investieren sollte man daher nur in die Netzwerke und Gruppen, die den eigenen Zielen am zuträglichsten sind und wo das Wohlfühlklima stimmt. ■

Melanie Vogel

Melanie Vogel

Melanie Vogel ist ausgebildeter Innovation-Coach, Mitglied im Innovations-Netzwerk der Stanford University, zertifizierte Trainerin für „Situatives Führen“ nach Ken Blanchard sowie zertifizierte DISG®-Trainerin.

women&work
www.womenandwork.de
KARRIERE-MESSE & KONGRESS
24. MAI 2014 • 10:00-17:30 UHR
PLENARGEBÄUDE • BONN

Der VDSI als „interkulturelle“ Erfahrung

Jede Organisation hat ihre eigene Kultur. Sie prägt ihre Mitglieder und ist letztlich das, was nach außen getragen wird. Beim VDSI sind momentan sieben Initiativen als Mitglieder eng vernetzt. Das sind sieben Organisationen mit unterschiedlichen Kulturen, Strukturen und Mitgliedertypen. Dennoch oder gerade deshalb, ist es mit all diesen Unterschieden möglich, eine ganz neue Organisation aufzubauen. Und die hat es in sich!

In meiner Zeit als VDSI-Vertreter für MARKET TEAM hatte ich einen Einblick in alle sieben Vereine, was ich für unschätzbar wertvoll halte. Schon in der Größe und im Aufbau findet sich eine große Vielfalt. Es gibt global, europaweit und national vertretene Initiativen. Einige finanzieren sich über Projekte, andere über Fördergelder. Sie sind in Dachverbänden organisiert, selbst Dachverband oder stehen für sich.

Allein diese drei Punkte machen die Zusammenarbeit zu einer Herausforderung und ermöglichen eine Erfahrung der besonderen Art. Initiativen, die global stark vertreten sind, zeigen dies auch in ihrer Vereinskultur. Die Vereinssprache ist Englisch. Das spiegelt sich stark in der Benennung der Ämter und Veranstaltungen wieder. Außerdem zeigt sie sich in der Art der Kommunikation. Da Trainings fast immer auf Englisch besucht und abgehalten werden, nutzen Mitglieder dieser Vereine deutlich mehr Anglizismen (und englische Worte), die im Vereinsleben geprägt werden und daher von außen betrachtet schwerer verständlich sind.

Ein Blick auf die Finanzierung zeigt außerdem, dass gemeinsam geplante Veranstaltungen, die nicht nur für Mitglieder geöffnet sind, schnell zur Herausforderung werden. Die eine Initiative muss die Kosten der Projekte durch die finanzielle Unterstützung der Unternehmen decken. Einer anderen ist dies, bedingt durch ihre Struktur, vielleicht gar nicht möglich. Diese muss entstehende Kosten durch frühzeitige Fördermittelanträge decken.

Die jeweilige Vereinskultur kann auch stark die Körpersprache ihrer Mitglieder prägen. Ich erinnere mich noch gut an mein erstes VDSI-Treffen als während einer Präsentation dem Referenten plötzlich mit einer Auf- und Abwärtsbewegung aus dem Plenum der Mittelfinger entgegengestreckt wurde. Dass in diesem Fall keine Aggression wahrnehmbar war, verwunderte mich umso mehr. Später wurde klar, dass der Mittelfinger bei der betreffenden Initiative das Zeichen für „Lauter bitte!“ ist. Wäre ich als Referent ohne dieses Wissen mit dieser Situation konfrontiert worden, wie hätte ich wohl reagiert? Interinitiative Erfahrungen können scheinbar auch interkulturelle Erfahrungen sein. Obwohl wir alle das gleiche Ziel haben und alle Studierende sind, unterscheiden wir uns doch in vielen Punkten.

Umso spannender ist es, wenn diese Kulturen aufeinander prallen. Das passiert insbesondere in unseren Trainersystemen, die wir immer stärker miteinander vernetzen. Da unsere Trainerausbildungen großteils untereinander anerkannt werden, ist es möglich, auch Trainer anderer Initiativen auszubilden. Was auch vermehrt getan wird und hervorragend funktioniert.

Wenn ich mich an meine eigene Trainerausbildung zurückerinnere, habe ich es als sehr bereichernd empfunden, dass nicht nur zwei unserer vier Ausbilder, sondern auch einige Teilnehmer initiativenfremd waren. Besonders im anschließenden Treffen mit den erfahrenen Trainern wurde klar, dass die Herangehensweisen an eine bestimmte Thematik, geprägt durch die Vereinskultur, durchaus sehr unterschiedlich sein können. Nicht nur der Prozess profitierte sehr stark davon, sondern auch im Abendprogramm tauschen wir uns über Tanz, Musik und Gepflogenheiten der jeweiligen Initiativen aus.

Wenn ich mir überlege, dass MARKET TEAM damals in bewusster Konkurrenz zu MTP gegründet wurde, erscheint mir die Entwicklung nur umso bewundernswerter. Zwar haben sich Ziel und Ausrichtung von MARKET TEAM geändert, aber dennoch bin ich froh, dass sich unter dem Dach des VDSI aus einer Konkurrenz nun eine Freundschaft und Partnerschaft entwickelt hat.

Eine Anekdote, die ich noch erzählen möchte, zeigt, wie vielfältig wir sind. Sie entstand ebenfalls während meines ersten VDSI-Treffens. Es ging um ein Gruppenfoto in verschneiter Landschaft (hinter dem Haus), das für die Facebook Seite bestimmt war. Einige unserer männlichen Teilnehmer haben sofort ihr Oberteil ausgezogen und zusammen witzige Fotos im Schnee gemacht. Andere waren der Meinung, dass selbst die angezogene Kleidung nicht ordentlich genug wäre. Es gilt in eben solchen Fällen Kompromisse zu finden und innerhalb der interinitiativen Gruppe den Spagat zwischen Spaß und professionellem Auftreten zu schaffen.

Genau diese Herausforderungen machen die Arbeit im VDSI zu einer bereichernden und „interkulturellen“ Erfahrung.

Durch unsere Interdisziplinarität sind wir in der Lage, viele spezielle Themen selber anzugehen. Die eine Initiative hilft uns rechtlich sicher zu agieren, eine andere berät uns mit ihrer Marketing-Erfahrung im Außenauftritt. Genauso bringen auch die anderen Initiativen ihre Stärken mit ein. So können wir unsere Kompetenzen optimal bündeln. Gegenseitig liefern wir uns viele neue Ansichten, spannende Diskussionen und eine große Menge an Motivation – immer mit dem Ziel das studentische Engagement in Deutschland zu stärken.

Ich bin sehr dankbar für die bisherige Zeit beim VDSI und freue mich über die aktuellen Entwicklungen. Die Zusammenarbeit wird intensiver und die Projekte konkreter. Aktuell repräsentieren unsere Initiativen die Idee hinter dem VDSI so stark wie nie zuvor.

Ich bin gespannt auf die weitere Entwicklung des VDSI! ■

Autor: Björn Fieweger
Ex-VDSI-Beauftrager &
Bundesvorstand bei MARKET TEAM e. V.

„Einfach mitmachen!“ – Das einzigartige MARKET TEAM Alumninetzwerk

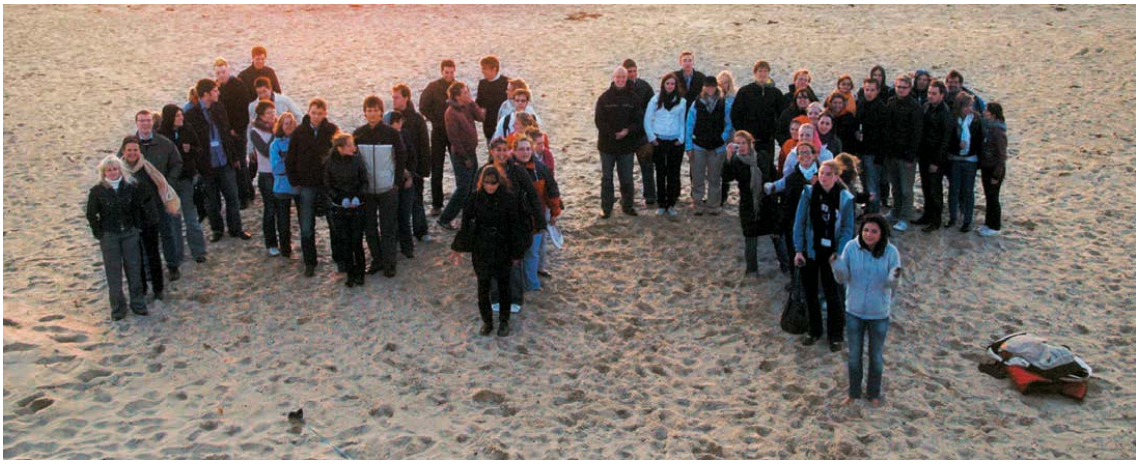
Sie ist mit über 200 Mitgliedern die größte Geschäftsstelle im gesamten Verein – die Alumni von MARKET TEAM - Verein zur Förderung der Berufsausbildung. Aus ganz Deutschland unterstützen die Mitglieder auch nach ihrem Studium den Verein, um mit ihren Erfahrung die Vereinsarbeit zu bereichern. Auch Norman Lippert, freier Historiker aus Göttingen, hat sich dazu entschlossen, MARKET TEAM weiter treu zu bleiben.

Norman, du bist jetzt bereits seit sechs Jahren bei MARKET TEAM. Wie kam es eigentlich dazu?

Als ich für mein Masterstudium nach Göttingen kam, wollte ich mich neben der Uni engagieren. Die beiden regionalen Initiativen, die für mich in Frage kamen, waren eine studentische Unternehmensberatung und MARKET TEAM, daher besuchte ich einen MARKET TEAM EinsteigerABEND. Zu diesem kam ich übrigens eine Stunde zu spät, weil der IT'ler den falschen Termin auf die Internetseite gestellt hatte! Nichtsdestotrotz entschied ich mich für MARKET TEAM – der „halbe EinsteigerABEND“ hatte mich überzeugt!

Was hat dich überzeugt?

Bei MARKET TEAM gab es für Interessierte keine Probezeit, keine Pflichtveranstaltungen oder gar „Einstellungstests“ – einfach mitmachen! Ich konnte mich ausprobieren und dadurch Erfahrungen sammeln, die ich noch heute fast jeden Tag nutze. Wie lassen sich Teammitglieder motivieren? Wie wird ein Finanzplan erstellt? Wie funktioniert gutes Projektmanagement? Wie lässt sich eine Delegiertenversammlung organisieren und viel wichtiger moderieren? Das habe ich bei MARKET TEAM gelernt!



Nun hast du ja bereits schon einige Jahre auf dem Buckel. Was war in dieser Zeit dein persönliches MARKET TEAM Highlight?

Zu den Highlights gehört sicherlich das Jahr als Bundesbeirat, welchem ich zusammen mit Nadine Hoor und Konrad Scheuermann 2012 angehörte.

Jetzt bist du Alumni. Was kannst du dich jetzt noch in den Verein einbringen?

Durch die relativ hohe Mitgliederfluktuation und die regelmäßigen Vorstandswechsel gehen immer einige Informationen verloren, was auch durch ausgeklügelte Übergabeprotokolle nicht verhindert wird. Der Austausch mit den Alumni kann ermöglichen, verlorenes Wissen wieder herzustellen oder ganz andere Perspektiven eröffnen.

„Bei MARKET TEAM gab es für Interessierte keine Probezeit, keine Pflichtveranstaltungen oder gar „Einstellungstests“ – einfach mitmachen!“

In diesem Jahr erwartet uns ein ganz besonderes Highlight – MARKET TEAM wird 30 Jahre alt und das soll auch gefeiert werden. Ich habe gehört, dass du zusammen mit der Alumna Jelena Jaunzeme anlässlich des Jubiläums etwas geplant hast – stimmt das?

Allerdings! Wir planen unter dem Motto „30 Jahre – 30 Geschichten“ eine Jubiläumsfeier und ein Jubiläumsbuch. Während Jelena die erstere organisiert, bin ich für das Buch zuständig. Dabei sammle ich in erster Linie Bilder und Dokumente, mit denen sich die Geschichte von MARKET TEAM erzählen lässt. Außerdem versuche ich Interviewpartner zu gewinnen, die über ihre eigenen Erfahrungen berichten und dem Buch so eine persönliche Perspektive geben.

„MARKET TEAM wurde mit dem Ziel gegründet, dass Studierende aller Fachrichtungen die in der Universität erlernten theoretischen Grundlagen mit praktischen Erfahrungen ergänzen und über den Tellerrand ihres eigentlichen Studiums hinausblicken können.“

30 Jahre hat MARKET TEAM nun schon hinter sich. Was meinst du – wie sehen die nächsten 30 Jahre aus?

MARKET TEAM wurde mit dem Ziel gegründet, dass Studierende aller Fachrichtungen die in der Universität erlernten theoretischen Grundlagen mit praktischen Erfahrungen ergänzen und über den Tellerrand ihres eigentlichen Studiums hinausblicken können. Dass der Verein auch 30 Jahre später noch existiert, zeigt gerade im Hinblick auf die seitdem geschehenen gesellschaftlichen, technischen und wirtschaftlichen Veränderungen, dass er auch weiterhin ein attraktives Angebot sowohl für die Studierenden als auch die mit ihm zusammenarbeitenden Institutionen und Unternehmen bereitstellt.

Zum Schluss – Was ist MARKET TEAM für dich in 3 Worten zusammengefasst?

Interdisziplinäres Engagement erleben! ■

Julia Stüwe

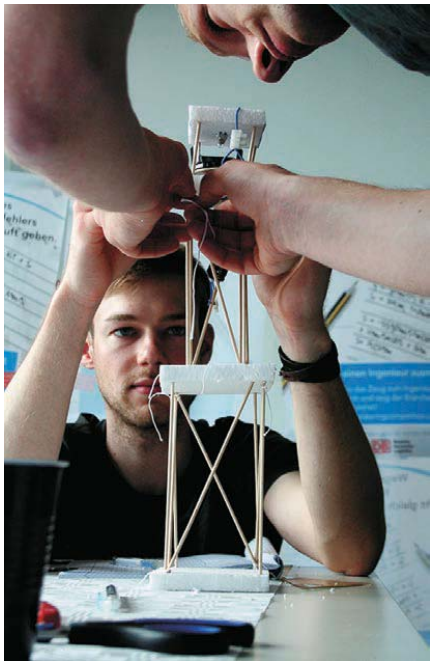
Für alle, die mehr wollen – die bonding Engineering Competition

Wenn man sich aktuelle Stellenausschreibungen durchliest, kommt man schon ins Grübeln. Benötigt man ernsthaft für jeden Job Auslandserfahrung, muss man drei Fremdsprachen beherrschen und möglichst auch zu den Besten des Jahrgangs gehören? Der Anforderungskatalog der Personalabteilungen an junge Bewerber und Bewerberinnen wird gefühlt jedes Jahr länger, während die Hochschulen aber vor allem die wissenschaftliche Ausbildung ihrer Schützlinge im Vordergrund sehen.

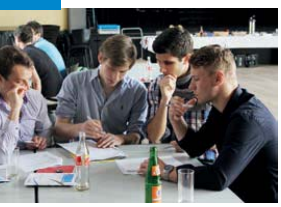
Neben speziellen fachlichen Kenntnissen gibt es aber auch solche Fähigkeiten, die wirklich ohne Ausnahme von Absolventen erwartet werden können, da sie für das gemeinsame Zusammenarbeiten in Teams oder Projekten zwingend erforderlich sind. Zu diesen Softskills zählen unter anderem Teamfähigkeit, Zeit- und Selbstmanagement und Grundlagen der Projektplanung.

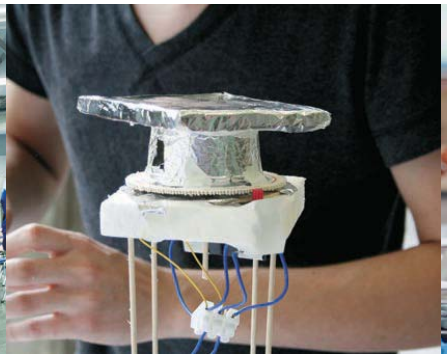
Gefühlt bringen bereits über die Hälfte der Bewerber eine ganze Reihe dieser Fähigkeiten mit. Da bezeichnet man sich schon als Meister des Selbstmanagements, wenn man es rechtzeitig zur 8-Uhr-Vorlesung schafft. Und die eigene Teamfähigkeit wird durch die Teilnahme am wöchentlichen Hochschulsport begründet.

Bitte versteht mich nicht falsch. Ich möchte sicher nicht alle über einen Kamm scheren und sicher gibt es auch genügend positive Außnahmen, aber die Realität der Hochschullandschaft sieht aktuell so aus, dass man sich im Studium Generale seine Softskills in kurzen, eintägigen Workshops zertifizieren lässt und sich eingerahmt an die Wand hängen kann. Die praktische Anwendung und somit die Reflektion der Theorie kommt da oft zu kurz. Nur – wo schlägt man die Brücke zwischen den realen Anforderungen der Industrie und dem Lehrangebot der Hochschulen, welches junge Menschen in der Vorbereitung auf den Beruf unterstützen soll?



Diese Lücke in der Ausbildung versucht die bonding Studenteninitiative seit mehreren Jahren mit einem deutschlandweiten Konstruktionswettbewerb zu schließen, welcher seit zwei Jahren als bonding Engineering Competition jährlich im Mai stattfindet. Zweck der Veranstaltung ist es Studierenden aller Fachrichtungen eine Plattform zu bieten, um sich auszuprobieren. Dabei können sie ihre Fähigkeiten im Team und unter Wettbewerbsbedingungen, sowie Stress und Zeitdruck austesten. Außerdem müssen sie ihre Leistung am Ende vor Vertretern der Hochschule und Experten von ausgewählten Industrieunternehmen präsentieren.





Einzelgänger gehen leer aus

Anders als oft üblich bei studentischen Konstruktionswettbewerben, müssen die antretenden Teams die vorgegebene Aufgabe gemeinsam live vor Ort lösen und hierfür einen funktionierenden Prototyp bauen – ohne Vorbereitung. Wichtig sind dabei nicht nur konstruktive Fähigkeiten, sondern vor allem kreatives Denken, da die vorgegebenen Werkzeuge und Baumaterialien nicht unbedingt Vorlesungsstoff sind. Natürlich läuft ständig die Uhr im Hintergrund und am Ende können nur die Teams erfolgreich sein, welche mit dem Budget am besten wirtschaften und gleichzeitig die Aufgabe zufriedenstellend meistern. Die Kür in Form einer gemeinsamen Präsentation des Prototyps am Ende verlangt nochmal höchste Konzentration. Innerhalb eines Tages können die Teilnehmer also ihre Softskills unter Beweis stellen, verbessern und diese von der Jury bewerten lassen. Bei dem abschließenden Get-together mit den Firmenvertretern kann man sich ungezwungen über Fachthemen unterhalten und Kontakte für Praktika oder Einstiegsmöglichkeiten knüpfen.

Die Gewinner fahren zum Finale

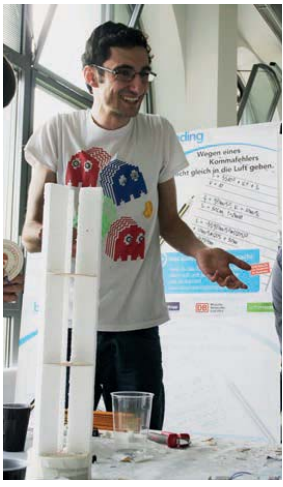
Als besonderes Highlight erwartet die Siegerteams die Teilnahme am Deutschlandfinale. Mehrere Tage treffen sich die Gewinner aller Vorrunden, um in den beiden Disziplinen Prototyping und Fallstudie noch spannendere Aufgaben zu lösen und die Jury mit ihren Lösungen zu begeistern. Die Gewinner dürfen sich über Sach- und Geldpreise freuen.

Neben den Arbeitsphasen gibt es zudem ein beeindruckendes Rahmenprogramm, sodass man sich auch als Sieger fühlen kann, wenn man nicht gewonnen hat.

Mittendrin statt nur dabei

Das Besondere für bonding ist, dass die Engineering Competition ein so großes Projekt geworden ist, dass sie überregional organisiert wird. Das heißt Vereinsmitglieder aus ganz Deutschland können Teil des Projektteams werden. Dabei sind die Verbundenheit und der Austausch im Team über die Grenzen der eigenen Stadt hinaus eine ganz besondere Erfahrung. Zudem wird man mobiler, da man sich ab und an auch persönlich trifft.

Ich selbst habe 2011/12 in einem solchen Team gearbeitet und das Projekt ab dem Kickoff-Treffen bis zum Ende mit verantwortungsvollen Aufgaben mitgestaltet. Dabei habe ich nicht nur besonders viel über Projektmanagement, Teamarbeit und Selbstmanagement gelernt, sondern auch Freundschaften geschlossen, die ich ohne bonding und ohne die Engineering Competition vielleicht nie gemacht hätte. Daher kann ich jedem nur raten, das Neue und Besondere zu suchen, da man noch viel Freiheit zur Gestaltung hat und vor allem eigene Ideen gefragt sind.



Falls du Fragen zur Veranstaltung hast oder sogar Teil des Projektteams werden möchtest, wende dich an
engineeringcompetition@bonding.de.

Weitere Infos findest du auch unter
www.engineeringcompetition.de oder
www.facebook.com/engineeringcompetition. ■

Richard Huber,
Projektteam bEC 2012

Was bitte ist eine zeitgemäße Bewerbung?

www.campushunter.de

Entdecke Neues!

Wissenswertes rund ums Thema Karriere und tolle Arbeitgeber auf der neuen campushunter-Webseite!

Lange haben wir überlegt, wie man dem etwas anderen Karrieremagazin auch eine etwas andere Online Plattform folgen lassen kann. Wir haben Studierende und Personaler gefragt, was denn eine gute Seite ausmacht und präsentieren uns mit dem Ergebnis seit Januar im Netz.

Wie kann ich Killerfragen beim Vorstellungsgespräch clever nutzen?

100 % Karriereseite und 0 % Pop-up-Werbung!

campushunter hat auf jeden Fall den studentischen Mehrwert auch hier im Blick. Das Erste was wir ausgeschlossen haben, ist lästige Pop-up und Bannerwerbung, die einen vom Wesentlichen abhält - 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 oder brauchst einen Praktikumsplatz, dann findest Du bei uns zahlreiche sehr ausführliche Arbeitgeberprofile mit umfassenden Informationen zu Karrieremöglichkeiten, Firmen- und Bewerberprofil, aktuelle Stellenanzeigen, gesuchte Fachrichtungen, Kontaktinformationen und ein direkter 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 Visistenkarte.

Alle unsere Ausgaben findest Du Online als Flip-Book und Download!

campushunter Online ist auch über alle Endgeräte wie iPad, iPhone sowie Androide Tabletts und Smartphones gut lesbar. Über unser Flip-Book kannst Du in campushunter und Engagier Dich auch von unterwegs virtuell blättern - campushunter 2 go.

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 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.

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

Diese und weitere Postkarten auch als E-Card verschicken!

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

Trainings fürs Leben – Trainingssysteme des VDSI

Im Studium kommt erfahrungsorientiertes Lernen oft zu kurz, insbesondere wenn es um soziale Kompetenzen geht. Doch gerade diese sind für einen erfolgreichen Berufseinstieg enorm wichtig.
Die Initiativen des VDSI haben sich interne Weiterbildungssysteme geschaffen, in denen Team- und Konfliktfähigkeit sowie Präsentations- und Moderationstechniken gezielt trainiert werden. Die Kooperation der Initiativen untereinander und die Offenheit gegenüber externen Studierenden sorgen dabei für eine ständige Weiterentwicklung.

Nach dem Train-the-Trainer Prinzip bilden die Initiativen des Verbands deutscher Studenteninitiativen (VDSI) ihre eigenen Mitglieder in bis zu 10-tägigen Seminaren zu Trainern aus. Diese Ausbildung umfasst Grundlagen der Didaktik und Methodik (Wie lernen Erwachsene? Wie gestalte ich ein ansprechendes und nachhaltiges Training?), gruppendynamische Prozesse und vor allem viel Ausprobieren und entsprechendes Feedback zum eigenen Trainer-Sein durch die weiteren Teilnehmer. Die Ausbildung wird sowohl von zertifizierten externen als auch von erfahrenen Trainern des VDSI konzipiert und geleitet und ist in der Regel kostenlos. Die Trainer geben anschließend – oft bis weit ins eigene Berufsleben hinein – ehrenamtlich Seminare in den Initiativen und sorgen so für praxisnahe und berufsbezogene Weiterbildungen.

Um qualitativ möglichst hochwertige Trainings anbieten zu können, arbeiten die Mitgliedsinitiativen des VDSI eng zusammen. In regelmäßig stattfindenden Telefonkonferenzen tauschen sich die Trainingsverantwortlichen der Mitgliedsinitiativen des VDSI aus und entwickeln gemeinsam neue Konzepte, um die Zusammenarbeit in diesem Feld weiter zu stärken und auszubauen. Zudem finden sowohl die Ausbildung der Trainer als auch spätere Trainings in den einzelnen Hochschulgruppen initiativenübergreifend statt.

In regelmäßigen Fortbildungen kommen Trainer verschiedener Initiativen zusammen, um gemeinsam und voneinander zu lernen, sich kennenzulernen und neue Impulse für die eigenen Trainings aufzunehmen.

Aufgrund der unterschiedlichen Teilnehmer besteht die Möglichkeit die dynamischen Prozesse innerhalb verschiedener Gruppen real zu beobachten und demzufolge auch besser nachvollziehen zu können. Darüber hinaus haben die Teilnehmer die Chance ihre eigene Wirkung in verschiedenen Umgebungen auszuprobieren und durch das anschließende Feedback der Gruppe besser verstehen zu können. Die aus diesen Seminaren erworbenen Kenntnisse sind somit ebenfalls auf den Alltag, sei es im Berufs- oder im Privatleben, zu übertragen.

Die in den Hochschulgruppen angebotenen Trainings sind in erster Linie für die Mitglieder der jeweiligen Initiative gedacht. Häufig werden aber auch einige Plätze für interessierte Studenten freigehalten. Die Teilnahme an diesen Trainings ist grundsätzlich kostenlos! ■

von Martina Notarp und Jakob Gierl
bonding-studenteninitiative e.V.

Eine Auswahl der verfügbaren Trainings

Moderation - effektive Meetings durchführen
Die Rolle des Moderators wird aus den verschiedensten Blickwinkeln betrachtet. Dabei wird auf die Vorbereitung einer Moderation genauso eingegangen, wie auf die eigentliche Durchführung. Punkte sind z. B. Visualisierungen, Fragetechniken, Moderationstechniken und Gruppendynamik.

Präsentation – überzeugend auftreten
Der Umgang mit Präsentationsmedien (Flipchart, Powerpoint, etc.) und der Aufbau einer Präsentation oder Rede sowie das zugehörige Feedback sind Inhalt dieses Trainings. Einen großen Teil nimmt dabei die Analyse von Körpersprache, Gestik, Mimik und Standhaltung ein – Eigenschaften, die man ohne ein Feedback und Videoaufnahmen nur schwer verbessern kann.

Projektmanagement – Projekte effizient planen und umsetzen
Die Grundlagen der Projektplanung und -durchführung werden vermittelt. Im Wechsel von kurzen Präsentationen und Gruppenarbeiten in auf bonding zugeschnittenen Fallstudien werden Methodik wie auch Tipps und Tricks vermittelt und deren Anwendung für den Projektalltag trainiert.

Kommunikation – verstehen und verstanden werden
„Man kann nicht nicht kommunizieren"... aber aneinander vorbei! In diesem Training wird auf die alltäglichen Kommunikationsfallen aufmerksam gemacht. Die Teilnehmer werden zur Selbstreflexion angeregt, verstehen Ursachen von Kommunikations-Problemen und lernen aktiv zu einer verständlichen Kommunikation beizutragen.

Adobe
Mit dem Training zu den Programmen der Adobe-Palette soll jeder ohne Vorwissen die wichtigsten Funktionen von Adobe Illustrator, InDesign, Photoshop und Acrobat vermittelt bekommen, um Flyer, Poster und andere Druckerzeugnisse nach unserem Corporate Design erstellen zu können.

Office
In diesem Training wird auf die grundlegenden Funktionen von Word, Excel und Powerpoint eingegangen. Ziel ist, dass die Teilnehmer professionelle Dokumente und Präsentationen erstellen, sowie die vorhandenen Vorlagen richtig verwenden können.

Weiterführende Trainings
Aufbauend auf den „Basistrainings" Kommunikation, Moderation, Präsentation und Projektmanagement gibt es bei bonding weiterführende Trainings wie Konfliktmanagement, Kreativitäts- und Problemlösetechniken, Verhandlungstechniken oder Zeit- und Selbstmanagement.

Trainerweiterbildungen
Wir bilden uns regelmäßig weiter zu Themen wie Teamentwicklung und Gruppendynamik, aber auch zu konkreten Inhalten der einzelnen Trainings.

Organisationsdynamik
Das Seminar zur Organisationsdynamik ermöglicht das Erleben der eigenen Person und der eigenen Wirkung in Gruppen sowie die Auseinandersetzung mit Themen des Team- und Gruppenprozesses. Neben unseren eigenen Trainern nehmen auch aktive bondings sowie Alumni und Externe teil, um die Prozesse einer Organisation möglichst gut abbilden zu können.

Studium zu Ende – und jetzt? Wie engagierte Studenten zu engagierten Alumni werden und was sie davon haben.

Studenten, die aktives Mitglied einer Initiative waren, stehen nach Studienende vor einem Bruch. Wie sich die „Ehemaligen“ weiter am Vereinsleben beteiligen und Alumni und Netzwerk voneinander profitieren können, erklären zwei, die es wissen müssen.

Bei Marketing zwischen Theorie und Praxis e.V. (MTP) ist es ganz einfach und damit erfreulich. Zwar sind wir ein studentischer Verein, die Mitgliedschaft endet aber nicht mit Abschluss des Studiums, sondern man wird Mitglied in der „18.“ Geschäftsstelle, dem Alumni-Teil des MTP e.V. Denn: die meisten Mitglieder, die sich in ihrem Studium für das Thema Marketing begeistern, arbeiten später auch in diesem Bereich. Und oft entstehen lebenslange Freundschaften und Beziehungen, die man auch nach der Mitgliedschaft im studentischen Teil von MTP weiterführen möchte. So wird oftmals aus der gemeinsamen Vereinsmitgliedschaft eine geschäftliche oder gar persönliche Beziehung.

Einige Alumni beim Segelevent ‘MTP sail’

MTP meets „Gruner+Jahr AG & Co KG“

Von diesem Netzwerk profitiert wiederum der Verein aber auch seine Mitglieder. Gerade in den letzten Jahren haben sich Alumni immer wieder an gemeinsamen Arbeitsgruppen zur Weiterentwicklung des Vereins beteiligt. Und zu jeder der großen Treffen, den sogenannten Geschäftsstellenversammlungen, reisen immerhin noch permanent etwa 50 bis 70 der insgesamt 1500 Ehemaligen an, um am Vereinsleben teilzunehmen. Der Aktivitätsgrad reicht dabei von einem reinen „Mal schauen, was die Studies so machen“ bis hin zu einer aktiven Beratung und Gestaltung innerhalb des Vereins.

Grundsätzlich ist jeder ehemalige MTPler eingeladen, bei der Vereinsgestaltung mitzuwirken. Und dafür gibt es viele Möglichkeiten, ideell, finanziell und aktiv. Und spannenderweise nutzen dies auch viele Alumni. Kein Wunder, denn gerade, wenn man neue Kollegen oder Mitarbeiter sucht, möchte man häufig mit Menschen zu tun haben, die einen gewissen Spirit mitbringen. Bei jemandem, der im gleichen Verein Verantwortung übernommen

hat, kann man sich dessen beinahe sicher sein. Das gilt natürlich auch bei der Suche nach Geschäftspartnern. Es ist schon erstaunlich, welche Beziehungen sich über die Zeit ergeben haben und welche Karrieren auch das Netzwerk des Vereins hervorgebracht hat. Immerhin ist der Gründer von MTP, Philipp Humm, heute Europachef von Vodafone.

Es ist schon erstaunlich, welche Beziehungen sich über die Zeit ergeben haben und welche Karrieren auch das Netzwerk des Vereins hervorgebracht hat.

Das Spannende aber am Engagement einer Alumna oder eines Alumnus ist, dass es oft phasenweise verläuft: Direkt nach dem Studium bestehen noch viele Verbindungen zu aktiven studentischen Mitgliedern. Aber auch schon ein größerer Erkenntnisschatz. Diese Mitglieder sind häufig noch in Arbeitsgruppen aktiv. Zurzeit gestalten sie eine aktive Mitarbeit in der Evaluation einer neuen Vereinssoftware, der Neugestaltung unserer Homepage und im Management der Touchpoints in den sozialen Medien Facebook, Twitter, Youtube und Google+. Dann gibt es häufig die Phase der Familiengründung und der großen Beanspruchung durch den Job. Die meisten Alumni sind hier weniger aktiv. Nach einigen Jahren jedoch kommt dann das „alte Fieber" zurück und man trifft die Kollegen wieder als Unternehmensvertreter im Nationalen Förderpool von MTP, bei Workshops oder Vorträgen auf Vereinsversammlungen oder in einem der lokalen Alumniclubs, wo der Austausch zwischen den Alumni aber auch zur regionalen Geschäftsstelle gefördert wird. Und hier ergeben sich dann wieder neue Diskussionen und das Netzwerk wird stärker. Und das freut uns dann alle. ■

Prof. Dr. Nils Hafner
Dipl.-Kfm. Götz Teubel

Prof. Dr. Nils Hafner ist internationaler Experte für die Etablierung und Ausgestaltung profitabler Kundenbeziehungen. Er ist Professor für Marketing an der Hochschule Luzern und Vorsitzender der MTP Alumni.

Auf seinem Blog „Hafner on CRM" beleuchtet er die spannenden, schönen, schlimmen, traurigen und lustigen Seiten rund um das Thema Kundenmanagement.

Dipl.-Kfm. Götz Teubel leitet die Abteilung Personalmanagement der Sparkasse Holstein und ist nebenberuflich Dozent bei der Junior Management School. Darüber hinaus engagiert er sich seit vielen Jahren in der Studentenförderung.

Aktuell ist er 2. Vorsitzender der MTP Alumni.

Berge an Wissen, vom Winde verweht!?

„Wissenstransfer im studentischen Engagement als Mentalität für nachhaltigen Fortschritt“

Du arbeitest hart! Du setzt erfolgreich Projekte in allen Lebensbereichen um! Und Du engagierst Dich darüber hinaus auch noch für die eine oder andere gute Sache! Schön für alle Beteiligten! Und jetzt stell Dir die folgende Frage: Wie oft hast Du nach Abschluss einer Aufgabe schon festgestellt, dass Du unnütz viel Zeit verbrannt hast? Mit dem Erstellen von Listen, die es schon gibt, Zusammensuchen von Informationen, die bereits in irgendeinem Leitfaden stehen oder Ausarbeiten von Konzepten, die schon in schlecht sortierten Dropboxfoldern liegen.

„Round-house-kick“ Wissensmanagement in der btS

Mit fast 1000 Mitgliedern hat die biotechnologische Studenteninitiative (btS) e.V. die Größe eines mittelständischen Unternehmens und kämpft wie jede Organisation mit dem zentralen Hindernis für konstanten Fortschritt: Wissenstransfer.

Dabei sind studentische Initiativen mit wesentlich größeren Hindernissen konfrontiert als „herkömmliche“ Organisationen: Die Mitarbeiterfluktuation ist größer, die Arbeitszeit pro Arbeitskraft kürzer und die bundesweite Aufstellung machen den herkömmlichen Wissenstransfer von Hand zu Hand ineffizient. Das Resultat ist die kontinuierliche Erosion von mühsam angehäuften Wissensbergen. Nur vorzügliche interne Weiterbildungsstrukturen, eine kontinuierliche, strukturierte Archivierung von Wissen und vor Allem eine Änderung der „Nach mir die Sintflut!“-Mentalität hin zur Eigeninitiative jedes Einzelnen zur Förderung der Wissensweitergabe, können diesem erodierenden Prozess Einhalt gebieten.

Foto: © Vladimir Melnikov – Fotolia.com

Kickstart für alle willigen Neulinge

Das Ziel des Wissensmanagements in der btS ist es, allen Mitgliedern die nötigen Werkzeuge an die Hand zu geben und den Zugang zu unseren seit 17 Jahren gesammelten Erfahrungen zu ermöglichen. Hierfür wurden in den vergangenen Jahren regelmäßig stattfindende bundesweite „Onboarding-Workshops“ etabliert. Diese werden zur besseren Vernetzung der Geschäftsstellen untereinander in regionalen Clustern durchgeführt und geben den neuen Mitgliedern in interaktiven Seminaren die wichtigsten Werkzeuge für ihre erfolgreiche Arbeit in die Hand. Schließlich sollen unsere neuen top motivierten Mitglieder ihr Potential schnell voll ausschöpfen können. Insbesondere da ihr Engagement neben Studium und Promotion läuft – wer möchte sich da stundenlang mit banalen Problemen wie mangelndem Zugang zu Ansprechpartnern oder fehlenden Projektmanagementwerkzeugen herumplagen? Dabei ist es uns wichtig, wirklich nur Werkzeuge und keine festgelegten Schemata zur Verfügung zu stellen, denn zu viel Struktur behindert die Kreativität und am Ende des Tages ist die btS „einfach“ nur die Plattform und das Rückgrat für die Ideen der Studierenden.

Neue Ideen erfolgreich vermitteln und Projekte möglich machen

Schnell stellt man bei seinem Engagement fest, dass, wenn man Großes bewegen will, man starke Kooperationspartner braucht. Dies können zum Beispiel andere Initiativen oder Unternehmen sein. Wir als btS setzen uns zum Großteil aus NaturwissenschaftlerInnen zusammen, und die sind bekanntlich eher nicht so geübt darin ihre oft sehr guten Ideen erfolgreich zu kommunizieren. Doch für das Gelingen besonders großer und/oder innovativer Projekte hat die erfolgreiche Akquise von Kooperationspartnern eine entscheidende Bedeutung. Und wer einmal ein innovatives Projekt mit einem Umsatz jenseits von 10.000 Euro in einem studentischen Umfeld umgesetzt hat, kann das jederzeit auch um den Faktor 20 vergrößert in einem realen/wirtschaftlichen/wissenschaftlichen Umfeld durchführen. Hierfür geben btS-lerInnen mit jahrelanger Projekt- und „Verhandlungserfahrung“ ihr Wissen in regelmäßig stattfindenden Experten-Workshops weiter. Die Übergabe dieser Erfahrungen in den Bereichen professionelles Netzwerken, Telefonakquise und Kommunikation erleichtert den Einstieg in die Umsetzung von Ideen zu Projekten. Essentiell bei der langfristigen Gewinnung von Kooperationspartnern ist die Konsistenz von zugesagten Ergebnissen und dem finalen Output. Das kann am einfachsten durch den direkten Kontakt von erfahrenen Mitgliedern mit solchen, die es werden wollen, gewährleistet werden. Schließlich wollen wir uns auch in Zukunft mit unseren sehr guten Ideen vom viel versprechenden, Blasen produzierenden Einheitsbrei absetzen.

Nach uns die Zukunft

Der Wissenstransfer in studentischen Organisationen ist besonders belastet durch die hohe Fluktuation und die durch Studium und Promotion limitierte Arbeitskraft. Deshalb ist es umso wichtiger, kontinuierlich akquiriertes Wissen weiterzugeben. Viele neue Mitglieder zieren sich, ihr Recht der Wissensübergabe einzufordern und die „Alten Hasen“ denken sich, dass die „Neuen“ sie schon fragen können, wenn sie was wollen. Das passiert selten genug, selbst wenn Telefonnummern ausgetauscht sind und man über alle professionellen Netzwerke verbunden ist. Es liegt in der Verantwortung der Wissensträger den Wissenstransfer anzustoßen und in der Anfangsphase von Projekten oder Übergaben von Positionen aktiv begleitend am Fortschritt mitzuwirken. Das erspart der nächsten Generation an „Machern“ viel Basisarbeit und ermöglicht wirklichen Fortschritt ohne unnützes Verbrennen von Zeit beim Versuch gelöste Probleme neu in Angriff zu nehmen. Denn nach uns kommt nicht die Sintflut, sondern die Zukunft.

Es ist die Aufgabe aller aktiven, noch nicht senilen Veteranen aller Initiativen ihr Wissen weiterzugeben und die Aufgabe jedes Einzelnen, die „alten Säcke“ auszuwringen. Denn wir haben keine Zeit, weder im studentischen Engagement noch bei sonstigen Aufgaben, das Rad immer wieder neu zu erfinden. Ansonsten wird unser schöner Berg an Wissen früher oder später schneller vom Winde verweht, als wir ihn wieder aufschütten können. Und das wäre schäbig, sowohl im Kontext des sozialen Engagements als auch – und das noch viel mehr – im wahren Leben. ■

Jörn Pezoldt, btS e.V.

Die Imagefalle

Wenn man es kann, kann man es auch sein lassen. Aber erst muss man es können. Und man kann gar nicht früh genug damit anfangen. Spätestens an der Uni heißt das: die Basics beherrschen. Denn dann können Sie Ihr Outfit als Teil Ihrer Strategie einsetzen. Klar: Der Campus ist weder Laufsteg noch Boardmeeting. Aber es gibt eben Situationen, in denen es auf Ihre überzeugende Performance ankommt. Und zwar nicht erst in der mündlichen Prüfung. Ob Sie in der Diskussion punkten, Ihre Präsentation mitreißt, der Professor Ihr Projekt unterstützt – Ihre Erscheinung entscheidet darüber mit.

Foto: © Szabolcs Szekeres – Fotolia.com

Machen wir uns nichts vor: Ihr Gegenüber sieht, ob Ihr Anzug zu groß oder zu klein geraten ist, Ihr Kostüm nicht sitzt oder aus schlechtem Material besteht – selbst, wenn diese Person selber schlecht angezogen ist! Das ist gemein, ist aber so. Denn ob wir es wollen oder nicht: Es sind immer die anderen, die einen Eindruck gewinnen und somit über Ihr Image entscheiden. Mit Denkweisen wie „Kleidung ist für mich nicht so wichtig“ oder „ich habe andere Schwerpunkte“ kommt man nicht weit. Ich selbst habe auch keine Lust jemanden einzustellen, der nachlässig gekleidet ist oder gar ungepflegt. Das Leben ist schon so hart genug!

Ein Beispiel: Ein Gesprächstermin; Sie warten auf Ihren Gesprächspartner, Ihren Verhandlungspartner, Ihren zukünftigen Chef – auf wen auch immer. Sie werden gesehen und man macht sich sofort ein Bild von Ihnen:

- Wie Sie gekleidet sind.
- Wie Sie gekleidet sind.
- Wie Sie gekleidet sind.

Unpassende Kleidung spricht Bände, egal in welcher Position. Egal ob Spitzenmanager, Politiker oder IT-Entwickler – jeder steht für etwas. Und wenn Outfit und Kleidung nicht zum Unternehmen passen, wird es kritisch.

Kleiden Sie sich nicht für die Position, die Sie haben, sondern für die, die Sie erreichen wollen.

Um einen weit verbreiteten Irrtum aus dem Weg zu räumen: Man ist nicht automatisch richtig angezogen, wenn 'Mann' einen Anzug trägt oder 'Frau' ein Kostüm. Allerdings ist es auch nicht mit

einem gut sitzenden Anzug, einem neuen Haarschnitt und geputzten Schuhen getan. Das ist die Basis. Es sind aber die Feinheiten, die Details, die Großes bewirken. Und wenn Sie sich nicht sicher sind, investieren Sie einmal in einen Dresscodeberater. Eine Investition, die sich auszahlt: Sie fühlen sich sicher im Gespräch und können jetzt Ihre volle Konzentration auf das Gespräch lenken.

Gut ist es, wenn Sie sich schon vorher über drei Punkte Gedanken gemacht haben:

Foto: © belamy – Fotolia.com

1. Was steht mir? Was geht im Business, was nicht?

Egal, welche Branche: Anzug für den ihn, Kostüm für sie – so einfach ist die Sache leider nicht. Fast wichtiger als Qualität ist der richtige Schnitt! Nichts ist schlimmer als ein zu großer Anzug oder ein schlecht geschnittenes Kostüm. Das Business hat Gesetze, und die gilt es zu kennen. Bei der Farbwahl sind ebenso Grenzen gesetzt wie bei Accessoires, Highheels und Taschen.

2. Für welche Position stehe ich?

Hier gibt es – endlich – doch eine goldene Regel: Kleiden Sie sich nicht für die Position, die Sie haben, sondern für die, die Sie erreichen wollen. Naja – fast Gold. Denn so ganz stimmt das nicht immer. Goldene Manschettenknöpfe und Einstecktuch können, gerade am Anfang der Karriere, leicht daneben gehen, heißt: zu übertrieben wirken. Also: da erstmal einen Gang runter schalten und angemessen auftreten. Aber dennoch gilt: Wenn der Chef oder die Chefin nachlässig oder 'schlecht' gekleidet sind, sollte man das auf keinen Fall nachmachen.

3. Für welche Branche arbeite ich oder will ich arbeiten?

Hoppla. Haben wir uns hier in Widersprüche verstrickt? Gibt es nun den Standard-Dresscode für das Business oder ist doch wieder alles von der Branche abhängig? Die Antwort ist ganz klar: Ja und Nein. Es gibt Regeln. Aber die Details definiert die Branche. Auch wer mit Klischees wenig anfangen kann, wird sich zwischen Konvention und Kreativität positionieren müssen.

Unpassende Kleidung zeugt von Desinteresse und mangelndem Respekt. Da hat man schnell das Image Pedant, Kleingeist oder Langweiler zu sein. Manchmal aber auch: zu konservativ, zu provokant, zu daneben. Das ist schade – geht es doch um die Marke und damit auch um den materiellen Wert des Unternehmens.

Natürlich laufen Deutschlands Spitzenmanager üblicherweise nicht mit kurzärmeligen Hemden, Cordhosen und Tennissocken herum. Aber: Einem CEO sagt auch niemand mehr, dass er (um nur ein Beispiel zu nennen) einen schlecht sitzenden Anzug trägt, dass sein Hemd vielleicht auch schon bessere Zeiten gesehen hat, dass er einen herausgewachsenen Haarschnitt hat oder dass seine Schuhsohlen abgelaufen sind. Die bösen Kommentare stehen dann in der Presse.

Fazit: Es kann nur von Vorteil sein, sich schon als Student mit Dresscodes in den verschiedenen Branchen zu befassen. Denn wenn Sie erst CEO sind, sagt Ihnen keiner mehr, dass der Anzug schäbig aussieht.

P.S.: Die äußere Erscheinung verrät schon viel, aber eines ist auch nicht unwichtig – manche Spitzenmanager treffen sich nicht umsonst gern in Restaurants, manche auch mit Hintergedanken – Also: Wenn Sie Essen gehen, denken Sie daran, welchen Eindruck Sie hinterlassen:

- Wie Sie mit dem Kellner umgehen.
- Wie Ihre Essmanieren sind.
- Wie und o b Ihr Handy klingelt.
- Wie hoch Ihr Trinkgeld ist. ■

MANAGEROUTFIT
Top-Manager | Dresscode-Beratung

Sabina Wachtel hat einen in Deutschland einmaligen Erfahrungsschatz in der Vorbereitung auf öffentliche Auftritte; 100-prozentige Praxisnähe ist gewährleistet.

2013 haben wir showyouroutfit.com gelauncht:
Weil es so viele verschiedene Menschen mit so vielen verschiedenen Ansichten über Kleidung, Outfits, No-Gos und Stil gibt, kann man sich dort präsentieren und „stylische" Fragen von „Welches Kleidungsstück gehört abgeschafft?" bis „Was geht bei Männern/Frauen gar nicht?" beantworten – mit Wort und Foto.
Wir sind gespannt!
sabina.wachtel@manageroutfit.de
ManagerOutfit.de
blog.ShowYourOutift.com

DU musst kein Superheld sein, um Leben zu retten...

Blutkrebs – damit hatte sich bisher keiner von uns wirklich befasst. Dass alle 16 Minuten ein Mensch in Deutschland an Blutkrebs erkrankt, hat uns sehr schockiert und so war sofort klar: Wir wollen helfen!

Die Idee kam durch eine Studentin, die selbst im Kontakt zur DKMS steht. Sie initiierte das erste Treffen und holte alle Interessenten der unterschiedlichsten Initiativen zusammen. Wir begannen uns mit diesem Thema vorsichtig auseinander zu setzen. Man redet ja nicht tagtäglich darüber. Je mehr wir dies nun taten, desto mehr wich auch dieses Gefühl der Hilfslosigkeit, was man verspürt, wenn man von Menschen hört, die lebensbedrohlich erkrankt sind. Wir lasen uns Berichte durch und schauten TV-Spots von Erkrankten. Die kleine Greta, die mit drei Jahren bereits den Kampf gegen den Blutkrebs verloren hatte, aber auch Michelle, die ihn besiegen konnte. Nicht jeder kann helfen und nicht jeder gewinnt diesen Kampf, trotz Spende, das war uns bewusst. Doch wenn wir auch nur einen Spender in dieser Aktion finden würden und damit ein Leben retten könnten, hätten wir alles erreicht, was wir erreichen wollten.

Das war unsere Motivation.

Zu unserem ersten Treffen kamen wir ohne bestimmte Erwartungen oder Vorstellungen. Wir

Mund auf, Stäbchen rein, Spender sein – auch unsere Helfer haben sich fleißig typisieren lassen

waren etwa zehn Studenten von unterschiedlichen Hochschulen und Initiativen – FSR Wiwi, MTP, Janus, AIESEC und Market Team. Dass sich einige für das Projekt interessierten, machte einen richtig stolz. Doch was wir im Laufe der Vorbereitungszeit auch bemerken mussten: Es ist gar nicht so leicht das perfekte Maß zwischen so vielen unterschiedlichen Charakteren zu finden. Aber je mehr man sich untereinander kennen und schätzen lernte, desto besser lief die Ideenfindung und Kommunikation. Ab dem Zeitpunkt haben wir alle von unseren unterschiedlichsten Erfahrungen, Ansichten und Eindrücken profitiert. Es war sehr spannend und aufregend gemeinsam etwas auf die Beine zu stellen – auch wenn man zugeben muss, dass wir sicher einiges hätten besser machen können.

Doch wenn wir auch nur einen Spender in dieser Aktion finden würden und damit ein Leben retten könnten, hätten wir alles erreicht, was wir erreichen wollten.

Aber wenn nicht jetzt Erfahrungen sammeln, wann dann?! Es ist die beste Zeit sich auszuprobieren und seine Interessen zu entdecken. Außerdem wo und wann geht das besser, als bei einem realen Projekt mit sozialer und ehrlich gemeinter Motivation, die einen antreibt.

Einige Monate und viele Team-Treffen später war nun also der große Tag am 12.12.2013 endlich gekommen. Er stand unter unserem Motto: „Du musst kein Superheld sein, um Leben zu retten – es reicht auch Mensch zu sein."

Dass alles so toll funktioniert hat im Nachhinein, damit hatten wohl die meisten nicht gerechnet. Wir machten uns morgens mit einem kleinen Stadtflitzer – einem Nachbarn sei Dank – auf den Weg, um die Verpflegung für die knapp 50 Helfer zu besorgen. Wir hatten einige Tage zuvor mit ein paar Ladenbesitzern gesprochen und so 180 Clementinen, 20 Croissants und 100 Brötchen akquirieren können. Hunger wurde also nicht zum Problem.

Während wir durch die Stadt fuhren, waren unsere Logistiker bereits vor Ort, um gemeinsam mit den DKMS-Mitarbeitern alles Notwendige aufzubauen. Unsere Aufregung war groß. Würde alles klappen oder doch etwas schief gehen? Würden überhaupt Menschen kommen?

Der Tag lief sehr geordnet ab, was uns viele interessante Gespräche brachte

Unsere Bedenken waren jedoch völlig umsonst. Die DKMS-Mitarbeiter waren super und auch die zahlreichen freiwilligen Helfer hatten viel Spaß (wir haben selbstverständlich nachgefragt), sodass es ein sehr angenehmer und lustiger Tag für Helfer und Spender wurde, an den wir mit viel Freude zurückdenken können. Außerdem, und das war ja nun der wichtigste Part dieses Projekts, haben wir ganze 404 neue Typisierungen registrieren können. Das bedeutet 404 neue potenzielle Lebensretter. Und wer weiß, vielleicht wartet genau jetzt in diesem Moment ein Patient auf einen unserer typisierten Spender. Dieser Gedanken zaubert uns immer wieder ein gutes Gefühl und ein Lächeln auf die Lippen.

Unser Fazit: Wir würden es auf jeden Fall wieder machen!

Und eins steht fest:
Du musst kein Superheld sein, um Leben zu retten – es reicht auch Mensch zu sein! ■

Jeder kann helfen!

Wollt ihr Spender werden?
Oder erstmal Informationen erhalten?
Schaut vorbei unter **www.dkms.de**

Soll auch an eurer Hochschule eine Typisierung stattfinden?
Nehmt es in die Hand!
Schreibt einfach an
hochschule@dkms.de

Wir freuen uns darauf!

AIESEC

Die Geschichten hinter AIESEC

„Was macht AIESEC eigentlich?“, ist eine Frage, die jedem Mitglied der größten Studierendenorganisation der Welt sicher das ein oder andere Mal gestellt wurde. Im Grunde arbeitet der internationale Verein wie eine Firma, nur mit dem Gegensatz, dass Fehler hier noch erlaubt sind!

Rund um den Praktikantenaustausch engagieren sich junge Menschen, um anderen Studierenden eine unvergessliche Erfahrung zu ermöglichen – dabei kommt die eigene Weiterentwicklung nicht zu kurz! Möglich wird dies durch das Youth Talent Programm.

Aber was sind die Geschichten hinter AIESEC? Wieso entscheiden sich so viele Studierende für ein Engagement neben Uni und Fachhochschule?

„Ich bin seit 6 Monaten bei AIESEC und habe dabei gelernt eine Idee gut verkaufen zu können. Ich stehe ständig im Kontakt mit Firmenvertretern und überzeuge sie von den Vorteilen und der Kompetenz von internationalen Praktikanten. Vor einem Monat habe ich die Ausbildung zum Sales Trainer gemacht. Jetzt kann ich auch anderen meine Erfahrungen weitergeben!“

Andrea, München

„Ich bin zu AIESEC gekommen um mich persönlich weiterzuentwickeln und um viele interessante Menschen aus der ganzen Welt kennen zu lernen. Seit Oktober bin ich Event Manager im Team für Human Resources. Ich organisiere gemeinsame Treffen und Aktionen für verschiedene Teams und das ganze Lokalkomitee.“

Caroline, Mannheim

„Da ich Lust hatte interkulturelle Erfahrungen zu sammeln, meine Softskills zu verbessern und als Teamleiter tätig zu sein, habe ich beschlossen, mich bei AIESEC zu engagieren. Mittlerweile bin ich Leiter des Teams für den Praktikantenaustausch ins Ausland. Wir unterstützen deutsche Studenten bei den Vorbereitungen für einen Auslandsaufenthalt. Meine Hauptaufgabe liegt in der Organisation und strategischen Planung dieses Teams!“

Yannick, Hamburg

„Ich bin bei AIESEC eingetreten, weil ich der Meinung bin, dass man niemals 'auslernt'. Ich wollte neue Herausforderungen haben und dies verknüpfen mit meiner Leidenschaft für das Ausland. AIESEC bietet mir sowohl, an mir selbst zu wachsen und gibt mir die Chance meine Grenzen herauszufinden gleichzeitig ist es wie eine Familie, die mich unterstützt, wenn ich die Grenzen erreiche.“

Nadine, Berlin

„Ich wollte unbedingt etwas machen, das mein theoretisches Wissen aus der Uni ergänzt. Ich habe bald gemerkt, wie viel man gemeinsam erreichen kann und habe mir Fähigkeiten angeeignet, die ich so niemals in einer Vorlesung erworben hätte. Das wirkt sich schon jetzt positiv auf mein Berufsleben aus!“

Christine, Würzburg

„Man hat normalerweise nicht viele Möglichkeiten sein ganz eigenes Projekt auf die Beine zu stellen. AIESEC bietet mir damit Chancen, die kein normaler Studentenjob je könnte! Als sich die Chance ergab, ein neugegründetes Ressort zu übernehmen, war die Frage eine leitende Position zu übernehmen selbstverständlich!“

Jana, Aachen

„Als ich mit AIESEC in Indonesien war, war mir klar, dass ich anderen Studierenden dieselbe Möglichkeit bieten wollte. Allein die Geschichten, die uns Praktikanten aus dem Ausland schicken, sind es wert, Zeit in soziales Engagement neben der Uni zu investieren!“

Andreas, Göttingen

Diese und andere Erfahrungsberichte, sowie weitere Informationen zum Youth Talent Programm und dein Lokalkomitee vor Ort, findest du auf **www.aiesec.de**!

Mein Engagement und Erfahrungen in Studentischer Unternehmensberatung

Interview mit Melanie Ziniel, 1. Vorsitzende von kreaktiv e.V. Weingarten – einer der 31 führenden Studentischen Unternehmensberatungen des BDSU

kreaktiv Studentische Unternehmensberatung

Bitte erzähle uns doch zu Beginn etwas über dich.

Mein Name ist Melanie Ziniel. Ich bin 22 Jahre alt und studiere Betriebswirtschaft/Management in Weingarten. Außeruniversitär engagiere ich mich seit 2011 in der Studentischen Unternehmensberatung kreaktiv e.V. und bin aktuell 1. Vorsitzende.

Was ist die Idee studentischer Unternehmensberatungen? Was ist kreaktiv?

Die Idee Studentischer Unternehmsberatungen ist es, Studenten bereits während des Studiums Praxiserfahrung zu ermöglichen. Hierbei engagieren sich die Studenten in externen Beratungsprojekten, welche reale Inhalte für Unternehmen beinhalten.

Kreaktiv ist die Studentische Unternehmsberatung der Hochschule Ravensburg-Weingarten. Wir bieten qualitätsgesteuerte Projektarbeit in Form von Beratung und operativer Dienstleistung an. Dabei übernehmen unsere Mitglieder Verantwortung in anspruchsvollen Projekten, welche den Brückenschlag zwischen theoretischem Wissen und praktischer Erfahrung bilden. Kreaktiv besteht seit 2001 und vereint aktuell 40 Studenten aus den Bereichen IT, Wirtschaft und Technik.

Wie sieht dein Werdegang bei kreaktiv aus?

Kreaktiv hat mich schon immer begeistert. Im dritten Semester meines Studiums habe ich mich dann bei der Studentischen Unternehmensberatung beworben. Gleich zu Beginn habe ich den An-

wärterprozess begonnen, meine Schulungen besucht und ein internes Projekt absolviert. Kurz nach der Aufnahme zum Mitglied wurde ich als 1. Vorsitzende gewählt und leite nun als erste weibliche Vorstandsvorsitzende den Verein.

Die Tätigkeit in einer Studentischen Beratung bietet die Möglichkeit, spannende Projekte zu absolvieren und praktische Erfahrungen zu sammeln.

Was ist das Vorzeigeprojekt von kreaktiv?

Eines unser spannendsten Projekte war die Logistikoptimierung bei Ravensburger. Hier haben wir in den Bereichen der Prozessoptimierung und Versandlogistik mitgewirkt. Das Projektteam hat mit Videobeobachtungen, Prozessaufnahmen und Mitarbeiterinterviews die vorhandenen Prozesse analysiert und anschließend Optimierungen herausgearbeitet.

Warum sollten sich Studenten neben ihrem Studium in einer Studentischen Unternehmensberatung engagieren?

Die Tätigkeit in einer Studentischen Beratung bietet die Möglichkeit, spannende Projekte zu absolvieren und praktische Erfahrungen zu sammeln. Besonders relevant ist das Netzwerk, welches man sich durch sein Engagement somit schon während des Studiums aufbaut. In den Führungspositionen des Vereins kann man erste Führungserfahrungen in einem geschützten Raum sammeln und sich persönlich weiterentwickeln.

Lass uns noch einmal über dich sprechen. Welche Erfolge konntest du in deiner Zeit als 1. Vorsitzende verzeichnen?

Zu Beginn meiner Amtszeit hatte kreaktiv kein klares Ziel für die kommenden Jahre. Ich konnte daher als erstes eine neue Strategie, Vision und Mission einführen und den kommenden Weg von kreaktiv somit bedeutend mitgestalten.

Da aufgrund des Bachelor/Master-Systems die Fluktuation in Studentischen Unternehmensberatungen relativ hoch ist, war es mir wichtig, für ein kontinuierliches Wissensmanagement zu sorgen.

Durch meine Beobachtungen innerhalb des Vereins habe ich mich dazu entschieden, einen Beirat einzuführen, welcher als kontinuierlicher Begleiter dem Verein zur Seite steht. Die Konzeption dieser Strukturänderung sowie die Implementierung haben mich einen Großteil meiner Zeit als 1. Vorsitzende begleitet. Ich bin stolz, die erste Generation Beirat während meiner Vorstandszeit noch erleben zu dürfen. Als dritte große Aufgabe hatte ich mir die Umstrukturierung des Vorstandes vorgenommen. Durch die aktuellen Rollenverteilungen haben wir entschieden, eine prozessorientierte Vorstandsorganisation einzuführen. Hierbei stehen die Prozesse rund um Projekte und unsere Mitglieder im Vordergrund.

Was war die prägendste Erfahrung deiner Zeit bei kreaktiv?

Die prägendste Erfahrung war für mich die Zeit als ich 1. Vorsitzende von kreaktiv und gleichzeitig im Praxissemester meines Studiums war. Hier habe ich extrem gelernt, ein gutes Zeitmanagement zu haben und Prioritäten richtig zu setzen.

Des Weiteren konnte ich meine Führungsqualitäten innerhalb meines Vorstandsteams unter Beweis stellen, da durch die räumliche Trennung und meiner beschränkten Zeit eine hohe Transparenz, klare Aufgabenverteilungen und eine strukturierte Kommunikation besonders wichtig waren.

Vielen Dank Melanie für dieses interessante Interview. Ich wünsche dir weiterhin viel Erfolg für deine Tätigkeit als 1. Vorsitzende und für dein Studium!

Ratschläge für einen schlechten Kritiker

Wie Sie Ihre Mitmenschen vergraulen

Wer braucht schon Freunde, Respekt und Anerkennung? Wer hätte Interesse an einer Arbeitsgruppe, ein Institut oder ein Unternehmen, das sich entwickelt?

Wie Sie Ihre Kommilitonen bei der Kritik ihres Referats und Ihre Dozenten bei der Einschätzung einer Lehrveranstaltung, aber auch Ihre künftigen Kollegen und Mitarbeiter mithilfe von garantiert destruktiven Kritikgesprächen vergraulen, das verraten Ihnen die nachfolgenden Tipps für schlechte Kritik.

Zeigen Sie, dass Ihre Meinung universelle Gültigkeit hat!

Wenn Sie einen Menschen kritisieren, machen Sie ihm bitte klar, dass Ihr persönlicher Standpunkt zugleich für die Meinung der ganzen Welt steht und dass es daran wirklich nichts zu rütteln gibt.

Formulieren Sie also ganz universell mit „man“, „wir“ und „jeder“, etwa so: „Man kann wirklich sehen, dass Sie mit dem Referatsthema überfordert sind!“ oder „Dass Sie hier alles falsch gemacht haben, kann nun wirklich jeder erkennen!“

Generalisieren Sie, wo es nur geht!

Vermeiden Sie bitte unbedingt Äußerungen, die Ihre eigene Wahrnehmung wiedergeben. Sagen Sie niemals: „In meinen Augen …“ oder „Ich habe Sie als … erlebt“ oder dergleichen. Das macht Ihre Kritik nur annehmbar, und am Ende verändert sich noch was.

Achten Sie darauf, dass Ihre Formulierungen stets Wörter wie „immer“ oder „nie“ enthalten. Beispielsweise: „Sie kommen immer zu spät!“ oder „Sie lesen nie die Texte!“ Ihren Kommilitonen oder Kollegen werden sich die Nackenhaare sträuben, und Sie haben sich und alle anderen vor einem konstruktiven Dialog bewahrt.

Vermischen Sie Beobachtungen und Bewertungen!

Machen Sie Ihre Kritik unproduktiv, indem Sie Beobachtungen und Wahrnehmungen mit Interpretationen vermischen oder alles Objektive am besten gleich ganz weglassen.

Wenn Sie die Beobachtung, die zu einer Interpretation geführt hat, transparent machen, kann Ihr Gegenüber im schlimmsten Fall etwas aus der Kritik mitnehmen. Wenn Sie sie dagegen ganz weglassen, können Sie das partnerschaftliche Miteinander mühelos sabotieren.

Für Ihre Beziehungsgespräche empfehle ich den Satz: „Ich spüre doch ganz eindeutig, dass etwas mit dir nicht stimmt.“ Wenn Sie gefragt werden, was denn los sei, dann antworten Sie mit „Ach, ist nur so ein Gefühl.“ Damit wird wirklich niemand etwas anfangen können.

Relativieren Sie alles, was Sie sagen, sofort wieder mithilfe von Aber-Konstruktionen!

Das Wort „aber“ bringt eine negative Note in Ihre Aussagen und relativiert zuvor Gesagtes, schränkt es ein oder erklärt es zumindest teilweise wieder für untauglich oder nicht ganz zutreffend. Prädestiniert für solche Einschränkungen ist der häufig gehörte Satz: „Das ist ja schön und gut, aber…“.

Verwenden Sie also fleißig das Wort „aber“, ersetzen Sie es niemals durch Worte wie „bloß“, „nur“ oder „und“.

Verwenden Sie so oft es geht das Wort müssen!

Das Wort „müssen“ ist hervorragend geeignet, um schlechte Gefühle bei Ihren Mitmenschen zu wecken, denn es klingt so wunderbar unwiderruflich und fühlt sich dabei immer belastend an. Mit jedem Muss wird die Last auf unseren Schultern schwerer und schwerer. Sagen Sie also Ihren Mitbewohnern und Kommilitonen aus der Referatsgruppe ständig, dass sie dies und jenes müssen.

Beginnen Sie ein Kritikgespräch so, wie Sie es auch beenden: Mit etwas Negativem!

„Der erste Eindruck prägt, der letzte bleibt.“ Mit dem Einstieg prägen Sie die Gesprächsatmosphäre. Deshalb sollten Sie gleich mit etwas Negativem beginnen, um von Vornherein ein destruktives Klima zu schaffen.

Der Schluss des Gesprächs bleibt Ihrem Gegenüber am ehesten im Gedächtnis. Also sollten Sie mit einem ganz schlechten Feedback schließen, sonst motivieren Sie ihn am Ende noch zu einer Veränderung. Ein Gespräch sollte also auf jeden Fall mit negativen Gefühlen enden.

Falls Sie einmal selbst kritisiert werden sollten: Rechtfertigen! Immer rechtfertigen!

Wenn Sie einmal auf der anderen Seite, der Empfänger-Seite der Kritik sind, können Sie mit einem Schwall an Rechtfertigungen auch den wohlwollensten Gesprächspartner zermürben. Eine Rechtfertigung ist kaum mehr als heiße Luft, denn die Kenntnis der Ursache ändert am Ergebnis in der Regel nichts – Sie laufen also nicht Gefahr, voranzukommen.

Mit Rechtfertigungen geben Sie Ihrem Gesprächspartner das Gefühl, als hätte er Sie in eine Art Verteidigungssituation gebracht. Das tut ihm Leid, und wenn Sie Glück haben, dann verzichtet er in Zukunft auf Gespräche dieser Art – und Sie haben seine Bereitschaft für konstruktive Kritikgespräche endlich gebrochen.

Ironie aus: Bitte nicht nachmachen!

Schlechte Kritiker, die die obigen Ratschläge allen Ernstes für das Einmaleins der Kritik zu halten scheinen, begegnen uns sowohl in der Uni als auch im Arbeitsleben leider immer wieder einmal. Seien Sie darauf gefasst, und lernen sie von diesen Zeitgenossen – nämlich wie es nicht geht.

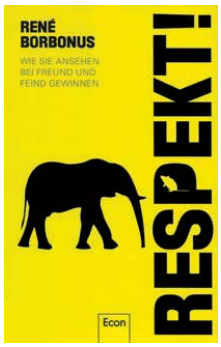
Wenn Sie ein guter Kritiker sein oder werden möchten, halten Sie sich an das Gegenteil dessen, was Sie hier gelesen haben. ■

Kommen Sie gut an!

Ihr René Borbonus

René Borbonus

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



RESPEKT!

Verlag: Econ-Verlag
ISBN: 978-343020110
Preis: EUR 18.00

Weitere Informationen unter:
www.rene-borbonus.de

Die Göttinger Runde – Die Vernetzung der studentischen Initiativen in Göttingen

Wer sind wir?

Die Göttinger Runde ist ein Zusammenschluss nicht-politischer studentischer Initiativen der Georg-August-Universität Göttingen. Seit November 2012 engagieren sich Vertreter der studentischen Initiativen Consulting Team e. V., Enactus, Model United Nations Society Göttingen, Market Team, AIESEC, BtS, Sprachwerk, Elsa, bdvb und des ABVG in der Göttinger Runde, um ihre Erfahrungen auszutauschen, Synergien zu nutzen und den Göttinger Studierenden außeruniversitär einen Mehrwert zu bieten.

Was haben wir schon gemeinsam gemacht?

Nachdem zu Beginn eine Struktur mit Facebook, Dropbox, E-Mailverteiler und Zielen der jeweiligen Initiativen aufgebaut wurde, haben wir in verschiedenen Treffen angefangen gemeinsame Projekte zu entwickeln und diese dann auch umzusetzen. Es gab sehr viele Ideen und innerhalb des ersten Jahres wurde bereits gemeinsam eine Initiativen-Kontaktmesse organisiert und umgesetzt, bei welcher jede Göttinger Initiative (auch außerhalb der Göttinger Runde) im Zentralen Hörsaalgebäude

der Georg-August-Universität die Möglichkeit hatte, interessierten Studierenden einen Einblick in ihre Tätigkeiten und Motivationen zu geben. Des Weiteren wurde bereits mit Hilfe einer gemeinschaftlichen Broschüre damit begonnen, über die Göttinger Runde als zentrales Organ die Bekanntheit einer jeden beteiligten studentischen Initiative zu steigern und eine gemeinsame Werbe- und Informationsplattform zu schaffen.

Was machen wir aktuell?

Aktuell arbeiten wir an einer gemeinsamen Homepage, um bei Interesse an den Initiativen oder an der Göttinger Runde für Informationszwecke direkt verweisen zu können. Zeitgleich dazu bauen wir unsere Facebook-Präsenz aus und teilen Veranstaltungen der einzelnen Initiativen, damit es alle interessierten Studierenden erreichen kann. Des Weiteren arbeiten wir an einem gemeinsamen Konzept, um mit wenig organisatorischem Aufwand den teilnehmenden Initiativen der Göttinger Runde eine Präsenz auf allen universitären Veranstaltungen zu ermöglichen.

Welches Ziel verfolgen wir (langfristig)?

Langfristig verfolgen wir verschiedene Ziele. Neben der Vernetzung der verschiedenen Initiativen und den weiteren gemeinsamen Aktionen sollen noch mehr gemeinsame Projekte realisiert werden. Mögliche Ideen hierfür sind die Organisation einer gemeinsamen Vortragsreihe mit Themenschwerpunkten rund um die studentischen Initiativen und der Organisation eines gemeinsamen Sporttags. Langfristig wollen wir alle teilnehmenden Initiativen an der Georg-August-Universität bekannter machen, damit die Göttinger Studierenden die verschiedenen Initiativen näher kennenlernen und sich bei Bedarf die passende aussuchen und sich dort einbringen können. Das ehrenamtliche Engagement wird in unseren Augen an der Universität auch noch zu wenig geachtet, hier wollen wir auch langfristig ein Konzept und eine Möglichkeit entwickeln mehr Anerkennung dieses Engagements zu schaffen.

Das ehrenamtliche Engagement wird in unseren Augen an der Universität auch noch zu wenig geachtet, hier wollen wir auch langfristig ein Konzept und eine Möglichkeit entwickeln mehr Anerkennung dieses Engagements zu schaffen.

Bei Fragen und Anmerkungen, scheut euch nicht, euch bei uns zu melden!

Viele Grüße aus Göttingen ■

Moritz Stumpf
Göttinger Runde - Consulting Team e.V.

The European Law Students' Association
GERMANY

Was motiviert zu studentischem Engagement?

Aufklärung anhand einer ELSA-Generalversammlung

Ein verschneites Wochenende im Januar kurz vor der Klausurenphase. Die meisten Studenten verkriechen sich um diese Jahreszeit an ihre Schreibtische um sich auf anstehende Prüfungen vorzubereiten. Nicht so die rund 300 Jurastudenten, welche an diesem Wochenende in Leipzig zusammen kommen, um die 50. Generalversammlung von ELSA-Deutschland e.V. zu vollziehen. „ELSA goes Gold" – unter diesem Motto stand das goldene Jubiläum der größten Vereinigung von Jurastudenten und jungen Juristen.

Die Generalversammlung ist das höchste Beschlussorgan von ELSA-Deutschland e.V. und tritt zweimal im Jahr zusammen, um über die Zukunft der Studenteninitiative zu beraten. Es werden Workshops angeboten, in welchen sich die Teilnehmer auf die anschließenden Plenarsitzungen vorbereiten, sich austauschen und diskutieren können. Im Plenum werden Anträge hinsichtlich der Vereinsstruktur vorgebracht oder Wahlen durchgeführt, worüber die Vertreter der 42 lokalen Fakultätsgruppen dann entscheiden.

Auch an diesem Wochenende gibt es wichtige Anträge, die dem Netzwerk zur Diskussion bereitgestellt werden. Bis spät in den Abend hinein wird über eine komplizierte finanzielle Problemstellung beraten.

Doch warum sitzen diese Studenten an einem Freitagabend zusammen in der Uni und erörtern bis spät in die Nacht hinein die Finanzen von ELSA-Deutschland e.V., könnten sie doch mit ihren Freunden in der Cocktailbar sitzen und ebenso den Abend gemütlich ausklingen lassen, statt sich mit vereinsrechtlichen Fragestellungen zu beschäftigen.

Was motiviert also zu studentischem Engagement neben dem sowieso schon zeitintensiven Studium?

Zumindest unmittelbar zahlt sich das Engagement nicht aus, die Arbeit erfolgt ehrenamtlich und unentgeltlich. Vereinzelt stellen Universitäten zwar Scheine oder Schlüsselqualifikationen für Veranstaltungen aus, jedoch ist dies nicht einheitlich geregelt. Die unmittelbare Anerkennung der geleisteten Arbeit in einer Studenteninitiative ist zwar aufgrund der unterschiedlichen Handhabung der Universitäten nach wie vor ein Problem, allerdings liegt darin auch nicht der primäre Motivationsantrieb.

Vielmehr geht es um Austausch, das Verwirklichen eigener Projekte, die Vermittlung von Soft Skills. Wer sich neben dem Studium engagiert, zeigt dass er bereit ist mehr zu leisten als die breite Masse. Insbesondere zeichnet man sich durch Eigeninitiative mit Verantwortungsbewusstsein und Organisationsfähigkeit aus. Kompetenzen, die nicht zuletzt auch Personalchefs begrüßen.

Eine Studenteninitiative wie ELSA bietet jedem die Möglichkeit seine Projekte und Ziele mit dem Rückhalt eines ganzen Netzwerkes umzusetzen. Wahrscheinlich ist es gerade dieses Netzwerk aus engagierten und motivierten Leuten, welches den Wert jeglicher materieller Entlohnung übertrifft.

Daraus resultiert auch die Vielfalt an außeruniversitären Veranstaltungen, die ELSA zu bieten hat. Juristische Konferenzen, simulierte Gerichtsverhandlungen (Moot Courts) und fiktive Mandantengespräche (Client Interviewing Competitions), die Vermittlung bezahlter Auslandspraktika in ganz Europa oder natürlich auch die Generalversammlungen von ELSA-Deutschland e.V. – all dies ist nur durch studentisches Engagement möglich.

Jenes Wochenende in Leipzig wird den Teilnehmern zumindest noch lange präsent bleiben, waren doch zum ersten Mal Vertreter aller 42 deutschen Fakultätsgruppen anwesend. Gefeiert wurde das goldene Jubiläum gebührend mit einem Galaball im Parkschloss Markkleeberg.

Denn genau so wie hitzige Diskussionen in Workshops und lange Plenarsitzungen, gehört auch ein abwechslungsreiches Rahmenprogramm zu jedem ELSA-Treffen. Egal ob ausgelassene Mottopartys oder elegante Galabälle – das Vergnügen kommt nicht zu kurz.

Wer sich neben dem Studium engagiert, zeigt dass er bereit ist mehr zu leisten als die breite Masse. Insbesondere zeichnet man sich durch Eigeninitiative mit Verantwortungsbewusstsein und Organisationsfähigkeit aus. Kompetenzen, die nicht zuletzt auch Personalchefs begrüßen.

Engagement in einer Studenteninitiative bedeutet demnach nicht nur einen Blick über den akademischen Tellerrand zu wagen. Vielmehr stellt es sich auch als eine persönliche Bereicherung heraus, Freundschaften mit Studenten aus Deutschland und Europa zu schließen und das Zusammengehörigkeitsgefühl eines ganzen Netzwerkes zu erleben. ■

Denise Schwarz,
ELSA-Deutschland e.V.

Kommunikation – Kein rundes Ding...

„Ich lege nun einen Würfel in die Mitte Eures Stuhlkreises. Nun sagt doch mal bitte, was ihr seht, wenn ihr auf den Würfel schaut.“ Teilnehmer des Kommunikationsseminars antworten leicht verwundert: „Na eine 6, 2 und 3“, „Ich sehen eine 4“ und „5 und 6“. Die Leiterin des Seminars führt fort: „Ihr schaut alle auf den selben Gegenstand, einen Würfel, und doch sieht ihn jeder von einer anderen Seite. Es gibt verschiedene Antworten und doch sind alle auf ihre Art richtig. Genauso verhält es sich mit einem Sachverhalt, über den verschiedene Personen sprechen. Obwohl es nur einen Inhalt gibt, sieht ihn jeder von einer anderen Seite.“

Solch eine Szene spielt sich regelmäßig in den Trainings über Kommunikation, Präsentation und Teamentwicklung ab. MARKET TEAM bietet viele dieser Trainings für die eigenen Mitglieder und auch für externe Studierende an, da solche Erfahrungen leider oft im Studium zu kurz kommen. Dort setzen viele Studenteninitiativen an. Wer später im Team arbeiten will, sollte sich über Prozesse in der Kommunikation frühzeitig bewusst werden und sie auch anwenden können.

Erfahrungen, Wissen und Interessen prägen uns und unsere Kommunikation.

Jeder Mensch macht Erfahrungen, reflektiert, trifft Menschen und erlangt Wissen. Stellt man sich unsere Umgebung ungefiltert als Landschaft vor, zeichnet sich jeder Mensch für diese Landschaft eine Landkarte. Diese wird durch Erfahrungen, Werte sowie Erziehung geprägt und stetig erweitert. Diese Landkarte kann voller Berge, sie kann klein oder groß, schwarz-weiß oder bunt sein. Begegnen sich zwei Personen mit völlig unterschiedlichen Landkarten und beraten sich über den Weg, der zu gehen ist, wird schnell klar, dass sie von unterschiedlichen Wegen ausgehen, da sie nur ihre kennen. Wie soll man also einen gemeinsamen Weg einschlagen? Dies wird nur möglich, in dem sich die beiden Partner Einblick in die Landkarten gewähren und zulassen, dass sich durch den Einblick in die andere Karte, sich die eigene erweitert. Abschließend lässt sich diese Erkenntnis in einem Satz zusammenfassen: „Die Landkarte ist nicht die Landschaft.“ Das was wir für wichtig halten, ist ausschließlich aus unserer Perspektive wichtig und ist für andere Personen ganz anders. Nehmen wir uns diesen Satz zu Herzen, ermöglicht uns dies über den Tellerrand zu schauen und Konflikte zu vermeiden.

Der Ton macht die Musik und der Dirigent das Konzert.

Töne können auf unterschiedliche Weise entstehen und sich bei Verdichtung zu einem Klang formieren. Wir selbst bestimmen den einzelnen Ton und somit auch maßgeblich den Klang. Den Ton bestimmen wir dabei durch unsere Intention hinter dem Gesagten.

Stellen wir uns ein Paar im Auto vor. Sie sitzt am Steuer und er auf dem Beifahrersitz und sagt: „Schatz, es ist grün.“ Lassen wir diesen Satz von verschiedenen Personen sagen, kommen die verschiedensten Gefühle auf, wenn wir den Satz zu hören bekommen. Jeder spricht ihn anders aus und legt andere Intentionen hinein. Schulz von Thun unterteilt vier Ebenen, auf welchen wir diese Aussage senden können. Von der rein sachlich gemeinten Botschaft, dass die Ampel grün ist, über die Selbstaussage: „Ich wäre jetzt losgefahren.“, weiter zur Beziehungsebene: „Ich passe auf dich auf.“ bis hin zu einem klaren Appell:

„Fahr endlich los“. Somit scheint es einfach. Wir müssen nur schauen, wie es gemeint ist und plötzlich verstehen wir unser Gegenüber. Doch wird dieses Modell von Schulz von Thun um die Ohren der Kommunikation ergänzt. Somit kann der Empfänger auf ebenfalls vier Kanälen die Nachricht empfangen. Somit müssen sowohl Sender als auch Empfänger der Nachricht die gleiche Ebene der Kommunikation nutzen. Wie wir etwas auffassen, hängt sehr stark von unserer Stimmung sowie Erfahrung und Erwartung ab, die wir an die Person und an die Aussage als solches stellen. Somit ist es wichtig, bei dem Klang zu hinterfragen, wie der Gegenüber das Gesagte meint und in welcher Stimmung man selbst ist bzw. welche Bedeutung man in die Aussage legt.

Stimmt der Ton und der Klang entwickelt sich, ist eine weitere Gefahr, eine falsche Note einzustreuen. So kann man durch negierende Worte zuvor Gesagtes mit einem Wort auslöschen. Der größte Feind der freundlichen Kommunikation ist das Wort „aber“. In der deutschen Sprache neigen wir dazu, dieses Wort als Füllwort zu degradieren und die Macht seiner Bedeutung zu unterschätzen. Sagt man zu jemanden, wie toll er etwas getan hat und schließt dann mit „aber“ an, um noch eine Verbesserung einzustreuen, versetzt man dem Gegenüber zunächst einen unterbewussten Schlag und veranlasst ihn, das zuvor gesagte abzustufen und die kleine Verbesserung in den Fokus zu rücken. Somit sollten wir bei jedem „aber“ prüfen, ob ein „und“ oder einfach ein Punkt zielführender für die Aussage ist. Lassen wir uns darauf ein, merken wir, dass in 75% der Fälle das „aber“ überhaupt keine Funktion erfüllt.

In der Studenteninitiative MARKET TEAM erhalten Mitglieder die Möglichkeit, sich als Trainer ausbilden zu lassen und andere Studierende in der Selbstwahrnehmung zu schulen, sodass sie ihre Kommunikationskompetenzen verbessern können.

In der Ausübung meiner Tätigkeit als Trainerin habe ich Tipps erarbeitet, welche helfen sollen, schnell Erfolge in der Kommunikation zu erzielen.

Tipps für eine zielführendere Kommunikation:

- Hinterfrage immer die Intention Deines Gegenübers.
- Fass Ergebnisse verbal zusammen und prüfe, ob alle auf einem Ergebnisstand sind.
- Prüfe die Reaktion Deines Gegenübers, um Deine Kommunikation zu überprüfen.
- Vermeide das Wort „aber“.

Abschließend lässt sich sagen, dass unsere Kommunikation eines der herausforderndsten Felder unseres täglichen Handelns ist. Ich wünsche Euch viel Spaß dabei, Eure Kommunikation unter den neuen Gesichtspunkten zu reflektieren und noch erfolgreicher zu machen. Wenn Ihr noch mehr wissen wollt oder mal bei einem Training teilnehmen möchtet, meldet Euch einfach unter **info@market-team.org**. ■

Eure Marie Mann
Trainerin und Vorstand bei MARKET TEAM e. V.

Stress:
10 Punkte auf dem Weg zur Seelenstärke

Was ist das Geheimnis von Menschen, die Krisen scheinbar gut weg stecken, die mit Kraft und Optimismus nach vorne sehen? Forscher haben sich das angeschaut. Zwar kann der Mensch seine genetische und erzieherische Prägung nicht gänzlich umschiffen. Es gibt aber zehn Verhaltensweisen und Einstellungen, die auch im Erwachsenenalter noch helfen können, krisenfester und zuversichtlicher durch das Leben zu gehen.

Die zehn Wege der Resilienz hat Christina Berndt in ihrem Buch „Resilienz – Das Geheimnis der psychischen Widerstandskraft“ zusammengefasst.

Ein soziales Netzwerk aufbauen und pflegen + Engagement

Gute Beziehungen zur Familie, zu Freunden und anderen Menschen sind enorm wichtig. Wie ein Netz, das den Trudelnden im Sturz auffängt. Dichte oder besonders starke Verstrebungen federn den freien Fall ab. Lehnen Sie Hilfe deshalb nicht ab und schätzen Sie es, wenn es Menschen gibt, die Anteil an Ihnen nehmen. Auch anderen zu helfen kann sinnstiftend sein und die eigenen Probleme in Relation rücken. Deshalb sind gerade Aktivitäten in Vereinen, Aktionsgruppen oder in religiösen bzw. spirituellen Gemeinschaften sehr hilfreich. Viele Ideen und Inspirationen erhalten Sie in diesem Magazin. In diesem Sinne: Engagier dich!

Krisen nicht als unlösbar sehen

Krisen lassen sich nicht verhindern. Aber wir können daran arbeiten, wie wir Krisen interpretieren und darauf reagieren. Gedanken beeinflussen ganz direkt unsere Gefühlswelt, in beide Richtungen. Hilfreich ist es, sich auszumalen, dass es Ihnen bald wieder besser gehen wird. Vielleicht können Sie auch schon planen, was Sie beim nächsten Mal anders machen würden.

Akzeptieren, dass Veränderungen zum Leben gehören

Das Leben ist immer im Fluss. Man kann trotzig gegen die Strömung schwimmen und dabei aus der Puste kommen. Oder sich gelassen treiben lassen. Veränderungen gehören zum Leben dazu und besonders gegen die Dinge, die sich nicht ändern lassen, sollte man den Widerstand aufgeben. Umso mehr Konzentration auf alles legen, was sich beeinflussen lässt.

Versuchen, realistische Ziele zu erreichen

Von unerreichbaren Dingen zu träumen, kann unglücklich machen. Fokussieren Sie ein realistisches Ziel, das in kleinen Schritten tatsächlich erreichbar ist und wofür Sie regelmäßig etwas ganz Konkretes tun können.

Entschlossen handeln

Gemeint ist, die Initiative zu ergreifen und sich gegen widrige Situationen zur Wehr zu setzen. Prüfen Sie, welche Möglichkeiten Sie haben, um das Problem zu bewältigen.

Zu sich selbst finden

Suchen Sie nach Wegen oder Betätigungen, die Ihnen helfen, etwas über sich selbst zu lernen. Vielleicht gehört dazu die Feststellung, dass Sie an einer Krise gewachsen sind. Viele Menschen können nach einer Krise intensivere Beziehungen und ein größeres Gefühl von Stärke für sich verbuchen. Oder wie es so schön heißt: Wo eine Tür zu geht, geht eine neue auf.

Eine positive Sicht auf sich selbst entwickeln

Was einen in Krisen oftmals taumeln lässt, ist das fehlende Vertrauen in die eigenen Problemlösungs-Fähigkeiten. Vertrauen Sie darauf, dass Sie in der Lage sind, Probleme zu bewältigen und Ihrem Instinkt zu folgen.

Die Zukunft im Auge behalten

Auch in schwierigen Situationen kann es helfen, die Langzeitperspektive zu bewahren und das Prob-

lem in einen breiteren Kontext einzuordnen. Versuchen Sie, das Ereignis nicht mehr als nötig aufzubauschen.

Das Beste erwarten

Versuchen Sie, eine optimistische Einstellung zu erlangen, denn sie befähigt zu einer positiven Erwartungshaltung. Stellen Sie sich vor, was Sie möchten und weniger das, wovor Sie Angst haben.

Für sich selbst sorgen

Seien Sie wachsam für Ihre Bedürfnisse und Gefühle und finden Sie heraus, was Ihnen gut tut. Machen Sie Dinge, die Ihnen Spaß machen und die Sie entspannen. Für sich zu sorgen hilft Körper und Geist, auch mit schwierigen Situationen klar zu kommen.

Übung für bewegte Zeiten:

Ein Problem während Krisen ist oftmals die Verengung des Blickwinkels. Der Kopf ist völlig auf das Sorgenthema fokussiert, was für ein erdrückendes Gefühl sorgt. Dafür gibt es eine bildhafte Übung. Nehmen Sie einen kleinen Gegenstand in die Hand, der Ihr Krisenthema symbolisiert. Halten Sie ihn dicht vor die Augen und beobachten Sie was passiert: Sie sehen nichts anderes mehr, was absolut krisentypisch ist.

Bewegen Sie den Gegenstand nun weiter weg vom Gesicht oder legen Sie ihn etwas abseits in den Raum. Was passiert? Sie sehen, dass die Realität nicht nur aus dem Problem besteht. Plötzlich fallen Ihnen vielleicht Dinge oder Menschen ein, die Ihnen Kraft geben und es zeigen sich Lösungswege. Die Übung sollte mehrfach wiederholt werden. Sie unterstützt dabei, die Fixierung auf die Krise allmählich aufzulösen. In der erweiterten Variante können Sie weitere Gegenstände hinzunehmen, die für Hilfe aus dem Umfeld oder für Ihre persönlichen Ressourcen stehen, z. B. Humor, Ihr Engagement oder gute Freunde. Ordnen Sie diese Gegenstände idealerweise in einem zur Krise hin offenen Halbkreis an. ■

Stefanie Müller, Deutsche Bildung AG

Foto: © Rudie – Fotolia.com

Deutsche Bildung

Die Deutsche Bildung bietet Studenten den etwas anderen Studienkredit: eine maßgeschneiderte Studienfinanzierung kombiniert das Unternehmen mit dem Online- und Veranstaltungsangebot WissenPlus.

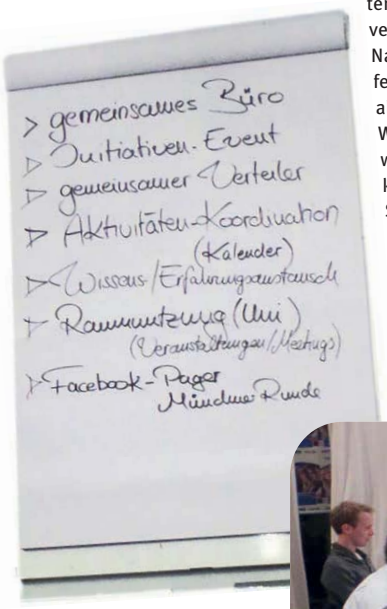
Weitere Infos gibt´s unter:
www.deutsche-bildung.de

VDSI Verband deutscher Studenteninitiativen Lokalgruppe München

Die Münchner Runde – gemeinsam für mehr Engagement

Sieben lokale Münchner Studenteninitiativen, deren Dachverbände teilweise zum VDSI gehören, haben im Januar 2013 die Münchner Runde zum Leben erweckt. Unter tatkräftiger Unterstützung von Manfred Thurm, dem damaligen bundesweiten Ansprechpartner vom MTP im VDSI, wurde sehr bald eines klar: die Münchner Runde hat großes Potenzial und große Ziele.

Die Treffen der Runde finden jeweils zu Beginn und zum Ende des Semesters statt – wobei bonding sein großes Büro zur Verfügung stellt. Doch da bei jedem Treffen die Zahl der teilnehmenden Studenteninitiativen steigt, wird auch dieses vermutlich bald nicht mehr ausreichen. Nach dem ersten Treffen stand bereits fest, dass diese Runde weit mehr darstellt, als „nur" ein Forum zum Erfahrungs- und Wissensaustausch. Gemeinsame Ziele wurden gefasst, wie ein Aktivitätenkalender, eine gemeinsame Facebook-Seite, ein gemeinsames Büro und ein gemeinsamer Informationsspeicher mit den wichtigsten Pressekontakten und Ansprechpartnern an den Hochschulen, etc.



Den ersten Höhepunkt der Zusammenarbeit bildete das Initiativevent im November 2013, auf dem sich sieben Studenteninitiativen interessierten Studenten aller Fachrichtungen in zwei Workshop-Runden präsentierten und den Abend bei einem gemeinsamen Get-Together ausklingen ließen.

Große Ziele und engagierte Zusammenarbeit – und dabei ist das erste Arbeitsjahr gerade erst vorbei – die Münchner Runde als feste Institution der Münchner Studenteninitiativen lässt auf einiges in den nächsten Jahren hoffen! ■

Maximilian Parzinger,
Präsident ELSA München e.V.

Große Ziele und engagierte Zusammenarbeit – die Münchner Runde als feste Institution der Münchner Studenteninitiativen lässt auf einiges in den nächsten Jahren hoffen!

Academy Consult:
Studententische Unternehmensberatung

AIAS – Die Spende deines Lebens:
Will die DKMS im Kampf gegen Blutkrebs unterstützen.

AIESEC:
Austausch und Führungskräfteentwicklung mit dem Ziel „Peace and Fulfilment of Humankind's Potential."

bonding:
Organisiert Veranstaltungen (vor allem Firmenkontaktmessen), um Studenten schon während des Studiums Einblicke ins spätere Berufsleben zu ermöglichen und Kontakte zwischen Studenten und Unternehmen herzustellen.

Campus for Change:
Plattform um gemeinsam eine möglichst große Bandbreite von sozialen Projekten in verschiedenen Bereichen und Ländern zu ermöglichen.

ELSA:
Die European Law Students' Association ist mit über 38.000 Mitgliedern, an 300 Universitäten in 42 Ländern die weltweit größte Jurastudenten-vereinigung.

MTP – Marketing zwischen Theorie und Praxis:
Deutschlands größte studentische Marketinginitiative

STARTmunich:
Vernetzt Entrepreneurship Begeisterte, vermittelt ihnen Wissen und gibt ihnen die Möglichkeit Unternehmertum aktiv zu erleben.

TEG | the entrepreneurial group:
TEG möchte Unternehmergeist wecken, neue Ideen entwickeln und umsetzen und Studenten helfen, sich Fähigkeiten anzueignen, die helfen, erfolgreiche Unternehmer zu werden.

Weitblick München:
Setzt sich für den weltweit gerechten Zugang zu Bildung ein.

Engagement für die eigene Zukunft

Mit ihrer Life Sciences Firmenkontaktmesse ScieCon unterstützt die btS zahlreiche Studenten und Doktoranden bei der Jobsuche.

Es gibt größere und traditionsreichere Firmenkontaktmessen in Deutschland, aber die ScieCon ist die älteste und größte, die sich auf den Bereich der Life Sciences konzentriert, und so allen Studenten, Doktoranden und jungen Postdocs, die sich für eine Karriere in der Biotechnologie-, Pharma- und Chemiebranche interessieren, Orientierung bietet. Der Grundstein für die „Science Contact Fair" (das bedeutete die Abkürzung ‚ScieCon') wurde bereits 1999, kurz nach Gründung der btS, in Bochum gelegt – und dort wurde 14 Jahre später die insgesamt bereits 21. Firmenkontaktmesse der btS eröffnet. Derzeit findet die ScieCon zweimal jährlich statt: zu Jahresbeginn in München und zu Beginn des Wintersemesters in Bochum. Bei den Studenten und Doktoranden sind die beiden ScieCons gut etabliert. Manche nehmen weite Anreisen auf sich, um dabei zu sein. So reisten nicht nur btS-Mitglieder aus allen Teilen Deutschlands an, um das Messeteam bei Aufbau und Durchführung zu unterstützen. Auch viele Besucher nahmen einen weiten Weg auf sich in der Hoffnung, dieses Jahr auf der ScieCon möglicherweise ihren Traumjob zu ergattern.

Wer am 23. Oktober 2013 das Veranstaltungszentrum der Ruhr-Universität Bochum betrat, wurde von den 19 Ausstellern mit offenen Armen empfangen. Über 1200 Studenten und Doktoranden waren zur diesjährigen ScieCon NRW gekommen, um sich über Karriereperspektiven in den Life Sciences zu informieren. Im direkten Gespräch

„Neben den Soft Skills, die wir daraus mitnehmen, knüpfen wir auch selbst jede Menge Kontakte in der Branche. Und es macht einfach richtig viel Spaß!"

lassen sich am einfachsten Kontakte knüpfen – wovon die Messebesucher regen Gebrauch machten. Doch auch das Rahmenprogramm dieser ScieCon bot viele Gelegenheiten die Aussteller näher kennen zu lernen. Viele Firmen stellten sich noch einmal in kompakten Vorträgen vor. Zudem gab es ein Live-Bewerbungsgespräch und eine Podiumsdiskussion über das Für und Wider einer Promotion nach dem abgeschlossenen Studium. Der Themenvortrag über

Fotos: Thorsten Winz

„Naturwissenschaftler und Gehalt“ zog diesmal besonders viele Besucher an. Über 140 Interessierte sorgten für eine lange Schlange vor dem Vortragsraum. Als besonderen Service konnten sich die Besucher von Experten ihre eigenen Bewerbungsunterlagen begutachten lassen und sie außerdem mit einem professionellen Bewerbungsfoto vervollständigen – natürlich kostenlos, so wie die ganze Messe und überhaupt alle Veranstaltungen, für die die btS sich verantwortlich zeigt.

Nicht nur bei den Besuchern, sondern auch bei den Unternehmen und Forschungseinrichtungen, die sich ihren zukünftigen Mitarbeitern präsentieren, sind die ScieCons außerordentlich beliebt. Genau wie die Studenten und Doktoranden auch heben sie vor allem die tolle Atmosphäre hervor, in der sich ganz ungezwungen und locker Kontakte knüpfen lassen. So genießt die kleine aber feine Firmenkontaktmesse einen exzellenten Ruf in der Branche. Dies ist auch deswegen so, weil die Zielgruppe der Unternehmen – Studenten und Doktoranden der Life Sciences – auf keiner anderen Messe so gezielt angesprochen wird. So ist es wenig verwunderlich, dass sich schon wenige Tage nach Messeende, bereits die ersten Aussteller für den nächsten Bochumer Termin angekündigt haben.

Hinter der Organisation der ScieCon stecken viele Monate intensiver Arbeit des Messeteams und der Helfer – und das alles neben Studium oder Promotion. Das verlangt eine gehörige Portion Idealismus, Organisationstalent und Durchhaltevermögen. Warum tut man sich das eigentlich an? „Genau deswegen. Wir lernen einfach jede Menge. Wer erfolgreich eine Messe organisiert hat, den kann so schnell nichts mehr aus der Bahn werfen, auch nicht in der Promotion“, sagt Bianca Hoffmann, Mitglied des btS-Bundesvorstands und Projektleiterin der ScieCon NRW, lachend. „Neben den Soft Skills, die wir daraus mitnehmen, knüpfen wir auch selbst jede Menge Kontakte in der Branche. Und es macht einfach richtig viel Spaß!“ Tatsächlich ist dies wohl das entscheidende Argument für dieses Engagement und für jeden nachvollziehbar, der die ScieCon besucht oder sogar dort am Messetag mit ausgeholfen hat: Die Stimmung dort ist einfach außergewöhnlich.

Wer diese Stimmung auch einmal oder noch ein weiteres Mal erleben möchte, kann sich schon zwei weitere Termine dick im Kalender markieren. **Am 29. Januar 2014 findet die ScieCon München statt.** Im Klinikum Großhadern erwartet die Besucher wieder ein informativer Tag rund um Karrieremöglichkeiten in den Life Sciences. Auch der Termin für die nächste **Bochumer ScieCon** steht: Der **15. Oktober 2014** – das 15jährige ScieCon-Jubiläum.

Marius Hoffmann
Jan-Hendrik Sachs

All you need is love.

Engagement in einer Studenteninitiative ist Herzensangelegenheit. Der Nationale Vorstand von MTP im Herzblatt-Interview über innere Werte, persönliche Interessen und die eine große Liebe.

„Kandidatin Nr. 1, sind Marketingstudenten besonders romantische Personen?“

Tatjana: „Das kann ich nicht beurteilen. Fest steht aber, dass Marketing viel mit Gefühlen zu tun hat. Nicht umsonst spricht man auch von „Love Brands“. In der Werbung spielen Emotionen ohnehin seit jeher eine große Rolle. Dass Marketing sehr sinnlich sein kann, zeigt das Thema unserer Geschäftsstellenversammlung: „senses – Marketing mit allen Sinnen.“ und das Titelthema der nächsten Ausgabe des MTP-Magazins „Mehrwert“ lautet „Sex sells“.

„Kandidat Nr. 2, bist Du ein treuer Mensch?“

Marc: „Treue ist mir wichtig. Ich bin beispielsweise seit 2010 Mitglied bei MTP und bin seitdem dem Verein treu geblieben. Erst als Mitglied, schließlich als Ressortleiter Beratung und Veranstaltungen, dann als Nationale Leitung Beratung und schließlich als 2. Nationaler Vorsitzender. Und auch nach meiner Amtszeit werde ich dem Verein treu bleiben. Wir haben so viel zusammen durchgemacht und eine Zukunft ohne MTP kann ich mir nicht vorstellen.“

„Kandidat Nr. 3, ich bin kein Kind von Traurigkeit. Gehst auch Du gerne feiern?“

Simon: „Gemäß dem Motto „Work hard, play hard“ gehören Arbeit und Spaß für mich zusammen. Nach einem produktiven Workshop zusammen feiern gehen macht einfach Freude. Ich erinnere mich gerne daran, wie wir auf der Geschäftsstellenversammlung in Chemnitz einen Club gemietet haben und zusammen eine super Zeit hatten. Bei MTP kommt einfach alles zusammen.“

von links nach rechts: Tatjana Fichtner, 1. Nationale Vorsitzende; Simon Roßbach, 2. Nationaler Vorsitzender, 2. Stellvertreter; Marc Bazzone, 2. Nationaler Vorsitzender, 1. Stellvertreter

„Kandidatin Nr. 1, schaust du erst auf das Äußerliche, oder interessierst Du Dich eher für den Charakter?“

Tatjana: „Für mich spielen die inneren Werte eine ganz wichtige Rolle. Vor allem die 4 Werte des MTP (verantwortungsbereit, anspruchsvoll, neugierig und begeisternd) sind mir wichtig.“

„Kandidat Nr. 2, spielt Alter für Dich eine Rolle?“

Marc: „Eine gewisse Reife und Erfahrung ist für mich schon wichtig. Unser Verein ist mit über 30 Jahren etabliert in Deutschland und hat sich ständig weiterentwickelt. Und ist dabei kein bisschen alt und schrullig geworden.“

„Kandidat Nr. 3, bist Du ein reisefreudiger Mensch?“

Simon: „Seitdem ich im Nationalen Vorstand bin, reise ich sehr viel. Ich habe gemerkt, dass mir das durchaus gefällt. MTP hat 17 Geschäftsstellen in Deutschland, die ich und meine Vorstandskollegen oft besuchen. Zudem ist es wahnsinnig spannend unsere Förderunternehmen zu besuchen und kennenzulernen. Die BahnCard glüht schon… Ich freue mich jedes Mal, neue, interessante Menschen zu treffen.“

„Kandidatin Nr. 1, würdest Du Dich als einen kommunikativen Menschen bezeichnen?“

Tatjana: „Kommunikation spielt für mich eine sehr wichtige Rolle. Ich und mein Team sind zuständig für die Bereiche Public Relations, Onlinekommunikation, Corporate Design und unser Marketing-Fachmagazin. Ich erlebe jeden Tag, wie wichtig Kommunikation für die Identität und das Zusammenspiel im Verein ist.“

„Kandidat Nr. 2, kannst Du gut mit Finanzen umgehen?“

Marc: „Als Verantwortlicher für die Vereinsfinanzen verbringe ich viel Zeit in Excel-Listen und Kontenübersichten. Das ist zwar manchmal etwas stressig, aber auch sehr wichtig für die Vereinspolitik und man kann auch eine Menge Spaß dabei haben.“

„Kandidat Nr. 3, bist Du eher ein Einzelgänger oder ein Gemeinschaftsmensch?“

Simon: „Ich liebe Gesellschaft. Und MTP ist eine Gemeinschaft nicht nur von Studenten, sondern auch von Alumni, Förderprofessoren und Unternehmen. Dieses Netzwerk bietet einem so viele Möglichkeiten, Leute kennenzulernen, sich auszutauschen und sich gemeinsam weiterzuentwickeln.

Man könnte mich also durchaus als Familienmensch bezeichnen. Aktuell bin ich als Personaler für ca. 3400 Mitglieder verantwortlich – eigene Kinder können da ruhig noch etwas warten. Darüber hinaus ist MTP Teil des VDSI, eine Gemeinschaft, die ich sehr schätze.“

„Kandidatin Nr. 1, was würdest Du auf eine einsame Insel mitnehmen?“

Tatjana: „Ich würde natürlich Kandidaten Nr. 2 und 3 mitnehmen. Wir sind ein eingespieltes Team und würden auf der Insel direkt die MTP-Fahne hissen. Und eine Geschäftsstelle gründen.“

„Kandidat Nr. 2, was bedeutet Commitment für Dich?

Marc: „Für mich umfasst Commitment eine ganze Menge: Man ist stolz auf die Leistungen des Vereins und auch auf die eigenen Leistungen; man trägt den Verein und die Werte im Herzen und auf der Zunge. Es ist einfach toll in so einem Netzwerk zu sein. Man möchte einfach etwas zurückgeben. Deshalb engagiere ich mich.“

„Kandidat Nr. 3, wie hast Du Deine erste große Liebe kennengelernt?“

Simon: „Meine große Liebe habe ich vor 2 Jahren kennengelernt. Ich war Student an der Uni Köln und habe auf einem Infoabend von ihr erfahren. Sie ist so vielfältig und interessant, das hat mich nicht mehr losgelassen. Auch ihr nettes, kompetentes und trotzdem witziges Auftreten hat mich sehr angesprochen. Bei Brezeln und Bier hat Sie mir auch ihren Namen verraten: MTP – Marketing zwischen Theorie und Praxis e.V.!“

Liebe Studentinnen, liebe Studenten, liebe Liebenden; Anders als bei Herzblatt müsst Ihr Euch bei MTP nicht zwischen den Kandidaten entscheiden, sondern könnt gleich den ganzen Verein kennenlernen. Schaut einfach mal im Plenum Eurer jeweiligen Geschäftsstelle vorbei. Ihr seid ❤-lich willkommen. ■

Das Interview führte Jonas Schlotmann.

Nirgendwo ist Etikette so wichtig wie im Job

Nichts ist stilloser, als „eine Runde Visitenkarten zu schmeißen“, wie man es zu Beginn vieler Meetings erlebt. Es ist nicht nur stillos und respektlos, es ist auch unklug. Schließlich ist es durch diese Unsitte oft unmöglich, nachzuvollziehen, wem nun welche Karte gehört.

Die Visitenkarte

Regel Nummer 1:

Wenn Sie eine Visitenkarte bekommen, dann nehmen Sie sich auch die Zeit, diese einen Augenblick zu studieren. Dies ist erstens eine Geste der Höflichkeit, schließlich haben Sie etwas von jemandem bekommen, das sollte man dann nicht einfach so beiseite schieben oder wegstecken. Zweitens geben Ihnen Visitenkarten oft einige Informationen, die für Sie und das nun folgende Gespräch mit dem noch Unbekannten sehr wichtig sein können. Möglicherweise ist Ihre Kontaktperson, die sich am Telefon immer mit „Stefan Steinwall“ gemeldet hat tatsächlich „Dr. Stefan Steinwall“ oder „Stefan Graf von Steinwall“. Als höflicher Mensch hat er diese Angaben bei der Selbstvorstellung weggelassen. Sobald Sie aber die Visitenkarte bekommen, sprechen Sie ihn auch richtig an und verwenden in der Anrede seine Titel oder akademischen Grade. Manchmal ist es auch ein wichtiger Hinweis, welche Position im Unternehmen derjenige hat. Außerdem bietet eine Visitenkarte oft einen guten Einstieg in den Smalltalk: Ihre Gestaltung, der Ort der Niederlassung usw.

Regel Nummer 2:

Verwahren Sie die Visitenkarte, die Sie bekommen haben auch an einem Ort, der das Stück Papier wertschätzt. Das kann ein Etui sein oder ein Fach in Ihrem Kalender. Ein Portemonnaie, das dann anschließend in die Gesäßtasche gesteckt wird, gehört eindeutig nicht dazu.

Regel Nummer 3:

Wer viel mit internationalem Publikum zu tun hat, sollte auch eine englische Visitenkarte vorrätig haben.

Regel Nummer 4:

Nie auf fremde Karten schreiben. Auf die eigene hingegen darf man das ruhig tun, es ist in manchen Situationen sogar sehr erwünscht, da der Tausch somit eine sehr individuelle und persönliche Note bekommt.

Regel Nummer 5:

Geschäftskarten sollten wirklich nur in beruflichen Kontexten überreicht werden. Bei gehobeneren gesellschaftlichen Veranstaltungen oder gar im Smoking eine Business Card zu überreichen ist äußerst stillos.

Regel Nummer 6:

Für den Austausch gelten hier die Regeln für das Vorstellen: Der Ranghöhere erfährt zuerst, mit wem er es zu tun hat. Das bedeutet konkret: Der in der Hierarchie niedriger stehende übergibt zuerst seine Karte. Das ist dann auch eine höfliche Art, um die Karte des anderen zu bitten, ohne diesen Wunsch auszusprechen, denn das wäre unhöflich. So kann es durchaus passieren, dass Sie Ihre Karte überreichen und Ihr Gesprächspartner sie freundlich entgegennimmt und wegsteckt. Haben Sie Glück, dann ist er am Kontakt interessiert und meldet sich dann bei Ihnen.

Bei Gleichrangigkeit oder vergleichbarer Position macht einfach einer von beiden den Anfang – hier gibt es keine klare Regel. Ranghöhere können jederzeit um die Visitenkarte des Gegenübers bitten. Sie können diesen Wunsch aussprechen: „Geben Sie mir doch bitte Ihre Karte“ oder „Wenn Sie mir Ihre Karte geben, dann rufe ich Sie an“. Eine weitere Möglichkeit ist, dass der Höherrangige seine Karte zuerst zückt und damit den anderen motiviert, im Gegenzug auch seine zu überreichen. Besucher aller Arten, egal ob es Kunden, Dienstleister oder Zulieferer sind, überreichen ihre Karte zuerst.

Regel Nummer 7:

Strecken Sie dem anderen die Karte nicht einfach irgendwie hin. Viel höflicher ist es, dem Gesprächspartner die Karte so zu geben, dass er die Schrift gleich so vor sich hat, dass er die Karte auch sofort lesen kann und nicht erst um 90 Grad drehen muss. Bei uns in Europa wird eine Visitenkarte immer mit einer Hand überreicht, nicht mit beiden. Eine Übergabe mit beiden Händen ist nur in asiatischen Kulturen üblich, dort kommen dann allerdings noch andere Regeln für Geschäftskarten dazu.

Regel Nummer 8:

Geben Sie die Karte Ihrem Gesprächspartner nach Möglichkeit in die Hand. ■

Was viele nicht wissen: Für manche Menschen ist „hallo“ ein freundlicher, salopper Gruß, den sie mit anderen austauschen, wenn diese zum Freundes- oder Bekanntenkreis gehören. Kennen sie die anderen Personen nicht sehr gut oder vielleicht sogar gar nicht, oder ist es ein beruflicher Zusammenhang, so ziehen sie „Guten Tag“ vor. Gerade junge Leute wundern sich oft darüber und sind geradezu verdattert.

Es gerät so schnell in Vergessenheit, wie manch eine Sitte entstanden ist. „Hallo“ ist etwas, das in der deutschen Sprache als normaler Gruß noch nicht so lange üblich ist, wir haben es vom englischen „Hello“ übernommen – es war also Jugendkultur, die das bei uns etabliert hat. In eher konservativen Kreisen gilt es immer noch als salopp. Dies muss jeder wissen, bevor er sich für eine Grußvariante entscheidet. „Hallo“ birgt in jedem Fall das Risiko, dass der andere sich nicht freundlich gegrüßt fühlt und den Eindruck bekommt, ihm werde mangelnder Respekt entgegengebracht. Nicht so günstig, wenn es unser erster Kontakt bei einer Bewerbung oder mit einem Neukunden ist. Wenn Sie also zum Beispiel zu einem Vorstellungsgespräch gehen, so ist es auf jeden Fall sicherer, wenn Sie „Guten Tag“ sagen. In Bayern und Baden-Württemberg ist darüber hinaus auch die Variante „Grüß Gott“ üblich, auch im Beruf. Werden Sie von Ihren Gesprächspartnern mit „Hallo“ begrüßt, dann spricht nichts dagegen, wenn Sie bei der nächsten Begegnung den Gruß genauso erwidern. Vergessen Sie nicht: „Guten Tag Herr Huber“, also der Gruß mit Namen ist immer höflicher als ein reines „Guten Tag“. Wie immer gilt: Der Ranghöhere entscheidet über die Art der Anrede. Das gilt nicht nur für ein „Du“ sondern eben auch für die Wahl zwischen „Guten Tag“ und „Hallo“. ■

„Hallo“ birgt in jedem Fall das Risiko, dass der andere sich nicht freundlich gegrüßt fühlt und den Eindruck bekommt, ihm werde mangelnder Respekt entgegengebracht.

Nandine Meyden

Nandine Meyden

- Autorin mehrerer Sachbücher zum Thema Umgangsformen.
- Weitere Informationen zu Nandine Meyden finden Sie unter: www.etikette-und-mehr.de

„Einmal über den Tellerrand hinausblicken“ – Warum ehrenamtliches Engagement noch heute wichtig ist!

Verena Clemens, Recruiter bei Acando, im MARKET TEAM Interview

„Das Gesamtpaket muss stimmen. Engagement kann einen guten Teil davon ausmachen.“

„Frau Clemens, Sie rekrutieren bei Acando den Nachwuchs. Schauen Sie dabei nur auf Noten?

Nur auf die Zensuren zu schauen wäre ziemlich eindimensional. Auch wenn Noten auf den ersten Blick vergleichbar machen – was wirklich in jedem einzelnen steckt, erfährt man so nicht. Für mich dienen sie daher nur zur ersten Orientierung. Interessanter sind da schon die Praxiserfahrungen. Was hat jemand ausprobiert und warum? Was hat er dort fachlich und für sich gelernt? Könnte das ein Vorteil für seinen Werdegang bei uns sein?

Spannend sind auch die Soft Skills. Unsere Consultants arbeiten meist vor Ort beim Kunden. Da ist es günstig, neben einem gebügelten Hemd auch soziale und kommunikative Fähigkeiten mitzubringen. Auch wenn man darin noch kein Profi sein muss – dafür haben wir später Workshops – schauen wir darauf. Am besten bei einem Gespräch. Schön, wenn man sich dort locker über Freizeitaktivitäten unterhalten und die trockenen Kennenlern-Fragen aus dem Lehrbuch weglassen kann.

Ehrenämter weisen auf ein gewisses gesellschaftliches Verantwortungsgefühl und Teamgeist hin. Bei Acando wird Teamgeist sehr stark gelebt. Daher ist das ein gefragtes Thema bei uns.

Ist Engagement das ausschlaggebende Entscheidungskriterium?

Bei zwei Bewerbern mit der gleichen fachlichen Eignung theoretisch ja. Wonach soll man sonst entscheiden? Im realen Leben wiegen wir in letzter Instanz allerdings viele Faktoren miteinander ab.

Das Gesamtpaket muss stimmen. Engagement kann einen guten Teil davon ausmachen.

Besonderes Engagement ist also für Unternehmen wichtig. Warum?

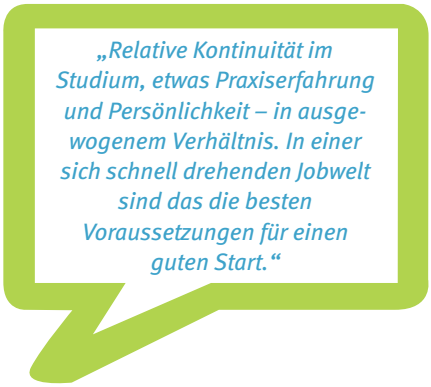
Die verkürzten Bachelor- und Masterstudiengänge lassen Studenten kaum Freiraum zur persönlichen Entwicklung und Beschäftigung mit außercurricularen Fachthemen. Für Unternehmen sind die Absolventen dadurch oft weniger unterscheidbar geworden. Zwar kann man jetzt die fachlichen Leistungen besser einordnen, dafür findet man weniger „speziellen“ Nachwuchs. Vielfältigkeit im Unternehmen ist aber wichtig. Wie soll man flexibel und innovativ sein wenn jeder dasselbe kann und denkt?

Ist Engagement so eine Art Persönlichkeitszertifikat?

Auf jeden Fall ein Hinweis darauf. Ehrenamtlich engagierte Menschen sind oft motiviert, initiativ und gute Netzwerker. Sie schauen über den Tellerrand hinaus. Das kann uns im täglichen Geschäft helfen. Außerdem ist es kein Geheimnis, dass Consultants keinen Nine-to-five Job haben. Mit Antriebslosigkeit wird man da nicht glücklich.

Manchen fehlt die Zeit sich zu engagieren. Hat man dadurch automatisch schlechte Karten?

Viele Bereiche des öffentlichen und sozialen Lebens würden ohne ehrenamtliche Mitarbeit nicht mehr existieren. Es ist wichtig, sie zu unterstützen wo man sie unterstützen kann. Allerdings haben Studenten seit der Einführung der Bachelor- und Masterstudiengänge massiven Leistungsdruck und Zeitprobleme. Mal abgesehen davon, dass oft nicht mal genug Zeit für den Nebenjob zur Finanzierung des Studiums bleibt. Es wäre unfair, ehrenamtliches Engagement in der Freizeit vorauszusetzen. Wie gesagt, das Gesamtpaket muss stimmen.



Ist besonders viel Engagement besonders gut?

Wie viel gut ist, ist relativ. Wenn jemand super sozial engagiert und im 15. Fachsemester ist, könnte ein anderes Unternehmen vielleicht eher seinen Neigungen gerecht werden. Das versuchen wir dann gemeinsam herauszufinden. Was nutzt ein Job, bei dem persönliche Interessen zu kurz kommen? Ungünstig für uns wäre zum Beispiel ein Kandidat, der sich jahrelang überall ein bisschen engagiert und nirgends richtig. Ein Kernwert unserer Philosophie sind Resultate. Das passt nicht zusammen. Ein Mittelweg wäre toll.

Wie würde der aussehen?

Relative Kontinuität im Studium, etwas Praxiserfahrung und Persönlichkeit – in ausgewogenem Verhältnis. In einer sich schnell drehenden Jobwelt sind das die besten Voraussetzungen für einen guten Start. Mit jedem Schritt den man geht, entwickelt man sich weiter in eine Richtung. Nämlich in seine eigene.

Vielleicht passt man mit seinem Werdegang zwar nicht jetzt in diesem Moment zu unseren ausgeschriebenen Stellen, ist aber in 2-3 Jahren die Top-Besetzung. Man lernt mit jedem Job dazu und mit der Zeit verändern sich auch persönliche Interessen und Prioritäten. Darum lernen wir neue Gesichter genauso gerne kennen wie wir „alte Bekannte“ treffen. Es ist schön, wenn man an die Gespräche vom letzten Mal – vielleicht über die Studenteninitiative – anknüpfen kann. ■

Von Julia Stüwe,
MARKET TEAM e. V.

Bis an die Grenzen und weiter

Was Engagement bei AIESEC bewirken kann

Als die Welt 1945 in Trümmern lag, beschloss eine kleine Gruppe junger Studierender, dass sich ein Weltkrieg nie mehr wiederholen sollte. Waren es zu Beginn nur ein paar wenige europäische Länder, erstreckt sich das Netzwerk der größten internationalen Studierendenorganisation mittlerweile über alle Kontinente. Selbst in Krisenländern wie Afghanistan engagieren sich junge Menschen für den guten Zweck.

In Deutschland engagieren sich rund 2.200 Studierende. Sie arbeiten nicht nur zusammen, sondern auch mit anderen Studenten aus der ganzen Welt. Ihre Gründe weshalb sie sich neben dem Studium noch ehrenamtlich engagieren sind einfach: AIESEC gibt nicht nur die Möglichkeit sich zu entwickeln oder zu lernen wie eine Organisation funktioniert, sondern auch durch Auslandserfahrung in den 124 Mitgliedsländern ein internationales Netzwerk aufzubauen.

Sarah wagte den Schritt ins Ausland, als sie im vergangenen Jahr nach Tansania reiste um eine Hilfsorganisation zu unterstützen. Damit erfüllte sie sich nicht nur einen lang gehegten Traum, sondern ließ sich auf eine Reise ein, die ihr ganzes Leben nachhaltig beeinflusste. Dass zwischen Deutschland und Tansania Welten liegen, bemerkte die Studentin schon vor dem Abflug: Informationen zu ihrem Praktikum kamen nur spärlich und auf Nachrichten wurde nur unregelmäßig geantwortet. „Meine Erwartungen an Tansania, das Praktikum und die Erfahrung als Ganzes waren daher eher durchmischt!“, erinnert sich Sarah zurück. Ein Rückzieher machte sie dennoch nicht! „Von der ersten Sekunde an war ich begeistert von Tansania und seinen Menschen.“ Auch wenn die wunderschöne Natur und tolle Kollegen sie für einige Strapazen entschädigten, war es nicht immer einfach, sich der fremden Kultur anzupassen. Gerade die Zusammenarbeit mit dem Vorgesetzten stellte sich als große Herausforderung dar. „Das Praktikum verzögerte sich und wir haben ihn zunächst überhaupt nicht zu Gesicht bekommen!“. Manchmal verspürte sie den Wunsch, den Auslandsaufenthalt einfach abzubrechen. Doch stattdessen sprach Sarah Probleme offen an und lernte vor allem, das ihr fremde Denkmuster zu verstehen.

Über 80.000 Studenten engagieren sich weltweit, um sich selbst und andere persönlich und professionell zu entwickeln und damit etwas in der Welt verändern zu können. Dadurch kreieren sie jährlich über 25.000 neue und einzigartige Erfahrungen von jungen Menschen, die entweder die Welt oder sich selbst entdecken. Im Kern des Geschehens steht dabei, sich seiner Rolle in der Gesellschaft erst einmal selbst bewusst zu werden. Welchen Beitrag leiste ich? Was möchte ich verändern? Und zu welchem Zweck? Unserer Generation fehlt vielleicht Perspektive im Job oder finanzielle Sicherheit, jedoch nicht der Glaube etwas verändern zu können oder die Kreativität einen Weg zu finden dies zu verwirklichen.

Immer mehr Studenten engagieren sich ehrenamtlich ohne eine Entlohnung für ihre Arbeit zu bekommen. Warum? Weil sie daran glauben mit ihrer Arbeit etwas zu bewegen. Doch ein einzelner Student kann oftmals alleine nicht viel ausrichten. In einem globalen Kontext scheinen diese Bemühungen häufig unerheblich zu sein. Findet man jedoch junge Menschen, die mit dem gleichen

Verantwortungsbewusstsein handeln und eine ähnliche Vorstellung haben, kann dies der Anstoß sein, gemeinsam etwas zu bewegen. Doch wie ändern? Aktiv werden? Die Probleme direkt angehen?

AIESEC glaubt an eine fundamentale Lösung: Die Entwicklung von verantwortungsvollen zukünftigen Führungskräften, die einen positiven Beitrag zur Gesellschaft leisten wollen. Die praktische Ausbildung von jungen Studenten im Management einer solchen Organisation, das Öffnen ihres Horizontes für globale Themen und ein internationales Verständnis gegenüber anderen Kulturen sind nur einige Ansätze, die die internationale Organisation verfolgt. Dabei ist der Aspekt eines globalen Netzwerks der Ausschlaggebende. In einem solchen Umfeld zu lernen, wie die Welt funktioniert, was sie zusammenhält, und vor allem wie andere Gesellschaften und Kulturen funktionieren und dabei sich selbst weiterzuentwickeln ist genau das, was die Erfahrung mit AIESEC ausmacht.

Im Konkreten bietet AIESEC den Studenten drei Programme, alle mit dem Ziel den Studierenden praktisch weiterzubilden und ein globales interkulturelles Verständnis zu fördern.

„Youth Talent“ ist das Programm hinter der Mitarbeit bei AIESEC. Es gibt Studenten die Möglichkeit sich ehrenamtlich zu engagieren, die Organisation kennenzulernen und zu verstehen, wie ein solch großes Netzwerk funktioniert.

Aber auch wie man eine Idee Unternehmen und anderen Organisationen näher bringt und diese als Partner für ein gemeinsames Ziel gewinnt. Einen weiteren Schwerpunkt stellt die Ausbildung und Entwicklung des Einzelnen dar. Die Studenten haben die Möglichkeit bei AIESEC zu entdecken, wie Weiterbildung in einer Organisation funktioniert.

Im **Global Citizen** Programm engagieren sich Studierende in verschiedensten sozialen Projekten im Ausland. Als „Global Citizen“ verstehen wir Menschen, die über die Grenzen ihrer Nation hinaus denken, globale gesellschaftliche Themen erkennen und versuchen sie im großen Kontext zu lösen. Sarah ist einer dieser Menschen. In den fast drei Monaten in Tansania hat sich viel verändert. Grenzen austesten und diese gar überschreiten, ermöglichte ihr eine neue Sicht auf die eigene Heimat. Mit dem **Global Talent** Programm ermöglicht AIESEC jungen Menschen am Ende oder nach Abschluss ihres Studiums ein professionelles Fachpraktikum im Ausland.

AIESEC bietet Studierenden zahlreiche Programme, von der Mitarbeit in einem Lokalkomitee über Firmenpraktika im Ausland bis hin zur Unterstützung von sozialen Projekten. Sie alle stellen eine komplementäre Weiterbildung dar und prägen Studenten durch ehrenamtliches Engagement mit einer globalen Komponente. Dies ermöglicht Studenten wie Sarah nicht nur den Aufbau eines globalen Netzwerks, sondern auch den Erwerb zusätzlicher Qualifikationen.

Ihre Erfahrungen aus Tansania möchte Sarah jetzt auch in ihr Lokalkomitee einbringen. Sie unterstützt mittlerweile andere Studierende, die eine Reise ins Ausland planen. „Sicherlich war nicht alles perfekt und die Erfahrungen sind stark abhängig von den eigenen Erwartungen, der Eigeninitiative und dem Kontakt mit den Leuten vor Ort, aber ich würde jedem empfehlen über seinen Schatten zu springen. Nur so lernt man dazu!“. ■

Weitere Informationen gibt es auf **www.aiesec.de** oder in über 50 Universitäten und Fachhochschulen in Deutschland.

Das Qualitätsmanagement im BDSU

Die Gewährleistung von Qualität und Professionalität der Berater und der Effizienz aller Vorgänge und Arbeiten eines Unternehmens muss Ziel einer jeden Geschäftsführung sein. Das gilt für Unternehmensberatungen ebenso wie für jedes andere Unternehmen und stellt eine komplexe Herausforderung dar, in die alle Ebenen der Unternehmensstruktur einbezogen werden müssen. Dieser Herausforderung gerecht zu werden, ist Ziel des Qualitätsmanagements.

Die Mitgliedsvereine des Bundesverbandes Deutscher Studentischer Unternehmensberatungen e.V. (BDSU) können die Anzahl ihrer Beratungsprojekte jährlich steigern. Wie der Name des Verbandes nahelegt, handelt es sich bei den Beratern in der Tat um Studierende. Doch passt das zusammen mit der Anforderung höchster Professionalität in der Beratungsbranche? Können Studierende Unternehmen beraten? Woher stammt das Vertrauen der Kunden in die Kompetenz der Berater?

Qualitätssiegel

Bei der Zusammenarbeit mit einer Beratung aus dem BDSU können Unternehmen sich sicher sein, dass professionelle Arbeit geleistet wird und hochwertige Ergebnisse erreicht werden.

Warum das so ist? – Eine wesentliche Säule des BDSU ist das Qualitätsmanagement. Es stellt hohe Ansprüche an die einzelnen Beratungen, Ihre Mitarbeiter und die Projektarbeit. Die in Anlehnung an die ISO 9001 eigens entwickelten BDSU QM-Richtlinien dienen dabei als Basis.

Die Einhaltung dieser hohen Standards wird mindestens einmal im Jahr in einem eintägigen Audit durch den BDSU Vorstand Qualitätsmanagement geprüft. Bei Schlecht- oder Nichterfüllung werden entsprechende Konsequenzen eingeleitet, die über den Entzug der Wort- und Bildmarke BDSU bis hin zum Ausschluss führen können.

Zusätzlich zu den regelmäßigen Prüfungen bedient sich der BDSU auch dem Instrument der Überraschungsaudits. Dies sind kurzfristig angekündigte Audits, welche jederzeit stattfinden können. Durch diese spontane Prüfung wird eine hohe Kontinuität in der Arbeit und der Beschäftigung mit dem wichtigen Thema Qualitätsmanagement gewährleistet.

Damit jede BDSU Beratung die hohen Maßstäbe von Anfang an erfüllt, wurde ein anspruchsvoller Aufnahmeprozess für neue Beratungen erarbeitet, der nach einem Jahr mit der Aufnahmeprüfung – ähnlich der regulären Audits – endet. Nur bei überzeugenden Ergebnissen wird die Mitgliedschaft im BDSU verliehen und für den Kunden eine weitere vertrauensvolle Beratung gekennzeichnet.

Inhalt aller Audits ist im Wesentlichen die Überprüfung der Einhaltung der Anforderungen an folgende Bereiche:

Aus- und Weiterbildung der Mitglieder

Jede BDSU-Beratung muss ein überzeugendes Schulungssystem vorweisen können. Dieses beinhaltet unter anderem Pflichtschulungen mit vorgegebenen Mindestinhalten, die jeder Student zu absolvieren hat, bevor er sich studentischer Berater nennen darf.

Auf die Projektarbeit vorbereiten soll ein so genanntes anspruchsvolles „Anwartschaftsprojekt", in dem jeder Student vor der Aufnahme seine fachlichen Fähigkeiten und die oft zitierten Soft-Skills unter Beweis stellen muss. Somit beginnt unsere Qualitätssicherung bereits an der Basis, bei jedem einzelnen Berater im Netzwerk.

Projektarbeit

Hohe Anforderungen bereits an die Besetzung verantwortungsvoller Posten stellen das gesunde Fundament für jede Beratungsleistung dar. Der Projektleiter muss entsprechende Erfahrungen und Qualifikationen besitzen und wird von einem „Senior-Berater", dem Projektcontroller, während des Projektes als externe Sicherung begleitet.

Kontrollschleifen, Evaluationssysteme und natürlich ein ausgebautes System der Erfahrungssicherung und -weitergabe runden das Bild der Projektarbeit ab.

Wissensmanagement

Nichts ist so wertvoll wie das Wissen unserer Berater und ihre Erfahrungen bei der Bearbeitung von Projekten. Um dieses für künftige Projekte zu sichern, stellt der BDSU hohe Anforderungen an Dokumentations- und Wissensmanagementsysteme – natürlich stets unter Berücksichtigung des Datenschutzes. Sowohl auf regionaler Ebene als auch bundesweit kann auf die Erfahrungen von über 3000 Projekten zurückgegriffen werden.

Ergänzt wird das Wissensmanagement im BDSU durch den regen Austausch von Best-Practice-Lösungen zu den unterschiedlichsten Aufgabenfeldern.

Vereinsführung

Im Gegensatz zur Projektarbeit ist das interne Engagement im Verein, der Beratung vor Ort, ehrenamtlich. Dies stellt natürlich erhöhte Anforderungen an die Mitarbeiter-/ Mitgliederführung. Der BDSU fordert daher unter anderem regelmäßige Zufriedenheitsanalysen und transparente Aktivitätsberichte der Vorstände der einzelnen angeschlossenen Initiativen, um die hohe Motivation der Jungberater zu erhalten.

Individualität

Wir verständigen uns auf gemeinsame Rahmenbedingungen. Dabei respektieren und fördern wir die Individualität unserer Mitglieder, die wir als Bereicherung empfinden.

Integrität

Durch konsequente Orientierung an unseren Idealen und Kernwerten schaffen wir nachhaltiges Vertrauen in unserem Netzwerk.

Offener Austausch

Wir tauschen unsere persönlichen und fachlichen Erfahrungen aus und unterstützen uns gegenseitig. Wir geben anderen Mitgliedern Bestätigung durch Wertschätzung, Offenheit und Vertrauen.

Unternehmerisches Denken

Wir denken langfristig und handeln unternehmerisch. Dies gilt nicht nur in Zusammenarbeit mit Kunden und Partnern sondern auch für die interne Verbandsarbeit.

Du möchtest gerne Einblicke in das Qualitätsmanagement erhalten und interessierst dich für Studentische Unternehmensberatung?

Informiere dich auf unserer Internetseite unter **www.bdsu.de** oder kontaktiere den BDSU-Vorstand unter **kontakt@bdsu.de** – wir freuen uns auf deine Fragen! ■

Kopf oder Zettel?

Ihr Gedächtnis kann wesentlich mehr als Sie denken

Mit der richtigen Technik merken Sie sich, was Sie wollen. Es ist einfacher, als Sie denken. Ob Sie nun Kundennamen, Gesichter, Daten und Fakten zur Person abspeichern wollen oder Telefon- oder PIN-Nummern, Fachliteratur, Kundennutzen, Argumente, Einwandbehandlungen, frei Reden, ja ganze Verkaufsgespräche sind mühelos machbar. Aber auch die ganz einfachen, alltäglichen Dinge wie etwa einige Erledigungen, den Tagesplan oder die besten Witze merken Sie sich mit der hier vorgestellten „Geisselhart-Technik des Gedächtnistrainings“ mit Leichtigkeit.

Die Grundtechnik ist das Assoziieren, also das Denken und Verknüpfen in und von Bildern und das Zulassen der hierbei empfundenen Gefühle. Da dies die Sprache unseres Unterbewusstseins ist, werden solche Informationen wesentlich besser, länger, genauer und sicherer abgespeichert, als nur einfaches wiederholen.

Suchen Sie sich einfach Ihr Thema aus und machen Sie die Probe, wie leistungsfähig Ihr Power-Tool mit der „Geisselhart-Technik des Gedächtnistrainings“ läuft.

So bilden Sie Assoziationen

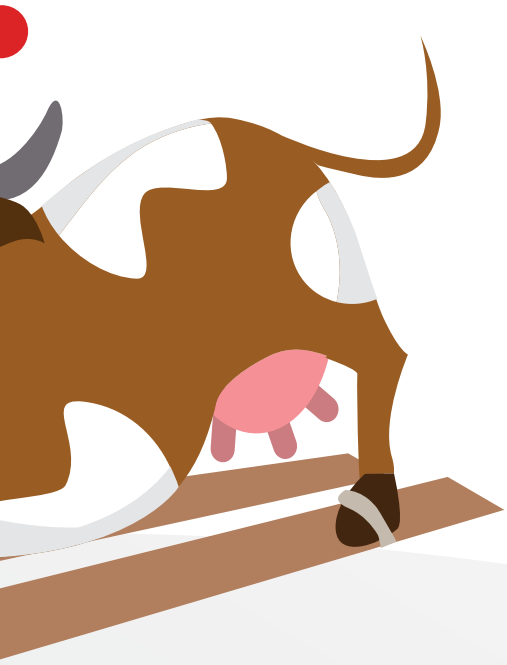
1. Je ungewöhnlicher und lustiger desto einprägsamer!
2. Sehen Sie Ihr Bild oder Filmchen vor Ihrem „geistigen Auge“.
3. Seien Sie spontan, grübeln Sie nicht lange über die passende Assoziation nach, sondern entscheiden Sie sich für die erste, die Ihnen einfällt.
4. Hören, fühlen, riechen und schmecken Sie Ihr Bild.
5. Übertreiben Sie.
6. Kein Druck, bleiben Sie locker!

So merken Sie sich Namen und Gesichter

1. Person, Gesicht, evtl. auffällige Merkmale beachten
2. Namen deutlich hören
3. Namen „verbildern“
4. Bild des Namens mit Bild der Person, Gesicht oder auffälligen Merkmal verknüpfen
5. Verknüpfungsbild mit allen Sinnen erleben
6. Die Verknüpfung bleibt Ihr Geheimnis!

Namen merken Beispiele

- Herrn Wolf stellen Sie sich z.B. mit einem Wolf tanzend vor.
- Frau Vorderbrügge steht vor der Brücke.
- Herr Strenge ist ein ganz Strenger.
- Herr Kuwalsky fährt mit einer Kuh auf dem Wall Ski.
- Frau Domaischel sitzt auf dem (Kölner) Dom während sie ein Ei schält.



Telefon-Nummern, PIN-Codes, Geheimnummern sofort gemerkt

Kreieren Sie eine lustige, absurde Geschichte aus den Zahlensymbolen und integrieren Sie bei einer Telefonnummer die dazugehörige Person, bei Ihrer Handy-PIN ihr Handy, etc.

Nehmen wir z.B. die Telefon-Nummer eines wichtigen Geschäftspartners: 9 5 0 9 0

Die Geschichte könnte dann ungefähr so ablaufen:

Sie sehen Ihren neuen Geschäftspartner im Geiste. Es kriecht eine Schlange (Symbol für die Neun) auf ihn zu. Diese packt er mutig mit der Hand (Symbol für die Fünf). Nun drückt er zu, bis sie ein Ei (Symbol für die Null) legt. Dieses platzt auf, heraus kommt eine neue Schlange (Neun), die, wenn sie Ihren Geschäftspartner sieht, das Ei (Null) lieber freiwillig legt.

Angenommen Ihre Bank-Kunden-Karte hätte die Geheimzahl: 2 8 5 3

Der Film dazu könnte evtl. so aussehen:

Sie stehen im Schalterraum Ihrer Bank. Plötzlich geht die Tür auf und ein „Schwan“ (Zwei) kommt herein. Er hebt seinen Flügel und holt eine „Sanduhr“ (Acht) darunter hervor. Die stellt er Ihnen auf die „Hand“ (Fünf). Doch Sie wehren sich sofort mit dem „Dreizack“ (Drei).

So eine skurrile Geschichte vergessen Sie bestimmt nicht wieder. Und jedes Mal, wenn Sie an Ihre Bank denken fällt Ihnen das Filmchen wieder ein und Sie haben sofort Ihre Geheimzahl parat.

Tagesplan im Kopf

Was Sie als erstes erledigen wollen verknüpfen Sie, wie bei der freien Rede, mit der Kerze. Die zweite Erledigung mit dem Schwan, usw.

Tagesplan Beispiel

1. Zur Bank und Schecks holen. (Stellen Sie sich die Schecks völlig mit Wachs, von der Kerze, vollgetropft vor.)

2. Den Privatwagen voll tanken. (Die Zapfpistole ist diesmal ein Schwan.)

3. Die neuen Kundenanalysen mit ins Meeting nehmen. (Alle Kundenkarteien auf dem Dreizack aufgespießt mit ins Meeting.)

4. Ein wichtiges Fax an einen Kunden senden. (Ihr Faxpapier ist grün und hat die Form eines vierblättrigen Kleeblattes.)

Wenn Sie sich nun wieder die Zahlensymbole anschauen werden die Erledigungen als kleine Filmchen Revue passieren.

Mit ein bisschen Training haben Sie die Zahlensymbole sicher schnell verinnerlicht. Sie werden auch feststellen, wie Ihre Kreativität rasant zunimmt. Denn die meisten Bilder oder Filmchen sind ja völlig absurd und lustig. Wer hier wieder wie ein Kind denken kann hat eindeutige Vorteile. So können Sie sich mit der „Geisselhart-Technik des Gedächtnistrainings“ also nicht nur mehr in kürzerer Zeit sicherer merken, nein, das Ganze auch noch lustig. Und lachen kann man schließlich nie genug. ■

Oliver Geisselhart

Der Bestsellerautor war bereits 1983 Europas jüngster Gedächtnistrainer. Heute ist er laut ZDF Deutschlands Gedächtnistrainer Nr. 1. In seinen Vorträgen und Seminaren versteht er es seine Zuhörer mit Witz, Charme und Esprit zu begeistern und sein Publikum zu Gedächtnisbenutzern zu machen.

Bekannt durch ARD, ZDF, RTL, Bild, Capital, FAZ, etc.

224 Seiten; Verlag: Gabal; Auflage: 5., Aufl.; ISBN: 978-3897495616; EUR 29,90

www.kopferfolg.de

The European Law Students' Association
GERMANY

Online Hate Speech – eine europäische Stimme gegen Beleidigungen und Diffamierendes im Internet

– Jurastudenten aus ganz Europa forschen in nationalen Rechtsordnungen –

Facebook, Twitter oder andere Social Media Plattformen gewinnen in unserem täglichen Leben zunehmend an Bedeutung, aber viel zu selten machen wir uns Gedanken darüber, wie die Personen auf der anderen Seite des Computers unsere Posts und Tweets verstehen und wie verletzend diese vielleicht sein können.

ELSA, The European Law Students´ Association, und der Europarat beschäftigen sich unter dem Motto „no hate speech movement“ mit dem Phänomen dieser virtuellen Herabsetzungen. Studenten aus 25 Ländern von Portugal bis Georgien und von Norwegen bis Malta haben sich, anhand eines vom Europarat ausgearbeiteten Fragenkataloges, mit den nationalen Vorschriften zur Strafbarkeit von online hate speech beschäftigt. Fragen wie „ist online hate speech in eurem Recht eine Handlung“ oder „wie wurde das zusätzliche Protokoll gegen cybercrime in Bezug auf online hate speech umgesetzt“, sind nur Beispiele dieser Problematik.

Foto: © Coloures-Pic – Fotolia.com

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

Diese Art der wissenschaftlichen Arbeit von Studenten nennt sich „Legal Research Group“. Dabei schließen sich ein paar Studenten zusammen und arbeiten anhand von vorher festgelegten Fragen an einem bestimmten Rechtsgebiet. Begleitet werden diese Forschungen regelmäßig von einem Experten auf dem Gebiet, welcher als sogenannter Academic Advisor die Einhaltung der wissenschaftlichen Standards überwacht und Anregungen für die weiteren Forschungen gibt. Auf diese Weise waren in den letzten Jahren internationale Legal Research Groups von ELSA initiiert worden, die sich beispielsweise mit den Rechten von Kindern bei

Übergriffen sexueller Art befassten oder zuletzt eine nationale Legal Research Group zum Datenschutzrecht in Deutschland. Die aktuelle Forschung zur online hate speech wurden von Eileen Müller (ELSA-Osnabrück e.V.) Sonja Hagenhoff (ELSA-Giessen e.V.), Alexander Trummer (ELSA-Erlangen-Nürnberg e.V.) und Thorsten Hagelgans (ELSA-Mainz e.V.) durchgeführt und von Prof. Dr. Brian Valerius (Universität Bayreuth) als Academic Advisor begleitet.

Die Ergebnisse dieser Studie dienen dem Europarat dazu, einen Überblick über die Rechtslage in den teilnehmenden Mitgliedsstaaten zu gewinnen und um zu erörtern, ob weitere Initiativen zur Vereinheitlichung der nationalen Rechtsordnungen erfolgen müssen, oder ob der nationale Schutz hinreichend vor diffamierenden Äußerungen im Internet schützt. Die Ergebnisse aller teilnehmenden Länder werden in einem Dokument zusammengefasst, welches letztendlich die Rechtslage in 25 europäischen Ländern auf über 500 Seiten zusammenfasst und vom Europarat veröffentlicht wird. So bekommen Studenten, welche sich bei diesen Projekt engagieren, die Möglichkeit aktiv an den Gesetzgebungsprozessen teilzunehmen und erhalten die Gelegenheit, ihre Arbeiten in einem offiziellen Dokument des Europarates veröffentlichen zu können.

Zum Abschluss des „no hate speech movements" wird auf einer internationalen Konferenz, die vom 03. bis zum 08. Dezember 2013 in Oslo stattfindet, über die dort vorgestellten Ergebnisse der Legal Research Groups diskutiert werden. Daneben wird es ein akademisches Programm mit Vorträgen und Workshops geben, sowie einen Besuch bei der norwegischen Polizeiabteilung, welche sich mit fremdenfeindlichen- und online begangenen Straftaten befasst.

Als weiterer Programmpunkt werden die Gewinner der Essay Competition „online hate speech: right or crime?" geehrt. Für diese Essay Competition welche als internationaler Aufsatzwettbewerb ausgeschrieben war, konnten ELSA-Mitglieder bis zum 18.03.2013 Beiträge einreichen.

ELSA als ein Verein mit der Vision „A just world in which there is respect for human dignity and cultural diversity" macht mit diesem Projekt einen großen Schritt diesem Wunsch gerecht zu werden. Mit dieser Legal Research Group und der begleitenden Essay Competition werden die Grenzen zwischen den Rechten der einzelnen Personen ausgelotet und ein Beitrag zur Völkerverständigung geleistet. ■

Julia Bianca Stock
Vorstand für akademische Aktivitäten,
ELSA-Deutschland e.V.

MARKET ▸ TEAM

Eine interdisziplinäre Studenteninitiative feiert ihr 30-jähriges Bestehen

MARKET TEAM – Verein zur Förderung der Berufsausbildung e. V. organisiert seit 30 Jahren Veranstaltungen von Studierenden für Studierende zusammen mit Unternehmen. Bei uns lernen die Mitglieder nicht nur Projekte, sondern auch sich selbst zu organisieren. Durch die von ihnen ausgerichteten Veranstaltungen ermöglichen sie ihren Kommilitonen sich frühzeitig auf dem Arbeitsmarkt zu orientieren. Unternehmen loben die Möglichkeit auf diesem Weg einen persönlichen Kontakt zu Studierenden knüpfen zu können. Eine Win-Win-Win Situation, die sich in 30 Jahren bewährt hat.

MARKET TEAM wurde bereits Ende 1983 von Manfred Auer als praktische Erweiterung des Hochschulangebotes in Konstanz gegründet. Schon im folgenden Jahr wurde die Gemeinnützigkeit anerkannt und aus einer kleinen Interessengruppe etablierte sich eine „vollwertige Studenteninitiative“. Aus diesem Anlass feiern wir dieses Jahr unser 30-jähriges Jubiläum.

Wir sind eine Studenteninitiative, die jedem eine Chance gibt, sich zu engagieren und weiter zu entwickeln, unabhängig davon, in welchem Studiengang oder Semester sich ein Interessent befindet. Der Ansatz über den Tellerrand zu schauen, frühzeitig ein Netzwerk zu Experten verschiedener Fachbereiche aufbauen zu können und gemeinsam an vielfältigen Projekten und Veranstaltungen zu arbeiten, fand bei den Studierenden schnell Anklang.

So kam es zu einer Expansionswelle, die nach drei Jahren bereits neun Standorte in ganz Deutschland hervorbrachte. In den vergangenen 30 Jahren wurden an 47 Hochschulstandorten Interessengemeinschaften und Geschäftsstellen gegründet und heute können wir stolz auf 17 Geschäftsstellen blicken.

Konstanz

Es begab sich anno

1984

In der altehrwürdigen Konzilstadt an den Ufern des Lacus Constantiensis erzählt man sich folgende Geschichte : Eine Handvoll aufgeweckter, wissensdurstiger Studiosi machte sich auf die Reise durch die undurchdringliche Landschaft der Hohen Lehren. Sie waren auf der Suche nach Verbündeten, die ihre Ideale teilten. Wo gab es Platz für Freidenker, die fern jeglicher Hierarchie, ihre Ideen verwirklichen konnten ? Nirgendwo fand man ein Refugium. So gingen sie selbst ans Werk, ihre Ideenschmiede zu verwirklichen. Und die Funken flogen über... Heute schreiben wir das Jahr 1994. Die älteste der 17

Von Anfang an bestand bei Unternehmen ein großes Interesse daran, mit der neuen Initiative zusammenzuarbeiten, und so wurde die erste Veranstaltung, ein Vortrag mit der Coca Cola GmbH zum Thema Franchise, organisiert. Seitdem haben wir mit weit über 1000 Unternehmen kooperiert und damit einen wichtigen Beitrag zum praktischen Hochschulangebot an vielen Universitäten und Fachhochschulen geleistet.

Wie haben sich die Ziele von MARKET TEAM innerhalb von 30 erfolgreichen Jahren Vereinsgeschichte verändert?

Im Wesentlichen gar nicht. Wir bieten Studierenden immer noch ein deutschlandweites und interdisziplinäres Netzwerk an, das ihnen ermöglicht sich erfolgreich weiter zu entwickeln, indem wir Veranstaltungen organisieren, die bei der Berufsorientierung unterstützen.

Die internen Strukturen und Schwerpunkte wandelten sich hingegen mit jeder neuen Vorstandsgeneration. Eine Studenteninitiative muss grundsätzlich flexibel sein. Die Mitgliederfluktuation ist naturgemäß groß und so manch einer kann nur ein bis zwei Semester dabei bleiben. Insbesondere deshalb gilt es, Potenziale schnell zu entdecken, zu fördern, zu nutzen und das generierte Wissen schließlich zu sichern.

Wir haben einen Weg gefunden, dies zu gewährleisten und sind stolz auf unser internes Weiterbildungsangebot.

Interessierte fragen oft, wie es möglich ist, einen solchen Verein neben dem Studium aufzubauen und wieso so viele Studierende bereit dazu sind, ehrenamtlich Zeit zu investieren.

Die meisten Mitglieder würden darauf mit dem „MT-Spirit“ antworten. Teil eines Netzwerkes zu sein, an gemeinsamen Zielen und an sich selbst zu arbeiten, schweißt ein Team zusammen. So entwickeln sich bei MARKET TEAM viele Freundschaften und ein einzigartiges Gemeinschaftsgefühl, das so manches Mitglied über sich hinauswachsen lässt.

Zu den größten Herausforderungen für uns gehört der Bologna-Prozess, durch den sich das klassische Studium stark verändert hat und der dafür sorgt, dass Studierende weniger Zeit für ein außeruniversitäres Engagement haben. Gleichzeitig haben die Hochschulen jedoch erkannt, wie wichtig der Praxisbezug neben dem Studium ist. Es liegt an uns zu schauen, wie diese Änderungen sich auf unsere Arbeit auswirken. Dabei legen wir großen Wert darauf, weiterhin das Hochschulangebot sinnvoll zu ergänzen und unseren Mitgliedern zu ermöglichen, sich gemeinsam weiter zu entwickeln. Dazu suchen wir stetig den Kontakt zu Hochschulen, Studierenden und Unternehmen.

Um sich diesen Herausforderungen zu stellen, arbeitet die aktuelle Vorstandsgeneration sehr stark an der kommunikativen und strategischen Ausrichtung des Vereins. Wir modernisieren sowohl unseren Außenauftritt, als auch unser Angebot und legen großen Wert darauf, unseren Traditionen und Zielen dabei treu zu bleiben. Ein Ergebnis dieser Arbeit ist das neue Vereinslogo.

30 JAHRE MARKET TEAM

Die „Idee MARKET TEAM“ wird so sicherlich noch viele Jahre weiterleben und der Vision nachkommen, „ein Angebotsspektrum, das allen Studierenden berufliche Orientierung ermöglicht“, zu schaffen. ■

Björn Fieweger
MARKET TEAM e. V.
Bundesvorstand 13/14

campushunter
das etwas andere Karrieremagazin

ALLE REGIONALEN AUSGABEN AUCH ONLINE

UND AUF FACEBOOK GEHT'S WEITER!

www.campushunter.de
facebook.com/campushunter.de

Unternehmen im Portrait

von A bis Z

88
Bayerische Landesbank
Ihr Einstieg bei der BayernLB

92
CLAAS
Generation CLAAS

96
Fraport AG
Kompetenz im Airport Management

100
Freudenberg Gruppe
Innovation von morgen

104
Knorr-Bremse AG
Mehr als eine Milliarde Menschen vertrauen Systemen von Knorr-Bremse

108
Krones AG
Ein Pionier freut sich auf die Zukunft

112
MAHLE
Technik im Fokus. Menschen im Blick.

116
Mars Deutschland
Erfolgsgeschichten seit 1911

120
PricewaterhouseCoopers AG
Praxis erfrischt die Theorie

124
Schaeffler
Gemeinsam bewegen wir die Welt

128
SKF
Fünffache Kompetenz in der Weltspitze

132
TÜV Rheinland
Genau. Richtig.

136
Unilever Deutschland
Karriere ganz nach meinem Geschmack

140
Voith GmbH
Spannende Aufgaben und Herausforderungen

Statement zum außeruniversitären Engagement

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 Selbständigkeit, Teamarbeit, Verantwortung, Engagement, Zeitmanagement und Kreativität geschult, die von je her 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

Hier geht's nach oben – Ihr Einstieg bei der BayernLB

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 über 9.900 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.

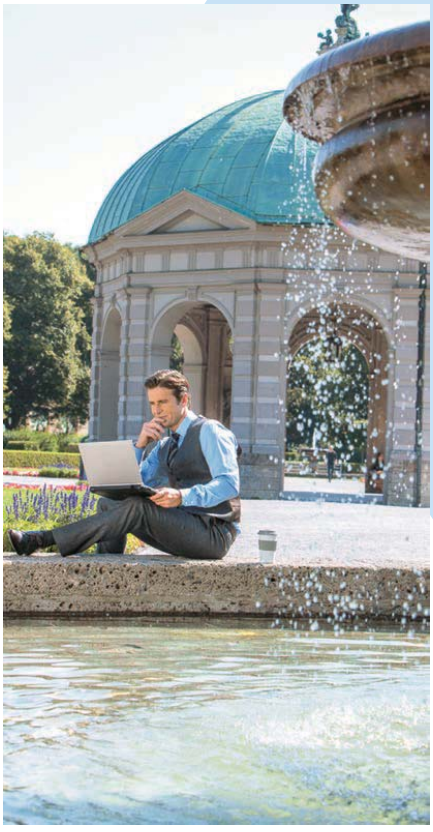
Die BayernLB bietet ein fokussiertes, auf den Bedarf ihrer Kunden ausgerichtetes Leistungsspektrum an Produkten und Dienstleistungen im Corporate sowie Retail Banking, im gewerblichen Immobiliengeschäft und als Zentralbank der bayerischen Sparkassen. Zu den Kundensegmenten der BayernLB zählen: Großkunden einschließlich Institutionen sowie die Öffentliche Hand in Deutschland, Kunden im gewerblichen Immobiliengeschäft, mittelständische Firmenkunden und Privatkunden. Die Kombination aus strategisch ausgerichtetem Firmenkundengeschäft sowie effizientem, gemeinsam mit Sparkassen und Tochterunternehmen umgesetzten Privatkunden-

geschäft bildet eine solide Basis für den nachhaltigen Unternehmenserfolg der BayernLB im Wettbewerb.

Im Verbund mit den bayerischen Sparkassen zeichnet sich das Profil der BayernLB durch eine ausgeprägte Kundennähe und Kundenorientierung sowie Solidität und Verantwortungsbewusstsein gegenüber Kunden, Geschäftspartnern, Anteilseignern und ihren Mitarbeitern aus. Mit klarer Geschäftsstrategie, anerkannter Expertise sowie effizienten kunden- und produktorientierten Organisationsstrukturen sind wir bestens aufgestellt für die Herausforderungen der Zukunft.

Auch soziales Engagement wird bei BayernLB groß geschrieben. 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.

Eine andere Form des sozialen Engagements ist das Mentorenprogramm bei der JOBLINGE AG. Hier werden Jugendliche, die keine Ausbildungsstelle finden, über einen Zeitraum von sechs Monaten



betreut und qualifiziert. BayernLB-Mitarbeiter und Joblinge bilden dabei Tandems; die Bankmitarbeiter unterstützen die Jugendlichen auf vielfältige Art und Weise.

Dies ist nur ein kurzer Auszug über das Engagement der BayernLB. Bei weiterem Interesse finden Sie unseren vollständigen Nachhaltigkeitsbericht unter:
http://www.bayernlb.de/internet/de/content/metanav/bayernlb/unternehmerische_verantwortung_1/unternehmerische_verantwortung.jsp

Talentierte junge Nachwuchskräfte können Ihren Einstieg bei der BayernLB sowohl während als auch nach dem Studium finden:
Erfahrungen können Studenten (m/w) bereits im Rahmen eines Praktikums in unserer Zentrale sammeln und dabei in vielen attraktiven Bereichen wie zum Bsp. im Risikomanagement, dem Wertpapierhandel oder in einem unserer Stabsbereiche einen ersten Einblick gewinnen.

Jeder Mensch hat andere Talente und Fähigkeiten. Deshalb bieten wir mit unseren Traineeprogrammen einen individuell konzipierten Berufseinstieg für Hochschulabsolventen (m/w). Unsere Grundphilosophie: ein hohes Maß an Flexibilität, um so einerseits bedarfsorientiert auszubilden und andererseits auf die Wünsche sowie Vorstellungen unserer Trainees (m/w) eingehen zu können. Die Zielposition ist somit nicht von vornherein festgelegt, sondern wird in 15 Monaten gemeinsam entwickelt. Der Einsatz erfolgt im Bankgeschäft, wir erwarten daher auch wirtschaftswissenschaftlich bzw. bankfachlich ausgerichtete Vorkenntnisse, die in unseren Fachbereichen angewendet werden können. Darüber hinaus sollten Hochschulabsolventen (m/w) Neugier, Eigeninitiative sowie Ideenreichtum mitbringen und dazu Spaß an der Dienstleistung sowie am Kundenkontakt haben. ■

FIRMENPROFIL

Allgemeine Informationen

Branche
Bank

Bedarf an HochschulabsolventInnen
Kontinuierlicher Bedarf an bis zu 10 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 Leistungsspektrum an Produkten und Dienstleistungen im Corporate sowie Retail Banking, im gewerblichen Immobiliengeschäft und als Zentralbank der bayerischen Sparkassen.

Anzahl der Standorte

München, Düsseldorf, Nürnberg, Frankreich, Großbritannien, Luxemburg, Ungarn, Asien und Amerika

Anzahl der MitarbeiterInnen

Über 9.900 konzernweit

Jahresumsatz

In 2012: 286,8 Mrd. Euro Konzernbilanzsumme

Einsatzmöglichkeiten

Markt- sowie Marktfolge in allen Geschäftsbereichen möglich

Mögliche Einstiegstermine

Studiengänge jeweils zum 01. September; Praktikum/Abschlussarbeit laufend; Traineeprogramm jeweils zu Quartalsbeginn

Auslandstätigkeit

Bei sinnvoller Ergänzung ist ein Aufenthalt außerhalb der Zentrale im Rahmen des Traineeprogramms möglich

Einstiegsgehalt für Absolventen

Ca. 45.000 - 50.000 Euro p.a.

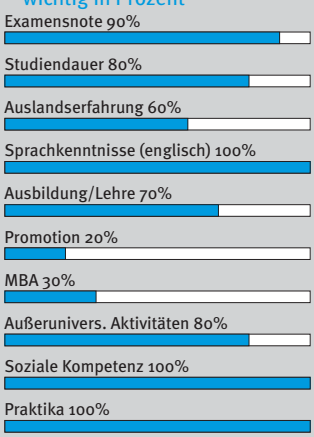
Warum bei BayernLB bewerben?

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 brauchen 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 fachlichen 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 Ideenreichtum, Neugierde, Spaß an der Dienstleistung sowie am Kundenkontakt

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

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:

[Perspektive]

Starten Sie jetzt durch

Das Trainee-Programm der BayernLB

Sie haben einen überdurchschnittlichen Abschluss in Wirtschaftswissenschaften oder Jura und bringen erste Praxiserfahrung im Finanzwesen mit? Sie 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 deutsche Geschäftsbank – verwurzelt in Bayern, erfolgreich in Deutschland und geschätzt für maßgeschneiderte Finanzlösungen. Mit neuer Struktur und einem überzeugenden Geschäftsmodell sind wir bestens aufgestellt für die Herausforderungen der Zukunft.

▸ 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

Finanzgruppe

BayernLB

Statement zum außeruniversitären Engagement

Nutzen Sie Ihr Engagement und Ihre Initiative als Sprungbrett in die CLAAS Welt. Denn Initiative ist das, was auch uns groß gemacht hat. Sie sollten Neugier mitbringen, Interesse und Engagement zeigen, Verantwortung übernehmen wollen, Spaß an Einsätzen im Ausland haben und das Leben anderer Kulturen spannend finden. Viele dieser Eigenschaften können Sie schon während Ihres Studiums sammeln – denn wenn die Soft Skills stimmen, dann ist es fast egal, was Sie studieren. Deshalb freuen wir uns auf engagierte Studenten und Absolventen aus nahezu allen akademischen Bereichen.

„Wir sind besonders an engagierten Talenten interessiert, da sie bereits während ihres Studiums gelernt haben, im Team und international zusammen zu arbeiten. Erste Führungserfahrungen sowie interkulturellen Erfahrungen sind entscheidende Vorteile gegenüber anderen, nicht ehrenamtlich engagierten Studierenden.“

Gerd Hartwig, Generalbevollmächtigter CLAAS KGaA mbH, Personal

CLAAS Generation CLAAS.

Auch wenn wir rund um den Globus aktiv sind und an elf Standorten weltweit produzieren, bleiben wir dennoch ein Familienunternehmen. Ein Unternehmen, das jedem den idealen Nährboden für eine erfolgreiche Zukunft bietet.

Nur wer Können sät, wird Erfolge ernten. Das ist ein wichtiger Grundsatz bei CLAAS und der Erfolg gibt uns Recht. Seit einem Jahrhundert setzen wir Meilensteine in der Entwicklung von Erntemaschinen. Was im Jahr 1913 mit der Produktion von Strohbindern begann, ist zu einer festen Größe auf dem Weltmarkt geworden: CLAAS ist einer der weltweit führenden Hersteller von Landtechnik. Wir sind europäischer Marktführer bei Mähdreschern und Weltmarktführer bei selbstfahrenden Feldhäckslern. Auch mit unseren Traktoren, landwirtschaftlichen Pressen und Grünland-Erntemaschinen belegen wir Spitzenplätze in der weltweiten Agrartechnik. Dazu kommt modernste Informationstechnologie: Machine-to-machine communication, intelligente Vernetzung und die Verbesserung des gesamten Ernteprozesses. Unsere Produkte sorgen für Effizienz in der landwirtschaftlichen Produktion und sie schonen natürliche Ressourcen durch immer geringeren Energieverbrauch.

Industrie 4.0 ist bei CLAAS bereits Realität und Nachhaltigkeit ist Prinzip.

Treibende Kraft dahinter sind die weltweit 10.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die ihr Können und ihre Leidenschaft für Landwirtschaft rund um den Globus für unsere Kunden und unser Unternehmen einsetzen. Viele von ihnen bleiben ein Arbeitsleben lang „Claasianer“ – weil sie den Charakter von CLAAS als Familienunternehmen schätzen, weil sie sich weiterentwickeln können und immer neue Perspektiven geboten bekommen. ■

Hightech-Maschinen, Teamgeist und Leidenschaft: Ein Praktikum bei einem der weltweit führenden Hersteller von Landtechnik zu machen, verspricht eine abwechslungsreiche und anspruchsvolle Zeit zu werden.
Teresa Wellmann, bei AIESEC engagiert und ehemalige Praktikantin, gibt Einblicke in die CLAAS Arbeitswelt und zieht Parallelen zwischen ihrem außeruniversitärem Engagement und ihrem Praktikum im Bereich Personal- und Hochschulmarketing.

Als Studentin der Internationalen Wirtschaftswissenschaften habe ich CLAAS auf einem Firmenkontaktgespräch an der Uni Paderborn kennengelernt. Sofort hat mich das moderne Familienunternehmen begeistert und die Arbeit in dieser zukunftsweisenden Branche gereizt. Als ich nach meinem Bachelor ein Praxissemester einplante, stand für mich fest: Das möchte ich bei CLAAS verbringen!

Durch mein außeruniversitäres Engagement konnte ich für das Praktikum bereits einige wichtige Soft Skills mitbringen und fachliche Inhalte beisteuern. So habe ich bei CLAAS an Aufgaben gearbeitet, mit denen ich bei AIESEC schon zu tun hatte – diesmal jedoch aus einer neuen Perspektive. Ich wechselte von der Studierenden- auf die Unternehmensseite.

Die Parallelen zwischen CLAAS und AISESEC sind erstaunlich.

Das war eine tolle Möglichkeit, nicht nur bereits gelernte Inhalte mit in das Praktikum bringen zu können, sondern auch Parallelen zwischen unserer Studenteninitiative und CLAAS zu ziehen. An AIESEC habe ich besonders den internationalen Charakter geschätzt. Auch bei CLAAS wird Internationalität jeden Tag gelebt. Ich fühlte mich von Anfang an in der saatengrünen Familie sehr wohl.

CLAAS kann mit AIESEC auf eine langjährige Partnerschaft auf lokaler Ebene zurückblicken. Das Unternehmen unterstützt mehrere Lokalkomitees als Mitglied im Förderbeirat und Kuratorien. Auch die regelmäßige Teilnahme an Firmenkontaktgesprächen ist bei CLAAS Tradition.

Um künftig noch enger zusammen zu arbeiten, ist CLAAS nun Mitglied des National Fördernden Beirates von AIESEC Deutschland. So kann CLAAS gemeinsam mit AIESEC die Ausbildung von Führungskräften, die einen positiven Einfluss auf die Gesellschaft haben, weiterhin aktiv unterstützen.

Auf der Nationalen Konferenz 2013 konnten die Claasianer den AIESEC Geist dann erstmals live erleben. Als Konferenzpartner hielt Dr. Theo Freye,

Sprecher der CLAAS Geschäftsleitung, die Keynote Speech zum Thema „Agricultural machinery – How to contribute to the major challenges of the future".

Zudem hat CLAAS einen Workshop mit dem Thema „Riding the Kondratjew Waves: Agrartechnik vor der Ausmusterung oder vor einem Revival?" angeboten. Christian Radons, Geschäftsführer Vertrieb und Betriebswirtschaft der CLAAS Agrosystems KGaA mbH & Co. KG, erklärte die verschiedenen Zyklen, die die Landwirtschaft in den letzten Jahrhunderten beeinflussten und welche globalen Megatrends uns in Zukunft erwarten – wie etwa die Steigerung der Weltbevölkerung bei gleichzeitig schrumpfender landwirtschaftlicher Nutzfläche. Gemeinsam mit den Studenten machten wir uns auf die Suche nach Antworten, wie die landwirtschaftliche Produktion gesteigert werden kann und diskutierten, welche neuen Anforderungen hierbei berücksichtigt werden müssen. Schnell stand fest: Nichts ist spannender als Landwirtschaft.

CLAAS teilt die Überzeugung von AIESEC, dass die Welt von morgen innovativ und global denkende Führungskräfte braucht.

Mein Tipp für eure Zukunft:
Engagiert euch außeruniversitär und sammelt so schon vor dem Berufseinstieg praktische Erfahrungen.

FIRMENPROFIL

Kontakt
Ansprechpartner finden Sie in den jeweiligen Stellenausschreibungen unter www.claas.jobs

Anschrift
Kristin Deeke
Münsterstrasse 33
33428 Harsewinkel

Telefon/Fax
Telefon: +49 5247 12-3677
Fax: +49 5247 12-2010

E-Mail
karriere@claas.com

Internet
claas.com

Bevorzugte Bewerbungsart(en)
Bitte bewerben Sie sich online (initiativ über eine Registrierung in unserem System oder direkt auf die jeweiligen Ausschreibungen auf www.claas.jobs).

Direkter Link zum Karrierebereich
www.claas.jobs

Angebote für Studierende
Praktika? Ja, Einsatzmöglichkeiten für ca. 300 Praktikanten pro Jahr

Abschlussarbeiten? Ja, Bachelor- und Master-, Praxis- und Projektarbeiten

Werkstudenten? Ja

Duales Studium? Ja,
- Bachelor of Arts m/w – Studiengang BWL-Industrie
- Bachelor of Arts m/w – Studiengang Agramanagement
- Bachelor of Science m/w – Studiengang Wirtschaftsinformatik
- Bachelor of Engineering m/w – Studiengang Wirtschaftsingenieurwesen
- Bachelor of Engineering m/w – Studiengang Maschinenbau
- Bachelor of Engineering m/w – Studiengang Mechatronik
- Bachelor of Engineering m/w – Studiengang Agrartechnik

Trainee-Programm? Ja

Direkteinstieg? Ja

Promotion? Auf Anfrage

QR zu CLAAS:

Allgemeine Informationen

Branche
Agrartechnik, Maschinen- und Anlagenbau

Bedarf an Hochschulabsolventen
Kontinuierlicher Bedarf

Gesuchte Fachrichtungen

- Agrartechnik, -wirtschaft und -wissenschaften
- Maschinenbau
- Mechatronik
- Elektrotechnik
- Informatik
- Ingenieurinformatik
- Wirtschaftsingenieurwesen
- Wirtschafts- und Rechtswissenschaften

Produkte und Dienstleistungen

Erntemaschinen, Traktoren, Pressen, landwirtschaftliche Informationstechnologien

Anzahl der Standorte

Inland: Harsewinkel, Gütersloh, Paderborn, Hamm, Bad Saulgau
Ausland: GB, FR, ES, IT, AT, HU, RO, PL, UA, RU, IN, TH, AR, USA, CN

Anzahl der MitarbeiterInnen

Weltweit 10.000

Jahresumsatz

3,8 Milliarden Euro (2013)

Einsatzmöglichkeiten

In allen Unternehmensbereichen: von F&E über Vertrieb und Produktion, IT bis hin zu allen kaufmännischen Abteilungen

Einstiegsprogramme

(Auslands-) Praktika, Praxissemester, Gap Year Program, CLAAS Master Program, Internationale Traineeprogramme, Direkteinstieg

Mögliche Einstiegstermine

Jederzeit

Auslandstätigkeit

Internationale Jobangebote finden Sie auf unserer Karriereseite www.claas.jobs sowie die entsprechenden Ansprechpartner der jeweiligen Landesgesellschaft.

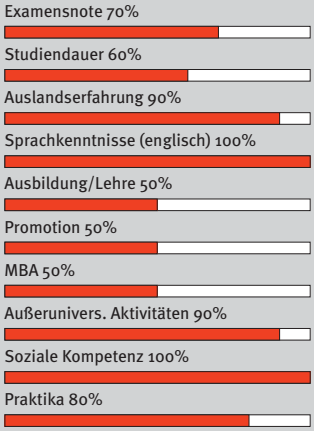
Warum bei CLAAS bewerben?

Die Menschheit wächst immer weiter – CLAAS wächst mit. Seit 100 Jahren setzen wir Meilensteine in der Entwicklung von Erntemaschinen. Bei uns finden Sie deshalb nicht irgendeinen Job, sondern die anspruchsvolle Aufgabe, immer bessere Ernten durch innovative Technik zu ermöglichen. Dafür engagieren sich 10.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in 140 Ländern. Talente aller Berufsfelder, die jeden Tag einen Beitrag zur Ernährung der Welt leisten.

Einsatzmöglichkeiten für ca. 300 Praktikanten pro Jahr!

BEWERBERPROFIL

Bewerberprofil wichtig in Prozent



Sonstige Angaben

Ein hohes Maß an Kommunikationsfreude, Kundenorientierung, Verantwortungsbewusstsein und systematische Arbeitsweise; Bezug zur Landwirtschaft; überzeugende Persönlichkeit.

Bei CLAAS gibt es vielfältige Einstiegsmöglichkeiten:
· Technische und kaufmännische Ausbildung
· Duales Studium
· Praktika im In- und Ausland, gern auch in Kombination mit Abschlussarbeiten
· Praxissemester
· Gap Year Program
· CLAAS Master Program
· Internationale Traineeprogramme
· Direkteinstieg

Ausführliche Informationen finden Sie auf www.claas.jobs

Talente gesucht, die auf allen Feldern zu Hause sind.

Die Landtechnik ist einer der lebenswichtigsten Wirtschaftszweige der Welt, denn die Menschheit wächst immer weiter. So werden im Jahr 2025 etwa 8 Mrd. Menschen auf der Erde leben. Moderne Erntemaschinen helfen, die steigende Nachfrage nach Nahrungsmitteln zu bedienen. Hightech-Produkte von CLAAS sind in 140 Ländern im Einsatz. Mit 10.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern an unseren Standorten weltweit erzielen wir einen Umsatz von 3,8 Mrd. Euro.

Zukunft ernten: **www.claas.jobs**

CLAAS

Statement zum außeruniversitären Engagement

Als nachhaltig orientiertes Unternehmen verbindet die Fraport AG so gegensätzliche Ziele wie individuelle Mobilität und globalen Umweltschutz miteinander. Dazu zählt insbesondere die Verantwortung für unsere Beschäftigten und für die Anwohner der Region. In diesem Zusammenhang unterstützt die Fraport AG schon seit vielen Jahren Institutionen in der Region, wie Sportvereine, soziale und kulturelle Einrichtungen.

Wir begrüßen es ebenfalls, wenn sich auch unsere Fach- und Führungskräfte neben dem Arbeitsleben in der Freizeit engagieren. Die Fähigkeit und Bereitschaft, sich in unterschiedlichen Themen einzubringen und Verantwortung zu übernehmen, wirkt sich vorteilhaft auf das Arbeitsverhältnis aus.
Die Mitarbeiter sammeln auf diese Weise Erfahrungen in verschiedenen Lebens- und Interessenbereichen und sind in der Lage, über den Tellerrand hinauszusehen.
Bei Einstellungsinterviews und Auswahlverfahren, insbesondere von Hochschulabsolventen, ist die Frage nach außeruniversitärem Engagement mittlerweile Standard.

Dies ermöglicht Rückschlüsse auf die Persönlichkeit und erhöht die Chancen auf dem Arbeitsmarkt.

Michael Pilger, Leiter Personalmanagement Service- und Zentralbereiche, Fraport AG

Fraport – Kompetenz im Airport Management

Die Fraport AG gehört international zu den führenden Unternehmen im Airport-Business und betreibt mit dem Flughafen Frankfurt eines der bedeutendsten Luftverkehrsdrehkreuze der Welt. Als erfahrener Airport-Manager entwickelt Fraport den Flughafen Frankfurt gemeinsam mit Partnern zur „Frankfurt Airport City" - einem herausragenden Mobilitäts-, Erlebnis- und Immobilienstandort.

Zum Dienstleistungsspektrum der Fraport AG gehören nicht nur sämtliche Services rund um den Flugbetrieb, Fraport ist auch kompetenter Partner für Airport-Retailing und Immobilienentwicklung. Als Full-Service-Anbieter im Airport-Management ist die Fraport AG über Beteiligungen und Tochtergesellschaften auf vier Kontinenten aktiv. Der Fraport-Konzern erwirtschaftet im Jahr rund zwei Milliarden Euro Umsatz.

78.000 Beschäftigte (Beschäftigtenzahl inkl. The Squaire und Gateway Gardens) – knapp 19.900 allein bei der Fraport AG und ihren Töchtern und Beteiligungen vor Ort – bei insgesamt ca. 500 Firmen und Institutionen machen den Frankfurter Flughafen zur größten Arbeitsstätte Deutschlands. Seit 1980 ist die Zahl der Beschäftigten um mehr als 40.000 gestiegen, während in derselben Zeit die klassischen Industriebetriebe ihre Beschäftigtenzahlen immer weiter abbauen mussten. Die meisten Arbeitsplätze am Flughafen sind der Dienstleistungs-Branche zuzuordnen. Vom Arbeiter bis zum Manager ist das gesamte Berufsspektrum vertreten. Auch im Bereich der Ausbildung ist Fraport mit jährlich ca. 110 neuen Auszubildenden ein wichtiger Partner. In der Vergangenheit hat sich gezeigt, dass mit der Zahl der Flugbewegungen auch die Zahl der Flughafen-Jobs wächst. Legt man die bisherigen Erfahrungen zugrunde, so wird die geplante Kapazitätserhöhung am Airport und in der Rhein-Main-Region zu einem Schub an weiteren Arbeitsplätzen führen. Zusätzlich schafft und sichert jeder Beschäftigte am Flughafen weitere Arbeitsplätze in der Region.

Hochschulabsolventen bieten wir einen Einstieg über unser Trainee Programm an. Das Programm startet in der Regel im Oktober und dauert ein Jahr. Die neuen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter durchlaufen während einer 12-monatigen Integrationszeit mehrere, vorher festgelegte Bereiche und erhalten einen umfassenden Einblick in Arbeitsabläufe und Prozesse, sowie das Kerngeschäft und die Produkte des Unternehmens. Im Rahmen der Bearbeitung anspruchsvoller Projektthemen erhalten die Teilnehmer die Möglichkeit, ihr mitgebrachtes Wissen für das Unternehmen gewinnbringend einzusetzen. Zusätzlich enthält das Traineeprogramm ergänzende Qualifizierungsmaßnahmen und ermöglicht eine fachliche, methodische und persönliche Weiterentwicklung. Nach Abschluss des Programms wechselt der Trainee auf die bereits im Vorfeld festgelegte Zielposition.

Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind das wichtigste Kapital unseres Unternehmens. Sie bestimmen mit Ihrem Wissen, Können und Engagement in hohem Maße unseren Geschäftserfolg. Wir wollen dies fördern und bieten neben vielfältigen Entwicklungsmaßnahmen und Angeboten zur Vereinbarkeit von Beruf und Familienleben eine Reihe von zusätzlichen Leistungen.

Steigen Sie bei uns ein! ■

FIRMENPROFIL

Kontakt
Ansprechpartner
Elina Pohl

Anschrift
Fraport AG
Personalmarketing (PSL-PR1)
60547 Frankfurt am Main

Telefon/Fax
Telefon: + 49 69 690-22220
Fax: + 49 69 690-66264

E-Mail
abschlussarbeit@fraport.de,
praktikum@fraport.de
bewerberservice@fraport.de

Internet
www.fraport.de
http://www.facebook.com/FraportKarriere

Bevorzugte Bewerbungsart(en)
Bitte bewerben Sie sich ausschließlich über unser Online-Bewerbungsformular

Direkter Link zum Karrierebereich
www.fraport.de/karriere

Angebote für Studierende Praktika?
Ja, Einsatzmöglichkeiten für ca. 200 Praktikanten /-innen pro Jahr

Wissenschaftliche Arbeit?
Ja, Betreuungsmöglichkeiten für ca. 80 Arbeiten pro Jahr

Werkstudenten? Ja

Duales Studium?
Ja,
eine Übersicht der aktuell angebotenen Studiengänge entnehmen Sie bitte unserer Internetseite

Trainee-Programm? Ja

Direkteinstieg? Ja

Promotion? Nein

QR zu Fraport:

Allgemeine Informationen
Branche
Transport, Verkehr, Logistik

Gesuchte Fachrichtungen
Ingenieurwesen, Wirtschaftsingenieurwesen, Informatik, Wirtschaftsinformatik, Wirtschaftswissenschaften (insbesondere Betriebswirtschaft)

Produkte und Dienstleistungen
Flughafenmanagement (Frankfurt und weltweit), Sicherheitsdienstleistungen, Handels- und Vermietungsmanagement, Ground Handling

Anzahl der Standorte
Ca. 15

Anzahl der MitarbeiterInnen
Mehr als 20.000 weltweit

Jahresumsatz
Über 2 Mrd EURO

Einsatzmöglichkeiten
In den Unternehmensbereichen bestehen vielfältige Einsatzmöglichkeiten

Einstiegsprogramme
Direkteinstieg, Traineeprogramm

Mögliche Einstiegstermine
Direkteinstieg: jederzeit
Traineeprogramm: Start jährlich
Das nächste Traineeprogramm startet voraussichtlich zum 1. Oktober 2014.

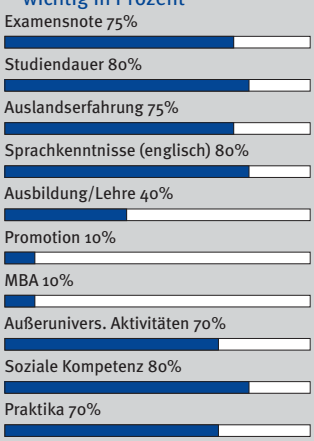
Auslandstätigkeit
Nach Erlangung eines fundierten Airport-Know-hows ist ein Auslandseinsatz möglich. Im Traineeprogramm sind Auslandsprojekte ein fester Bestandteil

Einstiegsgehalt für Absolventen
Ca. 35.000 bis 40.000 Euro p.a., abhängig von der jeweiligen Stelle

Warum bei Fraport bewerben?
Wer bei der Fraport AG einsteigt, sollte ein zupackender Typ sein. Das Unternehmen ist expansiv und bietet seinen Mitarbeitern gute Entwicklungschancen. Dabei gibt es aber keine festgelegten Karrierewege: Eigeninitiative, Einsatzbereitschaft und Selbstständigkeit sind also gefragt. Regelmäßig vereinbaren die Vorgesetzten Entwicklungsziele mit ihren Mitarbeitern. Im Fraport College wird dann sowohl fachspezifisch als auch fachübergreifend geschult. Und für Führungskräfte gibt es die Fraport Academy, die unter anderem eine Weiterbildung zum Projektleiter anbietet. Karriere zu machen bedeutet bei der Fraport AG nicht zwingend, Führungsverantwortung zu übernehmen, sondern es gibt auch Projekt- und Fachlaufbahnen. Einsätze im Ausland bei unseren Beteiligungen sind sowohl im Rahmen einer dauerhaften Entsendung als auch als short-term-expert möglich.
Neben der fachlichen und persönlichen Entwicklung bietet Fraport seinen Mitarbeitern eine faire Vergütung mit leistungs- und erfolgsorientierten Komponenten sowie eine Vielzahl an Möglichkeiten zur Vereinbarkeit von Beruf und Familie.

BEWERBERPROFIL

Bewerberprofil wichtig in Prozent



Sonstige Angaben
Teamfähigkeit und interkulturelle Kompetenz sind wichtige Einstiegsvoraussetzungen

Faszination Flughafen

So attraktiv kann Einstieg sein

Willkommen auf einer der faszinierendsten Startbahnen für Karrieren. Bei Fraport können Sie bei einem Praktikum, Studienjob oder einer Abschlussarbeit Ihren Weg in die Zukunft zielsicher vorbereiten. Und als Absolvent bieten wir Ihnen ein Traineeprogramm, mit dem Sie Ihre Karriere auf Deutschlands größtem Luftverkehrsdrehkreuz optimal beschleunigen. Ready to start? Check-in!

Fraport AG
www.fraport.de/karriere
fraport/karriere

Fraport

Statement zum außeruniversitären Engagement

Engagement hat viele Gesichter. Sie sind so vielfältig wie die Freudenberg Gruppe selbst: 16 Geschäftsgruppen in 57 Ländern verbinden mehr als 37.000 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 bspw. im Rahmen unserer Stiftung soziale Institutionen und Initiativen sowie Projekte, die sich den Themen Toleranz, Integration und Gemeinsinn widmen. Wenn es darum geht, innovative und kreative Köpfe zu finden, fällt unser Augenmerk nicht nur auf die Noten der Kandidaten, sondern auch darauf, ob sie sich mit unseren Unternehmenswerten identifizieren können. Außeruniversitäres Engagement, welches Gesicht es auch haben mag, ist daher in der Freudenberg Gruppe stets willkommen!

Christin Schulz, Personalreferentin, Freudenberg Gruppe

Freudenberg Gruppe schafft Innovation von morgen

Gesellschaftliche Verantwortung als Grundlage unternehmerischen Erfolges

Wer hat die kleinste Dichtung der Welt erfunden? Wer entwickelte einen sehr feinen Vliesstoff für Lithium-Ionen-Batterien? Wer hat ein innovatives Wundvlies entwickelt, das biologisch abbaubar ist? Alle diese Ideen stammen von der Freudenberg Gruppe, die mit über 37.000 Mitarbeitern in 57 Ländern aktiv ist. Freudenberg?

Auch wenn Sie noch nie von uns gehört haben, begegnen Sie uns täglich. Mit an Sicherheit grenzender Wahrscheinlichkeit steckt eines unserer Produkte in Ihrer Zahnbürste oder dem Motor Ihres Autos. Sie sorgen in vielen namhaften Endprodukten weltweit dafür, dass unser Leben besser funktioniert.

Innovationskraft ist ein wichtiges Element der Freudenberg Gruppe. Um innovativ und kreativ zu bleiben, braucht das Unternehmen ideenreiche und engagierte Köpfe. Ob ein Studium in Wirtschaftsingenieurwesen, ein internationales Traineeprogramm oder der Start in zahlreichen Berufen und Branchen vom Chemiker bis zum Maschinenbauer – das Spektrum der Einstiegsmöglichkeiten bei der international tätigen Freudenberg Gruppe ist groß und reicht von der Ausbildung im technischen,

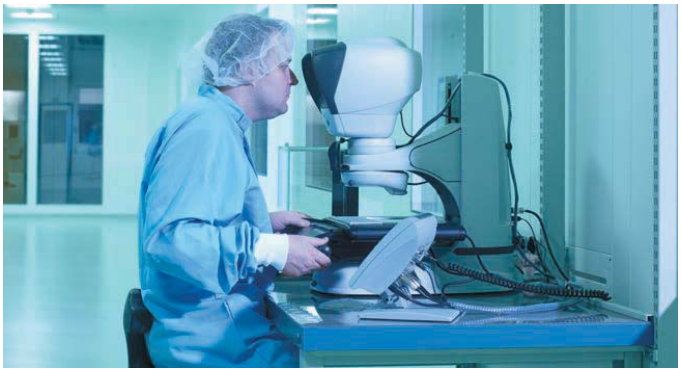
Verschiedene Berufswelten bei Freudenberg

naturwissenschaftlichen und kaufmännischen Bereich bis hin zu Studiengängen an der Dualen Hochschule Baden-Württemberg. Auch während des Studiums bietet die Freudenberg Gruppe viele Möglichkeiten, Berufserfahrungen zu sammeln: Zum Beispiel die Mitarbeit als Werkstudent oder Praktikant in verschiedenen Geschäftsgruppen sowie das Verfassen von Abschlussarbeiten im Unternehmen. Für Praktikanten oder Studenten mit sehr guten Leistungen wird das Bindungsprogramm Talents@Freudenberg für besonderes Engagement angeboten.

Die Freudenberg Gruppe ist ein Familienunternehmen, das seinen Kunden technisch anspruchsvolle und beratungsintensive Produkte und Dienstleistungen bietet. 16 Geschäftsgruppen sind in verschiedenen Branchen und Märkten aktiv. Die Unternehmensgruppe ist hauptsächlich Zulieferer in den Bereichen Dichtungs- und Schwingungstechnik, Vliesstoffe, Filter, Schmierstoffe und Trennmittel sowie Mechatronik. Unter den Markennamen vileda®, O´Cedar® und Wettex® findet der Endverbraucher moderne Haushaltsprodukte von Freudenberg im Handel. Vor allem für mittelständische Unternehmen entwickelt Freudenberg Softwarelösungen und IT-Dienstleistungen.

Wie innovativ die Freudenberg Gruppe ist, zeigen ihre Lösungen: Den Experten von Freudenberg Sealing Technologies ist es zum Beispiel gelungen, die weltweit kleinste Elastomer-Dichtung zu entwickeln und herzustellen. Freudenberg hat außerdem einen sehr feinen Vliesstoff entwickelt, der durch Oberflächenbeschichtung so ausgerüstet werden kann, dass er als Separator für Lithium-Ionen-Batterien sämtliche Sicherheitsanforderungen erfüllt. Im Bereich New Business Development hat das Unternehmen 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.

Daneben bekennt sich Freudenberg zu einem verantwortlichen Wirtschaften als Grundlage seines unternehmerischen Erfolges und langfristigen Bestehens. Ökonomische Leistungsfähigkeit, gesellschaftliche Verantwortung und der Schutz der Umwelt



sind untrennbar miteinander verbunden. Alle Mitarbeiter sind aufgefordert, Risiken für Menschen oder die Umwelt zu vermeiden. Durch Gesetze und Bestimmungen zwingend vorgeschriebene Standards sollen möglichst übertroffen werden. Engagement ist uns und unseren Mitarbeitern wichtig! Viele Gesellschaften, Standorte und Beschäftigte der Unternehmensgruppe engagieren sich im Sinne einer guten Nachbarschaft in lokalen Projekten und Initiativen, um in konkreten Aufgabenstellungen Hilfe zu leisten.

Haben wir Ihr Interesse geweckt?
Dann besuchen Sie uns im Internet unter www.freudenberg.de. ■

Hätten Sie gewusst, dass ...

... rund 300 von 8 000 Komponenten im Auto von Freudenberg stammen?

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

... alleine 2011 in Europa rund 20 Millionen Vileda-Wischmops verkauft wurden?

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

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

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

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

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

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

FIRMENPROFIL

Kontakt Ansprechpartner
Christin Schulz
Freudenberg & Co. KG
Personal – Grundsätze/Führungskräfte

Anschrift
Höhnerweg 2-4
D-69469 Weinheim

Telefon/Fax
Telefon: +49 (0) 6201 80-3991
Fax: +49 (0) 6201 88-3991

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, Doktor)

Werkstudenten?
Ja

Duales Studium?
Ja

Trainee-Programm?
Ja

Direkteinstieg?
Ja

Promotion?
Ja

QR zu Freudenberg:

Allgemeine Informationen

Branche
Dichtungs- und Schwingungstechnik, Vliesstoffe, Filter, Schmierstoffe, Trennmittel, Mechatronik, Haushaltsprodukte, Informationstechnologie

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

Die Freudenberg Gruppe ist hauptsächlich Zulieferer in den Bereichen Dichtungs- und Schwingungstechnik, Vliesstoffe, Filter, Schmierstoffe und Trennmittel sowie Mechatronik. Weiterhin produziert das Unternehmen moderne Haushaltsprodukte für den Endverbraucher. Vor allem für mittelständische Unternehmen entwickelt Freudenberg Softwarelösungen und IT-Dienstleistungen.

Anzahl der Standorte

522 Standorte in 57 Ländern

Anzahl der MitarbeiterInnen

Mehr als 37.000 weltweit

Jahresumsatz

In 2012: 6,3 Mrd.EUR

Mögliche Einstiegstermine

Jederzeit

Einstiegsprogramme

Direkteinstieg, Traineeprogramme, Duales Studium (in Kooperation mit der Dualen Hochschule Baden-Württemberg, Mannheim), Talents@Freudenberg (Talente-Bindungsprogramm für Praktikanten und Studenten mit besonderem Engagement)

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

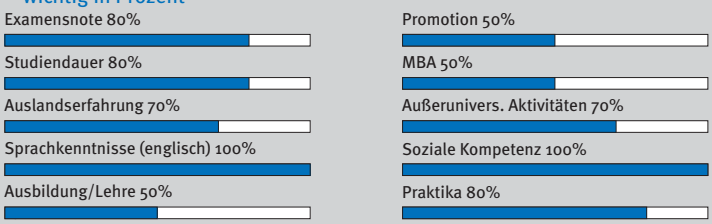
Nach vorherigem Inlandspraktikum möglich. Bewerbung in der Regel direkt über die jeweilige Ausschreibung (oder initiativ) der Landesgesellschaft

Warum bei Freudenberg bewerben?

Freudenberg lebt von seiner Vielfalt! Weltweit arbeiten Mitarbeiter aus ganz unterschiedlichen Kulturkreisen zusammen. Doch bei aller Verschiedenheit gibt es etwas, das alle verbindet – ganz gleich, ob sie in Shanghai, São Paulo oder Berlin leben und arbeiten, unabhängig von ihrer Aufgabe und Position. Die gemeinsamen Freudenberg-Werte bilden die Basis für die Zusammenarbeit im und außerhalb des Unternehmens. Werte, die durch eine mehr als 160-jährige Unternehmensgeschichte fest verankert sind. Freudenberg fühlt sich dem Wohl seiner Mitarbeiter und ihrer persönlichen Entwicklung verpflichtet. Das Unternehmen sorgt für eine kulturell vielfältige Arbeitswelt, in der Mitarbeiter verschiedenster Länder in Teams ihre Fähigkeiten zur Erhöhung der Unternehmenskompetenz einbringen und so gleichzeitig die Unternehmenskultur bereichern. Kundennähe, Innovationskultur, Unternehmertum und Vertrauen, Respekt, Verantwortung und eine langfristige Orientierung. Dafür steht Freudenberg – weltweit!

BEWERBERPROFIL

Bewerberprofil wichtig in Prozent



Sonstige Angaben

Teamfähigkeit, Organisationsfähigkeit, Eigeninitiative, selbstständige Arbeitsweise, hohe Belastbarkeit, überdurchschnittliches Engagement, Interkulturalität, hohe Lernbereitschaft, Verantwortungsbewusstsein, Kommunikationsstärke

Freudenberg

Man wird nicht einfach so zu einem weltweit tätigen, nachhaltig erfolgreichen Familienunternehmen.

Deshalb suchen wir Profis und Nachwuchskräfte, die wissen, was sie wollen und können.

- Ingenieure/innen
- Naturwissenschaftler/innen
- Betriebswirte/innen
- Informatiker/innen
- DHBW-Studenten/innen

Freudenberg ist eine weltweit agierende Unternehmensgruppe in Familienbesitz mit mehr als 37.000 Mitarbeitern. Wir schaffen als Partner unserer Kunden vertrauensvolle Beziehungen, die kontinuierlich zu besseren technologischen und prozessorientierten Lösungen und wertvollen Dienstleistungen führen. Unsere dezentrale Organisation bietet unseren Mitarbeitern vielfältige Entwicklungsmöglichkeiten.

www.freudenberg.de/karriere

top ARBEITGEBER 2013 DEUTSCHLAND
CERTIFIED BY THE CRF INSTITUTE

www.freudenberg.de

Statement zum außeruniversitären Engagement

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

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

Viele dieser Eigenschaften können sich Bewerber in Ergänzung zu ihren Studiengängen in Praktikas und Auslandsaufenthalten aneignen, aber auch durch den persönlichen Einsatz in sozialen Projekten.

Personalentscheider bewerten das soziale Engagement eines Bewerbers als sehr positiv. Bei der Auswahl eines neuen Mitarbeiters wirkt sich dieses häufig vorteilhaft aus – natürlich immer unter der Voraussetzung, dass Bewerber- und Jobprofil grundsätzlich übereinstimmen.

Berna Tulga-Akcan, Corporate Personnel Development, V/PD, Knorr-Bremse AG

KNORR-BREMSE

Mehr als eine Milliarde Menschen weltweit vertrauen täglich Systemen von Knorr-Bremse

Der Knorr-Bremse Konzern ist der weltweit führende Hersteller von Bremssystemen für Schienen- und Nutzfahrzeuge und beschäftigt knapp 20.000 Mitarbeiter an über 85 Standorten. Auch im vergangenen Geschäftsjahr konnte das Unternehmen seinen Wachstumskurs fortsetzen und erwirtschaftete im Jahr 2012 einen Umsatz von ca. 4,3 Mrd. Euro.

Geschichte

Nach der Gründung des Unternehmens im Jahr 1905 konnte sich Knorr-Bremse mit Druckluftbremsen für Güterzüge schnell auf dem Markt etablieren und technologische Standards setzen. Die Knorr-Bremse wurde mit großem Abstand das führende mehrlösige Bremssystem für Europa. Innerhalb von zwei Jahrzehnten stieg das Unternehmen zum größten Bremsenhersteller Europas auf.

Knorr-Bremse heute – über 100 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 weiter entwickeln.

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. ■

KNORR-BREMSE

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 85 Standorte

Anzahl der MitarbeiterInnen
Rund 20.000

Jahresumsatz
4,3 Mrd. Euro (2012)

Einstiegsprogramme
Direkteinstieg, Traineeprogramm (Management Evolution Program), Duales Studium

Mögliche Einstiegstermine
Jederzeit

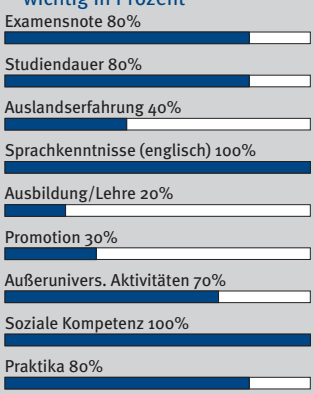
Auslandstätigkeit
Möglich, aber Bewerbung in der Regel direkt über die jeweilige Ausschreibung der Landesgesellschaft

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.

Start your Career ...

... BEI KNORR-BREMSE.

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 Mitarbeiter machen wir Schiene und Straße sicherer. Jeden Tag – seit über 100 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)

UNIVERSUM®
TOP 100
ARBEITGEBER
2013 STUDENT SURVEY

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

KNORR-BREMSE

Statement zum außeruniversitären Engagement

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 Unterländer, Leiterin Personalmarketing, Krones AG

Die Krones AG – ein Pionier freut sich auf die Zukunft

Vom mutigen David zum trägen Goliath? Von wegen: Die Krones AG hat sich vom Ein-Mann-Betrieb zum Weltmarkführer für Getränketechnik entwickelt – und sich ihre Gründertugenden dennoch bewahrt. Denn mutige Ideen, Erfindergeist, Herzblut und viel Leidenschaft für Technik prägen damals wie heute die Unternehmenskultur.

Kleine Werkstatt, große Ideen

Alles begann vor über 60 Jahren: 1951 gründete der 26-jährige Elektro- und Maschinenschlossermeister Hermann Kronseder seinen eigenen Betrieb. Als erstes Produkt entwickelte er eine Etikettiermaschine. Sie arbeitete halbautomatisch und stattete pro Stunde 1.500 Flaschen mit Etiketten aus.

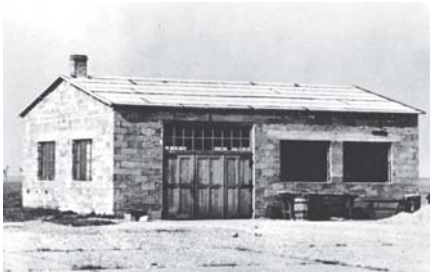
Trotz ausgefeilter Technik fiel es dem Jungunternehmer anfangs nicht leicht, die Maschine an den Mann zu bringen. Kein Wunder, war er in der Branche doch ein namenloser Neuling, der als Einzelkämpfer gegen etablierte Großbetriebe antrat. Da halfen nur eiserne Beharrlichkeit und hartnäckige Überzeugungsarbeit: Er verlud seine Maschine kurzerhand ins Auto und brach zu einer Roadshow auf, um den Brauern der Umgebung die Vorzüge seiner Erfindung persönlich zu demonstrieren. Da kam es schon mal vor, dass das Benzingeld für die Heimfahrt erst durch einen Vertragsabschluss verdient werden musste. Hohe Gewinne erfordern eben manchmal ebenso hohe Risiken. Und Hermann Kronseder war bereit, für seine Arbeit alles auf eine Karte zu setzen – zu Recht, wie sich nach kurzer Zeit herausstellte: Nachdem die erste Maschine verkauft worden war, sprach sich deren Qualität unter den Brauern schnell herum und es kamen weitere Aufträge ins Haus. Bereits vier Jahre später entwickelte er seine erste vollautomatische Etikettiermaschine, von der sich weltweit 5.000 Exemplare verkauften.

In Riesenschritten zum Weltkonzern

Die Tage als Ein-Mann-Betrieb währten nur kurz. Unter dem Namen „Krones“ wuchs das Unternehmen schnell zu einer festen Größe in der Getränkebranche heran. Das Produktportfolio erweiterte sich um Packmaschinen und Kastenstapler, der geographische Wirkungskreis dehnte sich bis nach USA und Asien aus. Motor des rasanten Wachstums waren dabei immer die schier

unerschöpflichen Ideen des Firmengründers und seiner Konstrukteure: Nahezu am Fließband wurden Patente angemeldet und Innovationen auf den Markt gebracht.

Viele der frühen Krones Erfindungen wirken bis heute in der Getränkeindustrie nach, da sie die Produktionsmethoden nachhaltig verbessert haben. Bestes Beispiel ist der 1975 entwickelte „Maschinenblock“. In ihm werden mehrere Maschinen, zum Beispiel Füller, Verschließer und Etikettiermaschine, zu einer kompakten, synchron laufenden Einheit verbunden – ohne Transportstrecken oder Förderbänder dazwischen. Das spart wertvollen Platz, reduziert den manuellen Bedienaufwand und erhöht die Hygienebedingungen in der Produktion. Die Konkurrenz belächelte die damals ungewöhnliche Idee – bis der Erfolg sie eines besseren belehrte. Heute gehören Blöcke zum Standard-Equipment von Getränkeherstellern auf der ganzen Welt. Vor allem aus Performance-abhängigen Hochleistungsbetrieben sind sie nicht mehr wegzudenken.



Blick nach vorne zeigt spannende Zeiten

Heute ist die Krones AG ein multinationaler Konzern mit über 12.000 Mitarbeitern in über 40 Ländern. Ihr Produktportfolio umfasst Lösungen für die komplette Wertschöpfungskette der Getränkeindustrie. Angefangen von Brauereianlagen über Abfüll- und Verpackungstechnik bis hin zu IT- und Logistik-Systemen. Die Rolle des kleinen Davids wurde damit längst gegen die des Weltmarktführers eingetauscht. Doch zum schwerfälligen und trägen Goliath ist das Unternehmen deshalb nicht geworden. Der Innovationswille und die Freude an der Veränderung leuchten bei Krones stärker denn je. Und das ist auch gut so. Denn kaum eine Branche ändert sich so rasant wie die Getränke- und Lebensmittelindustrie. Krones treibt daher die Entwicklung von Technologien voran, die einen hohen Wirkungsgrad mit geringen TCO verbinden und sich gleichzeitig umweltfreundlich einsetzen lassen. So schuf das Unternehmen beispielsweise mit „enviro“ den ersten Branchenstandard, mit dem sich Energie- und Medieneffizienz sowie Umweltverträglichkeit von Maschinen und Anlagen objektiv bewerten lassen. Das enviro Prozessmodell wurde 2009 von TÜV SÜD zertifiziert und dient heute als Grundlage der gesamten Produktentwicklung.

Dass Krones es mit der Nachhaltigkeit ernst nimmt, zeigen auch viele andere Projekte, die in der Branche einzigartig sind und die Vorreiterrolle des Unternehmens weiter ausbauen. Denn zu den Top-Innovationen der jüngsten Vergangenheit gehören ein EU-gefördertes Recycling-Verfahren für PET-Flaschen, ein neuartiges Verpackungsdesign für Flaschengebinde, das bis zu 30 Prozent an Material einspart sowie eine nur 6,6-Gramm leichte Kunststoff-Flasche, die mit ihrem Fliegengewicht den deutschen Verpackungspreis eingeheimst hat.

Trotz aller Rekorde und Innovationen sind die technischen Möglichkeiten noch lange nicht ausgereizt. Auf Krones wartet deshalb eine spannende Zukunft mit viel Raum für neue Ideen und bahnbrechende Pionierleistungen. ■

KRONES

FIRMENPROFIL

Kontakt
Ansprechpartner
Carola Unterländer,
Leiterin Personalmarketing

Anschrift
Böhmerwaldstraße 13
93073 Neutraubling
(bei Regensburg)

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

E-Mail
carola.unterlaender@krones.com

Internet
www.krones.de

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?
Nein

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

Krones plant, entwickelt, fertigt und installiert Maschinen und komplette Anlagen für die Bereiche Prozess-, Abfüll- und Verpackungstechnik, kundenbezogene IT-Solutions sowie Fabrikplanung und LCS (Lifecycle Service). Unsere Kunden sind Brauereien und Getränkehersteller sowie Unternehmen der Nahrungsmittel-, Chemie-, Pharma- und Kosmetikindustrie. Darüber hinaus bietet Krones seinen Kunden IT-Lösungen für die Produktionsplanung an und übernimmt die komplette Planung ganzer Fabrikanlagen.

Anzahl der Standorte

Inland: Neutraubling (bei Regensburg), Nittenau, Flensburg, Freising, Rosenheim
Weltweit: Rund 90 Service- und Vertriebsniederlassungen

Anzahl der MitarbeiterInnen

Deutschland: 9.078 (Stand 30.09.2013)
Weltweit: 12.227 (Stand 30.09.2013)

Jahresumsatz

2012: 2.664 Mio. Euro

Einsatzmöglichkeiten

Forschung & Entwicklung, Informationstechnologie, Vertrieb, Einkauf, Logistik, Produktion, Produktsparten, u.a.

Einstiegsprogramme

Direkteinstieg, Traineeprogramm

Mögliche Einstiegstermine

Jederzeit

Auslandstätigkeit

Projektbezogen möglich

Einstiegsgehalt für Absolventen

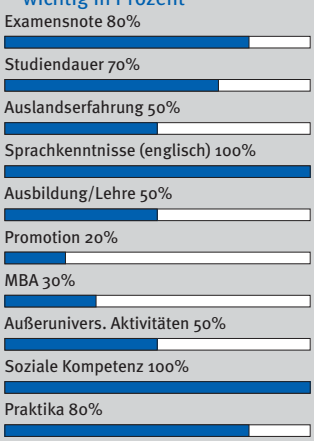
Ca. 40.000 - 48.000 EUR p.a.

Warum bei KRONES bewerben?

Bei KRONES arbeiten Sie beim Weltmarktführer in der Getränkeabfüll- und Verpackungstechnologie. Sie sind im Sondermaschinenbau tätig, wo Sie spannende Herausforderungen erwarten. Sie sind an deren Lösung beteiligt, können Visionen vorantreiben und damit den technischen Fortschritt mit gestalten.
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



Sonstige Angaben

Wichtig sind darüber hinaus Teamfähigkeit, Kreativität, Flexibilität, Engagement und die Faszination für unsere Branche und unsere Produkte.

Jede vierte Flasche weltweit

wurde von einer KRONES Anlage befüllt, etikettiert oder verpackt. Denn clevere Ideen und technische Visionen haben uns längst zum Weltmarktführer für Getränketechnologie gemacht. Damit das auch in Zukunft so bleibt, suchen wir Menschen, die ihr Talent, ihre Neugier und ihren Tatendrang mit uns teilen. Als Gegenleistung bieten wir: spannende Karrierewege, attraktive Sozialleistungen und ein einmaliges Betriebsklima.

Mehr über Ihre Möglichkeiten bei uns erfahren Sie auf YouTube, Twitter sowie auf Facebook oder Xing.

Die KRONES AG

- Mehr als 12.000 Mitarbeiter
- Im M-Dax notierte Aktiengesellschaft
- Stammsitz: Neutraubling bei Regensburg
- Globales Vertriebs- und Servicenetz
- Kunden: namhafte Unternehmen aus der internationalen Getränke-, Lebensmittel-, Chemie-, Pharma- und Kosmetik-Industrie

UNIVERSUM TOP 100 ARBEITGEBER 2013 STUDENT SURVEY

trendence Graduate Barometer 2013 DEUTSCHLANDS 100 Top-Arbeitgeber

www.krones.com

KRONES

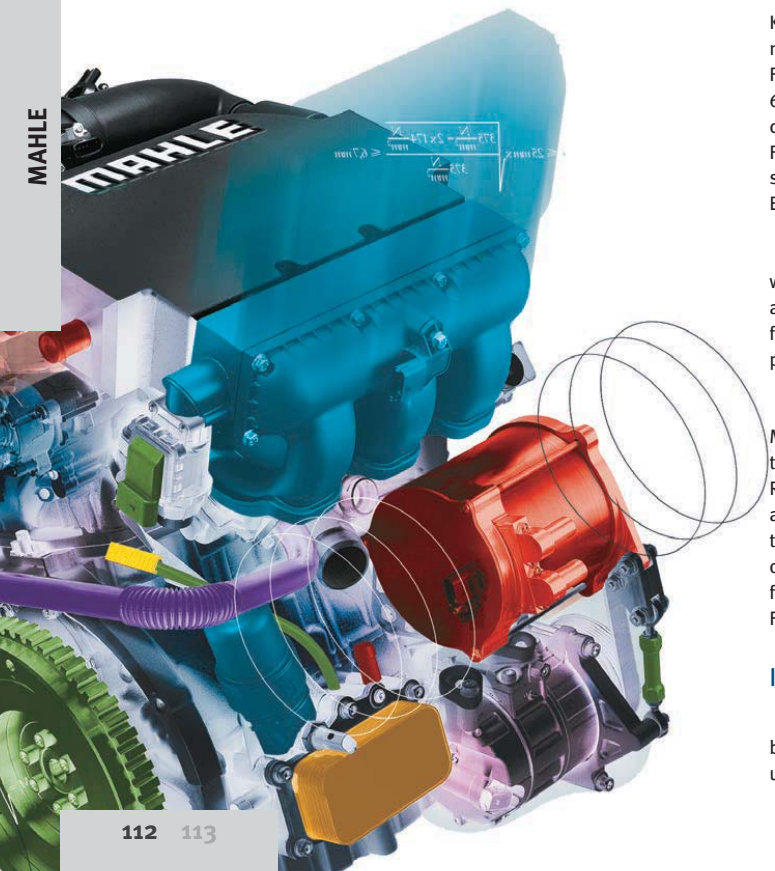
Statement zum außeruniversitären Engagement

Ob als Tüftler in einem Formula Student Team, durch anspruchsvolle Auslandspraktika oder persönlichen Einsatz in sozialen Projekten – außeruniversitäres Engagement ermöglicht den Blick über den Tellerrand und zeugt von persönlichem Antrieb. Und diesen Antrieb suchen wir in zukünftigen Kollegen – Teamplayer, die sich durch Einsatzbereitschaft, Sozialkompetenz und Verantwortungsgefühl auszeichnen. Bei uns können motivierte und engagierte Studierende und Absolventen die Zukunft und den Erfolg von MAHLE mitgestalten.

Als stiftungsgeführtes Unternehmen stehen wir für Nachhaltigkeit und haben das Ziel, langfristige Werte zu schaffen. Mit der gemeinnützigen MAHLE Stiftung fördern wir medizinische, soziale und kulturelle Projekte. Auch unsere Mitarbeiter unterstützen und leben dieses soziale Engagement.

Anne Hawkins, Leiterin Personalmarketing, MAHLE

MAHLE Technik im Fokus. Menschen im Blick. Arbeiten bei MAHLE



MAHLE ist der weltweit führende Hersteller von Komponenten und Systemen für den Verbrennungsmotor und dessen Peripherie sowie zur Fahrzeugklimatisierung und Motorkühlung. Rund 65.000 Mitarbeiter werden 2014 an 140 Produktionsstandorten sowie in zehn großen Forschungs- und Entwicklungszentren voraussichtlich einen Umsatz von rund zehn Milliarden Euro erwirtschaften.

Möchten auch Sie uns überzeugen? Dann bieten wir Ihnen die Chance, mit uns gemeinsam MAHLE als innovationsfreudiges und technologisch führendes Unternehmen zu neuen Wachstumspfaden zu führen.

Als Student bieten wir Ihnen bei MAHLE die Möglichkeit, erste Praxiserfahrung zu sammeln. Und tolle Einblicke in verschiedenste Bereiche. Ob im Rahmen eines Praktikums oder Ihrer Abschlussarbeit; im Bereich Forschung und Entwicklung, technischer Vertrieb, Einkauf, Logistik, Controlling oder Personal – bei uns können Sie den Grundstein für Ihre Karriere legen. Und zwar in jedem unserer Fachbereiche. An unterschiedlichen Standorten.

Ihr Praktikum

Als Teil des Teams lernen Sie in Ihrem vier- bis sechsmonatigen Praktikum die Prozesse und Unternehmenskultur von MAHLE kennen.

Timo Sledzinski

Praktikum und Abschlussarbeit bei MAHLE

„Meinen Studiengang der Wirtschaftsingenieurwesen habe ich mit einem Bachelor of Engineering an der Hochschule Heilbronn abgeschlossen. Momentan studiere ich im Masterstudiengang Innovationsmanagement an der Hochschule Esslingen.

Die vielen positiven Berichte in meinem Bekanntenkreis haben mich auf MAHLE als Arbeitgeber aufmerksam gemacht. Daraufhin habe ich mich entschieden, mein studienbegleitendes Praxissemester im strategischen Einkauf bei MAHLE zu absolvieren. Ich merkte schnell, dass ich die richtige Entscheidung getroffen hatte. Denn ich bekam die Möglichkeit, eine neue Lösung für die elektronische Beschaffung von Nichtproduktionsmaterial mitaufzubauen.

Nach meinem Praktikum bin ich durch die Aufnahme in das Studentenförderungsprogramm PerforM! im ständigen Kontakt mit MAHLE geblieben. Hierdurch hatte ich während meines weiteren Studiums die Chance, neben interessanten Weiterbildungsmöglichkeiten auch meine Abschlussarbeit im Bereich der Markt- und Wettbewerbsbeobachtung zu verfassen. Dabei befasste ich mich mit dem Aufbau einer Plattform im Rahmen der MAHLE Wettbewerbsbeobachtung.

MAHLE hat mich stets in meiner persönlichen und fachlichen Entwicklung unterstützt, so dass ich immer eigenverantwortlich arbeiten konnte und auch in Zukunft voll durchstarten möchte.

Während meiner Tätigkeiten habe ich das sehr positive und familiäre Arbeitsklima im Unternehmen kennengelernt. Meine Kollegen und Vorgesetzten haben mir immer großes Vertrauen entgegen gebracht, so dass ich stets selbstständig arbeiten konnte. Das ist möglich, weil die Meinung der Studierenden wertgeschätzt und berücksichtigt wird.

Mein Fazit: MAHLE unterstützt Studierende in ihrer fachlichen und persönlichen Entwicklung nicht nur im jeweiligen Fachbereich, sondern auch mit dem Förderungsprogramm PerforM!“

Mitdenken, Mitarbeiten und Voranbringen – das ist unser Motto. In herausfordernden Projekten können Sie Ihr Talent beweisen und Ihre Kollegen gezielt unterstützen. Schrittweise übernehmen Sie Verantwortung und erhalten den Freiraum, eigene Projekte zu realisieren. Dabei steht Ihnen Ihr Betreuer mit Rat und Tat zur Seite.

Auch als Absolvent haben Sie bei MAHLE verschiedene Möglichkeiten, ins Berufsleben zu starten. Internationales Traineeprogramm oder Direkteinstieg; im kaufmännischen oder technischen Bereich – wir eröffnen Ihnen vielfältige Perspektiven. Anspruchsvolle Fachaufgaben. Und ein internationales Umfeld, in dem Sie sich und Ihr Talent zielgerichtet entfalten können.

Ihr Direkteinstieg

Im Rahmen des Direkteinstiegs können Sie vom ersten Tag an selbst Verantwortung übernehmen. Nach einer gezielten Einarbeitung können Sie sich „on the job“ in Ihrem Fachbereich so weiterentwickeln, wie Sie es sich vorstellen. Beruflich und persönlich. Deutschlandweit und international. Wir unterstützen Sie dabei durch individuelle Personalentwicklungsmaßnahmen. Im Mitarbeiterjahresgespräch entscheiden wir gemeinsam, welche Fördermaßnahmen für Sie am besten sind. Darüber hinaus identifizieren wir mit der Potenzialermittlung zukünftige Führungskräfte und bereiten sie auf ihre neuen Herausforderungen vor. Als Direkteinsteiger bei MAHLE kommen Sie so bis an Ihr Ziel. Und auch darüber hinaus.

Ihr Traineeprogramm

Im 15- bis 18-monatigen Traineeprogramm bei MAHLE bereiten wir Sie in Ihrem Stammbereich auf Ihre zukünftigen Aufgaben vor – den Blick über den Tellerrand hinaus gibt es inklusive. In anspruchsvoller Projektarbeit können Sie Ihr Talent beweisen und sich ein konzernweites Netzwerk aufbauen. Schließlich durchlaufen Sie unterschiedliche Stationen. Auch außerhalb Deutschlands: So bearbeiten Sie mindestens eines Ihrer Projekte während eines drei bis sechsmonatigen Auslandsaufenthalts. Wie der Programmablauf genau aussieht, planen wir individuell. Sie arbeiten an Projekten, die Sie persönlich weiterbringen – und auch MAHLE. Wir begleiten Sie auf Ihrem Weg. In regelmäßigen Gesprächen tauschen Sie sich mit Ihrem Mentor und der Personalentwicklung über Ihre Erfahrungen, den weiteren Ablauf und Ihre Ziele aus. Mit individuellen Trainings- und Personalentwicklungsmaßnahmen garantieren wir Ihnen so die Förderung, die Sie voranbringt. ■

FIRMENPROFIL

Kontakt
Ansprechpartner
Ansprechpartner finden Sie in den jeweiligen Stellenausschreibungen unter www.jobs.mahle.com

Anschrift
Pragstraße 26-46
70376 Stuttgart

Telefon
Telefon: +49 711 501 0

Internet
www.mahle.com

Bevorzugte Bewerbungsart(en)
Bewerben Sie sich online im MAHLE Recruiting-Portal eMploy unter www.jobs.mahle.com

Direkter Link zum Karrierebereich
www.jobs.mahle.com

Angebote für Studierende
Praktika?
Ja, interessierten Studenten und Studentinnen bieten wir zahlreiche Praktika im kaufmännischen und technischen Bereich an.

Diplom-/Abschlussarbeiten?
Studierende haben die Möglichkeit kaufmännische oder technische Abschlussarbeiten zu verfassen. Eigene Themenvorschläge können gerne eingebracht werden.

Werkstudenten? Ja

Duales Studium? Ja,
- Bachelor of Engineering – Studiengang Kunststofftechnik
- Bachelor of Arts – Studiengang BWL – Industrie
- Bachelor of Engineering – Studiengang Wirtschaftsingenieurwesen
- Bachelor of Engineering – Studiengang Maschinenbau
- Bachelor of Science – Studiengang Wirtschaftsinformatik
- „Studium Plus" Bachelor of Science – Fachrichtung Maschinenbau
- Bachelor of Engineering – Studiengang Mechatronik
- Bachelor of Engineering – Studiengang Produktionstechnik

... mehr auf www.jobs.mahle.com

Trainee-Programm? Ja

Direkteinstieg? Ja

Promotion? Ja

QR zu MAHLE:

Allgemeine Informationen

Branche
Automobilzulieferer

Bedarf an HochschulabsolventInnen
Kontinuierlicher Bedarf

Gesuchte Fachrichtungen

Unter anderem Fahrzeugtechnik, Maschinenbau, Wirtschaftswissenschaften, Wirtschaftsingenieurwesen

Produkte und Dienstleistungen

Als führender globaler Entwicklungspartner der Automobil- und Motorenindustrie bietet MAHLE eine einzigartige Systemkompetenz im Bereich Verbrennungsmotor und Motorperipherie. Mit den beiden Geschäftsbereichen Motorsysteme und -komponenten sowie Filtration und Motorperipherie zählt der MAHLE Konzern weltweit zu den Top-3-Systemanbietern. Mit dem Geschäftsbereich Thermomanagement ist MAHLE nun zudem einer der weltweit führenden Erstausrüster im Bereich Fahrzeugklimatisierung und Motorkühlung.

Anzahl der Standorte

Weltweit über 140 Produktionsstandorte sowie 10 große Forschungs- und Entwicklungszentren.

Anzahl der MitarbeiterInnen

Weltweit rund 65.000 Mitarbeiter/-innen (2014)

Jahresumsatz

Rund 10 Mrd. Euro (2014)

Einsatzmöglichkeiten

Unter anderem Forschung und Entwicklung, Produktion, technischer Vertrieb, Konstruktion, Qualitätsmanagement, Controlling, Personalmanagement

Einstiegsprogramme

Praktika, Abschlussarbeiten, Internationales Traineeprogramm, Direkteinstieg

Mögliche Einstiegstermine

Entnehmen Sie diese bitte der jeweiligen Stellenausschreibung.

Auslandstätigkeit

Während des Internationalen Traineeprogramms ist ein Auslandaufenthalt sogar vorgesehen.

Einstiegsgehalt für Absolventen

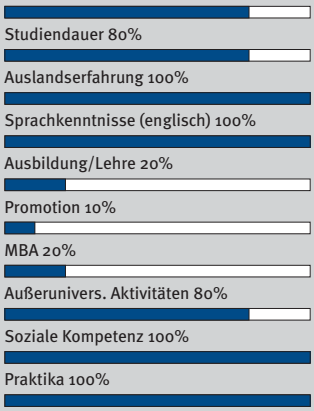
Branchenüblich

Warum bei Mahle bewerben?

Sie sind fasziniert von der Fahrzeugtechnik. Wollen Herausforderungen meistern und an ihnen wachsen. Gute Arbeit abliefern. Und – klar, auch das – gutes Geld dafür bekommen. Aber damit nicht genug. Sie wollen mehr. Perspektiven zum Beispiel. Dann steigen Sie doch gleich beim Weltmarktführer ein. Als führender globaler Entwicklungspartner der Automobil- und Motorenindustrie bieten wir Ihnen die Möglichkeit dazu, ein Teil der MAHLE Gruppe zu werden.

BEWERBERPROFIL

Bewerberprofil wichtig in Prozent



Sonstige Angaben

- Begeisterung für Motorkomponenten und -peripherie ... kurz: Benzin im Blut.
- Innovationskraft
- Engagement und Initiative
- Kommunikationsfähigkeit
- Teamgeist

Ein Zusammenschluss. Viele Möglichkeiten. Mit der Integration der Behr-Gruppe in den MAHLE Konzern bewegen wir Großes und gestalten mit Leidenschaft die Zukunft. Als weltweit führender Hersteller von Komponenten und Systemen für den Verbrennungsmotor und dessen Peripherie zählt MAHLE nun auch zu den führenden Erstausrüstern im Bereich Fahrzeugklimatisierung und Motorkühlung. Mit unseren rund 65.000 Mitarbeitern arbeiten wir gemeinsam an der Optimierung vorhandener und der Entwicklung neuer, zukunftsweisender Technologien. Und das an 140 Standorten und in 10 großen Forschungs- und Entwicklungszentren weltweit. Profitieren Sie von unserem internationalen Netzwerk und der neuen Vielfalt an Entwicklungsperspektiven: Wir bieten Ihnen Freiraum für eigene Ideen, Eigenverantwortung und immer wieder neue Herausforderungen. Dafür entwickeln Sie die besten Lösungen – zusammen mit Ihren neuen Kollegen. Überzeugen Sie sich selbst, und prägen Sie die Zukunft mit MAHLE.

www.jobs.mahle.com

top ARBEITGEBER AUTOMOTIVE DEUTSCHLAND 2014
CERTIFIED EXCELLENCE IN EMPLOYEE CONDITIONS

MAHLE

Driven by performance

Statement zum außeruniversitären Engagement

Außeruniversitäres Engagement rundet unserer Auffassung nach das Profil fachlich überdurchschnittlicher Studenten ab. Es dient als Indiz dafür, Verantwortung zu übernehmen, und zeigt die Bereitschaft zur weiteren Entwicklung der eigenen Persönlichkeit.

Fachliche Bildung allein macht soziale Kernkompetenzen nicht überflüssig – ganz im Gegenteil.

Wir sind davon überzeugt, dass persönlicher Einsatz, Begeisterungsfähigkeit, ein hohes Maß an sozialer Interaktion und Kommunikationsstärke für eine Karriere in einem Unternehmen notwendig sind. Besonders vor dem Hintergrund, dass Verantwortung, Freiheit und Gegenseitigkeit wesentliche Unternehmensprinzipien bei Mars sind.

Mars Deutschland

Karriere bei Mars – Erfolgsgeschichten seit 1911

M&M's, PEDIGREE, UNCLE BEN's und WRIGLEY's haben nichts gemeinsam, außer dass man sie im Supermarkt findet? Weit gefehlt. Denn hinter diesen und vielen weiteren bekannten Marken steht ein globales Familienunternehmen: Mars. Wer als Student (m/w) oder Absolvent (m/w) eine schnelle Karriere mit viel Verantwortung anstrebt, findet hier seine berufliche Erfüllung. Denn Mars Deutschland, eine Tochterfirma des amerikanischen Unternehmens Mars, Incorporated, bietet hervorragende Karriereperspektiven für Nachwuchskräfte.

So sieht der Einstieg aus

Das erste Kapitel seiner Erfolgsgeschichte kann man bereits während des Studiums beginnen – z. B. in Form eines Praktikums. Hochschulabsolventen stehen gleich zwei Karrierewege offen: der Direkteinstieg oder das Management Development Programme (MDP). Der Direkteinstieg ist ideal für Entscheidungsfreudige, die genau wissen, in welchem Bereich sie durchstarten wollen. Sie können mit einer effektiven Kombination aus Learning by Doing und Fachtraining Expertenwissen aufbauen und vom ersten Tag an Verantwortung übernehmen. Durch den Management Development Workshop wird der Weg ins Management freigegeben. Die zweite Einstiegsmöglichkeit – das MDP – richtet sich an Absolventen, die eine Karriere auf der Führungsebene anstreben. Sie profitieren von Einsätzen in verschiedenen Geschäftsbereichen, dem Ausbau ihrer individuellen Stärken und von aufschlussreichen Einblicken in die Arbeit der Führungsspitze.

Die Karrierewege bei Mars sind dabei so vielfältig wie die Produkte selbst – und wie die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die diese weltweit zum Erfolg führen: „Das Management Development Programme ist die ideale Basis für eine Karriere in der Konsumgüterindustrie", ist sich der ehemalige Trainee Claudius Roth sicher. Denn neben der Arbeit in herausfordernden Projekten unterschiedlicher Geschäftsfelder erhalte man hier durch Trainings, Mentoren und die offene Kommunikation den letzten Schliff, um als Profi in vielen Bereichen erfolgreich zu

sein. Den Beweis dafür lieferte er selbst, als er nach erfolgreichem Abschluss seines Traineeprogramms den Posten eines Portfolio Brand Managers übernahm. Ganz aktuell profitiert Lucas Seiler als Trainee von der besonderen Unternehmenskultur bei Mars. Nach seinem Master in Business Administration mit Schwerpunkt Marketing war er in seinem ersten Trainee-Jahr im Customer Strategy Team an dem Rollout eines neuen Konditionssystems beteiligt. Bereits in seinem zweiten Jahr hat Lucas als Projektmanager für die Integration der Marke Mirácoli gearbeitet. Er leitete also Meetings, koordinierte Teams und organisierte die Zusammenarbeit der beteiligten Abteilungen. So brachte er das Projekt erfolgreich zum Abschluss. Heute, in seinem dritten Trainee-Jahr, widmet Lucas sich schon wieder ganz neuen Herausforderungen – dieses Mal im Bereich Finanzen.

Top-Arbeitgeber mit Top-Marken

Als der Amerikaner Frank C. Mars im Jahr 1911 seine ersten Karamellbonbon-Kreationen am heimischen Herd entwickelte, legte er damit den Grundstein für einen Weltkonzern: Heute gehört Mars mit 72.000 Beschäftigten, die sich an 401 Standorten und in 134 Fabriken in 74 Ländern engagieren, zu den weltweit führenden Markenartikelherstellern. In Deutschland arbeiten die 2.200 „Marsianer“ in den Geschäftsfeldern Mars Chocolate, Mars Petcare, Wrigley Gum and Confections, Mars Food und Mars Drinks. Im niedersächsischen Verden produzieren sie so bekannte Tierfutter-Marken wie WHISKAS, PEDIGREE, CESAR und SHEBA. Hier befinden sich auch der Sitz der Europazentrale von Mars Petcare sowie die Geschäftsbereiche Mars Food und Mars Drinks. Der nordrhein-westfälische Standort Viersen ist auf die Produktion von Süßwaren spezialisiert. Dort laufen pro Minute 10.000 Schokoladenartikel, wie z. B. TWIX oder BALISTO, vom Band. Am Standort Minden wird Trockenfutter für Tiere hergestellt und in Unterhaching vertreibt die Geschäftseinheit WRIGLEY's hauptsächlich Kaugummimarken wie WRIGLEY's EXTRA, ORBIT oder auch AIRWAVES.

Die Möglichkeit, Ideen umzusetzen und eigenständige Projekte durchzuführen, macht Mars zu einem attraktiven Arbeitgeber. Auf frischgebackene Ingenieure (m/w) warten z. B. spannende Herausforderungen in den Bereichen Produktentwicklung, Industrial Engineering, Projektmanagement oder Instandhaltung. Manager von morgen, das ist das Ausbildungsziel der Mars-Trainees im Bereich Wirtschaft und Finanzen. Ein Anspruch, den das Unternehmen mit ausgezeichneter Personalarbeit erfüllt – Belege dafür sind unter anderem die Auszeichnung „Top-Arbeitgeber“ und die „Fair Company Initiative“ von Karriere.de. Viele der heutigen Fach- und Führungskräfte sind als Hochschulabsolventen in das Unternehmen eingestiegen und haben ihre eigene Erfolgsgeschichte geschrieben. Eines verbindet sie alle: die Bereitschaft, schnell Verantwortung zu übernehmen. ■

MARS deutschland

FIRMENPROFIL

Kontakt
Ansprechpartner
Esther Stürmer – Verden
Sebastian Weiss – Viersen
Yvonne Renger – Unterhaching

Anschrift
MARS GmbH
Eitzer Straße 215
27283 Verden

MARS GmbH
Industriering 17
41751 Viersen

Wrigley GmbH
Biberger Straße 18
82008 Unterhaching

Telefon
Verden: +49 4231 940
Viersen: +49 2162 5000
Unterhaching: +49 89 665100

Internet
www.mars.de

Bevorzugte Bewerbungsart(en)
Bitte bewerben Sie sich ausschließlich Online über www.mars.de.
Bitte immer vollständige Unterlagen als Attachments mitschicken!
Mehr Infos zu den Karrieremöglichkeiten bei Mars unter www.mars.de

Angebote für Studierende
Praktika? Ja

Diplom-/Abschlussarbeiten?
Ja, nach Absprache

Werkstudenten? Nein

Duales Studium? Ja,
- Bachelor of Arts (B.A.) (w/m) Industrie
- Bachelor of Engineering (B.A.) (w/m) Industrie

Trainee-Programm? Ja

Direkteinstieg? Ja

Promotion? Nein

QR zu Mars:

Allgemeine Informationen

Branche
Konsumgüter (FMCG)

Bedarf an Hochschulabsolventen
Direkteinstiege nach Bedarf, ca. 10 Trainees,

Gesuchte Fachrichtungen

Betriebswissenschaften, Wirtschaftsingenieurwesen, Maschinenbau, Verfahrenstechnik, Lebensmittelchemie und -technologie, Naturwissenschaften, Wirtschaftswissenschaften, Marketing, Logistik

Produkte und Dienstleistungen

Tiernahrung, Süßwaren & Kaugummi, Lebensmittel

Anzahl der Standorte

394 Standorte weltweit,
5 Standorte in Deutschland

Anzahl der MitarbeiterInnen

72.000 weltweit,
2.200 in Deutschland

Jahresumsatz

33 Mrd US$ weltweit,
1,8 Mrd Euro in Deutschland

Einsatzmöglichkeiten

Marketing, Vertrieb, Engineering, Finanz & Controlling, Logistik, Forschung & Entwicklung, Personal, Einkauf, Corporate Affairs

Einstiegsprogramme

Praktikum, Direkteinstieg,
Management Development Program

Mögliche Einstiegstermine

Nach Absprache

Auslandstätigkeit

Möglich, nach Bedarf

Einstiegsgehalt für Absolventen

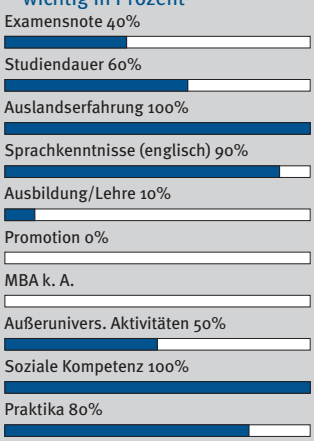
Je nach Einstieg, auf Anfrage

Warum bei Mars bewerben?

Wer große Ziele erreichen möchte, will keine ausgetretenen Pfade begehen, sondern selbst Verantwortung übernehmen und eigene Lösungswege finden. Wir schaffen Freiräume, in denen unsere Mitarbeiter ihre Ideen umsetzen können. Denn sie wissen am besten, was nötig ist, um in ihren Projekten zum Ziel zu gelangen! Und was ist motivierender als die Freiheit, immer wieder neues Terrain zu entdecken?

BEWERBERPROFIL

Bewerberprofil wichtig in Prozent



Sonstige Angaben

Teamgeist, Eigeninitiative, Bereitschaft zur Übernahme von Verantwortung vom ersten Tag, interkulturelle Kompetenz, selbstständige, strukturierte, analytische Arbeitsweise, i.d.R. überzeugendes Kommunikations- und Verhandlungsgeschick.
Abschluss als Bachelor oder Diplom/Master.

Mit Leidenschaft. Und Teamspirit.

Nichts ist so gut, dass es nicht noch optimiert werden könnte. Das gilt auch für die Herstellung von Schokoriegeln. Doch wie gestaltet man Produktionsprozesse noch effizienter? Diese Frage stand im Mittelpunkt der Diplomarbeit von Pia. Ihre Strategie: Das Team der Produktion – wie eine Mannschaft beim Football – in einem Workshop unter ihrer Leitung mit einbeziehen. Eine große Aufgabe. Doch bei Mars glaubte man an die Berufsanfängerin. Zu Recht: Eine ganze Produktionslinie läuft jetzt deutlich effizienter. Wenn auch Sie etwas in Bewegung setzen möchten, dann bewerben Sie sich unter **mars.de**

MAKE IT MEAN MORE | MARS

Statement zum außeruniversitären Engagement

„Wer sich auch außerhalb der Universität engagiert erwirbt Kompetenzen, nicht nur sozialer Art, die in keiner Vorlesung vermittelt werden können. Außerdem setzt er Akzente in seinem Lebenslauf. Das ist für mich bei einer Bewerbung genauso wichtig wie gute Noten. Ein Praktikum, sei es nun während des Studiums oder im Anschluss, hilft nicht nur bei der Entscheidung für einen Beruf. Einschlägige Praktika werden auch eine immer wichtigere Voraussetzung für den Berufseinstieg. Wir bieten in jedem Jahr mehr als 1000 Praktikanten die Möglichkeit, PwC und die vielfältigen Aufgaben bei uns aus der Nähe kennen zu lernen. PwC ist Mitglied der Initiative „Fair Company“. Wir garantieren faire Arbeitsbedingungen und zahlen angemessen für Ihre Leistungen. Wenn Sie für einige Monate mit uns zusammen arbeiten, lernen Sie uns und wir Sie besser kennen."

Marius Möller, Personalvorstand, PwC

Praxis erfrischt die Theorie

„Ich höre das Heulen der Polizeisirenen, das Hupen der Taxis und dann klingelt auch schon mein Wecker. Guten Morgen, New York!“ So beginnt der Blog von Susann Sturm, die über ihr Praktikum bei der weltweit tätigen Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsgesellschaft PwC in New York berichtet. Die Bachelorabsolventin schnupperte von August bis September in die Arbeit des ‚German Tax Desk‘ in der Madison Avenue hinein und unterstützte die Experten für deutsches Steuerrecht bei ihrer täglichen Arbeit. "Das Fachwissen aus meinem Studium konnte ich anwenden und so vertiefen", resümiert Susann Sturm. Und nicht nur das: Für Susann steht fest: "Ich will mich im Master weiter auf Steuerrecht spezialisieren!"

Praktikum bietet Orientierung

Ein Praktikum schafft in der Unübersichtlichkeit der Studiengänge und Abschlüsse Orientierung. Vor allem bei Studiengängen ohne klar definiertes Berufsziel kann das sehr hilfreich sein. Die oft stark verschulten Bachelorstudiengänge lassen nur sehr wenig Zeit für Praxiserfahrungen. Die Arbeitsbelastung ist hoch. Die erste Generation der Bachelorabsolventen bewährt sich gerade erst auf dem Arbeitsmarkt. Und auf die Frage, ob nach dem Bachelor- ein Masterabschluss die Chancen auf einen guten Job erhöht, ist noch nicht abschließend geklärt.

Benedikt Link (28), Beratung

Orientierung bieten kann da ein Praktikum. Denn dabei lernt man nicht nur einen möglichen Beruf und Arbeitgeber kennen, sondern kann die eigenen Fähigkeiten erproben und sich gleichzeitig beim - vielleicht - zukünftigen Chef empfehlen. Im Lebenslauf machen sich einschlägige Praktika in jedem Fall gut. Praxiserfahrung setzt Akzente, die den Berufseinstieg erleichtern.

Praktikum bei PwC

Vor allem für Studierende der Wirtschaftswissenschaften bietet PwC attraktive Praktika in den Bereichen Wirtschaftsprüfung, Steuer- und Rechtsberatung sowie Unternehmensberatung. Nicht nur die Fachkenntnisse erweitern sich während eines Praktikums. Die Arbeit im Team mit Experten bietet vor allem auch viele persönliche Erfahrungen und schult die so wichtigen Soft Skills. Bei PwC werden Praktikanten von Anfang an in die Expertenteams integriert und auf spannenden Projekten eingesetzt.

Der 28-jährige Benedikt Link arbeitet heute in der Beratung bei PwC. Der erste Kontakt zum Unternehmen kam durch sein ehrenamtliches Engagement als Präsident eines Lokalkomitees bei AIESEC zustande. Nach seinem Bachelorstudium in BWL kam er für ein Praktikum zu PwC. Er war im Recruiting eingesetzt und betreute dort zusammen

Big Sail Adventures

Drei Tage, die deinen Horizont erweitern

Törn Mallorca, 21.09.2014
Team: Steuern

Törn Ibiza, 25.09.2014
Team: Accounting & Controlling

Törn Valencia, 29.09.2014
Team: Wirtschaftsinformatik, -ingenieurwesen & -mathematik

Törn Sardinien, 03.11.2014
Team: Consulting

Informationen und Anmeldung unter:
www.pwc.de/big-sail-adventures und www.pwc.de/logbuch.

mit seinem Team den Geschäftsbereich Unternehmensberatung. Sein Masterstudium absolvierte er dann – angeregt durch seine Erfahrungen aus dem Praktikum und sein Engagement bei AIESEC – im Fachgebiet HR Management an der London School of Economics and Political Science. „Das Praktikum bei PwC hat mir gezeigt, dass man mit einer ordentlichen Portion Ehrgeiz und Engagement viel erreichen kann. Das gab mir das nötige Selbstbewusstsein, um mich an der Elitehochschule in London zu bewerben und mein Masterstudium im Ausland zu absolvieren“, sagt Benedikt Link. Während seines Masterstudiums hielt er neben dem Praktikantenbindungsprogramm von PwC (Keep in Touch) auch Kontakt zu seinen ehemaligen PwC-Kollegen und stieg nach seinem Abschluss dort wieder im Recruiting ein. Die aktuellste berufliche Veränderung erfolgte dann vor wenigen Monaten. Da wechselte er in die Beratung. Und wieder war es sein Praktikum, das den Weg zu den neuen alten Kollegen ebnete.

Lerne PwC kennen!

Aber wie findet man die Praktikumsstelle, die am besten zu einem passt? PwC als weltweit führende Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsgesellschaft bietet an Universitäten regelmäßig Workshops zu verschiedensten Themen an und stellt sich auf Karrieremessen vor. In Seminaren an Universitäten beispielsweise können interessierte Studierende gemeinsam mit den PwC-Experten knifflige Fallbeispiele lösen. Ein Blick auf die Karriereseite von PwC oder die Facebook-Seite lohnt somit allemal, um sich über aktuelle Aktionen und Angebote zu informieren.

Wer zudem einmal im Ausland arbeiten will, fremde Kulturen hautnah erleben oder seine Sprachkenntnisse erweitern will, kann mit PwC auch den Sprung ins Ausland wagen, wie es auch Susann Sturm getan hat. Das Praktikantenprogramm Stairway bietet herausragenden Studierenden die Möglichkeit, die Geschäftsbereiche Wirtschaftsprüfung und Steuerberatung für zwei bis sechs Monate in Metropolen wie London oder Paris kennen zu lernen. PwC kümmert sich dabei um Unterkunft und Visum, zahlt ein monatliches Gehalt und übernimmt die Reisekosten. Interessierte können sich ganz einfach auf der nachfolgenden Website www.pwc.de/karriere/stairway registrieren und für einen Standort und Fachgebiet bewerben. ■

FIRMENPROFIL

Kontakt
Ansprechpartner
Ansprechpartner finden Sie in den jeweiligen Stellenausschreibungen unter www.pwc-career.de

Anschrift
PwC
Personalmarketing & Recruiting
Friedrich-Ebert-Anlage 35–37
60327 Frankfurt

Telefon/Fax
Tel.: +49 69 9585-5226
Fax: +49 69 9585-5256

E-Mail
personalmarketing@de.pwc.com

Internet
www.pwc.de

Bevorzugte Bewerbungsart(en)
Bitte bewerben Sie sich ausschließlich online (Initiativ über eine Registrierung in unserem System oder direkt auf die jeweiligen Ausschreibungen auf www.pwc-career.de). Bitte immer vollständige Unterlagen als Attachments mitschicken!

Direkter Link zum Karrierebereich
www.pwc-career.de

Angebote für Studierende
Praktika?
Ja, Einsatzmöglichkeiten für ca. 1000 Praktikanten je Jahr

Abschlussarbeiten?
Ja, Bachelor und Master

Werkstudenten?
Ja, Bachelor und Master

Duales Studium?
Ja

Trainee-Programm?
Ja, Transactions360° & Taxation360°

Direkteinstieg?
Ja

Promotion?
Nein

QR zu pwc:

Allgemeine Informationen

Branche
Wirtschaftsprüfung und Unternehmensberatung

Bedarf an HochschulabsolventInnen
Ca. 800 Hochschulabsolventen, sowie ca. 1.000 Praktikanten

Gesuchte Fachrichtungen

Wirtschaftswissenschaften (insbesondere BWL/allgemein/WiWi, BWL/Banken, BWL/Controlling, BWL/Finanzen, BWL/Rechnungswesen, BWL/Steuern, International Management), Jura, (Wirtschafts-)Ingenieurwesen, (Wirtschafts-)Mathematik, (Wirtschafts-)Informatik

Produkte und Dienstleistungen

Dienstleistungen in den Bereichen Transaktionen; Finanzierung und Investition; Sanierung, Restrukturierung und Forensic Services; Strategie, Organisation, Prozesse und Systeme; Rechnungslegung, Berichterstattung und Prüfung; Steuern; Branchenregulierung; Wissenstransfer

Anzahl der Standorte

In Deutschland: 28
Weltweit: in 157 Ländern

Anzahl der MitarbeiterInnen

In Deutschland: 9.300
Weltweit: 184.000

Jahresumsatz

In Deutschland: 1,55 Mrd. Euro
Weltweit: 32,1 Mrd. US-Dollar

Mögliche Einstiegstermine

Jederzeit

Auslandstätigkeit

Internationales Arbeiten wird bei PwC großgeschrieben. Das können Sie bereits während Ihres Praktikums erleben! Mit unserem internationalen Praktikumsprogramm „Stairway“ bieten wir Ihnen Praktika in unseren German Business Groups weltweit an. Informationen zum Programm und den Bewerbungsmodalitäten finden Sie auf unserer Karriereseite oder auf www.pwc-career.de/stairway/.

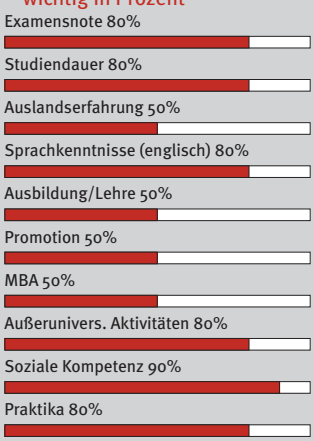
Warum bei PwC bewerben?

Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind unser wichtigstes Kapital. Deshalb investieren wir auch jede Menge für ihre Entwicklung. Auf jeder Karrierestufe wird Sie ein speziell zugeschnittenes Weiterbildungsprogramm begleiten, das Ihnen das Know-how und die Erfahrung eines weltweit führenden Prüfungs- und Beratungsunternehmens vermittelt. Ganz nach dem Prinzip „aus der Praxis für die Praxis“ erlernen Sie das notwendige Handwerkszeug für die erfolgreiche Betreuung der Mandanten. Ihr fachliches Wissen wird systematisch aufgebaut und auf dem neuesten Stand gehalten. Kurse im Bereich Soft Skills helfen Ihnen, die gesammelte Expertise in der Zusammenarbeit mit Mandanten und Kollegen praktisch umzusetzen. Darüber hinaus ermöglichen wir Ihnen die Teilnahme an einem Masterstudium und unterstützen Sie bei der Erlangung von Berufsexamina, beispielsweise des Wirtschaftsprüfers und Steuerberaters.

Ca. 1000 Praktikumsstellen pro Jahr zu vergeben!

BEWERBERPROFIL

Bewerberprofil wichtig in Prozent



Sonstige Angaben

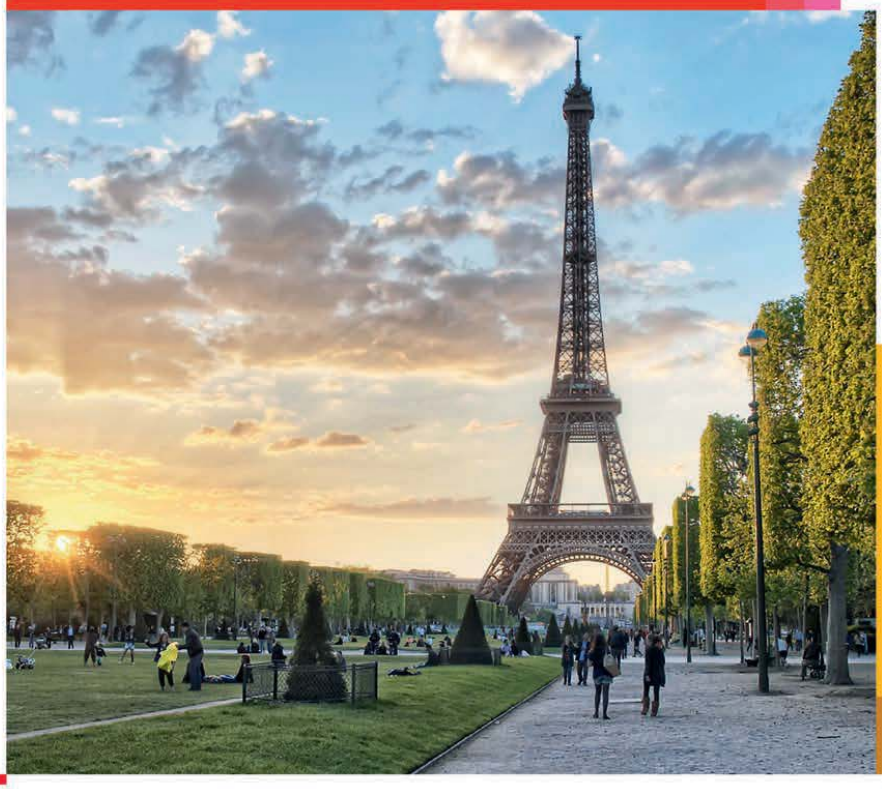
Guter Abschluss, relevante Studienschwerpunkte mit betriebswirtschaftlichem Bezug, zielgerichtete Praktika bzw. Praxiserfahrung, gute IT- und Englischkenntnisse, Beratungskompetenz, Teamfähigkeit und überzeugendes Auftreten, Flexibilität und hohe Einsatz- und Leistungsbereitschaft, analytische, konzeptionelle und selbstständige Arbeitsweise, hohe Motivation, Mobilität

www.pwc-career.de/stairway

Around the world with Stairway

Go abroad for an internship

The opportunity of a lifetime



pwc

Beijing ***Tokyo*** ***Paris*** ***Budapest*** ***Istanbul***
New York ***Shanghai*** ***Vienna*** ***Brussels*** ***Johannesburg***

Are you interested in gaining unique working experiences abroad with PwC? Take the opportunity to intern in one of our Assurance, Tax & Legal or Advisory teams located in more than ten different cities around the world starting in summer 2014.

© 2014 PricewaterhouseCoopers Aktiengesellschaft Wirtschaftsprüfungsgesellschaft. Alle Rechte vorbehalten.
„PwC" bezeichnet in diesem Dokument die PricewaterhouseCoopers Aktiengesellschaft Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, die eine Mitgliedsgesellschaft der PricewaterhouseCoopers International Limited (PwCIL) ist. Jede der Mitgliedsgesellschaften der PwCIL ist eine rechtlich selbstständige Gesellschaft.

Statement zum außeruniversitären Engagement

Außeruniversitäres Engagement und ehrenamtliche Tätigkeiten sind immer eine bereichernde Erfahrung und fördern die persönliche Entwicklung. Insbesondere Soft Skills können ausgebaut und erworben werden, die im späteren Berufsleben eine wichtige Rolle spielen. Wer sich neben dem erfolgreichen Studium freiwillig einbringt, zeigt Einsatzbereitschaft, Motivation und Zuverlässigkeit. Aber auch die Teamfähigkeit wird dadurch unter Beweis gestellt. Beim Berufseinstieg kann freiwilliges Engagement dazu beitragen, sich von den Mitbewerbern für Einstiegspositionen abzuheben. Als Familienunternehmen legt Schaeffler sehr viel Wert auf soziale Verantwortung und kollegiales Miteinander. Folglich freuen wir uns auf Bewerber, die sich neben ihrem erfolgreichem Studium in Organisationen, Projekten oder Einrichtungen engagieren.

Elke Wurdack, Leitung Recruiting/Employer Branding

SCHAEFFLER

LuK INA FAG

Gemeinsam bewegen wir die Welt

Die Schaeffler AG entwickelt und fertigt mit ihren drei starken Marken INA, LuK und FAG Präzisionsprodukte für alles was sich bewegt – in Maschinen, Anlagen, Kraftfahrzeugen und in der Luft- und Raumfahrt. Die global agierende Unternehmensgruppe mit Sitz im fränkischen Herzogenaurach erwirtschaftete im Jahr 2012 11,1 Mrd. Euro. Mit über 76.000 Mitarbeitern weltweit ist Schaeffler eines der größten deutschen und europäischen Industrieunternehmen in Familienbesitz.

Hauptkunde der Schaeffler Gruppe ist die Automobilindustrie. Für nahezu alle Hersteller und für wichtige Zulieferer ist die Sparte Automotive mit den drei Produktmarken zuverlässiger Partner mit Know-how für den kompletten Antriebsstrang: für Motor, Fahrwerk, Getriebe und Nebenaggregate in Pkws und Nutzfahrzeugen.

Im Bereich Industrie verfügt die Schaeffler Gruppe über ca. 40.000 serienmäßig gefertigte Katalog-

Die Energie für die beiden E-Radnabenmotoren des heckgetriebenen Ford Fiesta liefert ein Lithium-Ionen-Paket unter der Fronthaube. Im Doppel leistet der flüssigkeitsgekühlte Radnabenantrieb 110 PS und 700Nm Drehmoment. Das kompakte System findet in einer serienmäßigen Felge Platz. Alles, was für Vortrieb, Bremsen und Sicherheit gebraucht wird, ist im Rad untergebracht.

Mobilität ist Lebensqualität:

Die Zukunft des Autos ist heute so spannend wie noch nie! Und auch das Angebot für den Autofahrer war noch nie größer. Unzählige Modelle in einer Vielzahl von Klassen und Kategorien mit unterschiedlichen Fahrleistungen, einem kaum zu überschauenden Ausstattungsangebot, neuen Vernetzungsmöglichkeiten. Und auch die unterm Blech verborgenen Technologien stellen Autokäufer vor die Qual der Wahl: Diesel, Benziner, Gas, Hybridantrieb oder Elektromobil – mit welchem Antrieb fährt mein nächstes Auto? Und mit welchem Getriebe? Mit welchen Technologien sinken Verbrauch und Emissionen?
Wir stehen am Beginn eines neuen Automobilzeitalters, auch wenn wir das im Alltag noch gar nicht realisieren. Immer mehr Autos sollen immer weniger verbrauchen und müssen ressourcenschonender werden – eine gewaltige Herausforderung. Aber auch eine spannende Aufgabe für unsere Ingenieure.
Jörg Walz, Leiter Kommunikation Schaeffler Automotive

artikel der Produktmarken INA und FAG, mit denen Anwendungsfälle von rund 60 Industriebranchen abgedeckt werden – ein ungewöhnlich breites Produktportfolio. Unsere Fertigungskompetenz sowie unser Know-how in den Bereichen Mechatronik, Werk- und Schmierstoffe machen uns überall auf der Welt zu einem gefragten und verlässlichen Partner der Industrie.

Der renommierte Geschäftsbereich „Luft- und Raumfahrt“ der Sparte Industrie fertigt Hochpräzisionslager für Flugzeuge, Hubschrauber und Raketentriebwerke wie zum Beispiel für den Airbus A 380 und die Boeing 787 Dreamliner. Sonderanwendungen mit Hochpräzisionslagern z. B. für die Medizintechnik runden das Angebot ab.

Zu den Erfolgsfaktoren von Schaeffler zählen neben globaler Kundennähe, gelebter Mitarbeiterorientierung, höchster Qualität, vorbildlichem Umweltschutz und nachhaltigem Wirtschaften vor allem auch Innovationskraft und Kreativität.

Schaeffler als Arbeitgeber

Soziale Verantwortung und langfristiges Denken prägen Schaeffler. Wir vereinen eine langfristige strategische Ausrichtung mit modernsten Managementmethoden und attraktiven Arbeitsplätzen. Kreativität, Schnelligkeit und hohes persönliches Leistungsbewusstsein unserer Mitarbeiter/innen sind Garant für unseren Wettbewerbsvorsprung.

Ständige Weiterbildung prägt die Personalentwicklung. Intern und im Austausch zwischen den Standorten der Schaeffler Gruppe bieten sich vielfältige Möglichkeiten der beruflichen Weiterbildung und Karrieregestaltung.

Wir bieten Studierenden viele Möglichkeiten, praktische Erfahrungen in der Arbeitswelt zu sammeln und uns als Arbeitgeber kennenzulernen. Nach dem Praktikum, der Bachelorarbeit oder während der Werkstudententätigkeit haben besonders talentierte Studierende die Chance, in das Schaeffler Top Studenten Programm (STS) aufgenommen zu werden.

Aktuelle Themen für Praktika, Studienabschlussarbeiten und Einstiegsmöglichkeiten finden sich unter **www.schaeffler.de/career**.

Mit seiner „Gläsernen Werkzeugmaschine“ setzt Schaeffler auf der EMO 2013 ein besonderes Highlight. Sie gewährt einen spannenden Einblick in das Herz einer Werkzeugmaschine. Mit dieser Maschine unterstreicht Schaeffler seine Strategie, durch ein Höchstmaß an Kundennähe und Systemverständnis Produkte und Lösungen zu erarbeiten, die unsere Kunden in ihrem Wettbewerb stärken und ihre Anforderungen in technischer wie in wirtschaftlicher Hinsicht optimal erfüllen.

Erfolgsfaktoren

Zu den Erfolgsfaktoren zählen neben globaler Kundennähe, gelebter Mitarbeiterorientierung, höchste Qualität, vorbildlichem Umweltschutz und nachhaltigem Wirtschaften vor allem auch Innovationskraft und Kreativität. Rund 6.000 Mitarbeiter entwickeln weltweit in über 40 Forschungs- und Entwicklungszentren neue Produkte, Technologien, Prozesse und Verfahren für marktgerechte Lösungen.

Kreatives Engineering und unkonventionelle Lösungen zeichnen uns aus. Mit jährlich mehr als 1.800 Patentanmeldungen und derzeit mehr als 18.000 in Kraft befindlichen Patenten und Patentanmeldungen gehört Schaeffler zu den Innovationsführern in der Industrie. ■

SCHAEFFLER

LuK INA FAG

Kontakt
Ansprechpartner
Ansprechpartner finden Sie in den jeweiligen Stellenbeschreibungen online

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?
Diplomarbeit, Masterarbeit, Bachelorarbeit

Werkstudenten? Ja

Duales Studium? Ja,
- Bachelor of Engineering Elektrotechnik
- Bachelor of Engineering Maschinenbau
- Bachelor of Engineering Mechatronik
- Bachelor of Engineering Wirtschaftsingenieurwesen
- Bachelor of Arts Automobilhandel (BWL-Handel)
- Bachelor of Arts Allgemeine Industrie (BWL)
- Bachelor of Arts Steuern und Prüfungswesen
- Bachelor of Science Angewandte Informatik
- Bachelor of Science International Management Business Information Technology (IMBIT)
- Bachelor of Science Wirtschaftsinformatik

Trainee-Programm?
Ja, 2 Programme
- 12-18monatiges Trainee-Programm
- 24monatiges Corporate Trainee-Programm

Direkteinstieg? Ja

Promotion? Ja

QR zu Schaeffler:

FIRMENPROFIL

Allgemeine Informationen
Branche
Automobilindustrie, Maschinenbau

Bedarf an HochschulabsolventInnen
Kontinuierlicher Bedarf

Gesuchte Fachrichtungen
Elektrotechnik, Fahrzeugtechnik, Feinwerktechnik, Informatik, Luft- und Raumfahrttechnik, Maschinenbau, Wirtschaftsingenieurwesen, Wirtschaftswissenschaften etc.

Produkte und Dienstleistungen
Wälz- und Gleitlager, Linearsysteme sowie als Automobilzulieferer Präzisionselemente für Motor, Getriebe und Fahrwerk

Anzahl der Standorte
Ca. 180 Standorte in mehr als 50 Ländern

Anzahl der MitarbeiterInnen
Über 76.000 Mitarbeiter weltweit

Jahresumsatz
11,1 Mrd. Euro (2012)

Einsatzmöglichkeiten
Einsatzmöglichkeiten in einer Vielzahl von technischen und kaufmännischen Bereichen wie z. B. Anwendungstechnik, Einkauf, E-Mobilität, Fertigungssteuerung/-planung, Finanzen, Controlling, Forschung & Entwicklung, IT, Konstruktion, Logistik/Disposition/Supply Chain, Marketing/Produktmanagement, Mechatronik, Personal, Produktion, Projektmanagement, Qualitätsmanagement, Qualitätssicherung, Vertrieb, Werkstofftechnik

Einstiegsprogramme
Direkteinstieg, Trainee-Programme (12-18monatiges Trainee-Programm, 24monatiges Corporate Trainee-Programm)

Mögliche Einstiegstermine
Jederzeit

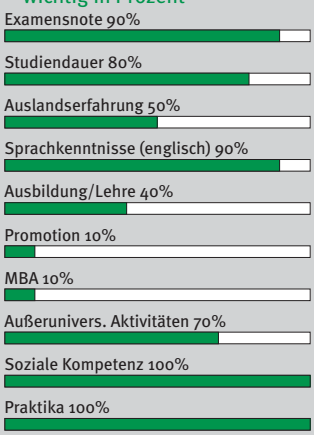
Auslandstätigkeit
Möglich nach vorheriger Tätigkeit im Inland bzw. Bewerbung direkt bei der Landesgesellschaft vor Ort

Einstiegsgehalt für Absolventen
Abhängig von der zu besetzenden Position

Warum bei „Schaeffler“ bewerben
Die Schaeffler Gruppe entwickelt und fertigt Präzisionsprodukte für alles, was sich bewegt: in Maschinen, Anlagen, Kraftfahrzeugen und in der Luft- und Raumfahrt. Wir vereinen eine langfristige strategische Ausrichtung mit modernsten Managementmethoden und attraktiven Arbeitsplätzen. Kreativität, Schnelligkeit und hohes persönliches Leistungsbewusstsein unserer Mitarbeiter/innen sind Garant für unseren Wettbewerbsvorsprung.
Ständige Weiterbildung prägt die Personalentwicklung. Intern und im Austausch zwischen den Standorten der Schaeffler Gruppe bieten sich vielfältige Möglichkeiten der beruflichen Weiterentwicklung und Karrieregestaltung.

BEWERBERPROFIL

Bewerberprofil wichtig in Prozent



Sonstige Angaben
Teamfähigkeit, Kommunikation, Persönlichkeit

Gemeinsam bewegen wir die Welt

trendence Graduate Barometer 2013 DEUTSCHLANDS 100 Top-Arbeitgeber

Zukunft gestalten bei Schaeffler

Schaeffler – das ist die Faszination eines internationalen Technologie-Konzerns mit über 76.000 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/schaefflerkarriere

SCHAEFFLER
LuK INA FAG

Statement zum außeruniversitären Engagement

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.

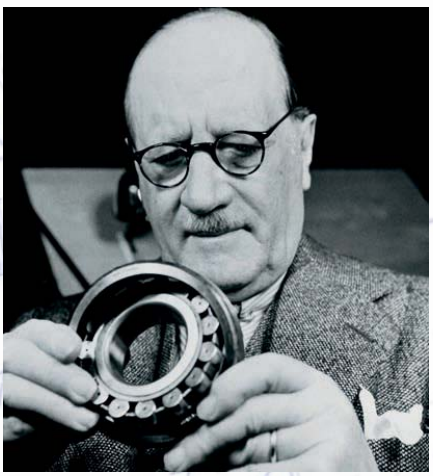
Sei bereit! Engagier dich!

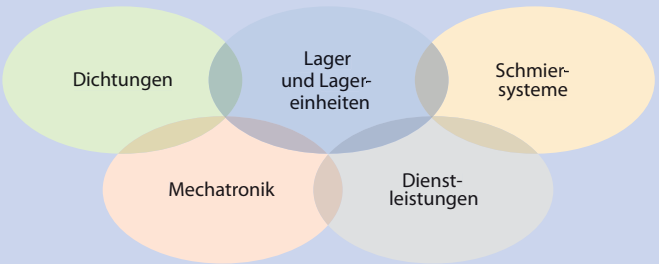
Bastian Mattlener, Manager Employer Branding, SKF GmbH

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.

Und da hätten wir sie schon genannt, die fünf Kompetenzplattformen der SKF Gruppe, die das schwedische Unternehmen aus der Vielzahl der Wälzlagerhersteller heraus heben. 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 Pendelrollenlagers, gegründete Unternehmen seit Jahrzehnten an der Weltspitze der Branche.





Kompetenzbereiche der SKF Gruppe

Es gibt fünf **Kompetenzbereiche (Plattformen)**, 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. Die Einheiten sind Produktkombinationen, die als Systemlösungen für Spitzenleistungen zusammengefasst sind. Sie werden dort eingesetzt, wo es auf kompakte Konstruktion, aufeinander abgestimmte Leistung und leichtes Gewicht ankommt.

• 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 Überwachungslösungen und by-wire-Anwendungen. Darüber hinaus auch Komponenten wie Kugel- und Rollengewindetriebe, 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.

• Schmiersysteme

SKF bietet Produkte, Lösungen und umfangreiche Beratung in Bezug auf Industrieschmierstoffe, Schmierungsberatung, Schmierstoffverteiler, Schmierungsbeurteilung, Schmierstoffanalysen, Empfehlungen für Schmierstoffe und automatische Schmiersysteme.

SKF – Ein aktiver und verlässlicher Partner für nachhaltige Entwicklung

Ein wichtiger Erfolgsfaktor von SKF ist die Nachhaltigkeit. Darunter versteht die SKF Gruppe eine Kombination aus betriebswirtschaftlich erfolgreichem Handeln und aktivem Engagement zur Erhaltung der Ressourcen für künftige Generationen. Demzufolge sind Nachhaltigkeit, Rentabilität, Qualität, Innovation und Geschwindigkeit die zentralen Treiber der SKF. Voraussetzung dafür ist die innerbetriebliche Vernetzung der SKF Kompetenzbereiche, um Wissenstransfer zu perfektionieren, maßgeschneiderte Lösungen für die Kunden zu finden und umweltschonende Innovationen so schnell wie möglich in den Markt zu bringen.

SKF hat eine Nachhaltigkeitsstrategie namens „BeyondZero“ entwickelt, die Ökologie und Ökonomie miteinander verbindet. Mit BeyondZero erreichen SKF Aktivitäten im Sinne des Umweltschutzes und nachhaltigen Wirtschaftens eine neue Dimension. Die gesamte Wertschöpfungskette der Produkte wird auf ihren Nachhaltigkeitswert geprüft: Vom Materiallieferanten über die Produktfertigung bis hin zur Evaluierung des Kundennutzen und schließlich eine angemessene Produktentsorgung. Primär soll die Einsparung von Energie und die Minimierung der CO_2-Emissionen gefördert werden. Das Ziel dabei: Positive Auswirkungen des industriellen Wirtschaftens sollen mögliche negative Auswirkungen reduzieren und diese sogar verbessern. Nur Produkte und Dienstleistungen, die diesen Anforderungen gerecht werden, bilden das BeyondZero-Portfolio. Dank BeyondZero haben Kunden von heute und morgen einen Grund mehr, verstärkt auf SKF Produkte zu setzen. Davon profitieren wiederum die Zulieferer und natürlich alle Mitarbeiter des Unternehmens. So schließt sich der Kreis: BeyondZero nutzt nicht nur der Umwelt, indem es innovative „grüne“ Lösungen vorantreibt, sondern erweist sich als rundum nachhaltig. Damit steht es in Übereinstimmung mit der SKF Philosophie und SKF ist sogar das erste Fertigungsunternehmen, das am WWF-Klimaschutzprogramm teilnehmen darf.

Willkommen in der Zukunft – Powered by people

Ein Unternehmen, das verbindet: 46.000 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! ■

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 2541

E-Mail
zukunft@skf.com

Internet
www.skf.de
www.facebook.com/SKFKarriere

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? Nein

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, Schmiersysteme und Industriedienstleistungen

Anzahl der Standorte
Mehr als 130 Fertigungsstandorte in 32 Ländern, Präsenzen in über 130 Ländern

Anzahl der MitarbeiterInnen
In 2012: ca. 47.000

Jahresumsatz
Ca. 7,5 Mrd. Euro

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

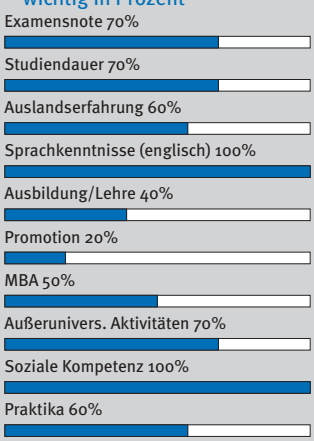
Einstiegsgehalt für Absolventen
Nach Tarif (Metall) entsprechend Qualifikation und Berufserfahrung

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.
Kommen Sie zu SKF und erleben Sie „The Power of Knowledge Engineering“.

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.

FAIR COMPANY Die bessere Chance für Absolventinnen. Eine Initiative von karriere.de

UNIVERSUM TOP 100 ARBEITGEBER 2013 STUDENT SURVEY

Bereit für die Zukunft? SKF Wissen bewegt die Welt – werden Sie ein Teil davon.

.com/skfkarriere

SKF ist eine global operierende "Knowledge Engineering Company", die weltweit auf verschiedenen Gebieten tätig ist; von Windkraftanlagen und Schiffsmotoren bis hin zu Hochgeschwindigkeitszügen, Waschmaschinen und Millionen von Motorrädern, LKWs und PKWs. Unsere ca. 48.400 Mitarbeiter in 130 Ländern genießen außergewöhnliche Aufstiegschancen, solide Teamarbeit sowie die Chance, die Welt entscheidend zu verändern.

www.skf.com

SKF®

Statement zum außeruniversitären Engagement

Die Zusammenarbeit mit den Studenteninitiativen des VDSI ist für unser Unternehmen von großem Vorteil. Durch die Kooperation haben wir einen kurzen Draht zu den Studierenden und können besser auf deren Wünsche und Bedürfnisse eingehen. Den Mitgliedern dieser Organisationen muss man ihr Engagement sehr hoch anrechnen. Sich neben dem Studium ehrenamtlich zu engagieren und dafür manchen Sommerabend im Biergarten und Schwimmbad zu opfern, erfordert ein hohes Maß an Disziplin. Die Tätigkeiten in den Initiativen zeugen von großer Motivation und überdurchschnittlicher Einsatzbereitschaft. Eigenschaften, die wir bei TÜV Rheinland bei unseren künftigen Kolleginnen und Kollegen sehr zu schätzen wissen, weshalb wir die Organisationen des VDSI sehr gerne unterstützen.

Andy Fuchs, TÜV Rheinland

TÜVRheinland®
Genau. Richtig.

Sicherheit und Qualität von Technik, Produkten und Prozessen – zum Nutzen von Mensch und Umwelt: Dafür steht TÜV Rheinland seit 140 Jahren. Von unserem Stammsitz in Köln aus arbeiten wir inzwischen an 500 Standorten in 65 Ländern auf allen Kontinenten. Über 17.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bieten rund 2.500 verschiedene Dienstleistungen in 6 Bereichen an:

Industrie-Service:
Prüfung von Aufzügen und Kraftwerken, Druckbehältern und Brücken, Solarmodulen und Hallendächern. Gutachten und Unterstützung bei Bauprojekten von der Standortevaluierung bis zum umweltgerechten Rückbau.

Mobilität:
Hauptuntersuchung bei Automobilen, Führerscheinprüfung, Schaden- und Wertgutachten, Gebrauchtwagencheck, Entwicklung und Typprüfung, Beratung in den Bereichen Logistik und Telematik sowie Beratung und Zertifizierungen im Bereich der Bahn- und Luftfahrttechnik.

Produkte:
Vom Spielzeug über Bohrmaschinen und Möbel, Mikrowellen und Monitore, Haus- und Gartengeräte bis zur Medizintechnik. Wir prüfen und zertifizieren Sicherheit, Gebrauchstauglichkeit und Qualität von technischen Anlagen, Investitionsgütern, Gebrauchs- und Verbrauchsgütern. Wir bieten zudem Prüfungen nach individuellen Kriterien oder nach den bekannten TÜV Rheinland-Standards.

Leben und Gesundheit:
Unsere Experten unterstützen Unternehmen im Arbeits- und Gesundheitsschutz. Von Vorsorgeuntersuchungen über betriebliches Gesundheitsmanagement bis zum Brandschutz. Mit ganzheitlichen Lösungen und individuellen Services.

Training und Consulting:
Mit Qualifizierungen, Fortbildungen und zertifizierten Fachlehrgängen können unsere Kunden begehrte Kompetenzen für Ihren aktuellen oder künftigen Arbeitsplatz erwerben. Berufsrückkehrer profitieren von der Marktnähe unserer Experten bei der Arbeitsvermittlung. Zeitsoldaten bieten wir einen Rundumservice beim Einstieg in den zivilen Arbeitsmarkt.

Systeme:
Bewertung von Managementsystemen, IT-Prozessen und ganzen Unternehmen nach international anerkannten Standards oder nach individuellen Leistungskriterien. Im Bereich der IT-Sicherheit bieten wir Dienstleistungen in den Bereichen Analyse, Optimierung und der Zertifizierung. Wir begleiten unsere Kunden auf dem Weg zu nachhaltigen, aufeinander aufbauenden IT-Sicherheitskonzepten, die alle rechtlichen, gesetzlichen und technischen Anforderungen berücksichtigen.

Unabhängig von der jeweiligen Branche gilt: Kompetenz, Qualifikation und große praktische Erfahrung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sichern die Zukunft des TÜV Rheinland. Das gilt für Ärzte, Chemiker und Ingenieure ebenso wie für Pädagogen oder Wirtschaftswissenschaftler. TÜV Rheinland genießt ein hohes Ansehen als unabhängiger Garant für Qualität und Sicherheit in allen Bereichen des täglichen Lebens sowie der Wirtschaft.

Bei aller Vielfalt verbindet eines alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von TÜV Rheinland in ihrer Arbeit: die Überzeugung, dass gesellschaftliche und wirtschaftliche Entwicklung ohne technischen Fortschritt nicht möglich ist. Aber gerade deshalb ist der sichere und verantwortungsvolle Einsatz von technischen Innovationen, Produkten und Anlagen so wichtig. Diese Philosophie ist ein wichtiger Grund dafür, dass sich der TÜV Rheinland seit 2006 im Global Compact der Vereinten Nationen für die nachhaltige Entwicklung weltweit engagiert – und damit für mehr Umweltschutz, für Menschenrechte und soziale Mindeststandards und gegen Korruption.

TÜV Rheinland bekennt sich zu seiner gesellschaftlichen, ökologischen und wirtschaftlichen Verantwortung. Zur genaueren Erläuterung dieses Verständnisses hat der Vorstand eine verbindliche Konzernpolitik zu Werten und Verantwortung verabschiedet. Die Konzernpolitik „Werte und Verantwortung“ dient dazu, die hohe Qualität der Prüfdienstleistungen des TÜV Rheinland weltweit sicherzustellen – mit gleichen Prinzipien und Grundsätzen sowie entsprechenden Maßstäben hinsichtlich Neutralität, Gewissenhaftigkeit und Objektivität.

Ebenso wie die Konzernpolitik bringt auch der Verhaltenskodex von TÜV Rheinland das Bekenntnis des Unternehmens zu den Prinzipien des Global Compact der Vereinten Nationen und zu den Regeln der International Federation of Inspection Agencies (IFIA) – der Vereinigung international führender Prüfunternehmen – zum Ausdruck.

Der Verhaltenskodex ist für alle Mitarbeiter weltweit verbindlich. Er macht Vorgaben zu Fragen im Zusammenhang mit der Einhaltung von Recht und Gesetz (Compliance), die für eine unabhängige Prüforganisation von allergrößter Bedeutung sind, da dies Grundlage des Handelns sein muss.

Sicherheit, Qualität, Gesundheit, Effizienz und Compliance sind Ergebnis unserer Arbeit in globalisierten und lokalen Märkten. Dienstleistung ist unsere Profession, Effizienz unser Auftrag und Kundenzufriedenheit unsere Motivation. ■

TÜVRheinland®
Genau. Richtig.

FIRMENPROFIL

Kontakt
Ansprechpartner
Bewerberservice

Anschrift
Am Grauen Stein
51105 Köln

Telefon
+49 221 806-119

E-Mail
jobs@de.tuv.com

Internet
www.tuv.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.tuv.com/bewerbung). Bitte immer vollständige Unterlagen als Attachments mitschicken!

Direkter Link zum Karrierebereich
www.tuv.com/jobs

Angebote für Studierende

Praktika?
Ja, in allen Unternehmensbereichen möglich

Abschlussarbeiten?
Ja, Bachelor und Master

Werkstudenten?
Ja, in allen Unternehmensbereichen möglich

Duales Studium?
Nein

Trainee-Programm?
Nein

Direkteinstieg?
Ja

Promotion?
Nein

QR zu TÜV Rheinland:

Allgemeine Informationen

Branche
Technische Dienstleistungen
Bedarf an HochschulabsolventInnen
Kontinuierlicher Bedarf

Gesuchte Fachrichtungen

Maschinenbau, Elektrotechnik, Fahrzeugtechnik, Mechatronik, Verfahrenstechnik, Physik, Chemie, Informatik, Medizin, Pädagogik, BWL

Produkte und Dienstleistungen

Prüfungen, Zertifizierungen und Auditierungen von technischen Anlagen, Produkten und Managementsystemen, Arbeitsmedizin und Gesundheitswesen, Weiterbildung und IT Sicherheit

Anzahl der Standorte

Weltweit in 65 Ländern vertreten

Anzahl der MitarbeiterInnen

Mehr als 17.000 weltweit

Jahresumsatz

Ca. 1,5 Mrd. EURO

Einsatzmöglichkeiten

Prüfungen, Zertifizierungen, Auditierungen von Produkten, Anlagen, Prozessen, Vertrieb, Marketing, Verwaltung

Einstiegsprogramme

Direkteinstieg, Einstiegs- und Trainingsprogramme, „Training on the job“

Mögliche Einstiegstermine

Jederzeit

Auslandstätigkeit

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

Einstiegsgehalt für Absolventen

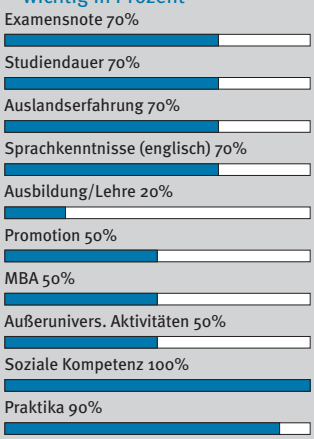
Je nach Qualifikation

Warum bei TÜV Rheinland bewerben?

TÜV Rheinland hat sehr viel mehr zu bieten, als man vielleicht auf den ersten Blick denken könnte. Wir beschäftigen hochqualifiziertes Personal mit sehr speziellen Kenntnissen in den Bereichen Prüfung und Zertifizierung. Egal, ob Sie sich für Automobil- oder Bahntechnik interessieren, technische Anlagen oder Solarmodule testen oder Produkte prüfen und Managementsysteme bewerten möchten – bei uns finden Sie vielfältige Karriere- und Weiterbildungsmöglichkeiten. Bei dem Thema Talentförderung achten wir darauf, Führungskräfte aus den eigenen Reihen zu rekrutieren und nutzen unterschiedliche Personalentwicklungsmaßnahmen, um dieses Ziel zu erreichen. Der Start ins Unternehmen ist in 63 Ländern an über 500 Standorten möglich, 16.000 Kolleginnen und Kollegen warten bereits auf Sie.

BEWERBERPROFIL

Bewerberprofil wichtig in Prozent



Sonstige Angaben

Teamfähigkeit, Dienstleistungsorientierung, Fachkompetenz, Zuverlässigkeit, Genauigkeit

Die Begeisterung für zukunftsweisende Lösungen teilen wir mit über 17.000 Menschen in 65 Ländern. Bei TÜV Rheinland kann man sein Wissen eigenverantwortlich einbringen und sich dabei persönlich immer weiter entwickeln. Wir sind ein Team aus hochqualifizierten Experten, die sich verantwortungsvollen Herausforderungen stellen, um das Leben mit wertvollen Leistungen zu bereichern. Und wir alle lieben, was wir tun. Wenn auch Sie Ihre Talente sinnstiftend einbringen möchten, kommen Sie zu TÜV Rheinland. Nutzen wir diese vielfältigen Möglichkeiten und machen wir uns gemeinsam auf zu neuen Zielen.

Karrieren inmitten von Mensch, Technik und Umwelt.

tuv.com/jobs

TÜVRheinland®
Genau. Richtig.

Statement zum außeruniversitären Engagement

Wir bei Unilever schätzen und unterstützen außeruniversitäres Engagement von Studierenden und legen bei unseren Auswahlprozessen (zum Beispiel für unser Traineeprogramm) durchaus Wert auf Aktivitäten, die nicht auf dem Stundenplan stehen.

Heutzutage wird es für Studierende zwar immer wichtiger, das Studium möglichst zügig und mit guten Noten abzuschließen. Allerdings fehlt es diesen Studierenden mitunter an der Fähigkeit, sich im praktischen Berufsalltag schnell zurechtzufinden. Daher empfehlen wir, dass man bereits während des Studiums über den Tellerrand schaut und sich auch außerhalb der Universität (zum Beispiel in Studentenorganisationen, Vereinen oder sonstigen Initiativen) engagiert. Auch wenn man dafür ein Urlaubssemester nehmen muss, ist der Lerneffekt und der Kompetenzgewinn durch ein Unternehmenspraktikum, ein Mandat in einer Organisation oder durch eine ähnliche Aufgabe mehr als hilfreich. Und außerdem erhält man so zusätzlich die Chance, Kontakte zu knüpfen und mit Arbeitsproben von sich zu überzeugen.

Bei jedem Engagement sollte man auch nicht immer nur die fachliche Weiterqualifizierung, sondern viel stärker das persönliche Wachstum in den Vordergrund stellen, um Souveränität, persönliche Reife und mehr Umsicht zu gewinnen.

Unser Rat lautet daher: engagiert Euch!

Übrigens: ich hatte selbst einmal ein Amt bei Aiesec inne. Man glaubt es kaum, aber ich war im Vorstand für HR und Projekte verantwortlich und habe sicher ein Semester dadurch verloren – doch ich würde um nichts in der Welt auf diese Erfahrung verzichten wollen und alle meine damaligen „Vorstandskollegen" sind auch heute noch sehr enge Freunde von mir.

Alexandra Heinrichs, HR Director Marketing DACH, Unilever

Unilever

„Karriere ganz nach meinem Geschmack" – Als technische Managerin im Eiscreme-Werk

Hallo Anke, kannst du uns etwas über deinen Werdegang erzählen?

Anke Speckhahn: Gerne. Ich habe an der Uni Magdeburg Verfahrenstechnik studiert und durch ein Praktikum in der Produktion und Prozessoptimierung bei Nestlé erste Einblicke in die Lebensmittelbranche gewonnen. In meiner Diplomarbeit an der University New South Wales in Sydney ging es im Lebensmittelbereich weiter, und zwar mit der Frage, ob Fleisch in überhitztem Wasserdampf getrocknet werden kann. Nach dem Studium habe ich dann mein zweijähriges Traineeprogramm im technischen Management bei Unilever begonnen und seit 1.7.2011 leite ich als Engineering Manager in unserer Heppenheimer Eiscreme-Fabrik die technische Projektabteilung mit einem Team von 5 Projektingenieuren.

Warum hast du dich für Unilever als Arbeitgeber entschieden?

Anke Speckhahn: Unilever hat unzählige bekannte Marken, bietet eine sehr große Produktpalette und setzt daher viele unterschiedliche Verfahrenstechniken ein. So bleibt die Arbeit immer spannend und abwechslungsreich. Außerdem funktioniert unser interner Austausch zwischen den Produktionsstandorten ausgezeichnet, das heißt, ich kann mich mit Kollegen austauschen und immer wieder Neues dazu lernen. Die Konsumgüterindustrie ist für mich als Ingenieur so interessant, weil sie sehr schnelllebig ist und somit ständig spannende Herausforderungen bereit hält, sich technisch an diese Anforderungen anzupassen und weiter zu entwickeln. Hier wird es nie langweilig.

So bleibt die Arbeit immer spannend und abwechslungsreich.

Wie sieht dein Alltag als Engineering Manager aus?

Anke Speckhahn: Alltag gibt es bei uns zum Glück nicht, jeder Tag ist anders als der vorherige. Mein Team und ich betreuen in unserem Eiscremewerk Neuerungen in allen Produktionsbereichen. Von Gebäudeänderungen über die Anlagen-Automatisierung bis zur Prozessoptimierung oder Neuanschaffung technischer Innovationen, um effizienter zu produzieren oder die Marketingwünsche in die Realität umzusetzen. Dazu gehört der regelmäßige Austausch mit Maschinenlieferanten, den Werken in unserer weltweiten Produktion, unserer Zentrale in Hamburg und natürlich mit den betroffenen Abteilungen hier in Heppenheim.

Anke Speckhahn (29), Engineering Manager

Welche außergewöhnlichen Herausforderungen warten in Zukunft auf dich?

Anke Speckhahn: Wir investieren zurzeit viel in die Einführung neuer Technologie zur Verbesserung und Flexibilisierung der Produktion. Damit wird im Laufe der nächsten Jahre ein Großteil der Anlagen in Heppenheim automatisiert und erneuert. Das wird für mich natürlich eine besonders spannende Zeit, in der ich aktiv an der Ausgestaltung einer zukunftsorientierten Fabrik mitwirken und mich täglich mit allen Fragen beschäftigen kann, die meinen Beruf ausmachen.

Welche Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten stehen dir zur Verfügung?

Anke Speckhahn: Unilever bietet mir regelmäßig Management-Seminare an, in denen ich neue und fachfremde Methoden kennenlerne. Außerdem nehme ich an internen Workshops teil, in deren Rahmen wir uns über neue Technologien austauschen. Darüber hinaus bergen das Tagesgeschäft und die Ideenvielfalt unseres Marketings immer noch so viele Herausforderungen, dass ich mich ständig weiterentwickle.

Welche Aufstiegschancen und Zusatzleistungen bietet dir Unilever?

Anke Speckhahn: Ich konnte mich hier bisher sehr schnell vom Trainee zur Managerin entwickeln und habe in meiner Laufbahn jede Unterstützung erhalten, die ich mir gewünscht habe. Aufgrund der Internationalität des Unternehmens baut man auch schnell ein globales Netzwerk auf, in dem man sich für weltweite Aufstiegsmöglichkeiten empfehlen kann. Als Benefit empfinde ich die Vertrauensarbeitszeit ohne an eine Kernarbeitszeit gebunden zu sein. Dadurch bin ich sehr frei, meine Zeit zu gestalten.

Welche Rolle spielt die Nachhaltigkeit bei Unilever?

Anke Speckhahn: Nachhaltiges Wirtschaften hat bei uns oberste Priorität und ist ein zentraler Punkt, den wir bei allen Innovationen im Eiscremewerk berücksichtigen. So versuchen wir stets durch eigene Verbesserungen und durch gezielte Zusammenarbeit mit Maschinenlieferanten die Effizienz der Anlagen zu verbessern um somit Packstoffverluste, Wasser und Strom zu reduzieren. Und auch bei unserer Energieversorgung gehen wir neue, sparsamere Wege, beispielsweise mit unserem Blockheizkraftwerk.

Was ist das Besondere am Standort Heppenheim?

Anke Speckhahn: Eiscremewerke sind unter technischen Gesichtspunkten überaus innovativ. In Heppenheim betreiben wir das größte von 11 Eiscremewerken Europas, mit den meisten und schnellsten Produktionslinien und dem größten Produktspektrum. Wir sind das einzige Werk, das die beliebte Sorte Magnum Temptation herstellt, ein Eis, das von Heppenheim aus in die ganze Welt verkauft wird. Und natürlich ist Eis aufgrund seiner Konsistenz viel schneller und komplexer zu verarbeiten als jedes andere Produkt und stellt somit seine ganz eigene Herausforderung dar. ■

FIRMENPROFIL

Kontakt
Ansprechpartner
Unilever HR Services –
Enterprise Support

Anschrift
Unilever Deutschland
Strandkai 1
20457 Hamburg

Telefon
+49 800 000 7530

E-Mail
es.hrservicesde
@unileverhrservices.com

Internet
www.unilever.de

Bevorzugte Bewerbungsart(en)
Online-Bewerbung über die Homepage

Direkter Link zum Karrierebereich
http://www.unilever.de/careers/graduates/

Angebote für Studierende
Praktika?
Ja, Einsatzmöglichkeiten für ca. 250 Praktikanten pro Jahr (DACH-Region)

Abschlussarbeiten?
Ja, Bachelor und Master

Werkstudenten?
Nach Absprache

Duales Studium?
Nein

Trainee-Programm?
Ja

Direkteinstieg?
Ja

Promotion?
Nein

QR zu Unilever:

Allgemeine Informationen

Branche
Konsumgüter
Bedarf an HochschulabsolventInnen
Ca. 25 (DACH-Region)

Gesuchte Fachrichtungen

Wirtschaftswissenschaften, Wirtschaftsingenieurwesen, Maschinenbau, Chemieingenieurswesen, Verfahrenstechnik, Lebensmitteltechnologie, Chemie und artverwandte Studiengänge

Produkte und Dienstleistungen

Langnese, Rama, Lätta, Ben & Jerrys, Knorr, Pfanni, Bertolli, Domestos, Axe, Dove, Rexona, TIGI und viele mehr

Anzahl der Standorte

Deutschland, Österreich, Schweiz;
Hauptverwaltung: Hamburg
Werke: 9 Standorte innerhalb Deutschlands

Anzahl der MitarbeiterInnen

Weltweit: 171.000

Jahresumsatz

Weltweit: 51,3 Mrd. Euro

Einsatzmöglichkeiten

Marketing, Customer Development/Sales, Supply-Chain-Management, Finanzmanagement/Controlling, Technisches Management und Research & Development

Einstiegsprogramme

Direkteinstieg, Unilever Future Leaders Programme, Praktikum

Mögliche Einstiegstermine

Jederzeit

Einstiegsgehalt für Absolventen

Ab 45.500 Euro p.a.

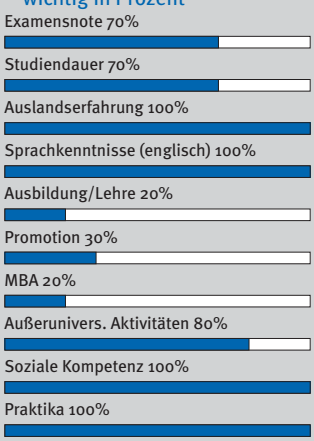
Warum bei Unilever bewerben?

Absolventen, Young Professionals und Studierenden bietet Unilever spannende Chancen, sich entsprechend ihrem Ausbildungsstand und ihrer Qualifikation in der Praxis als Talent zu beweisen. Wer hohe Ziele ins Auge fasst, findet in unserem Unilever Future Leaders Programme seinen anspruchsvollen Einstiegsweg. Hier sind die Herausforderungen für Wirtschaftswissenschaftler ebenso vielfältig wie für Ingenieure.

Du übernimmst von Anfang an Verantwortung für einen konkreten Job. In Seminaren und Trainings arbeitest du kontinuierlich an deiner fachlichen wie persönlichen Weiterentwicklung und erweiterst deine Skills durch unterschiedliche Aufgaben und Funktionen. Nach dem erfolgreichen Abschluss unseres hochkarätigen Traineeprogramms erwartet dich direkt deine erste Managementfunktion. Zu den Einstiegsbereichen gehören Marketing, Customer Development/Sales, Supply Chain Management, Finanzmanagement/Controlling, Technisches Management und Research & Development. Du kannst von Anfang an deinen Schwerpunkt setzen. Viele Wege führen ins Management – entscheidend ist deine überzeugende Performance.

BEWERBERPROFIL

Bewerberprofil wichtig in Prozent



Sonstige Angaben

Unternehmerisches Denken, Führungsqualitäten, Verantwortungsbereitschaft, Leistungsorientierung, Eigeninitiative, Neugierde, Begeisterungsfähigkeit, interkulturelle Sensibilität, qualifizierte Praktika, Auslandserfahrung, außeruniversitäres Engagement

Sulyiman,
Trainee Technisches Management

Unilever

Find us on Facebook

top ARBEITGEBER 2013 DEUTSCHLAND
CERTIFIED BY THE CRF INSTITUTE

LÖSUNGEN FÜR DIE GRÖSSTE HERAUSFORDERUNG DER WELT

MADE BY YOU

Unilever Future Leaders Programme

Willkommen bei Unilever! Wir sind das Weltunternehmen hinter bekannten Marken wie Axe, Dove, Langnese und Knorr. Unser ehrgeiziges Ziel: Wir wollen unsere Größe verdoppeln und unseren ökologischen Fußabdruck halbieren. Um dieses Ziel zu erreichen, suchen wir Talente wie Sulyiman. Als Future Leader arbeitet er täglich mit Herzblut an einer besseren Zukunft: indem er einen erheblichen Beitrag dazu leistete, Unilevers CO_2-Emissionen zu verringern. So schaffte er es, den Weg zwischen Produktionswerk und Logistikzentren nachhaltig zu gestalten. Er arbeitete an einem Projekt, das zum Ziel hatte, Transporte von der Straße auf die Schiene zu verlagern. Das Ergebnis? Weniger Emission, weil die eingesetzten Züge mit Ökostrom angetrieben werden.

Ideen wie diese bringen uns voran. Und mit unserem praxisorientierten Traineeprogramm erhältst du in nur zwei Jahren das Know-how, die Erfahrung und Business-Einblicke, um uns mit deinen eigenen Ideen immer weiter nach vorne zu bringen. Dabei meisterst du echte Herausforderungen, arbeitest mit Top-Managern zusammen und wächst selbst zur Führungspersönlichkeit heran. Du willst mehr darüber erfahren, was du bei uns bewirken und erreichen kannst? Dann entdecke deine Zukunft auf

WWW.UNILEVER.DE

Dove AXE BERTOLLI Knorr duschdas LANGNESE Coral Pfanni Rexona LÄTTA TONI&GUY HAIRMEETWARDROBE.COM BEN&JERRY'S

Statement zum außeruniversitären Engagement

Stellen Sie sich mal vor, wir würden in einer Welt von Kästchendenkern und Suppenschwimmern leben. Jeder würde schön brav in seiner kleinen Box denken und die Fähigkeit über den Suppentellerrand zu schauen, wäre vor Jahrzehnten verloren gegangen. Sich im Kreis zu drehen, wäre vermutlich hipp, und links und rechts des Weges zu schauen, unter Strafandrohung verboten. Engagement, Initiative und Selbständigkeit lägen auf dem Friedhof begraben – R.i.P. 2014. Je nach Blickwinkel mag der eine oder andere meinen, dass dies Szenario bereits Realität ist.

Meines Erachtens sind wir dort noch nicht angelangt, denn einer der fehlenden Sargnägel ist der Verlust der Studenteninitiativen.

Aus diesem Grund unterstütze ich den VDSI mit all seiner Vielfalt.

Robindro Ullah, Head of Employer Branding and HR Communication, Voith GmbH

VOITH Spannende Aufgaben und Herausforderungen

Arbeiten für Voith

Mit einem Praktikum können Studierende Voith als potenziellen Arbeitgeber kennenlernen und eine Vielzahl von anspruchsvollen Aufgaben und Projekten in den unterschiedlichsten Unternehmensbereichen wahrnehmen.
Um einen kleinen Einblick zu bekommen, wie ein Praktikum oder eine Abschlussarbeit bei Voith aussehen kann, berichten zwei Studenten über Ihre Erfahrungen bei Voith.

Wie waren Deine ersten Tage bei Voith?

Weber: „Ich wurde in meiner Abteilung sehr freundlich empfangen und hatte gleich das Gefühl, von einem angenehmen Arbeitsklima umgeben zu sein. Man machte es mir extrem leicht, mich bereits in den ersten Wochen in den Arbeitsalltag einzufügen und gab mir zunächst leicht zu bewältigende Aufgaben, die sich mit der Zeit steigerten. Auch Fragen meinerseits wurden stets begrüßt und umfassend beantwortet! Es gab darüber hinaus Feedbackgespräche, um den gemeinsamen Erwartungshorizont abzustecken. Im Zuge meiner Masterarbeit hat sich das Betreuungsverhältnis sogar noch verbessert, da Voith als Praxispartner stets in die laufenden Prozesse eingebunden war und an allen möglichen Stellen seine Unterstützung anbot. Ich hatte während meiner gesamten Zeit bei Voith nicht ein einziges Mal das Gefühl, als Praktikant nicht ernst genommen zu werden."

Vanfloorop: „An meinem ersten Tag wurde ich bei Voith und insbesondere in meiner Abteilung sehr nett empfangen. Mein Chef hat mir zunächst alle Kollegen vorgestellt. Die Atmosphäre in meinem Büro empfinde ich als sehr gut und angenehm. Neben meinem Chef und zwei weiteren Festangestellten sind wir drei Studenten. Ich bekomme sehr viel von den aktuellen Projekten der Abteilung mit. Außerdem schätze ich die Möglichkeit sich gut und unkompliziert austauschen zu können. Mit der Betreuung durch meinen Chef, bin ich fachlich und persönlich sehr glücklich."

Franziska Weber
studiert Communication Management und hat sowohl Ihr Praktikum wie auch Ihre Abschlussarbeit in der Abteilung Employer Branding & HR Communication absolviert.

Niklas Vanfloorop

studiert Maschinenbau und verbringt sein Praktikum in der F&E im Bereich Strömungssimulation /CFD.

Was sind Deine Aufgaben als Praktikant bei Voith?

Weber: „Ich kann nur für meinen konkreten Fall antworten und einige Aufgaben aufzählen, die ich im Laufe meines Praktikums in der Abteilung Employer Branding und HR Communication bearbeitet habe.

Zum einen wurde ich in die Erstellung des HR-Newsletters eingebunden und schrieb Artikel für ebendiesen, redigierte andere Artikel und fügte die einzelnen Teile zusammen. Diese Aufgabe war für mich sehr dankbar, da letztlich ein konkretes Resultat als Ergebnis präsentiert werden konnte. Einen weiteren großen Teil nahmen Übersetzungsarbeiten und das Erstellen von Konzepten innerhalb der Abteilung ein. Als besonders spannend empfand ich es, auf Messen und Events mitgenommen zu werden. So konnte ich beispielsweise am Voith-Stand der Bonding-Messe in Aachen mitarbeiten und das E-Motion Rennteam in Aalen bei der Präsentation ihres neuen Rennwagens besuchen."

Vanfloorop: „Ich beschäftige mich mit der Umsetzung von Ideen. Danach geht es aber auch vor allem darum die entstandenen Probleme zu lösen."

Wem würdest du dein Praktikum weiter empfehlen?

Weber: „Ich würde das Praktikum generell allen Bewerbern empfehlen, die Interesse am Thema Personalmarketing und Employer Branding haben. Der Leiter der Abteilung, Robindro Ullah, ist eine wahre Koryphäe auf diesem Gebiet und allein seine Sichtweisen und Ratschläge im Hinblick auf mein Praktikum und meine Masterarbeit waren für mich sehr wertvoll. Ebenfalls ist das Praktikum besonders geeignet für Studenten, die sich auch selbst einbringen wollen und denen es Spaß macht, aktiv zu werden: sei es im Brainstorming für neue Kommunikationsmaßnahmen oder aber beim wöchentlichen Jour fix."

Vanfloorop: „Ich würde mein Praktikum allen Studenten empfehlen, die im Bereich der numerischen Strömungsmechanik arbeiten möchten und eine gute Betreuung in angenehmem Arbeitsklima schätzen."

Was ist Dein Fazit Deines Praktikums bei Voith?

Weber: „Ich habe während meines Praktikums gelernt, wie wichtig es ist, dass auch im Personalmarketing und Employer Branding den operativen Handlungen eine strategische Basis zu Grunde liegt. Häufig bleiben Personalmarketingkampagnen allein auf der Ebene der Effekthascherei verhaftet, ohne wirklich mit den Werten und der Unternehmensrealität übereinzustimmen. Für dieses Thema wurde ich sehr stark sensibilisiert.

Außerdem habe ich gelernt, wie wichtig Liebe zum Detail im Hinblick auf sämtliche Medien im Personalmarketing und in der HR Kommunikation ist: sei dies der Newsletter oder sonstige Broschüren und Informationsmaterial. Auf der persönlichen Ebene konnte ich mein Zeitmanagement verbessern und habe ein Stück Professionalität im geschäftlichen Umgang dazu gewonnen."

Vanfloorop: „Ich konnte meine Kenntnisse in der numerischen Strömungssimulation vertiefen und ebenso viel über die Aufbereitung und Präsentation meiner Ergebnisse lernen. Darüber hinaus war der fachliche und kameradschaftliche Umgang mit meinen Kollegen eine neue Erfahrung für mich." ■

VOITH

FIRMENPROFIL

Kontakt
Ansprechpartner finden Sie in den jeweiligen Stellenausschreibungen unter www.voith.com/karriere

Für allgemeine Fragen:
Verena Breuer

Anschrift
St. Pöltener Str. 43
89522 Heidenheim

Telefon/Fax
Telefon: +49 7321 37 2092

E-Mail
careers@voith.com

Internet
www.voith.com

Bevorzugte Bewerbungsart(en)
Bitte bewerben Sie sich ausschließlich online unter www.voith.com/karriere. Dort finden Sie auch einen Button für Initiativbewerbungen.

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)
- 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

Produkte und Dienstleistungen

Voith-Technologien sind überall im Einsatz: Ein Viertel des weltweit aus Wasserkraft gewonnen 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. Große Unternehmen der Schlüsselindustrien vertrauen weltweit auf technische Dienstleistungen aus dem Hause Voith.

Anzahl der Standorte

Weltweit in über 50 Ländern vertreten

Anzahl der MitarbeiterInnen

Mehr als 43.000 weltweit

Jahresumsatz

Geschäftsjahr 2012/13: 5,7 Mrd EURO

Einsatzmöglichkeiten

Konstruktion, Forschung & Entwicklung, Produktion, Projektmanagement, Inbetriebnahme, Automatisierung, Berechnung, Cost Engineer

Einstiegsprogramme

Direkteinstieg

Mögliche Einstiegstermine

Jederzeit

Auslandstätigkeit

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

Einstiegsgehalt für Absolventen

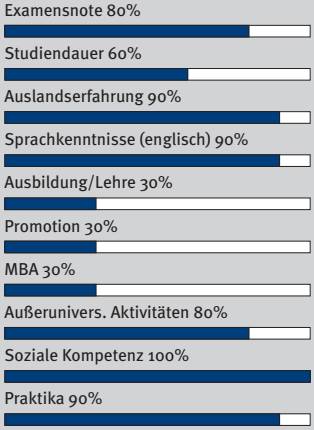
Ca. 35.000 - 45.000 Euro p.a.

Warum bei Voith bewerben?

Voith zeichnet sich durch eine besondere Mischung aus: Internationalität, Bodenständigkeit, Professionalität und Innovationskraft bestimmen das Klima ebenso wie die Verantwortung gegenüber unseren Mitarbeitern und der Umwelt. Werden auch Sie ein Voithianer und gestalten mit uns die Zukunft unseres Unternehmens. Arbeiten bei Voith heißt, aktiv zukunftsfähige Technologien voranzubringen. Wir bieten Ihnen eine verantwortungsvolle Tätigkeit mit herausfordernden Aufgaben und Freiräumen für Ihre Kreativität.

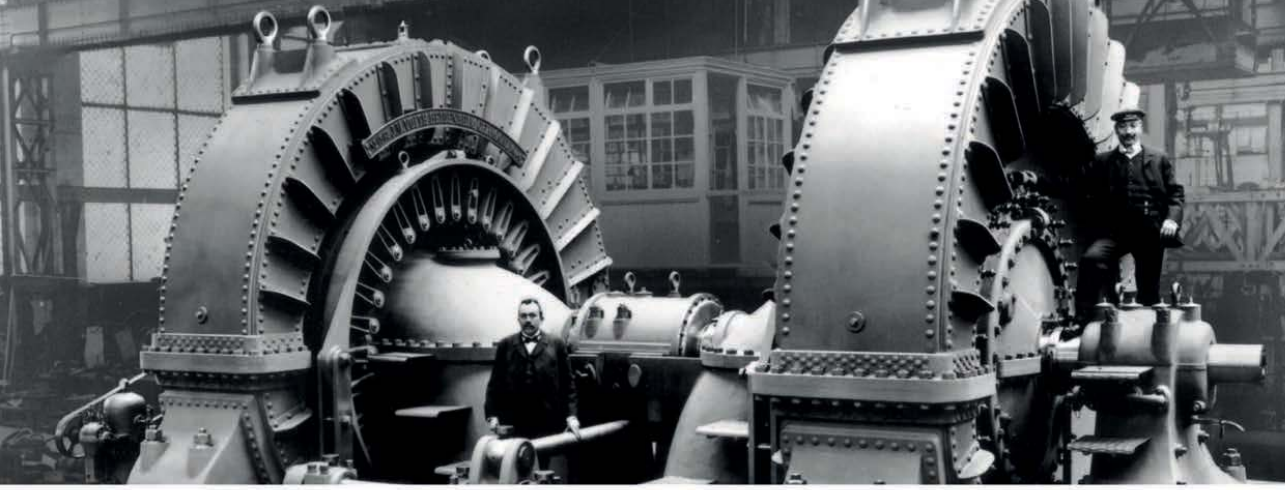
BEWERBERPROFIL

Bewerberprofil wichtig in Prozent



Sonstige Angaben

Teamfähigkeit, Interkulturalität, Bodenständigkeit



Wussten Sie, dass wir die letzten 147 Jahre damit verbracht haben, die Zukunft nachhaltiger zu gestalten?

Nachhaltiges Wirtschaften ist ein wesentlicher Teil unserer Geschichte und prägt seit jeher unser Denken und Handeln. Mit Komponenten wie z.B. für Wasserkraftanlagen leisten wir seit über 100 Jahren einen Beitrag zur emissionsarmen Stromerzeugung (das Bild zeigt unsere Turbinen an den Niagara Fällen aus dem Jahr 1913). Bei uns warten spannende Projekte auf Sie. Werden Sie Teil eines globalen Unternehmens in Familienbesitz, das in vier Konzernbereichen mehr als 43.000 Mitarbeiter beschäftigt.

Wir bieten Praktika und Abschlussarbeiten in folgenden Bereichen an:

- **Konstruktion**
- **Elektro-/Informationstechnik**
- **Forschung und Entwicklung**

Weitere Bereiche:
Einkauf, Produktion, Projektmanagement und Qualitätsmanagement.

Weitere Informationen zu den einzelnen Praktika finden Sie unter: **www.voith.com/karriere**. Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung.

VOITH
Engineered Reliability

Lidl lohnt sich.

Kontakt
Ansprechpartner
Christine Molzahn

Anschrift
Rötelstr. 30
74172 Neckarsulm

E-Mail
bewerbung@lidl.de

Internet
www.lidl.de

Bevorzugte Bewerbungsart(en)
Bitte bewerben Sie sich bevorzugt online und mit vollständigen Bewerbungsunterlagen unter: www.karriere-bei-lidl.de/verkaufsleiter

Direkter Link zum Karrierebereich
Karriere-bei-lidl.de

Angebote für Studierende Praktika?
Ja, deutschlandweit

Abschlussarbeiten?
Nein

Werkstudenten?
Ja, deutschlandweit

Duales Studium?
Ja, deutschlandweit:
- Bachelor of Arts (B.A.) Handel/Konsumgüterhandel
- Bachelor of Arts (B.A.) Warenwirtschaft und Logistik

Trainee-Programm?
Ja, das Internationale Traineeprogramm an unserem Hauptsitz in Neckarsulm

Direkteinstieg?
Ja

Promotion
Nein

QR zu Lidl:

FIRMENPROFIL

Allgemeine Informationen
Branche
Lebensmitteleinzelhandel

Bedarf an Hochschulabsolventen
Wir suchen jährlich insgesamt über 150 Hochschulabsolventen – für den Vertrieb deutschlandweit und für unseren Verwaltungsstandort in Neckarsulm.

Gesuchte Fachrichtungen
Wirtschaftswissenschaften, (Wirtschafts-)Informatik, Logistik, Wirtschafts- und Bauingenieurwesen, u.v.m.

Produkte und Dienstleistungen
In den Lidl-Filialen wird ein reichhaltiges Sortiment mit über 1.600 verschiedenen Artikeln des täglichen Bedarfs angeboten – neben Qualitätseigenmarken auch Markenartikel. Dazu gehören Molkereiprodukte, Tiefkühlkost, Wurstwaren, Frischfleisch und -geflügel, täglich frisches Obst und Gemüse, ein vielseitiges Brotsortiment sowie diverse (Nonfood-) Aktionsartikel. Darüber hinaus bietet Lidl unterschiedlichste Produkte im Lidl-Onlineshop und Dienstleistungen wie z. B. Lidl-Reisen, Lidl-Fotos oder Lidl-Blumen an.

Anzahl der Standorte
Lidl ist als internationale Unternehmensgruppe mit eigenständigen Landesgesellschaften in ganz Europa aktiv. Mit rund 10.000 Filialen in mehr als 20 Ländern betreiben wir das größte Netz an Lebensmittelmärkten in Europa. In Deutschland sorgen 38 rechtlich selbständige Regionalgesellschaften mit rund 3.300 Filialen für die Zufriedenheit der Kunden.

Anzahl der MitarbeiterInnen
Über 70.000 Mitarbeiter deutschlandweit.

Jahresumsatz
Verkaufsumsatz brutto bei Lidl deutschlandweit im Geschäftsjahr 2012/2013: ca. 18 Mrd. Euro

Einsatzmöglichkeiten
Vertrieb, Logistik, IT, Einkauf, Beschaffung, Warengeschäft, Personal, Bau, Verwaltung etc.

Einstiegsprogramme
Direkteinstieg, Internationales Traineeprogramm, Seminare, Patenkonzept, „Training on the job“, individuelle Einarbeitungsprogramme.

Mögliche Einstiegstermine
Nach Absprache

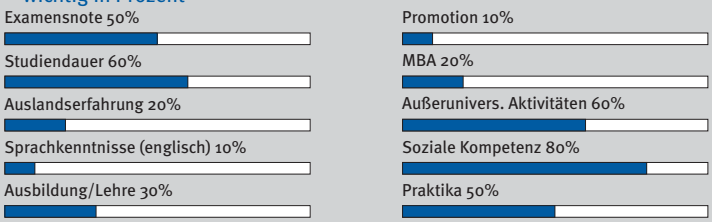
Auslandstätigkeit
Möglich, aber Bewerbung in der Regel direkt über die jeweilige Ausschreibung der Landesgesellschaft

Einstiegsgehalt für Absolventen
Verkaufsleiter (w/m) erhalten vom ersten Tag an einen unbefristeten Arbeitsvertrag, 63.000 Euro Einstiegsjahresgehalt, einen Firmenwagen, der auch privat genutzt werden kann, und ein iPad für die Organisation der täglichen Arbeit.

Warum bei Lidl bewerben?
Zufriedene Mitarbeiter, kurze Arbeitswege, Bodenständigkeit, Fairness, gegenseitige Achtung und Förderung bilden die Grundlage für unseren Unternehmenserfolg, weshalb wir sie in den Mittelpunkt unseres Handels stellen.
Wir vertrauen unseren Mitarbeitern, geben ihnen genügend Handlungsspielraum, bieten ihnen interessante Aufstiegsmöglichkeiten und Raum für Entfaltung, um das Unternehmen weiter voranzubringen. Wir sind ein Unternehmen, das von Geschwindigkeit und Dynamik geprägt ist. Diese Chance bieten wir auch unseren Mitarbeitern. Schlanke Strukturen, zielgerichtete Weiterentwicklungsmaßnahmen und nationale Förderprogramme eröffnen beste Perspektiven.

BEWERBERPROFIL

Bewerberprofil wichtig in Prozent



Je nach zu besetzender Stelle können die Prozentwerte abweichen!

Sonstige Angaben
Wir suchen motivierte und engagierte Mitarbeiter mit Verantwortungsbewusstsein, Teamgeist, sozialer Kompetenz, Offenheit und Flexibilität.

Zukunft mit Perspektive.
Willkommen in der Welt des Handels!

Verkaufsleiter (w/m)

Ihre Aufgaben

Rein in die Praxis! Als Verkaufsleiter (w/m) steigen Sie bei uns sofort als Führungskraft ein und tragen vom ersten Tag an Verantwortung. Denn Sie planen und organisieren einen Großteil der geschäftlichen Aktivitäten für einen Bezirk von fünf bis sechs unserer Filialen. Dabei sind Sie für insgesamt 80 bis 100 Mitarbeiter verantwortlich, die Sie einstellen, individuell entwickeln und fördern. Sie motivieren Ihre Teams, die geschäftlichen Vorgaben konsequent und erfolgreich umzusetzen, und Sie überprüfen die Ergebnisse. Denn Sie wissen, gute Zahlen erhält man vor allem mit leistungsbereiten Mitarbeitern. Als Verkaufsleiter (w/m) arbeiten Sie daher direkt vor Ort und nicht vom Schreibtisch aus. Innerhalb der praxisnahen Einarbeitungsphase eignen Sie sich das nötige Know-how an, um bei Lidl richtig durchzustarten.

Ihr Profil

Endlich Hands-on! Sie haben Ihr Studium an einer Universität, Fach- oder Dualen Hochschule erfolgreich abgeschlossen und wollen direkt in die Praxis eintauchen? Sie möchten Ihren Arbeitstag selbständig planen und Führungsverantwortung übernehmen? Dann sind Sie bei uns richtig! Wir suchen erfolgsorientierte Absolventen, die sich auf die „Herausforderung Handel“ freuen und viel bewegen möchten. Hierfür haben Sie Ihre Aufgaben immer im Blick und lösen Probleme zielorientiert. Sie zögern nicht lange, sondern setzen die von Ihnen getroffenen Entscheidungen kompetent und der jeweiligen Situation angemessen um. Kontinuierlich zu lernen und sich weiterzuentwickeln sind für Sie die Basis, um Ihre Ziele zu erreichen. Wenn Sie dann noch den Führerschein (Klasse B) und ein vorbildliches Auftreten mitbringen, passen Sie perfekt zu uns!

Unser Angebot

Fit für den Job! In insgesamt neun Monaten durchlaufen Sie verschiedene praktische Phasen und bekommen dabei einen gründlichen Einblick in die täglichen Abläufe bei Lidl. In zusätzlichen Seminaren vermitteln wir Ihnen das notwendige Hintergrundwissen, und für individuelle Fragen steht Ihnen während der gesamten Zeit ein erfahrener Verkaufsleiter als Mentor zur Seite. Hier machen wir keine Kompromisse: Vertrauen und Fairness sind in unserer Unternehmenskultur fest verankert. Deshalb erhalten Sie bei uns vom ersten Tag einen unbefristeten Vertrag und ein überdurchschnittliches Gehalt. Den neutralen Firmenwagen (Audi A4) können Sie auch privat nutzen. Um Ihre tägliche Arbeit zu organisieren hilft Ihnen ein iPad mit einer speziell für Lidl entwickelten Software. Flache Hierarchien, bereichsübergreifende Weiterbildung und die damit verbundene, zielgerichtete Personalentwicklung unterstützen Sie in Ihrer weiteren Karriereplanung. Lidl lohnt sich, auch für Sie.

Informieren und bewerben
Sie sich online unter
www.karriere-bei-lidl.de/verkaufsleiter

EINSTIEG BEI LIDL

Lidl lohnt sich.

Warum sich Ehrenamt lohnt? campushunter geht dieser Frage in Zusammenarbeit mit dem Verband deutscher Studenteninitiativen (VDSI) 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 vielmals bedanken!

Heike Groß, campushunter media GmbH