

# Neue Plattform der Talente

**Wenn es darum geht, sich die Dienste der besten Uni-Absolventinnen und -Absolventen zu sichern, wird gerne vom «War for talents» gesprochen. Doch der Detailhandel geht dabei häufig leer aus. Die Universität St. Gallen gibt nun Gegensteuer. Sie hat im Rahmen des Retail-Lab die Internet-Plattform retail-talents.com lanciert. HANDEL HEUTE sprach mit der Projektleiterin Franziska Fawcett über den Nutzen für Studierende und Detailhandelsunternehmen.**



«Viele klassische Schweizer Handelsunternehmen bieten leider heute noch keine Praktikastellen an», sagt **Franziska Fawcett**, Projektleiterin von retail-talents.com.

**HANDEL HEUTE: Welche Ziele verfolgt die Internet-Plattform retail-talents.com?**

Franziska Fawcett: Wir wollen das Image des Handels bei den Studierenden und Hochschulabsolventen verbessern und

das vorhandene Interesse durch attraktive Praktikaangebote stärken. Den Studierenden bietet retail-talents.com die Möglichkeit, Praktika europaweit abzurufen. Die Datenbank schafft Transparenz für hochinteressante Karrierewege im Handel.

**Aus welchen Gründen sind Sie der Meinung, dass retail-talents.com einem Bedürfnis entspricht?**

Hintergrund der Initiative ist der stark ansteigende Bedarf nach gut qualifi-

**«Wir wollen das Image des Handels bei den Studierenden und Hochschulabsolventen verbessern und das vorhandene Interesse durch attraktive Praktikaangebote stärken.»**

zierten Hochschulabsolventen im Handel und die heute wenig bekannten vielfältigen Karriereoptionen und -chancen, die der Handel bietet.

**An welche Zielgruppen richtet sich die Plattform?**

Einerseits an Studierende und Absolventen mit Interesse am Handel und andererseits an Handelsunternehmen, welche Praktika für solche anbieten.

**Die Universität St. Gallen hat retail-talents.com lanciert. Sind weitere Universitäten in Europa an diesem Projekt beteiligt?**

Im Rahmen des Certificate Programs des Retail-Lab arbeiten wir mit renommierten Universitäten zusammen. Heute sind dies die Saïd Business School der Oxford Universität und ESADE Business School in Barcelona. Zudem unterstützen uns Partnerlehrstühle in ganz Europa bei der Bekanntmachung unserer Initiative.

**Welche wichtigen Retail-Unternehmen beteiligen sich an retail-talents.com?**

Alle Handelsunternehmen haben die Möglichkeit, ihre Praktikastellen kostenlos auf unserer Plattform auszuschriften. Im Rahmen des Retail-Lab beteiligen sich heute Media Markt/Saturn, Metro Cash & Carry, Migros, Tchibo und Valora. Diese Partnerunternehmen haben die Möglichkeit, ihre Firma auf unserer Plattform vorzustellen, Themen für Bachelor- und Master-Ar-

beiten vorzuschlagen sowie Praktika, reguläre Stellenangebote und Traineeships auf der Website aufzuschalten. Zudem nehmen sie am jährlichen Recruiting-Event für europäische High Potentials auf Bachelor- und Masterstufe mit Handelsinteresse teil und lernen die Bewerber an einem zweitägigen Anlass kennen. Dieser fand dieses Jahr auf Palma de Mallorca statt.

**Mit Migros und L'Oréal Suisse sind aber erst zwei Schweizer Retail-Unternehmen als Mitwirkende von retail-talents.com erkennbar. Warum sind es nicht mehr?**



# No frogs?

Mit auffälligen Postkarten-Sujets wie diesen wirbt die **Universität St. Gallen** für das Internet-Angebot ihres **Retail-Lab**.

Viele klassische Schweizer Handelsunternehmen bieten leider heute noch keine Praktikastellen an. L'Oréal beispielsweise ist kein klassischer Detailhändler, als weltweiter Konzern nützt und schätzt diese Unternehmung das Potenzial von Praktikas und hat diese zum festen Bestandteil der Firmenkultur gemacht. Das fehlende Angebot von Praktika bei Handelsunternehmen könnte daran liegen, dass wenig bekannt ist, wie vielfältig Praktikantinnen und Praktikanten eingesetzt

den Praktikaablauf verantwortlich ist oder sein kann. Die Finanz- und Dienstleistungssektoren sind in diesem Bereich bedeutend fortschrittlicher, und Praktikastellen gehören seit Jahren einfach dazu.

## **Wie sehen Sie die mittelfristige Entwicklung von retail-talents.com?**

Geplant ist eine aktive Plattform aufzubauen, welche wechselseitig Angebot und Nachfrage von Studierenden und Unternehmungen abdeckt. Das heisst,

unterstützen und eine innovative Zusammenarbeit fördern.

## **Mit den Career Days existiert retail-talents.com nicht nur im virtuellen, sondern auch im realen Raum. Worum ging es bei dieser Veranstaltung, die Anfang Juni in Spanien stattfand?**

Aus über 100 hochqualifizierten Bewerberinnen und Bewerbern haben wir und unsere Partner 25 Absolventen von führenden europäischen Universitäten eingeladen, an den Career Days in Palma de Mallorca teilzunehmen. Entscheidend für die Teilnahme war ihre Affinität zum Handel, ausserordentliche universitäre Leistungen, eine hohe Motivation und gute Englischkenntnisse. An den beiden Tagen hatten unsere Retail-Partner sowie die Kandidierenden gleichermaßen die Möglichkeit, einander zu «beschnuppern» und Networking zu betreiben. Die Teilnehmenden wurden gebeten, eine Fallstu-

## **«Es ist noch zu wenig bekannt, wie vielfältig Praktikantinnen und Praktikanten eingesetzt werden können und über welches breite Wissen diese bereits verfügen.»**

werden können und über welches breite Wissen diese bereits verfügen. Oftmals wird der Aufwand zur Betreuung von Praktikanten gescheut und es fehlt eine bestimmte Ansprechperson, welche für

Studierende beschreiben ihre Wünsche an eine Praktikumsstelle und stellen Erfahrungsberichte zur Verfügung. Dies soll Detailhandelsfirmen bei der Planung und Durchführung von Praktika

die zu bearbeiten und diese anschließend im Plenum zu präsentieren. Dies hat ihnen die Möglichkeit gegeben, sich in ein Detailhandelsthema hineinzuversetzen und sich den potentiellen Arbeitgebern zu präsentieren. Die Lösungsvorschläge der Kandidierenden waren innovativ und professionell erarbeitet. Nach einem arbeits- und ereignisreichen Freitag wurden die Teilnehmenden mit einer Beachparty belohnt, um sich in ungezwungener Atmosphäre besser kennen zu lernen.

**Die Internet-Plattform retail-talents.com ist eingebunden in das Projekt Retail-Lab, das Sie schon mehrmals erwähnt haben. Welches sind hier die weiteren Angebote?**

Das Retail-Lab als solches besteht aus drei weiteren Modulen: Research, Board Summit und Certificate Program. Im Bereich Research haben die Retail-Partner die Möglichkeit, an exklusiven Workshops zu aktuellen Handelsthe-

men teilzunehmen. Während des Board Summits kommen Geschäftsleitungsmitglieder der Retail-Partner zusam-

**«Das Retail-Lab unterstützt Handelsunternehmen sich den ständig ändernden Anforderungen an den Handel zu stellen – etwa durch das Erkennen und Aufgreifen von neuen Themen.»**

---

men, um relevante Zukunftsthemen im Handel zu diskutieren. Ein weiteres Element des Retail-Lab umfasst das Certificate Program für Senior Managers mit mehrjähriger Berufserfahrung. Diese Weiterbildung bietet die Universität St.Gallen gemeinsam mit den erwähnten universitären Partnern an.

**Wo sehen Sie den Hauptnutzen des Retail-Lab aus Sicht der Unternehmen?**

Das Retail-Lab unterstützt Handelsunternehmen sich den ständig ändernden Anforderungen an den Handel zu stellen, durch das Erkennen und Aufgreifen von neuen Themen sowie durch

das Schaffen und/oder Pflegen eines engen Netzwerks untereinander. Zudem unterstützt das Retail-Lab Detailhänd-

ler bei der Senior Management-Weiterbildung und natürlich dem Recruiting.

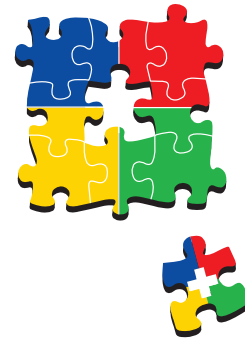
**Nach wie vor fällt es Retail-Unternehmen schwer, talentierte Abgängerinnen und Abgänger von Universitäten für sich zu gewinnen – wie können Retail-Unternehmen selber etwas gegen diese Problematik tun?**

Die Retail-Industrie bietet, mehr als irgendeine andere Industrie, eine enorme Vielzahl an Rollen, Arbeitsbereichen und -umfelder. Die Möglichkeiten im Detailhandel sind kaum begrenzt – von der Supply Chain bis hin zu den Finanzen und der Leitung eines Betriebs –



Still searching?

**PRIX**  
d'INNOVATION  
AGRICOLE  
SUISSE  
2007



It's not as hard  
as it seems...

werden aber leider noch nicht so stark wahrgenommen. Finanziell gesehen scheint es für einen Absolventen wenig interessant sich gegen die Beratungsbranche zu

**«Finanziell gesehen scheint es für einen Uni-Absolventen wenig interessant in den Detailhandel einzusteigen.»**

entscheiden und in den Detailhandel einzusteigen. Dem gilt es entgegen zu wirken und die enormen Möglichkeiten, welche der Handel bietet, als USP zu verkaufen. Die Schaffung von Praktikastellen, welche es den Absolvierenden ermöglicht, das lebendige und vielfältige Umfeld kennen zu lernen, würde dies unterstützen.

*Interview: Reto Wüthrich*

Auszeichnung für innovative neue Schweizer Produkte

## **Bewerben Sie sich um den Prix d'innovation agricole suisse!**

Diesen Herbst wird der von Bundesrat Couchepin lancierte Prix d'innovation agricole suisse zum neunten Mal verliehen. Ausgezeichnet werden Produzenten und Verarbeiter, die innovative neue Lebensmittel schweizerischer Herkunft entwickelt und auf dem Markt eingeführt haben. Die gesamte Preissumme beträgt Fr. 100 000.–. Der Wettbewerb will das Entwicklungspotenzial der inländischen Land- und Ernährungswirtschaft aufzeigen, die sich in einem zunehmend liberalen Umfeld und bei offeneren Grenzen behaupten muss.

Neben den drei Hauptpreisen – dem PIAS d'Or, PIAS d'Argent und PIAS de Bronze – werden Preise in den fünf Kategorien Milch, Milchprodukte, Käse; Fleisch und Fleischprodukte; Pflanzenbau; alkoholische Getränke sowie übrige Lebensmittel anlässlich der Olma in St.Gallen verliehen. Dort werden auch alle prämierten Produkte ausgestellt.

Die Anmeldefrist dauert bis zum 30. Juni 2007. Das Wettbewerbsreglement und der Anmeldetalon können bezogen werden unter [www.agromarketingsuisse.ch](http://www.agromarketingsuisse.ch) oder bei:

**AMS** AGRO-MARKETING SUISSE

AMS Agro-Marketing Suisse, Brunnmattstrasse 21,  
3007 Bern, Tel. 031 359 59 59, Fax 031 381 11 88