

# Nachwuchssuche unter Palmen

Handelskonzerne präsentieren sich bei „Retail Talent Career Days“ High Potentials – Assessment Center auf Mallorca

Palma de Mallorca. Der Handel expandiert im Ausland. Dafür braucht er international orientierten Führungsnachwuchs. Keine leichte Aufgabe, gilt doch das Image der Branche bei Hochschulabsolventen als nicht gerade sexy. Auf den „Career Days“ in Palma de Mallorca lernen sich Studenten und Vertreter von Handelsunternehmen kennen.

„Wir hinken den Markenartiklern hinterher, weil wir Händler die vielen Chancen, die wir als Arbeitgeber anzubieten haben, bislang nicht ausreichend herübergebracht haben“, sagte Peter Herlitzius, Personalchef der Tchibo GmbH. Stephan Häner, Leiter Executive Development bei Migros, fordert, dass der Handel „endlich aus



**Sonnige Aussichten:** Bei der Bearbeitung von Fallstudien mussten die studentischen Seminarteilnehmer nicht zuletzt ihre Teamfähigkeit unter Beweis stellen.



**„Als Chinesin habe ich ein besonderes Interesse an Metro Cash and Carry“**

Lu Li, Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt

dem Dornröschenschlaf erwachen“ müsse.

Wachgeküsst wird auf den „Retail Talent Career Days“ in entspannter Atmosphäre. Die Initiative fand vergangene Woche zum zweiten Mal auf Palma de Mallorca statt. Sie ist ein Event für Talente europäischer Universitäten, die eine Karriere im Handel anstreben. Um eine Teilnahme mussten sich die Studenten, die kurz vor ihrem Bachelor-, Master- oder Diplomabschluss stehen, eigens bewerben. Die Auswahl erfolgt nach Motivations schreiben und Studienleistungen.

Die Veranstaltung ist ein Modul des „Retail-Lab“, das 2007 vom Gottlieb-Duttweiler-Lehrstuhl für Internationales Handelsmanagement unter Leitung von Professor Thomas Rudolph ins Leben gerufen wurde. Eingeladen waren diesmal 25 Studenten aus West- und Osteuropa sowie Russland, China und Indien.

Dem akademischen Nachwuchs präsentierten sich die Personalchefs von Metro C+C, Media-Saturn, Migros, Tchibo und der Schweizer Valora-Gruppe. Metro und Valora flankier-

ten ihr Team mit Portugal-Länderchef Philipp Dautzenberg beziehungsweise Category Manager Dirk Otto.

Im ersten Schritt stellten die Handelsmanager ihre Unternehmen und Personalstrategien vor. Tchibo will seine Expansion in Osteuropa forcieren. Voraussetzung hierfür sind junge Menschen, die „frisch und unbefangene“ denken, so Herlitzius. Metro plant 2009 in Ägypten aktiv zu werden und braucht dafür „noch mehr internationale Mitarbeiter“, sagte Dautzenberg.

Christoph Kieper, Head of Human Resources bei Metro, schilderte den Studenten die umfangreiche Palette der Aufgabefelder und Karrieremöglichkeiten im C+C-Geschäft. „Bei Migros reichen die Positionen von der Geschäftsleitung bis hin



**„Ich bin UE-Freak und kaufe viel bei Media-Markt ein. Klar, dass ich dort arbeiten will“**

Lawinjeya Chandrakumaran, Middlesex University

zu zahlreichen Management- und Spezialistenstellen“, erklärte Stephan Häner, Leiter Executive Development. „Verstehen Sie sich als Unternehmer und legen viel Wert auf



**„Ich will im Logistikbereich arbeiten, weil sich so viel in diesem Bereich tut“**

Stephan Thies, Uni Münster

**„Ich bin Russin und interessiere mich sehr für Metro, weil sie in meinem Land richtig power“**

Anastasia Tuueva, Uni Saarbrücken

Unabhängigkeit, dann sind Sie also Marktgeschäftsführer bei uns, als dezentral geführtem Unternehmen, genau richtig“, warb Kerstin Rothermel, Lead Talent Relation Managerin der Media-Saturn-Holding.

Alle Referenten betonten ihre Unternehmenskultur. „Wir bieten eine wirklich Open-Minded-Kultur“, formulierte Otto Dirk, Category-Management-Chef bei Valora. Migros-Personalchef Häner hob besonders die ausgeprägten ethischen Grundsätze der Schweizer Handelsgenossenschaft hervor.

Nach den Unternehmenspräsentationen bearbeiteten die Studenten in Kleingruppen verschiedene Fallstudien und entwickelten Vertriebs- und Expansionskonzepte. Ihre Ergebnisse präsentierten sie auf Englisch im Ple-

num. Von den vorgestellten Lösungen sowie der Professionalität der Präsentationen waren die Händler angetan. „Da sind neue Ideen dabei, die wir nach Bearbeitung durch unsere Praxiserfahrung durchaus übernehmen könnten“, begeisterte sich Dirk Otto von der Valora-Gruppe.

Die Studierenden verfolgten auf den Karrieretagen unterschiedliche Interessen: Einige hatten bereits einen der anwesenden Arbeitgeber klar im Visier, während sich andere noch in der Entscheidungsphase befinden. Es gab auch Teilnehmer, die neben ihren ersten beruflichen Schritten parallel eine akademische Laufbahn einschlagen möchten. Dennoch wollten sie auf Mallorca die Chance nutzen, berufliche Kontakte zu einem potenziellen Arbeitgeber zu knüpfen. Für Lawinjeya Chandrakumaran, Student an der Middlesex-Universität bei London, kommt nur ein Arbeitgeber in Frage: „Ich bin Elektronik-Freak“, sagte er. „Jedes Mal, wenn ich in Deutschland bin, kaufe

ich Unmengen bei Media-Markt ein, klar, dass ich dort arbeiten will.“ Dieser Wunsch scheint für ihn in Erfüllung zu gehen, bekam der junge Mann doch ein Jobangebot.

Am Schluss erhielten viele Nachwuchskandidaten eine Einladung zu

ich Unmengen bei Media-Markt ein, klar, dass ich dort arbeiten will.“ Dieser Wunsch scheint für ihn in Erfüllung zu gehen, bekam der junge Mann doch ein Jobangebot.

Am Schluss erhielten viele Nachwuchskandidaten eine Einladung zu

**„Mir ist Tchibo ans Herz gewachsen. Das Unternehmen wurde auch zum besten Arbeitgeber des Jahres prämiert“**

Sven Löhr, Uni Schanghai



Vorstellungsgesprächen, Schnuppertagen oder ein Praktikumsangebot. Die nächsten Karrieretage (www.retail-lab.com) finden voraussichtlich im Sommer 2009 statt. Bewerbungen können sich interessierte Studenten und Unternehmen. *md/juh/lz 22-08*