Ausgabe 2022/2023

DLG

LEBENSMITTEL KARRIERE-GUIDE

© Lustre – stock.adobe.com

Job-Barometer

Neue Generation Ernährung

Perspektiven

Spezialgebiet Nachhaltigkeit

Karriere

Stipendien als Beschleuniger

Lust, bei einem starken Team mitzumachen?

- Coole Leute, fachlicher Austausch
- Großes Netzwerk, neue Perspektiven
- Fachmagazin und Newsletter
- Freie Messeeintritte

JungeDLG Lebensmittel

Ideen austauschen.
Impulse geben. Netzwerken.

Jetzt Mitglied werden.

www.DLG.org/junge-dlg-food

Booster für die Karriere: digital, pflanzenbasiert, nachhaltig

Ein Thema, das die Handelsbranche stark beschäftigt, ist das Einkaufen via Internet. Einen Teil des Wocheneinkaufs in das Netz zu verschieben, hat Normalität erreicht. Schließlich treibt nicht zuletzt Corona die digitale Nachfrage nach Lebensmitteln an. Damit verbunden sind neue Karrierechancen im Online-Geschäft. Ob als IT-Spezialist:in oder E-Fachwirt:in – für ein Engagement im E-Commerce ist es wichtig, mit den neusten Technologien und Trends auf dem Laufenden zu bleiben. Wir bieten zwei, drei Einblicke (Seite 16).

In Deutschlands Supermärkten wächst das Sortiment an veganen und vegetarischen Produkten und für Produzenten in diesem Segment stellt sich die Frage, wie sie ihre Rezepturen umstellen können. B2Bler wie Planteneers widmen der Entwicklung ihre gesamte Aufmerksamkeit und kreieren pflanzenbasierte Prototypen, individuell nach den Wünschen der Kunden (Seite 22).

Nestlé hat sich das Ziel gesetzt, bis 2030 alle Treibhausgas-Emissionen zu halbieren und bis 2050 die „Grüne Null“ zu erreichen – an allen 187 Nestlé-Standorten und mit allen rund 2.000 Marken. Dies schließt auch die komplette Lieferkette ein. Umso gefragter sind Spezialist:innen im Nachhaltigkeitsmanagement mit Schwerpunkten wie Energie, Umwelt, Verpackung und Ernährung (Seite 28).

Wir wünschen Ihnen viel Erfolg. Nutzen Sie Ihre Chance!

Guido Oppenhäuser
Chefredakteur DLG-Karriere-Guide

Impressum

Herausgeber: DLG e. V., Eschborner Landstr. 122, 60489 Frankfurt am Main., www.DLG.org

Verlag: DLG-Verlag GmbH, Eschborner Landstr. 122, 60489 Frankfurt am Main, www.dlg-verlag.de

Redaktionsleitung: Guido Oppenhäuser, G.Oppenhaeuser@DLG.org

Redaktion: Mareike Bähnisch, Guido Oppenhäuser, Dr. Regina Hübner, Bianca Burmester (foodjobs GmbH), Christine Seizinger (Textgestaltung Advertorials, Contento-PR)

Fotos: DLG, stock.adobe.com, Firmenfotos

Anzeigen: Kai-Uwe Busch, K.Busch@DLG.org

Herstellung: Daniela Schirach, DLG-Verlag

Grafik: Petra Sarow, München

Druck: Bonifatius GmbH Druck | Buch | Verlag, Paderborn

Inhalt

Magazin 4

Studie

Wie viel verdienen Praktikant:innen in der Food-Branche? 8

Job-Barometer

Arla Foods: Innovativ und kollegial 10

Krombacher: Erfolgreich mit Bier und Limo 12

Die digitale Transformation im Handel als Karriereplattform 16

Planteneers: Wegbereiter der neuen Generation Ernährung 22

MartinBauer: Das Beste der Pflanze ins Regal bringen 24

Perspektiven

Nestlé Deutschland: Spezialgebiet Nachhaltigkeit 28

Neue Technologien

Warum innovative Technologien in der Food-Branche so wichtig sind 30

Internationale Karriere

Müller’s Mühle: „Das Wichtigste ist die Begeisterung für das, was man tut“ 36

Karriere-Tipps

Anschreiben in Bewerbungen 40

Stipendien: Karrierebeschleuniger 42

Advertorials: Bell Food Group, EDEKA, Ehrmann, Frutarom, Givaudan, GNT Europa GmbH, Kaufland, Unternehmensgruppe Theo Müller

Top 25 ARBEITGEBER in der Lebensmittelbranche 2022

Die Praktikant:innen von heute wollen in Arbeitsprozesse eingebunden werden und wichtige Praxiserfahrung sammeln, denn für viele Student:innen oder Berufseinsteiger:innen ist ein Praktikum der erste Schritt in die Arbeitswelt. Wie gut die Firmen in der Lebensmittelbranche diesem Anspruch gerecht werden, hat foodjobs.de erneut herausgefunden. Mithilfe der repräsentativen Erhebung ermittelt foodjobs.de jedes Jahr die besten 25 Arbeitgeber für Praktikant:innen.

Insgesamt wurden 129 Unternehmen genannt und von 1.110 Studierenden, die ihr Praktikum im Zeitraum von 2020 bis April 2022 begonnen haben, bewertet. Nur fünf Unternehmen erhielten negative Bewertungen. Mit genau 100 Unternehmen waren die Befragten überaus zufrieden. Das Siegel „Top 25 Arbeitgeber für Praktikant:innen in der Lebensmittelbranche 2022“ zeichnet die Arbeitgeber aus, die in Summe die besten Noten erhielten.

Dabei ist für die Praktikant:innen besonders wichtig, ein wertvoller Teil des Teams zu sein. Statt sie Kaffee kochen zu lassen und Post wegbringen zu schicken, sollte man seinen Übergangskräften auch ruhig etwas zutrauen und sie in Projekte integrieren, statt sie nur zum Beobachter und stillen Analysten zu machen. Ein positives Arbeitsklima und ein wertschätzender Umgang miteinander sind ebenso wichtig. Ein echtes Zugehörigkeitsgefühl zu schaffen und einen persönlichen Ansprechpartner bereitzustellen, rundet das perfekte Angebot ab.

Apetito, EDEKA und FrieslandCampina konnten sich in diesem Jahr an die Spitze setzen und stehen damit für einen modernen Arbeitgeber, der seine „Praktis“ nicht nur auf der Bank schmoren lässt. Dafür gab es folgerichtig auch Bestnoten von den befragten Teilnehmenden. Wir sagen: weiter so!

EDEKA-Zentrale Hamburg erneut „Top-Arbeitgeber 2022“

Die EDEKA-Zentrale in Hamburg erhält die Auszeichnung „Top Arbeitgeber 2022“ des unabhängigen Top Employers Institute. Damit kann sich die Hamburger Zentrale des genossenschaftlichen EDEKA-Verbunds zum zehnten Mal in Folge zu Deutschlands führenden Arbeitgebern zählen. Besonders in puncto Weiterbildung, Nachhaltigkeit und betriebliches Gesundheitsmanagement konnte EDEKA die Expert:innen im Auditierungsprozess überzeugen. „Wir arbeiten unaufhörlich daran, all unseren Mitarbeiter:innen ein attraktives und modernes Arbeitsumfeld zu bieten“, so Martin Scholvin, Vorstand Personal und Finanzen der EDEKA ZENTRALE Stiftung. „Dass wir nun das zehnte Jahr in Folge ausgezeichnet wurden, bestätigt unser Engagement und freut uns sehr.“

SÜDPACK ist „Ausbildungsbetrieb Plus“

Aus- und Weiterbildung besitzen für SÜDPACK einen hohen Stellenwert. Aktuell bildet der Folienhersteller aus Ochsenhausen in insgesamt sieben Ausbildungsberufen und neun dualen Studiengängen aus – und bietet damit rund 100 engagierten Nachwuchskräften ein starkes Sprungbrett in die Karriere. Jetzt wurde das Unternehmen von der IHK Ulm zum wiederholten Mal mit dem Zertifikat „Ausbildungsbetrieb Plus“ ausgezeichnet.

CHE-Ranking 2022: Spitzen-Zeugnis für Food- und Biotechnologie-Studiengänge

Spitzen-Lehrangebot, hervorragende Unterstützung am Studienbeginn und ein Abschluss in angemessener Zeit: Im aktuellen Ranking des Centrum für Hochschulentwicklung (CHE) stellen Studierende der Universität Hohenheim in Stuttgart ein hervorragendes Zeugnis aus. Bewertet wurden die Bachelor-Studiengänge Lebensmittelwissenschaft und Biotechnologie und die Master-Studiengänge Food Science und Engineering, Food Biotechnology, Food Systems und Lebensmittelchemie. Vom gesamten Fächerkanon der Universität Hohenheim wird jedes Jahr nur ein Teil der Studiengänge neu gerankt. Die Aktualisierung erfolgt im Drei-Jahres-Rhythmus. Die Mehrzahl der Studiengänge – wie z. B. in den Agrarwissenschaften – wird vom CHE nicht berücksichtigt. Der ZEIT-Studienführer 2022/23 hat Auszüge des aktuellen Rankings veröffentlicht.

Mehr unter **www.zeit.de/ranking** und **www.uni-hohenheim.de/rankings**

„Da, wo heute die Auszubildenden fehlen, fehlen morgen die Fachkräfte.“

Friedrich Hubert Esser
Präsident des Bundesinstituts für Berufsbildung (BIBB)

JUMO bester Messtechnik-Ausbildungsbetrieb Deutschlands

Das Magazin FOCUS hat in Zusammenarbeit mit dem „Institut für Management- und Wirtschaftsforschung“ die Ausbildungsqualität in den 20.000 mitarbeiterstärksten Unternehmen Deutschlands untersucht. JUMO aus Fulda hat in der Branche „Messtechnik“ den ersten Platz erzielt und als eines von 1.001 Unternehmen das Siegel „Deutschlands beste Ausbildungsbetriebe“ erhalten.

Für das FOCUS-Ranking wurden unter anderem strukturelle Unternehmensdaten, die Ausbildungsquote, der Ausbildungserfolg oder die Ausbildungsentlohnung untersucht. Als Basis dienten eine Umfrage sowie die Auswertung von Online-Nachrichten und Social-Media-Quellen.

YOUR EXPERTS FOR FOOD SOLUTIONS

Als weltweit agierendes Familienunternehmen verbindet VAN HEES Tradition und Innovation. Seit 75 Jahren entwickeln wir Produktneuheiten und Food-Lösungen für die Fleischbranche sowie die Lebensmittelindustrie.

APPETIT AUF GUTEN GESCHMACK, VIELFALT UND KREATIVITÄT?
DANN KOMM ZU UNS!

Bewirb dich jetzt: www.van-hees.com/karriere

VAN HEES
we know how

Lebensmittel-Quiz: FoodWissen im Check

Zum „Tag der Lebensmittelvielfalt" am 31. Juli hat der Lebensmittelverband Deutschland eine Spiele- und Quizwelt unter **www.tag-der-lebensmittelvielfalt.de** ins Leben gerufen.
Mit dem Lebensmittel-Quiz, dem Schätzspiel, der Food-Challenge und dem Food-Trend-Game können Spielbegeisterte nicht nur ihr Wissen rund um Ernährung, Lebensmittel, Vielfalt und Kennzeichnung testen, sondern sich auch mit anderen Userinnen und Usern vergleichen und aktuelle Trends unter den Verbraucher:innen erkennen. Wie viel Prozent würden zum Beispiel Fleisch probieren, das im Labor hergestellt wurde? Wie viele Spielende kennen die Anzahl der Apfelsorten, die es in Deutschland gibt? Wie müssen Zusatzstoffe im Zutatenverzeichnis angegeben werden? Und was hat wohl mehr Eisen – Spinat oder ein Rindersteak? Jede Spielrunde umfasst sechs Fragen, die nach Zufallsprinzip ausgesucht werden. Ziel der Spielewelt ist es, in Zeiten von steigenden Lebensmittelpreisen und Rohstoffknappheit die Wertschätzung für Lebensmittel zu erhöhen. Wissen über Herstellung, Inhaltsstoffe und Nachhaltigkeitsaspekte von Lebensmitteln können dazu beitragen, einen besseren Zugang zu Ernährung und den Umgang mit Lebensmitteln zu erhalten.

Zurück zur Hustle-Culture?

© natali_mis – stock.adobe.com

Anfang dieses Jahres gab Kim Kardashian Frauen in der Wirtschaft folgenden Ratschlag: „Beweg deinen verdammten Hintern und arbeite." Ihre Aussage – und ähnliche Vorschläge von anderen Influencern – wurde in Twitter-Threads und Reddit-Diskussionen heftig kritisiert. Viele Social-Media-Nutzer bezeichneten die Kommentare als toxisch und als Förderung der Hustle-Kultur. Für viele sei diese eine Verherrlichung davon, immer alles zu geben, Überstunden zu machen und in manchen Fällen mehrere Jobs zu haben, erklärt Hooria Jazaieri. Er ist Assistenzprofessor für Management an der Leavey School of Business der Santa Clara University in den USA. Derzeit führten steigende Preise, Entlassungen in hochkarätigen Branchen wie der Technologiebranche und die wirtschaftliche Unsicherheit zu einem Wiederaufleben dieser „Hustle-Kultur", so Jazaieri. Dies könne sich jedoch nachteilig auf die körperliche und geistige Gesundheit auswirken – und damit auch negativ auf das Wachstum ihrer Arbeitgeber. Es liege daher im besten Interesse der Arbeitgeber, dass die Arbeitskräfte nicht von der Hustle-Kultur durchdrungen werden, so Jazaieri. Es mag den Anschein erwecken, als würden Arbeitnehmer, die rund um die Uhr arbeiten, produktiver sein. Doch in Wirklichkeit führe dies zum Burn-out. Die Weltgesundheitsorganisation WHO hat herausgefunden, dass die Arbeit von regelmäßig 55 oder mehr Stunden pro Woche jedes Jahr mehr als eine dreiviertel Million Menschen tötet. Menschen, deren Leben von der Arbeit vereinnahmt wird, vernachlässigen ihre Beziehungen und ihren Körper, erklärt Jazaieri. Sie schlafen in der Regel auch schlechter, was sich kurz- und langfristig negativ auf ihre Gesundheit auswirkt. *(Quelle: Rachel Rose, 21. August 2022, Business Insider)*

Startschuss für Zukunftswerkstatt

Das dti als Branchenverband der Tiefkühlwirtschaft hat jetzt den Startschuss für die Zukunftswerkstatt gegeben: „Tiefkühlwirtschaft auf dem Weg zur Klimaneutralität". Mit dieser Initiative will das dti dazu beitragen, die Branche durch eine enge Kooperation entlang der TK-Wertschöpfungskette und im Austausch mit der Wissenschaft fit für die Klimaneutralität zu machen. Gemeinsam mit seinen Mitgliedern und wissenschaftlichen Partnern werden methodische Ansätze für die Klimabilanzierung, Lösungsansätze für die Reduktion von Treibhausgasemissionen und Anforderungen für ein Klimalabel entwickelt, um Unternehmen der Tiefkühlwirtschaft auf ihrem Weg zur Klimaneutralität zu unterstützen.
Mehr Infos unter **www.tiefkuehl-klimaneutral.de**

„Bachelor Professional“ auch an der DMSB

Mit der Einführung der Abschlussbezeichnung „Bachelor Professional in Mühlenbau, Getreide und Futtermitteltechnik“ geht die Deutsche Müllerschule Braunschweig (DMSB) einen wichtigen Schritt, um einen international vergleichbaren Abschluss anbieten zu können. Zudem wurden die neuen niedersächsischen Rahmenrichtlinien der Kultusministerkonferenz umgesetzt. Am 1. Januar 2020 wurde im Rahmen des neuen Berufsbildungsgesetzes die Abschlussbezeichnung „Bachelor Professional“ eingeführt und im selben Jahr von der Kultusministerkonferenz auch für Absolvent:innen der allgemein als Technikerschulen oder Technikakademien bezeichneten Zweijährigen Fachschulen Technik zugelassen. „Die neue Abschlussbezeichnung macht die Qualität und den hohen Wert der Fortbildung jetzt auch international vergleichbar und verdeutlicht die Gleichwertigkeit der beruflichen Fortbildung zur akademischen Bildung“, so Georg Böttcher, pädagogischer Leiter der DMSB. Dies ist sowohl interessant für ausländische Studenten an der DMSB als auch für Studenten, die später im Ausland arbeiten. Mit dem Ende des Schuljahres 2021/22 erwirbt nun der erste Jahrgang seinen Abschluss nach den neuen Rahmenrichtlinien.

Allgemeinbildung: Fachhochschulreife Bachelor Professional

- Englisch
- Deutsch
- Mathematik
- Chemie
- Politik

Mühlenbau, Getreide und Futtermitteltechnik

- Projektmanagement
- Maschinentechnik
- Verfahrenstechnologien
- Backwarenproduktion
- Mischfutterproduktion
- Spezialmüllerei
- Förder- und Silotechnik
- Betriebsmanagement
- QM und Labor

Ergänzungsangebot Anlagenplanung

- CAD
- Elektrotechnik
- Mühlenplanung
- Automation
- Mühlenbau/ Statik

GRÜNE ZUKUNFT IM BLICK

Mach die Welt ein bisschen pflanzlicher

Gestalten Sie mit uns die pflanzliche Zukunft und wachsen Sie als

Manager (m/w/d) Product Development Application

in Vollzeit an unserem Standort Vestenbergsgreuth

WAS ERWARTET SIE?

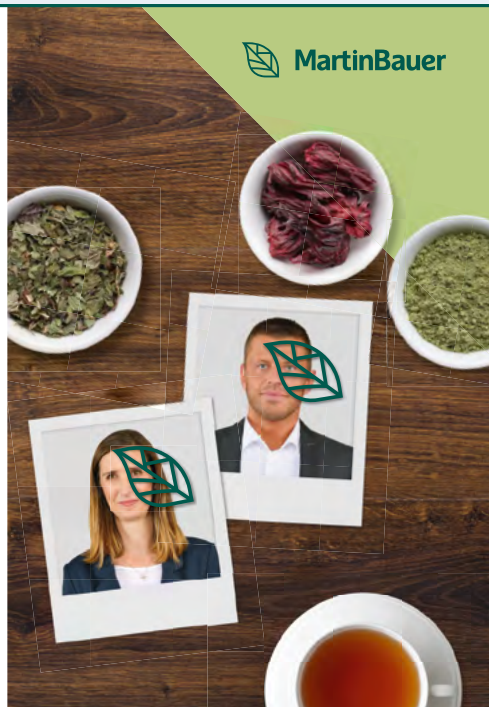
Sie leiten den Bereich Produktentwicklung Applikationen fachlich und disziplinarisch. Dabei koordinieren Sie spannende Entwicklungsprojekte für unsere Kunden aus der weltweiten Getränke- und Lebensmittelindustrie und entwickeln auf Basis Ihrer Expertise trendorientierte Konzepte und Beispielrezepturen.

INTERESSE GEWECKT?

Weitere Informationen zur Stelle und den Link zum Bewerbungsportal finden Sie direkt über den QR-Code.

Bei Fragen wenden Sie sich jederzeit gerne an:
Janine Soysev | Tel. +49 9163 88-279 | Dutendorfer Str. 5-7 in 91487 Vestenbergsgreuth

MEMBER OF the nature network



Aktuelle Studie von foodjobs.de

Wie viel verdienen Praktikant:innen in der Food-Branche?

Seit neun Jahren untersucht foodjobs.de die Gehälter von Praktikant:innen in der deutschen Lebensmittelwirtschaft, um so eine nützliche Orientierung für Studierende und Interessierte zu geben. Wie hoch das aktuelle Gehalt ausfällt, wo man am meisten verdient und worauf es den Nachwuchstalenten wirklich ankommt, zeigen die diesjährigen Studienergebnisse.

Mit einem Praktikum lassen sich wertvolle Erfahrungen sammeln, die zum Teil wegweisend für die eigene Karriereplanung sein können. Denn schon längst sind Praktikant:innen nicht mehr nur Kaffeebot:innen oder Post-Zusteller:innen – im Gegenteil: Voller Praxis-Durst und Hands-on-Power starten die Fach- und Führungskräfte von morgen in die Unternehmen der Lebensmittelwirtschaft, wo sie ihr erlerntes Wissen aus Hochschule oder Universität durch verantwortungsvolle Aufgaben unter Beweis stellen und neue spannende Eindrücke sammeln möchten. Eine der spannenden Fragen dabei: Was verdienen sie während ihrer Zeit im Unternehmen?

Wie im vergangenen Jahr ist das Durchschnittsgehalt für Praktikant:innen auch im Jahr 2022 wieder leicht gestiegen und beträgt aktuell 1.000 € brutto im Monat. Während mehr als die Hälfte der Youngsters zwischen 500 € und 1.500 € mit nach Hause nimmt, lassen sich nur noch 8 % auf ein monatliches Bruttogehalt von weniger als 500 € ein.

Akademischer Abschluss ist entscheidend

Die Höhe des Gehalts wird von unterschiedlichen Faktoren beeinflusst, wie dem akademischen Background der Praktikant:innen. Wer im Bachelor-Studium ein Praktikum absolviert, erhält durchschnittlich 900 € brutto im Monat, im Master-Studium wächst das Gehalt bereits auf 1.500 € an. Ähnlich verhält es sich auch mit der Art des Praktikums: Pflichtpraktikant:innen bekommen im Schnitt Gehälter von 850 € brutto im Monat, während Studierende im Rahmen eines freiwilligen Praktikums mit stolzen 1.500 € aussteigen.

Getränkeindustrie verteidigt ersten Platz

Unternehmensspezifische Faktoren bestimmen die Höhe des Gehalts

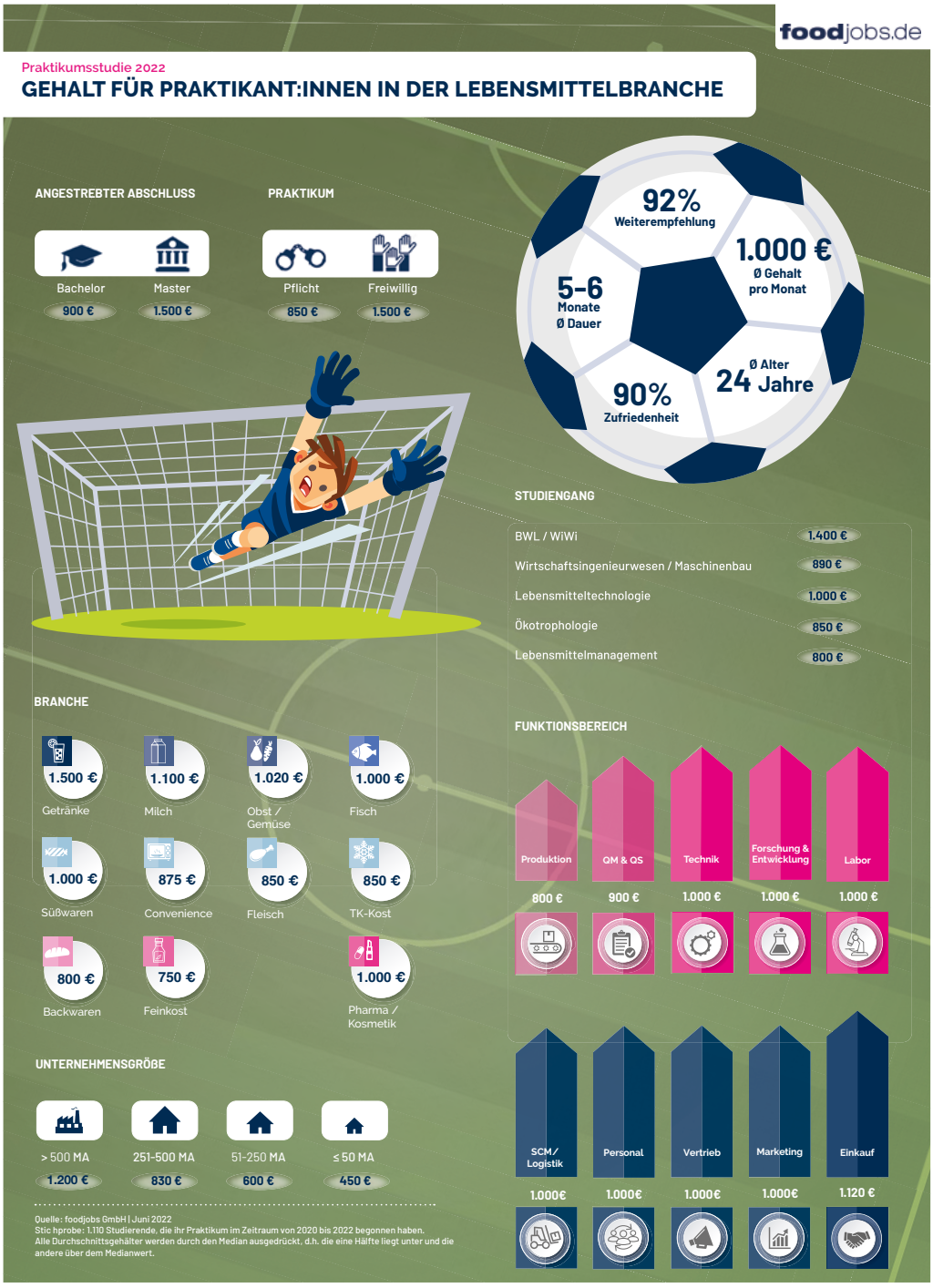
Über die Studie

Die Auswertung basiert auf den Antworten von 1.110 Studierenden und Absolvent:innen, die ihr Praktikum im Zeitraum 2020 bis April 2022 begonnen haben. Die gesamte Studie sowie das Infochart stehen kostenlos zur Verfügung unter: **www.foodjobs.de/gehalt/praktikum**.

Über foodjobs.de

foodjobs.de ist das Jobportal der Lebensmittelbranche. Wer in der Lebensmittelwirtschaft ein- und aufsteigen möchte, dem bietet foodjobs.de als Karrierebegleiter genau die passenden Job-Angebote, die richtige Orientierung und konkrete Tipps. Für Unternehmen ist foodjobs.de die lebensmittelspezifische Jobbörse für gezielte Personalsuche und Employer-Branding. Mit dem wachsenden Partner-Netzwerk bietet foodjobs.de zusätzlich Medienberatung und einen Active Sourcing Service für Positionen bis 80 T€ Gesamtvergütung p. a.

© PeopleImages.com - stock.adobe.com



ebenso: Unter den Branchen der Lebensmittelindustrie belegt die Getränkeindustrie wie im Vorjahr den ersten Platz und zahlt dem Nachwuchs mit 1.500 € die höchsten Gehälter. Es folgt die Milchbranche mit 1.100 €. Zu den Schlusslichtern zählen in diesem Jahr die Bereiche Feinkost mit 750 € sowie Backwaren mit 800 € brutto im Monat.

Big Player zahlen am meisten

Nicht nur die Branche, sondern auch die Unternehmensgröße kann beim Gehalt den Ausschlag geben: So greifen die Großunternehmen für den Nachwuchs am tiefsten in die Tasche und zahlen Durchschnittsgehälter von 1.200 € brutto im Monat. Gleichzeitig fällt die Praktikumsvergütung in kleinen sowie mittelständischen Betrieben eher gering aus, wo Praktikant:innen mit einem monatlichen Bruttogehalt von 450 € bis 830 € rechnen können. Im Gegensatz hierzu überraschen die Funktionsbereiche mit nur marginalen Gehaltsunterschieden: Als Anführer entpuppt sich in diesem Jahr der Bereich Einkauf mit 1.120 € brutto im Monat, das Schlusslicht bildet die Produktion mit 800 €. Doch statt auf ein hohes Gehalt legen die Praktikant:innen in der deutschen Lebensmittelbranche vor allem Wert auf ein positives Arbeitsklima, ausreichend Wertschätzung und spannende, doch gleichermaßen verantwortungsvolle Aufgaben. Denn nur mit dem nötigen Team-Spirit und der Lust, etwas voranzutreiben, wird das Praktikum für beide Parteien auch zum echten Heimspiel.

Arla Foods

Innovativ und kollegial

Die Anfänge von Arla Foods reichen bis ins 19. Jahrhundert zurück. Heute ist die Molkereigenossenschaft nach verarbeiteter Milchmenge das viertgrößte Molkereiunternehmen der Welt sowie der größte Hersteller von Milchprodukten in Bio-Qualität in Europa und zählt rund 20.000 Mitarbeitende. Der Hauptsitz liegt im dänischen Viby. Seine Produkte vertreibt das Unternehmen weltweit unter bekannten Markennamen wie Arla, Castello, Lurpak und Puck in mehr als 100 Ländern der Erde.

© Susanne Diesner

Elena Sampalioti

Hierzulande gehört Arla Foods zu den Top Fünf der Molkereibranche und hat in Deutschland rund 1.650 Beschäftigte in den Werken in Pronsfeld und in Upahl sowie in der Deutschland-Zentrale in Düsseldorf. Die Palette der im Arla-Werk Upahl in Mecklenburg-Vorpommern hergestellten Produkte reicht von Joghurts, Quark und Skyr in verschiedenen Varianten über Trinkmilch bis zu Schmand und Sahne. Dabei stammt die verarbeitete Milch aus gentechnikfreier Fütterung der Kühe mit besonderem Fokus auf Produkten aus Biomilch.

Das Werk im rheinland-pfälzischen Pronsfeld ist Arlas größter Produktionsstandort weltweit und spezialisiert auf haltbare Milchprodukte, Butter und Milchpulver. Mit einer im Frühjahr 2022 eingeweihten neuen Großanlage zur Milchpulverproduktion will die Molkereigenossenschaft ihr internationales Geschäft weiter stärken. Zudem werden in der Anlage Produkte für das B2B-Geschäft mit der lebensmittelverarbeitenden Industrie hergestellt, die Milchpulver zum Beispiel in Schokolade oder Backwaren verarbeitet. In der Anlage, deren Kernstück ein 51 Meter hoher Trockenturm ist, lassen sich jährlich 685 Millionen Kilogramm Milch zu rund 90.000 Tonnen qualitativ hochwertigem Milchpulver verarbeiten.

Für seine Ziele und den weltweiten Erfolg setzt Arla auf eine kollegiale Zusammenarbeit. Jungen Talenten und allen mit internationalen Karriereplänen bietet das Unternehmen verschiedene Programme zur Weiterentwicklung an. Welche Fähigkeiten Absolventinnen und Absolventen benötigen, die sich für ein solches Engagement qualifizieren wollen und welche Einstiegschancen es daneben noch bei Arla gibt, erklärt Elena Sampalioti im Interview. Als Leiterin der Talent Acquisition verantwortet sie das Recruiting in der Deutschland-Zentrale in Düsseldorf.

Frau Sampalioti, wie beeinflussen aktuelle Marktanforderungen wie Nachhaltigkeit und Digitalisierung sowie Megatrends wie Reformulierung und Plant-Based-Food das Geschäft bei Arla?

Natürlich beschäftigen uns Megatrends und geändertes Konsumverhalten. Das Thema Nachhaltigkeit zieht sich bei uns durch alle Geschäftsbereiche, von den Höfen unserer Landwirte bis ins Kühlregal im Supermarkt. Dazu gehört auch, dass wir an neuen Verpackungen und neuen Produktkonzepten arbeiten. Ebenfalls nehmen wir die Digitalisierung sehr ernst und wollen Konsumenten zu jeder Zeit die passenden Informationen zu unseren Produkten geben.

Wirkt sich dies auch auf die Positionen im Unternehmen aus?

Der Fokus der Kolleginnen und Kollegen auf das Thema Nachhaltigkeit hat sich stark vergrößert. Für uns im Recruiting kommen noch die Themen Diversität und Inklusion dazu: Es ist für uns zum Beispiel absolut selbstverständlich, dass wir Menschen berücksichtigen, die ein Handicap haben. Auch das Geschlecht und das Alter spielen keine Rolle. So ist bei uns ein Mix in der Belegschaft entstanden, den ich persönlich sehr schätze. Weil man so sehr gut voneinander lernen kann. Nicht nur die Jüngeren von den Älteren, sondern auch umgekehrt.

Wie gelingt Absolventinnen und Absolventen der Einstieg bei Arla?

Wir bieten verschiedene Positionen für den Direkteinstieg in den unterschiedlichen Bereichen, ob im Marketing, in der Produktentwicklung, im Vertrieb oder in der Logistik. Die Ausschreibungen dazu sind direkt auf unserer Website zu finden. Auch der Einstieg über ein Praktikum ist bei uns laufend möglich, etwa in unseren Werken in Pronsfeld und Uphal. Damit bieten wir Einsteigern früh die

Bei Arla Foods liegt ein Fokus auf Produkten aus Biomilch. Die europäische Molkereigenossenschaft gehört den knapp 9.000 Arla-Landwirtinnen und -Landwirten aus Deutschland, Belgien, Dänemark, Großbritannien, Luxemburg, Schweden und den Niederlanden.

Gelegenheit, eigenverantwortlich an Projekten mitzuwirken und erste Erfahrungen zu sammeln.

Wie stehen die Chancen, im Anschluss an ein Praktikum übernommen zu werden?

Natürlich versuchen wir, Talente im Unternehmen zu halten. Das ist auf jeden Fall unser Ziel. Gerade, wenn sie einen guten Job machen und es freie Positionen im Unternehmen gibt, stehen die Chancen gut. Wir haben damit gute Erfahrungen gemacht, da einige unserer Kolleginnen und Kollegen mit einem Praktikum im Unternehmen gestartet sind.

Wie ging es für die Kolleginnen und Kollegen dann weiter?

Einer von ihnen ist beispielsweise nach seinem Praktikum in der Logistik als Junior Supply Planner gestartet und arbeitet nun auf der Position des Supply Planners. Eine andere wiederum arbeitet hier nun als Projektmanagerin. Wir bieten gerne die Möglichkeit, sich im Unternehmen zu entwickeln.

Welche Programme haben Sie für Nachwuchstalente?

Dazu zählen etwa unser Trainee-Stellen für die Bereiche Sales und Marketing sowie unser PMGP- und das F15-Programm. Letzteres ist ein internationales Programm, welches wir von Dänemark aus steuern. Innerhalb dieses Programmes besteht die Möglichkeit, die unterschiedlichen Bereiche im Unternehmen kennenzulernen, wie zum Beispiel das Business Development, Finance, Human Ressources oder Marketing – um nur ein paar zu nennen.

Wofür steht F15?

In der Regel stellen wir 15 junge Talente ein, wobei das „F“ für „Future“ steht. Das Programm geht über zwei Jahre und beinhaltet drei Rotationen für je acht Monate. Ziel ist es, dass die Teilnehmer unsere wachsenden Märkte an den verschiedenen Standorten kennenlernen. Arla ist in mehr als 40 Ländern mit eigenen Standorten vertreten. Es kann etwa sein, dass die Teilnehmer in der ersten Rotation für acht Monate in Dänemark sind, in der zweiten in den USA und in der dritten in Indonesien. So international wie das Programm selbst, so international sind auch die Teilnehmer: Die Bewerbungen hierfür erhalten wir aus der ganzen Welt.

Welche Skills sollten die Bewerber für das F15-Programm mitbringen?

Im besten Fall sollte man über mindestens einen Master-Abschluss und verschiedene Praktika verfügen. Zudem legen wir Wert auf eine internationale Denkweise. Wer an unterschiedlichen Stationen der Welt arbeitet, braucht nicht zuletzt auch eine gewisse räumliche Flexibilität und natürlich sehr gute Englischkenntnisse.

Internationalität nicht nur im Geschäft, sondern auch in der Belegschaft spielt folglich eine große Rolle für Arla?

Absolut. Genauso wichtig ist für uns wie bereits erwähnt das Thema Diversität. Allein unser Management in Deutschland ist ein gutes Beispiel dafür: Hier arbeiten Menschen unterschiedlicher Herkunft mit sehr verschiedenen Werdegängen im Team zusammen. Geführt wird die deutsche Arla Organisation von einer Frau. Lillie Li Valeur ist die Geschäftsführerin und Group Vice President von Arla Foods in Deutschland. Die gebürtige Chinesin hat bereits 18 Jahre in verschiedenen, internationalen Führungspositionen bei Arla gearbeitet.

Kommen wir noch auf das PMGP-Programm zu sprechen …

Dahinter verbirgt sich unser Production-Management-Graduate-Programm. Es richtet sich an Ab-

solventen, die einen technischen Hintergrund haben und ihre Karriere in der Produktion gestalten wollen. Typische Abschlüsse sind hier etwa Lebensmitteltechnologie oder Ökotrophologie. Auch innerhalb dieses Programms lässt sich international Erfahrung sammeln. Ziel ist es, die Kollegen und Kolleginnen so weiterzuentwickeln, dass sie nach Abschluss des Programms eine Führungsposition am eingesetzten Standort übernehmen können. Dieses Programm dauert ebenfalls zwei Jahre.

Arbeitgeber setzen seit Corona verstärkt auf Home-Office-Modelle und bieten Remote-Stellen an. Wie ist das bei Arla?

„Power oft the Mix" heißt es bei uns. Das bedeutet, dass wir sowohl im Büro als auch in Abstimmung mit dem Vorgesetzten mobil und von zu Hause arbeiten. Wir bieten da eine gewisse Flexibilität.

Ob von zu Hause oder im Büro ist vermutlich stark vom jeweiligen Arbeitsbereich im Unternehmen abhängig …

Ja, richtig. In der Produktion müssen die Kollegen beispielsweise in der Regel meistens vor Ort sein als etwa ich im Personalmanagement. Wobei ich sehr gerne im Büro bin. Die Arbeit mit den Kollegen macht mir viel Spaß. Insgesamt hat Arla ein sehr positives Miteinander. Ein respektvoller Umgang ist für uns das A und O. Wir wollen keine Ellenbogen-Mentalität. Das ist etwas, worauf wir bei Arla auch ich in der Rekrutierung Wert legen. Denn letztlich geht es darum, die richtigen Personen mit an Bord zu holen.

Worauf sollten Bewerberinnen und Bewerber noch achten?

Man sollte zeigen, dass man sich mit dem Unternehmen Arla beschäftigt hat. Um was geht es bei der Position? Warum bewerbe ich mich und warum sollte Arla sich für mich entscheiden? Mein Tipp ist, diese Fragen im Vorfeld für sich selbst einmal zu klären. Auf der anderen Seite müssen auch wir uns positionieren: Warum sind wir der Arbeitgeber, für den man sich entscheiden sollte?

… wie lautet Ihre Antwort?

Ganz klar: Kollegial, innovativ und ein Umfeld, in dem man Dinge schaffen und verändern kann. Jeder hat bei uns die Gelegenheit, seinen Bereich mitzugestalten. Zudem weise ich gerne noch einmal darauf hin, dass man bei uns die Möglichkeit hat, seine Karriere auch international fortzusetzen.

Noch eine Empfehlung für alle, die gerade ihre berufliche Zukunft planen?

Ein Tipp, den ich jungen Leuten generell gebe, ist, sich mit den Unternehmen, die sie interessieren, zu vernetzen. Sodass sie, wenn Positionen aufkommen, direkt den passenden Ansprechpartner haben und da anknüpfen können. Auch bei Arla freuen wir uns über Anfragen und Kandidaten, die ihr Interesse am Unternehmen bekunden und mit uns in den Austausch kommen wollen.

Interview: Mareike Bähnisch

Krombacher

Erfolgreich mit Bier und Limo

Die Krombacher Brauerei sucht regelmäßig nach Nachwuchstalenten. Absolvent:innen können mit einem Praktikum, einer Ausbildung oder einem dualen Studium unterschiedliche Karrierewege einschlagen. Auch wer als Trainee startet, bekommt die Möglichkeit, sich zur hochqualifizierten Fach- und Führungskraft von morgen zu entwickeln.

© aleksey bystrov – stock.adobe.com

© Krombacher

Gemeinsam laut: Mit seinem Pils ist Krombacher stark präsent bei Schützenfesten, Konzerten und nationalen sowie lokalen Musik-Festivals. Im Sommer 2022 feierte der Getränkeproduzent seine erfolgreiche Premiere als Partner vom Heavy-Metal-Festival Wacken Open Air.

Mit seinen Bierspezialitäten zählt Krombacher zu den wichtigsten Getränkeproduzenten Deutschlands. Die Brauerei hat ihren Sitz in Krombach, einem Stadtteil von Kreuztal in Nordrhein-Westfalen. Die Gruppe beschäftigt mehr als 1.000 Mitarbeitende und vertreibt ihre Produkte weltweit. Eines der populärsten Biere des Konzerns ist das Krombacher Pils.

Hinzu kommt die Produktion alkoholfreier Erfrischungsgetränke wie die Premium-Limonade Orangina und die Marken „Dr Pepper“ und „Schweppes“, die seit 2006 durch die Krombacher Gruppe in Deutschland und Österreich vertrieben werden. Um international wettbewerbsfähig zu bleiben, sucht das Unternehmen Talente aus den unterschiedlichsten Fachrichtungen. Ob als Fachkraft für Lagerlogistik, als Betriebswirt, als Softwareentwickler oder in einer Position in Vertrieb, Marketing, Werbung oder Buchhaltung – Krombacher bietet Einsteigern vielfältige und abwechslungsreiche Jobs in den verschiedensten Bereichen. Genauso wichtig wie das Anwerben frischer Expertise ist für das Unternehmen die Ausbildung von Nachwuchskräften im eigenen Haus.

Ausgezeichnete Arbeitgeberqualitäten

Zum diesjährigen Ausbildungsstart begrüßt die Brauerei zwölf Auszubildende und dual Studierende – drei von ihnen am Standort in Steinfurt. Um den Einstieg zu erleichtern, lernen die Neuzugänge in der traditionellen Einführungswoche die Geschäftsführung und Ausbilder:innen der einzelnen Abteilungen kennen. „Der Berufseinstieg ist etwas ganz Besonderes und bei manchen ist die Aufregung groß. Uns ist es daher besonders wichtig, unsere offene Unternehmenskultur schon beim Ausbildungsstart zu vermitteln. In lockeren Kennenlernrunden können sich die Azubis und dual Studierenden untereinander kennenlernen und erste wertvolle Kontakte im Unternehmen knüpfen“, erklärt Milena Jannek, Ausbildungsleiterin der Krombacher Brauerei. Neben einer Azubi-Akademie am Biggesee gehört die interne Nachhaltigkeits-Akademie mit zum Ausbildungsplan. „Ausbildung heißt für uns mehr, als Berufseinsteiger:innen für den Joballtag fit zu machen. Wir möchten insgesamt einen Blick über den Tellerrand ermöglichen. Mit der Nachhaltigkeits-Akademie geben wir unserem Nachwuchs die Möglichkeit, das Nachhaltigkeitsengagement der Brauerei aktiv mitzugestalten. Innerhalb der Azubi-Akademie wird der Fokus insbesondere auf die individuellen Softskills und Sozialkompetenzen gelegt“, so Jannek weiter. Dass sich eine Ausbildung bei Krombacher lohnt, zeigt nicht nur das umfangreiche Ausbildungsprogramm, sondern auch die Übernahmequote von nahezu 100 Prozent.

Training on the Job

Als Kontaktbörse nutzt Krombacher die eigene Website, um Fach- und Führungskräfte zu rekrutieren. Neben Möglichkeiten für den Direkteinstieg in den Job finden sich auf den Internetseiten auch Angebote für Absolvent:innen und Student:innen. Wer den Weg als Trainee zu Krombacher findet, wird innerhalb von 18 bis 24 Monaten bestmöglich auf zukünftige Aufgaben und das internationale Geschäft im Konzern vorbereitet. Während dieser Zeit übernimmt man eigenverantwortlich erste Projekte und wird systematisch durch „training on the job“ in die vielseitigen Tätigkeitsfelder eingeführt.

Weitere Informationen zu den Trainee-Programmen in den Bereichen Marketing, Vertrieb oder kaufmännischer Bereich unter **www.krombacher.de/studis.**

Sandra Seidel

Unternehmensgruppe Theo Müller

Viel mehr, als du denkst!

Was vor über 125 Jahren mit einer kleinen Dorfmolkerei in Aretsried begann, zählt heute zu einer der größten Unternehmensgruppen im Bereich Food und Logistics mit 31.700 Beschäftigten. Das Familienunternehmen hat sich zu einem internationalen Konzern mit bekannten Marken wie Müller, Weihenstephan, Sachsenmilch und HOMANN entwickelt. Entsprechend vielfältig sind die Einstiegs- und Karrieremöglichkeiten über verschiedenste Unternehmensbereiche und Standorte – auch über Ländergrenzen – hinweg.

„Fast jeder deutsche Haushalt hat ein Produkt von uns auf dem Tisch“, sagt Sandra Seidel, Head of Chemical Laboratory bei der Sachsenmilch Leppersdorf GmbH. „Ob als Milcherzeugnis, Dressing oder als Zutat, die wir für andere Segmente der Lebensmittelindustrie zuliefern, wie etwa den Käse für die Pizza oder Lactose und Molkenproteine für die Säuglingsnahrung.“ Die Vielfalt der Produkte bei Sachsenmilch und innerhalb der gesamten Unternehmensgruppe Theo Müller (UTM) ist extrem groß und sorgt auch im Arbeitsalltag für jede Menge Abwechslung. „Zudem ist die UTM ein großer, sicherer Arbeitgeber. Das schätze ich genauso wie den gelebten Teamgeist hier: Wir entwickeln gemeinsam und interdisziplinär Lösungen.“

Kein Tag ist wie der andere!

Die Diplom-Lebensmittelchemikerin startete ihre Karriere im Unternehmen 2011. Sie bewarb sich initiativ, bekam eine Schichtführerstelle im Labor bei Sachsenmilch und arbeitete sich wie eine Laborantin ein. So lernte sie alle Prozesse und Methoden kennen. 2012 übernahm sie die stellvertretende Gruppenleitung. Heute ist sie selbst die Gruppenleiterin des chemisch-physikalischen Labors am Standort in Leppersdorf. Sie führt 47 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die in fünf Schichtteams aufgeteilt sind.

Saskia Kraus

Ähnlich verlief die Entwicklung von Saskia Kraus. Sie arbeitet schon seit 13 Jahren in Freising, anfangs als Schichtlaborantin in der Qualitätssicherung. „Weihenstephan ist ein Traditionsunternehmen, das abwechslungsreiche Aufgaben bietet.“ Mittlerweile ist sie seit drei Jahren als Laborleiterin für die Überwachung der Qualitätskontrolle verantwortlich – von der Wareneingangsprüfung der Rohstoffe bis zur Endkontrolle der Fertigprodukte. „Wir sind die Wächter der Milchstraße“, erklärt sie. „Für einen milchwirtschaftlichen Laboranten gibt es keinen Tag, der so ist wie der andere, da die Produktionsanlagen unterschiedliche Produkte abfüllen.“ Und genau das schätzt sie an ihrem Job.

Spürst auch du die Leidenschaft für Lebensmittel in dir?

Wenn du ein großes Verantwortungsbewusstsein für Hygiene und Qualität hast und dein Teamgeist dich auszeichnet, dann interessiert es dich bestimmt, dass die Unternehmensgruppe Theo Müller deutschlandweit Laborantinnen und Laboranten sucht.

Komm in Sandras Team und bewirb Dich
als **Laborant (m/w/d)** bei

- **Sachsenmilch** in **Leppersdorf** bei Dresden
- **Müller** in **Aretsried** bei Augsburg
- **Weihenstephan** in **Freising** bei München

Deine Ansprechpartnerin:
Melanie Schwaar
melanie.schwaar@muellergroup.com
+49 172 8689 144

Neugierig?
Jetzt mehr erfahren unter
muellergroup.com/karriere

Unternehmensgruppe Theo Müller | müller **VIEL MEHR ALS DU DENKST.**

Bell Schweiz AG

Vom Metzgermeister zum Trainee

Es muss schon ein tolles Angebot sein mit vielversprechender Perspektive, wenn man vom Lehrenden noch mal zum Lernenden wechselt. Genau das machte aber Metzgermeister Lars Scheytt und ist begeistert, was ihm bei Bell geboten wird.

Bell ist eine der führenden Lebensmittelmarken in der Schweiz mit breitem Sortiment an Fleisch, Geflügel, Charcuterie und Seafood. Das als „friendly workspace“ zertifizierte Unternehmen gilt als die Nummer eins der Schweizer Fleischbranche und ist Teil der internationalen Bell Food Group mit über 12.000 Mitarbeitenden in 15 Ländern. Alle gemeinsam haben sie, dass sich jeder täglich für hochwertige Qualitätsprodukte einsetzt. So auch Lars Scheytt. Er absolvierte seine Meisterprüfung an der Ersten Bayerischen Fleischerschule in Landshut im Jahr 2017. Mit der Schule, mit der die Bell AG auch in Verbindung steht, blieb er über Social Media verbunden. Dort entdeckte er schließlich auch die Stellenausschreibung Bells. Er, der sein Handwerk von der Pike auf gelernt hatte, wollte – basierend auf seinen Kernkompetenzen – Neues dazulernen. Das ausgeschriebene Traineeprogramm von Bell schien genau das zu erfüllen. „Nachdem ich mich informiert hatte, was da auf mich zukommen sollte, war ich gleich Feuer und Flamme. Schon allein die Internationalität und Größe des Unternehmens sprachen mich sehr an“, so Scheytt. Im September 2021 wechselte der Metzgermeister zur Bell Schweiz AG nach Basel und begann mit dem Traineeprogramm.

„Es ist genau das eingetreten, was ich mir erhofft hatte: Ich lerne alle Prozesse der Produktion und andere Bereiche kennen, arbeite aktiv mit und wenn mir Verbesserungspotenziale auffallen, werden diese verifiziert und bestenfalls als Projekte angelegt und umgesetzt.“ Nach dem Traineeprogramm möchte er gerne bei Bell bleiben und „wenn möglich in eine Führungsposition wechseln“. Doch vorher stehen noch Ortswechsel an, um auch andere Produktionsstandorte und den Schlachthof in Basel kennenzulernen. Spannend bleibt’s und das freut den wissensdurstigen Scheytt!

Karriere? Bell Food Group? Match!

Bewerben Sie sich jetzt auf eine Stelle bei Bell Food Group

- mit vielfältigen Entwicklungsmöglichkeiten
- mit spannenden Aufgaben
- mit verantwortungsvollen Vorgesetzten
- mit einem modern ausgestatteten Arbeitsumfeld
- mit attraktiven Vergütungen, Sozialleistungen und Vergünstigungen

Kommen auch Sie in unser engagiertes Team und teilen Sie mit uns die Leidenschaft für beste Fleisch-, Wurst-, Seafood- und Convenience-Produkte. Weitere Infos und offene Stellen finden Sie unter: **www.bellfoodgroup.com/karriere**

Die Marken der Bell Food Group

Bell · eisberg simply fresh · hilcona · Hügli

BELL FOOD GROUP

Die digitale Transformation im Handel als Karriereplattform

Jetzt mitgestalten

Ein Thema, das die Handelsbranche stark beschäftigt, ist das Einkaufen via Internet. Einen Teil des Wocheneinkaufs in das Netz zu verschieben, hat Normalität erreicht. Schließlich treibt nicht zuletzt Corona die digitale Nachfrage nach Lebensmitteln an. Damit verbunden sind neue Karrierechancen im Online-Geschäft. Ob als IT-Spezialist:in oder eFachwirt:in – für ein Engagement im E-Commerce ist es wichtig, mit den neusten Technologien und Trends auf dem Laufenden zu bleiben. Zwei, drei Einblicke.

© pongmoji – stock.adobe.com

Der E-Commerce hat seine ganz eigene Sprache und Schauplätze. Quick-Commerce, Dark Stores und Click & Collect sind nur einige der Begriffe, die Einsteiger kennen sollten, die hier ihren Karrierestart planen. Vor allem der Einkauf über das Smartphone hat weiter an Bedeutung gewonnen. So wurde laut Handelsverband Deutschland (HDE) in 2021 mehr als die Hälfte der Onlineumsätze über Mobiltelefone generiert. Das entspricht Umsätzen in Höhe von 47 Milliarden Euro. Diese Entwicklung und zahlreiche Daten für einzelne Teilbranchen in 2021 zeigt der frisch erschienene HDE-Online-Monitor 2022 auf. Eine Chance also für deutsche Lebensmittelhändler, ihr Geschäft digital auszubauen? Beleuchtet wird dies unter anderem von den Experten von BearingPoint und dem IIHD Institut. Der Online-Lebensmittelhandel zählt laut ihrer Einschätzung zu den großen Gewinnern der COVID-19-Pandemie. Die Angst vieler Verbraucher vor einer Ansteckung mit SARS-CoV-2 führte dazu, dass sie ihre Lebensmitteleinkäufe erstmalig online getätigt haben.

Newcomer punkten mit innovativen Geschäftsmodellen

Während die etablierten stationären Lebensmitteleinzelhändler kaum über die „ersten Gehversuche“ im Online-Lebensmittelhandel hinausgekommen sind, eröffnen die Schwächen der großen Anbieter innovativen Start-ups neue Handlungsspielräume. So scheint der Handel mit Lebensmitteln – zumindest in Deutschland – aktuell nur für spezialisierte Online-Pure-Player ohne den herkömmlichen Kostenapparat lukrativ zu sein, die sich nicht alleine über den Preis positionieren und meist keine eigene, teure „Letzte-Meile“-Logistik vorhalten. Diese Newcomer wie Querbeet, Kaufnekuh oder auch Etepetete fokussieren sich fast ausschließlich auf ökologisch hergestellte und gesunde Produkte und nutzen dabei den Trend zum nachhaltigen Konsum. Sie zeigen, dass der Online-Lebensmittelhandel in Marktnischen bereits funktionieren kann.

„Der abrupte und rasante Anstieg der Nachfrage im Online-Lebensmittelhandel als unmittelbare Folge der COVID-19-Pandemie offenbarte unverblümt zentrale Schwachstellen auf der Anbieterseite.“

Prof. Dr. Jörg Funder,
Geschäftsführender Direktor IIHD Institut

„Der abrupte und rasante Anstieg der Nachfrage im Online-Lebensmittelhan-

del als unmittelbare Folge der COVID-19-Pandemie offenbarte unverblümt zentrale Schwachstellen auf der Anbieterseite“, kommentierte Prof. Dr. Jörg Funder, Geschäftsführender Direktor IIHD Institut im Dezember 2020. „Insbesondere betrifft dies die unzureichenden Logistikkapazitäten sowie die hohen Kosten für die „Letzte-Meile“-Belieferungen in ländlichen Gebieten mit geringerer Bevölkerungsdichte und damit einhergehend die fehlende landesweite Abdeckung.“ Dies habe gezeigt, dass viele Händler noch nicht in der Lage waren, „die sich auftuende Gelegenheit zu nutzen und eine so plötzlich ansteigende Nachfrage zu bedienen“.

OC fulfillment in Köln

Doch es gibt Unternehmen, die schon einen Schritt weiter sind. Żabka Jush heißt der Quick-Commerce-Service von Lite e-Commerce, ein Start-up, das zur Żabka-Gruppe gehört, dem Eigentümer der größten Convenience-Store-Kette in Polen. Żabka Jush bietet mehr als 1.300 Produkte, darunter gekühlte und tiefgekühlte Artikel, die sich bequem über eine App ordern lassen. Die Produkte werden in sogenannten Dark Stores abgeholt, das heißt an Orten, die nur zur Abwicklung von Online-Bestellungen genutzt werden. Der Service startet in Warschau und Polen und soll auf andere Städte ausgeweitet werden. Genau hier kommt OC fulfillment, ein Unternehmen der Rewe Group, ins Spiel. Die IT-Spezialisten mit Sitz in Köln unterstützen Żabka Jush dabei, sein Geschäft weiter auszubauen. Ihr Steckenpferd sind cloudbasierte und modulare Software-as-a-Service-Lösungen für Fulfillment-Prozesse im Lebensmittelhandel. Was Fulfillment ist? Der Begriff kommt aus dem Bereich der Logistik und steht für die Prozesse in der Auftragsabwicklung. OC fulfillment hilft mit ihrer Plattform fulfillmenttools-interessierten Händlern, ihr bislang reines Offline-Angebot auf digitale Geschäftsmodelle umzustellen.

Backwaren via Click & Collect

Auch die rund 50 Filialen von Peter’s gute Backstube nutzen seit 2021 die Plattform und bieten Click-&-Collect-Service an. Kundinnen und Kunden haben so die Option, Brot, Backwaren und Snacks nicht mehr nur persönlich vor Ort in einer der rund 50 Fachgeschäfte zwischen Karlsruhe und Offenburg zu erwerben, sondern auch online von zu Hause aus, um sie schnell und kontaktreduziert in der nächsten Filiale abzuholen. Die bislang rein stationäre Bäckerei reagierte damit auf die zunehmenden Herausforderungen der Corona-Pandemie und die veränderten Kundenbedürfnisse. „Als Ausgründung der Rewe digital kennen wir die hohen E-Commerce-Anforderungen im Foodbereich. Wir freuen uns daher besonders, Peter’s gute Backstube mit unserer flexibel skalierbaren und modularen In-Store-Fulfillment-Lösung darin zu befähigen, die Herausforderungen der digitalen Transformation anzunehmen und eine Omnichannel-Erlebniswelt mit unserem Click-&-Collect-Modul zu etablieren“, sagt Dr. Jürgen Brock, CEO der OC fulfillment GmbH.

Lebensmittel bequem über das Mobiltelefon ordern: Neue Anbieter und Lieferdienste zeigen, dass der Onlinehandel bereits funktionieren kann.

© stokkete – stock.adobe.com

Die Ideen von OC fulfillment wurden mit dem Supply Chain Award 2021 ausgezeichnet. Die Plattform wurde als erstes unabhängiges Start-up aus dem Innovationshub von Rewe digital heraus gegründet. Es verbindet Filialnetzwerk und E-Commerce und unterstützt die Prozesse digital – vom Bestelleingang bis zum Versand beziehungsweise zur Übergabe an den Kunden, inklusive Retouren. Durch App-basierte In-Store-Fulfillment-Lösungen erleichtert fulfillmenttools die Umsetzung von Omnichannel Services für den Nutzer. Zusammen mit einem intelligenten Distributed Order Management System begleitet die Plattform so Einzelhändler, Großhändler und Marken

branchenübergreifend auf ihrem Weg zur Digitalisierung mit Lösungen wie Ship-from-Store oder Click & Collect. Dank ihrer auf API-First-Prinzipien basierenden Softwarearchitektur ist die Plattform auf Skalierbarkeit ausgerichtet und ermöglicht eine schnelle Integration in bestehende IT-Prozesse und Drittsysteme. Mehr Infos auf **www.fulfillmenttools.com**.

Hospitality Digital in Düsseldorf

Unter dem Dach seiner Tech-Einheit Hospitality Digital (HD) will auch der Großhändler Metro die Digitalisierung beschleunigen. Die Tochtergesellschaft wurde 2015 gegründet, um digitale Lösungen für HoReCa-Kunden (Hotels, Restaurants und Caterer) zu entwickeln. Unter der Marke DISH bietet HD wettbewerbsfähige Lösungen für einige der drängendsten Herausforderungen der Branche: Online-Essensbestellungen ohne Provisionszahlungen, die Möglichkeit, rund um die Uhr Reservierungen entgegenzunehmen, Menü-Rentabilitätsberechnungen, Verwaltung der Online-Präsenz im Internet in mehr als 20 Social-Media-Netzwerken und vieles mehr. Mehr als 200.000 Kunden der HoReCa-Branchen in 16 Ländern nutzen bereits Lösungen von HD, um ihre Geschäftsergebnisse zu verbessern. Derartige digitale Lösungen sind ein Schlüsselelement der sCore-Strategie von Metro, mit der bis 2030 ein digitaler Umsatzanteil von 40 Prozent erreicht werden soll.

Mit der Übernahme von Eijsink machte der Metro-Konzern einen weiteren strategischen Schritt in Richtung Multichannel-Lösungsanbieter. Das vor mehr als drei Jahrzehnten gegründete Unternehmen mit Hauptsitz in den Niederlanden bietet mit seinem Flaggschiffprodukt booq ein cloudbasiertes, geräteunabhängiges Point-of-Sale-System an. Es wurde in den vergangenen Jahren erfolgreich auf dem Benelux-Markt eingeführt. Das Kassensystem booq ist geräteunabhängig und ermöglicht die Anbindung digitaler Tools, die von HD entwickelt und angeboten werden. Zu diesen Lösungen gehören zum Beispiel Tischreservierungs- und Online-Bestellsysteme für Abhol- und Lieferdienste, aber auch andere Anwendungen wie elektronische Bezahlvorgänge, Warennachschub und Mitarbeiterverwaltung. Mehr Infos zu Hospitality Digital, Studentenjobs und offene Stellen auf **www.hd.digital**.

Über Metro

Kunden weltweit profitieren vom Multichannel-Mix des Großhandelsunternehmens Metro. So können Kunden zwischen dem Einkauf in einem der großflächigen Märkte vor Ort oder der Belieferung (Food Service Distribution, FSD) wählen – alles digital unterstützt und verbunden. Parallel entsteht mit METRO MARKETS ein internationaler Online-Marktplatz für die Bedürfnisse von professionellen Kunden, der seit 2019 kontinuierlich wächst. Nachhaltig handeln ist einer der Unternehmensgrundsätze von Metro. Mit der langjährigen Listung in den Nachhaltigkeitsindizes und -rankings FTSE4Good, MSCI, CDP und Dow Jones Sustainability Index werden die Aktivitäten in den Bereichen Klimaschutz, Vermeidung von Plastik und Lebensmittelabfällen sowie nachhaltigere Sortimente extern akkreditiert. Der Konzern ist in über 30 Ländern aktiv und beschäftigt weltweit mehr als 95.000 Mitarbeiter. Mehr Infos unter **www.mpulse.de** und **karriere.metro-wholesale.de**.

Vom Kaufmann zum Fachwirt im E-Commerce

Die Digitalisierung im Einzelhandel und der steigende Anteil des Online-Handels stellen neue Anforderungen an Fachkräfte. Durch die seit Dezember 2019 existierende Fortbildung Fachwirt/Fachwirtin im E-Commerce wird jungen Leuten eine Perspektive im wachsenden Online-Handel angeboten und der Einstieg zum Beispiel in die mittlere Managementebene ermöglicht. Die Fortbildung ist auf der Niveau-Stufe sechs des Deutschen Qualifikationsrahmens (DQR) zugeordnet und damit einem akademischen Bachelorabschluss gleichwertig, wie es beim Handelsverband Deutschland (HDE) heißt.

© Jane – stock.adobe.com

Wie der Job als Fachwirt im E-Commerce aussieht? Ganz oben auf der Agenda steht das Weiterentwickeln des Online-Geschäfts unter Einbezug von Multichannel-Vertriebswegen sowie das Analysieren von Veränderungen des Kundenverhaltens. Auch Trendanalysen, Marketingkonzepte und Management gehören zum Job. Interessant ist die Fortbildung für alle, die bereits im E-Commerce tätig sind und sich gezielt weiterbilden möchten oder eine kaufmännische Ausbildung, etwa zum Kaufmann/Kauffrau im E-Commerce, erfolgreich abgeschlossen haben. Wie aus Daten des Bundesinstituts für Berufsbildung hervorgeht, legte Letztere gerade den größten Sprung im Ranking der Ausbildungsberufe nach Neuvertragsabschlüssen 2021 hin. Deutschlandweit rutschte der neue Beruf um zwölf Positionen vor und belegt unter den 318 Ausbildungsberufen Platz 54. Mehr Infos auf **www.einzelhandel.de**.

Ob die Gemüsekiste frisch vom Feld oder Süßwaren: Laut Statista wurde im Jahr 2021 im deutschen Online-Handel ein Umsatz von rund 3,9 Milliarden Euro mit Lebensmitteln erzielt. Damit steigerte sich der Online-Umsatz um mehr als eine Milliarde Euro gegenüber dem Vorjahr.

© thodonal – stock.adobe.com

Google Zukunftswerkstatt

Um Auszubildende, deren Ausbilderinnen und Ausbilder sowie Lehrkräfte im Themengebiet „E-Commerce“ zu unterstützen, bietet der HDE gemeinsam mit der Google Zukunftswerkstatt ab Juni 2022 eine neue kostenlose Online-Trainingsreihe an. Die Inhalte reichen von digitalen Vertriebskanälen über Online-Marketing und Datenanalyse bis hin zur Online-Sicherheit. Das Trainingsprogramm eignet sich etwa als Unterstützung für die Ausbildung zu Kaufleuten im E-Commerce, die Ausbildung zu Kaufleuten im Einzelhandel, unter anderem für die Wahlqualifikation Online-Handel, sowie für die Fortbildung Fachwirt und Fachwirtin im E-Commerce. Auch Beschäftigte, die sich für den Online-Handel weiterbilden möchten, können das Programm nutzen. Die Trainings sind kostenlos und werden als Live-Webinare durchgeführt. Sie können von ausbildenden Betrieben und beruflichen Schulen jederzeit kostenlos und individuell vereinbart werden. „Die neue Trainingsreihe für den E-Commerce vermittelt wichtige Skills für den Wachstumstreiber im Handel. Mit dem kostenlosen Angebot möchten wir die Vorbereitung der Nachwuchskräfte auf den wachsenden E-Commerce und die digitalisierte Arbeitswelt unterstützen“, so Katharina Weinert, HDE-Abteilungsleiterin für Bildungspolitik und Berufsbildung. Mehr Infos unter **https://bit.ly/3O31FS2**.

Trends im E-Commerce

Quick-Commerce: Laut einer Studie der Shipment-Experten von Packlink ist für 37 Prozent der Deutschen die Liefergeschwindigkeit nach dem Preis der wichtigste Faktor bei der Auswahl einer E-Commerce-Plattform. Dieser Trend, der seinen Ursprung im Bestellen von Lebensmitteln hat, setzt für immer mehr Produktkategorien neue Maßstäbe beim Online-Shopping. Quick-Commerce garantiert schnelle Lieferungen in nur 15 Minuten bis zwei Stunden. **Click & Collect** heißen Angebote, bei denen die im Internet bestellten Waren später in einem Geschäft oder sogenannten **Dark Stores** abgeholt werden. Letzteres sind Orte, die nur zur Abwicklung von Online-Bestellungen genutzt werden.

Kaufland

Mit dem Traineeprogramm zum Traumjob

Esther Siepmann

Esther Siepmann ist in ihrem Traumjob angekommen: sie leitet heute eine Kaufland-Filiale mit 75 Mitarbeitenden. Das Traineeprogramm im Vertrieb bei Kaufland hat es möglich gemacht. Dort konnte sie sich direkt auf ihre Führungskarriere als Hausleiterin vorbereiten. Was Esther an ihrer Arbeit begeistert? „Jeder Tag ist anders. Ich liebe die Abwechslung, die Dynamik und den Zusammenhalt", schwärmt sie.

Nach ihrem dualen BWL-Studium mit dem Schwerpunkt Handel und einem Jahr Berufserfahrung wollte Esther unbedingt in den Lebensmitteleinzelhandel. „Meine Eltern hatten bereits ein Lebensmittelgeschäft, daher wurde mir die Vorliebe für die Branche ein Stück weit in die Wiege gelegt", sagt die junge Frau mit einem Augenzwinkern. Die Stellenausschreibung für das Traineeprogramm im Vertrieb mit der Zielposition Hausleitung kam daher wie gerufen. Dort konnte Esther innerhalb von zwölf Monaten die Prozesse und Abläufe hautnah kennenlernen und zeitgleich in ihre Rolle als Führungskraft reinwachsen.

Anpacken von Anfang an

„Zu Beginn meiner Traineezeit durfte ich gleich Verantwortung übernehmen und war in der Filiale für den Warenbereich ‚Obst und Gemüse' zuständig." Nach kurzer Zeit hat Esther die Urlaubsvertretung des Warenbereichsleiters übernommen und steuerte den kompletten Ablauf von den Bestellungen bis zum Verräumen der Ware. Was für die Hausleiterin am Traineeprogramm einzigartig ist? „Ich konnte gleich voll mit anpacken! So was findet man selten und es zeigt, wie wir als Team über unterschiedliche Ebenen hinweg zusammenarbeiten und uns unterstützen." Eine Patin stand ihr über die gesamte Traineezeit als vertrauensvolle Ansprechpartnerin zur Seite: „Bei ihr konnte ich jederzeit Feedback einholen und mich dadurch fachlich und persönlich weiterentwickeln." Durch die regelmäßigen Netzwerktreffen mit anderen Trainees aus unterschiedlichen Fachbereichen knüpfte Esther viele wertvolle Kontakte und lernte Kaufland in all seinen Facetten kennen. Schulungen über Softskills und beispielsweise Sozial- und Führungskompetenzen ergänzten das Traineeprogramm.

Nur im Team stark

Esther schätzt die Duz-Kultur im gesamten Unternehmen, den Gestaltungsspielraum sowie den fairen Umgang miteinander. „Bei Kaufland zu arbeiten, war für mich schon lange sehr verlockend: zum einen wegen der großen Filialen und dem umfangreichen Sortiment, zum anderen spürt man den großen Teamspirit unter den Kollegen." Für die Hausleiterin ist genau das das Alleinstellungsmerkmal des Unternehmens: „Wir wissen, dass wir nur im Team stark sind und dadurch die beste Leistung abliefern können. Deshalb liegt unser Fokus auch so stark auf der Zusammenarbeit."

„Die Filiale ist mein Baby"

Bereits während ihres Traineeprogramms übernahm Esther die Vertretung der Hausleitung in Gevelsberg. Und wie es das Schicksal wollte, wurde zum Zeitpunkt ihres Abschlusses die Position der Hausleitung in genau dieser Filiale frei. „Ich habe mich sehr gefreut, hier bleiben zu dürfen und weiterhin gemeinsam mit diesem tollen Team arbeiten zu können." Man merkt, sie übt ihren Job mit voller Leidenschaft aus: „Die Filiale ist mein Baby! Hier habe ich Personalverantwortung für 75 Mitarbeitende, steuere eigenständig die Kennzahlen und den gesamten Warenfluss."

Tolle Chancen für alle, die sie ergreifen

Esther möchte die Filiale Gevelsberg nach vorne bringen und sich selbst dabei weiterentwickeln, das steht fest. Wie es dann weitergeht? Bei Kaufland gibt es viele Weiterentwicklungschancen. „Eine Möglichkeit wäre es, Verkaufsleiterin zu werden", erzählt sie uns. „Dann bekäme ich Verantwortung für mehrere Filialen übertragen." Noch sei das Zukunftsmusik, aber sie rät nicht nur ihren Mitarbeitenden, sondern vor allem auch Nachwuchskräften, die am Beginn ihrer Karriere stehen: „Nutz die Chancen, die sich bei Kaufland bieten." Sie selbst wird es sicherlich weiterhin tun.

ZEIT FÜR WAS NEUES: EINSTEIGEN UND DURCHSTARTEN.

ALS TRAINEE VERTRIEB (m/w/d)

mit der Zielposition Hausleitung.

In 12 Monaten zur Führungskraft!

Bewirb dich unter
kaufland.de/traineeprogramm

top EMPLOYER DEUTSCHLAND GERMANY 2022
CERTIFIED EXCELLENCE IN EMPLOYEE CONDITIONS

Kaufland

Dr. Dorotea Pein

Interview mit Dr. Dorotea Pein von Planteneers

Wegbereiter der neuen Generation Ernährung

In Deutschlands Supermärkten wächst das Sortiment an veganen und vegetarischen Produkten und für Produzenten in diesem Segment stellt sich die Frage, wie sie ihre Rezepturen umstellen können. B2Bler wie Planteneers widmen der Entwicklung ihre gesamte Aufmerksamkeit und kreieren pflanzenbasierte Prototypen, individuell nach den Wünschen der Kunden, wie uns Dr. Dorotea Pein, Leiterin des Produktmanagements bei Planteneers, im Interview erklärt. Das Unternehmen ging 2020 als Tochter der Stern-Wywiol-Gruppe an den Start und vereint dort die Expertise des Konzerns für pflanzliche Alternativprodukte unter einem Dach.

Frau Dr. Pein, was gab Planteneers den Anstoß, die Entwicklung pflanzenbasierter Alternativen voranzutreiben?
Wir beobachten den Markt kontinuierlich und haben schon sehr früh verstanden, dass Tierwohl, Klimaschutz und gesunde Ernährung zentrale Aspekte sind, die das Konsumverhalten verändern werden. Nach ersten Entwicklungen im Bereich Fleischalternativen vor knapp zehn Jahren haben wir ebenfalls unser Portfolio an Milchalternativen sukzessive ausgebaut. Es folgten weitere Bereiche, sodass wir jetzt in allen Produktkategorien exzellente Alternativen anbieten können.

Was ist auf verfahrenstechnischer Seite zu lösen, wenn es um authentische pflanzliche Alternativen geht?
Der Erfolg pflanzlicher Produkte basiert vor allem nicht zuletzt darauf, dass diese sich in puncto Geschmack und Textur kaum von tierischen Erzeugnissen unterscheiden. Hier sind Tradition, Erfahrung und Gewohnheit nach wie vor konsumbestimmend. Verbraucher akzeptieren Alternativprodukte nur dann, wenn diese die gelernten Eigenschaften der entsprechenden tierischen Erzeugnisse besitzen.

… wie erreichen Sie das?
Wichtigste Voraussetzung sind detaillierte Kenntnisse über die verschiedenen verfügbaren Proteinquellen. Hier hat sich das Angebot in den vergangenen Jahren enorm erweitert, aber nicht jedes Protein eignet sich für jede Anwendung. Auch das Wissen über bestehende Anlagen spielt eine wichtige Rolle. Wir achten darauf, dass unsere Kunden die veganen Alternativen möglichst mit ihren vorhandenen Maschinen herstellen können.

Wie gehen Sie typischerweise vor?
Die Produktentwicklung ist in den gesamten Produktzyklus involviert. Die Kolleginnen und Kollegen bekommen vom Produktmanagement Input über aktuelle Trends und neue Produkte im Markt. Jeder Entwickler arbeitet in Projekten und trägt die Verantwortung für das jeweilige Projekt. In täglichen Verkostungen mit dem Team werden die potenziellen Neuprodukte dann detailliert bewertet, bis sie die gewünschten Eigenschaften haben.

Viele arbeiten seit Corona im Home-Office. Wie ist das bei Ihnen?
Innerhalb der Stern-Wywiol-Gruppe können seither 40 Prozent der Arbeitszeit für mobiles Arbeiten genutzt werden. Für die Produktentwicklung ist das jedoch kaum von Bedeutung, weil hier sehr stark im Team gearbeitet wird – und natürlich im Technikum. Die zahlreichen Versuche finden vor Ort in unserem Technology Center in Ahrensburg statt. Lediglich die Schreibtischarbeit kann auch von zu Hause erledigt werden. Deshalb hat sich für die Produktentwicklung nicht so viel verändert. Hier gab es schon immer sehr flexible Arbeitszeiten, denn aufgrund der verschiedenen Kundenbesuche sind die Mitarbeiter sehr viel auf Reisen.

Alle Fotos: © Planteneers GmbH

Die Food-Branche durchlebt zurzeit einschneidende Veränderungen: Die Ernährungsgewohnheiten verändern sich grundlegend. Welche Eigenschaften soll-

te man angesichts dieser Anforderungen am Markt mitbringen?
Wer klassische Produkte in gewohnten Bahnen entwickeln möchte, ist fehl am Platz. Wir suchen daher Leute, die innovativ denken und von gewohnten Denkmustern abweichen können. Abgesehen davon ist kein Tag wie der andere. Es gibt immer wieder neue Projekte, neue Kunden, neue Länder, auf die man sich einstellen muss. Jeder Kunde ist anders, jede Maschine ist anders. Hier ist ein hohes Maß an Flexibilität gefragt – ebenso wie eine gewisse Resilienz. Wenn man zum Beispiel zum Kunden kommt und anderes Equipment vorfindet als erwartet, muss man eine schnelle Lösung finden und weiterarbeiten. Aber genau das macht den Job so spannend und reizvoll. Man sitzt eben nicht nur am Schreibtisch und erledigt jeden Tag die gleichen Aufgaben. Man erlebt immer wieder etwas Neues.

Flexibilität ist das eine. Was ist mit fachlichen Kenntnissen und Fähigkeiten?
In der Produktentwicklung haben wir unterschiedliche Disziplinen – von gelernten Fachleuten wie Metzger oder Molkereitechnologe bis hin zu promovierten Hochschulabsolventen. Damit verfügen wir über das ganzheitliche Know-how, das wir benötigen – von Verfahren und Anlagen bis hin zu wissenschaftlichen Grundlagen. Diese bunte Mischung macht uns aus. Natürlich sollten Bewerber über fundierte Kenntnisse rund um Lebensmittel verfügen und eine Ausbildung im Lebensmittelbereich abgeschlossen haben.

… und darüber hinaus?
Sollte man auch ein wenig detailverliebt sein. Die Arbeit findet bei uns in Nuancen statt. Das heißt, es kann durchaus sein, dass man eine Reihe von Produkten herstellt, bei denen jeweils nur 0,05 Prozent eines Zusatzstoffes verändert werden. Hier sind Geduld und der Wille, an kleinsten Details zu arbeiten, elementar.

Welche Perspektiven haben Absolventen, die bei Ihnen in der Produktentwicklung starten wollen?
Das Know-how, das dort entsteht, bildet die Kernkompetenz unseres Unternehmens – es ist sozusagen das Herzstück. Kollegen, die hier einige Jahre tätig waren, haben zum Beispiel die Möglichkeit, zum Senior-Technologen aufzusteigen, ein eigenes Team zu führen und Kunden vor Ort zu betreuen – also regelmäßig zu bestimmten Key Accounts zu reisen und mit ihnen Großversuche durchzuführen. Sie können ihre berufliche Laufbahn aber auch in anderen Unternehmensbereichen fortsetzen, beispielsweise im Sales and Business Development Management oder im Produktmanagement.

Planteneers bietet ein breites Spektrum an pflanzlichen Produkten. Neben Alternativen zu Fleisch- und Milchprodukten gehören auch Käse- und Eiwarenalternativen sowie tierfreie Backwaren und Fischalternativen dazu.

Und was könnte ein Anreiz für Absolvent:innen sein, bei Ihnen einzusteigen?
Das Besondere an Planteneers ist, dass wir die einzelnen Mitarbeiter nach ihren individuellen Fähigkeiten einsetzen. Wir haben tatsächlich keine starren Karrierewege, wir erarbeiten gemeinsam mit den Kollegen einen Weg, der sich an ihren Wünschen und Begabungen orientiert. Daraus können sich sehr unterschiedliche Laufbahnen entwickeln. Wir haben zum Beispiel einen Kollegen, der als Molkereitechnologe angefangen hat und jetzt im Vertrieb für ganz Südafrika zuständig ist. Meine Mitarbeiter im Produktmanagement kommen alle aus der F&E, haben dort ihre Masterarbeit geschrieben und dann gewechselt. Das Arbeiten auf Augenhöhe, flache Hierarchien und kurze Dienstwege sind dabei die Grundlagen unserer Zusammenarbeit.

Ist ein abgeschlossenes Studium zwingend erforderlich für eine Karriere in der Entwicklung?
Speziell in der Produktentwicklung setzen wir bevorzugt Fachleute ein, die eine praktische Ausbildung haben – eventuell zusätzlich zum Hochschulstudium. Denn unsere Produktentwickler müssen auf Augenhöhe mit dem Kunden kommunizieren können. Sie müssen deren Wünsche und Anforderungen verstehen. Das kann man nur, wenn man sich mit der Materie auskennt. Mit anderen Worten: Eine Berufsausbildung vor dem Studium wird von uns sehr gern gesehen. Man kann aber auch nur mit Berufsausbildung und Meisterprüfung bei uns einsteigen. Ein Studium ist bei uns keine Voraussetzung, für die Management-Laufbahn ist es aber sicherlich hilfreich.

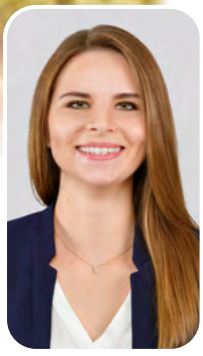
Interview: Mareike Bähnisch

© MB-Holding GmbH

Interview MartinBauer

Das Beste der Pflanze ins Regal bringen

Dr. Heiko Spitzbarth



Janine Soysev

In der Food-Branche stehen neue Wege auf pflanzlicher Basis hoch im Kurs. Eine Mission, die MartinBauer in Vestenbergsgreuth schon länger verfolgt. Die Ingredientsspezialisten kreieren seit 1930 maßgeschneiderte Tees, flüssige und trockene Extrakte sowie pflanzliche Rohstoffe und Pflanzenpulver. Ihr Ziel: Für ein unverfälschliches Geschmacks- und Farberlebnis sorgen und darüber hinaus für einen funktionellen Zusatznutzen im Endprodukt. Nach Ansicht von HR-Managerin Janine Soysev und Leiter der Produktentwicklung Dr. Heiko Spitzbarth sind die Leidenschaft rund um pflanzliche Produkte und die Begeisterung für die Lebensmittel- und Getränkeindustrie die beste Basis für einen erfolgreichen Einstieg im Unternehmen.

Herr Dr. Spitzbarth, pflanzliche Produkte zu entwickeln, hat bei MartinBauer eine lange Tradition. Mit welchen Themen beschäftigen Sie sich gerade?

Unser derzeitiger Fokus liegt auf dem Thema Clean Label und der Suche nach Lösungen für den Einsatz in der Lebensmittelindustrie. Unser tägliches „Spielzeug“ sind dabei circa 200 getrocknete Pflanzen, auch Botanicals genannt. Dies ist zugleich das unvergleichlich Schöne und Einzigartige bei MartinBauer sowie auch die Herausforderung an der Arbeit.

Sprechen wir über die Herausforderungen – was gehört typischerweise dazu?

Diese sind sehr vielfältig. Zum einen arbeiten wir ausschließlich mit pflanzlichen Rohmaterialien, welche je nach Ernte und Herkunft natürlichen Schwankungen unterliegen. Hier müssen wir stets mit geeigneten Entwicklungen sicherstellen, dass die Anforderungen vom Kunden, der eine gleichbleibende Qualität verlangt, erfüllt werden. Eine andere Herausforderung war zum Beispiel, dem aktuellen Trend nach mehr Natürlichkeit folgend, eine Clean-Label-Lösung für die Aromatisierung beziehungsweise Färbung von Schokolade zu finden, ohne dass die gesamte Produktionslinie unserer Kunden nach jeder Charge komplett gereinigt werden muss.

Welche Lösungen bieten Sie?

Generell eigentlich alles, was mit Botanicals in jeglicher Form vom Blatt über Pulver bis zu Extrakten realisiert werden kann: Geschmack, Farbe, Funktionalitäten im Bereich Health, natürliche Süßung und so weiter. Konkret als Beispiel sind neu in unserem Portfolio superfeine Pulver mit Partikeldurchmesser von 20 Mikrometer auf der Basis unserer Botanicals, die ohne weitere Additive hergestellt sind. Damit haben wir die Lösung für die genannte Herausforderung gefunden, eine Clean-Label-Aromatisierung/Färbung für Schokolade.

Wie ist das bei Tee?

Hier beschäftigen wir uns derzeit mit den sogenannten Cold Brews. Das sind Teemischungen in Beuteln, die mit kaltem Wasser aufgegossen werden. Eine Herausforderung liegt darin, eine schonende Keimreduktion der Kräuter- und Fruchtbestandteile umzusetzen und zugleich einen guten, intensiven Geschmack zu realisieren. Hier profitieren wir von dem Know-how unserer Aromenabteilung, etwa durch die Entwicklung von Aromen basierend auf ätherischen Ölen. Ein weiteres Steckenpferd sind funktionelle, standardisierte Extrakte sowie geschmacklich attraktive Aromenextrakte, die unter anderem für Getränke bestimmt sind.

Wie sind Sie in der Produktentwicklung organisiert?
Unsere Entwicklung gliedert sich in erster Linie nach unseren Produkten. Je nach Bereich wird der Fokus auf eine Produktgruppe gelegt. So haben wir etwa einen Bereich für das Teesegment sowie einen weiteren für unsere Extrakte. Typischerweise umfasst die Arbeit aktuelle Kundenanfragen sowie neue Konzepte oder Innovationsthemen. Natürlich spielt auch das Verkosten unserer Produkte eine wesentliche Rolle und gehört zur Tagesordnung.

Frau Soysev, als Personalreferentin verantworten Sie die Rekrutierung neuer Mitarbeiter. Welche Fachkräfte sind bei MartinBauer gerade gefragt?
Als Familienunternehmen in der vierten Generation sind wir jederzeit auf der Suche nach motivierten Einsteigern, die ihre in Ausbildung und im Studium erworbenen Kenntnisse gerne in der Praxis umsetzen möchten. Je nach Interesse gibt es dabei diverse Aufgaben und Tätigkeiten in unseren Produktentwicklungen, im Bereich der Qualität rund um unsere Produkte sowie in der verantwortungsvollen und nachhaltigen Beschaffung unserer Rohwaren.

Hat sich das Arbeiten durch Corona verändert?
Absolut. Mit Corona ist das Thema der mobilen Arbeit in ein neues Licht gerückt. Die Auswirkungen der neuen Arbeitswelt prägen mehr denn je die Art und Weise, wie wir miteinander agieren. Dabei unterstützen uns insbesondere die Möglichkeiten des digitalen Austausches. Sei es im Kontakt mit unseren Kunden als auch in der täglichen Arbeit über die verschiedenen, zum Teil weltweiten Standorte hinweg.

Wollen Sie dies für die Zukunft beibehalten?
Bedingt durch die Vorteile der mobilen Arbeit ist dieser Baustein auch im Hinblick auf die nächsten Jahre für uns ein wesentlicher Bestandteil, wenn es um die Themen der Arbeitsgestaltung und -organisation geht. Wir können dem Wunsch nach Flexibilisierung von Arbeitsort und -zeit entgegenkommen, sodass sich Beruf und Privatleben besser vereinbaren lassen. Die mobile Arbeit kann dabei je nach Tätigkeit in Anspruch genommen werden und ist so zum Beispiel auch in den meisten Laborbereichen möglich. Darüber hinaus nimmt das Thema Lernen einen neuen Stellenwert ein.

… das bedeutet?
Aus HR-Sicht unterstützen wir hier das räumlich unabhängige Lernen. Unsere Mitarbeiter können neue Impulse gewinnen und sich auch außerhalb ihres Arbeitsplatzes vernetzen. Um den abteilungs- und standortübergreifenden Austausch zu fördern, nutzen wir „Workdate“ als digitales Vernetzungstool, welches Mitarbeiter im Rahmen einer gemeinsamen Mittags- oder Teepause zusammenbringt. Das Knüpfen von neuen Kontakten, der Austausch von Wissen und die interne Vernetzung klappen so auf eine einfache Art und Weise.

Herr Dr. Spitzbarth, abschließend noch Tipps für angehende Produktentwickler:innen oder Nachwuchstalente, die es werden möchten?
Je nach Tätigkeitsschwerpunkt sind erste Erfahrungen und Kenntnisse über die Arbeit im Labor von Vorteil, genauso wie erste Einblicke in die Produktentwicklung eines Unternehmens der Lebensmittelindustrie. Gute sensorische Fähigkeiten und Freude an der Arbeit im Team sind grundlegende Anforderungen, um die täglichen Herausforderungen gut zu meistern. Als erfolgreicher Produktentwickler benötigt man zudem ein gewisses Maß an Neugierde und Spaß an kreativer Arbeit sowie der Entwicklung neuer Ideen.
Interview: Mareike Bähnisch

Talente für vielfältige Aufgaben gesucht

Absolvent:innen haben bei MartinBauer zahlreiche Einstiegsmöglichkeiten. Je nach Abschluss und persönlichem Interesse starten Berufseinsteiger entweder in produktnahen Abteilungen, wie in der Beschaffung, der Entwicklung, dem Produktmanagement, der Qualitätssicherung, oder übernehmen Aufgaben im Verwaltungsbereich. Neben Verkaufstalenten ist der B2Bler auch auf der Suche nach Zahlenexperten und strategischen Köpfen. Die möglichen Einsatzgebiete und Aufgaben sind demnach sehr vielfältig und unterscheiden sich je nach Fachbereich.
www.martin-bauer.com/karriere

Einblick in die Verkostung bei MartinBauer.

© MartinBauer

Savory Solutions

AUF DER SUCHE NACH DER WORK-SPICE BALANCE?

Wir sind FRUTAROM Savory Solutions, ein internationales Unternehmen und einer der größten Player in der Welt der Gewürze – agierend unter dem Dach von IFF (International Flavors & Fragrances). Wir bieten attraktive und vielfältige Tätigkeitsbereiche, Aufstiegsmöglichkeiten und die Mitarbeit an internationalen Projekten. Unser Credo: Wir lieben Gewürze! Dabei sind unsere Mitarbeiter unsere wichtigste Ressource. Um Vielfalt zu schaffen, Leidenschaft zu leben und gemeinsam Dinge zu verändern.

Auf den Geschmack gekommen?
Werden auch Sie Teil unseres Teams und profitieren Sie von zahlreichen einzigartigen Benefits!

Mehr Infos unter: www.wiberg.eu/karriere-iff

ÖGVS | Gesellschaft für Verbraucherstudien GmbH
Qualitätstest.at
Österreichs attraktivste Arbeitgeber
SEHR HOHE ATTRAKTIVITÄT
für Young Professionals
10/2021 | 559 Arbeitgeber
Umfrage unter Branchenkennern, ögvs.at/5913

Marianne
MARIANNE EDER
Leitung Verkaufsinnendienst
Gastronomie und Hotellerie

– Advertorial –

FRUTAROM

Genussexperte für Kräuter und Gewürze

Sein Lieblingsgewürz ist Vanille, sein Lieblingskraut Dill. Zu tun hat es Lebensmitteltechniker Thomas Stockinger bei FRUTAROM täglich jedoch mit viel mehr Kräutern und Gewürzen – insgesamt allein mit über 2.700 Rohstoffen.

Mehr Genuss am Essen sowie Kräuter und Gewürze sind seine Leidenschaften! Daher trifft es sich für Thomas Stockinger hervorragend, dass er bei der FRUTAROM Savory Solutions Austria GmbH, die zur IFF mit Sitz in New York gehört, seit Oktober 2021 in der Produktentwicklung tätig ist. Davor machte er in dem Unternehmen eine Lehre als Lebensmitteltechniker. Entwickelt werden neben Gewürzmischungen Essige & Öle für die Gastronomie sowie kundenspezifische Lösungen für die Fleisch-, Wurst-, Fisch- und Convenience-Industrie. „Genau mit dem Kunden abzustimmen, wie sein Produkt am Ende sein soll, ist eine tolle Herausforderung." Durch das vereinte Knowhow der Marken WIBERG, Gewürzmüller, Mühlehof Gewürze und Gewürzmühle Nesse bietet die FRUTAROM Savory Solutions Austria ein breites Produktsortiment, um exakt auf Kundenwünsche eingehen zu können. „Da ist es klar, dass wir nicht mit allen Rohstoffen, Gewürzen und Kräutern täglich arbeiten. Uns unterstützen umfassende Datenbanksysteme", so Stockinger. Als einer der zehn weltweit führenden Aromenhersteller verfügt IFF über Entwicklungs- und Produktionszentren auf vier Kontinenten und vertreibt seine Produkte auf fünf Kontinenten in mehr als 130 Ländern. „Ein Blick über den nationalen Tellerrand hinaus fällt da leicht."

Gefragt sind bei seinem Job Kreativität und selbstständiges Arbeiten, „wobei mir auch das gemeinsame Suchen nach neuartigen Lösungsansätzen im erfahrenen Team Spaß macht". Momentan möchte er sich noch stärker in seinem Bereich einarbeiten. Später kann er dann beispielsweise den Werksmeister in der Lebensmitteltechnologie bzw. das Abitur machen und ein Studium beginnen. Natürlich ist auch ein Abteilungswechsel möglich. Eines ist allerdings klar: „Langweilig wird es sicher nicht."

www.wiberg.eu

Ehrmann

Familiengeführt und krisensicher

Was 1920 als „Ein-Mann-Molkerei“ begann, ist heute ein global tätiges Unternehmen mit mehr als 3.200 Mitarbeitenden. Trotz vieler Veränderungen ist eines gleich geblieben: die familiären Werte. Die sorgen auch im Job täglich für besondere Genussmomente.

Ehrmann ist in Deutschland allen ein Begriff. Und nicht nur dort: In über 70 Länder wird der Genuss aus dem Allgäu inzwischen exportiert. Bekannteste Beispiele: Almighurt, Grand Dessert sowie High Protein Pudding – allesamt Marktführer in Deutschland.

Balance zwischen Sicherheit und Freiheit im Job

Doch bei Ehrmann stecken nicht nur ausgesuchte Zutaten und bester Geschmack unter einem Deckel. Sondern auch erstklassige Arbeits- und Karrieremöglichkeiten. Die Zutaten dafür: kollegiales Betriebsklima, Freude an Innovationen und internationale Ausrichtung – gepaart mit strukturierter Einarbeitung, eigenen Handlungsspielräumen und jeder Menge Möglichkeiten, den eigenen Werdegang erfolgreich zu gestalten. Dazu ein krisensicheres Umfeld, in dem schon in dritter Generation konsequent nach dem Leitbild „Von der Familie, für die Familie“ agiert wird. Auch die Arbeitgeberleistungen sind erste Sahne. Die Mischung aus sicheren Arbeitsplätzen und viel Raum zum Mitgestalten sorgen dafür, dass auch nach Jahren gilt: Ehrmann – kein Job macht mehr an.

Ausbildung mit höchstem Genussfaktor

Nachwuchskräfte freuen sich bei Ehrmann über einen optimalen Mix aus Theorie und Praxis. Und die Extraportion Unterstützung: von kompetenten Ausbildern und der modernen Ausbildungswerkstatt über spannende Projekte bis hin zu besten Übernahmechancen. Die Ausbildungswerkstatt dient dabei als Kompetenzzentrum. Hier tauschen sich Auszubildende aus, probieren neue Ideen aus und setzen diese direkt um. Wir laden dich zu einem virtuellen Besuch in unsere Ausbildungswerkstatt ein, bei dem du alles über die Ausbildungsmöglichkeiten bei Ehrmann erfährst!

Entdecken Sie Jobs mit höchstem Genussfaktor

Unsere Milchprodukte enthalten viele wertvolle Inhaltsstoffe. Auch für Ihre persönliche Karriere. Zum Beispiel ein internationales Umfeld, faszinierende Technik, bekannte Marken wie unseren Almighurt und eine familiäre Atmosphäre. Ganz gleich, ob Sie bei uns mit Berufserfahrung oder nach Ihrem Abschluss einsteigen. Oder bei uns eine Ausbildung, ein Duales Studium oder ein Praktikum machen wollen.

Lust auf leckere Job-Aussichten?

Bei uns können Sie sich auf eine Vielzahl an attraktiven Benefits freuen: zum Beispiel auf Urlaubs- und Weihnachtsgeld, Gesundheitsmanagement sowie unser bezuschusstes Betriebsrestaurant. Und das bei einem durch und durch angenehmen, familiären Betriebsklima mit einem starken, sicheren Partner im Rücken, der für Sie weiterdenkt.

Erleben Sie, wie genussvoll unsere Arbeitswelt ist – zum Beispiel in diesen Bereichen:

- Vertrieb
- Marketing
- Finanzen & Controlling
- Einkauf
- HR
- Forschung & Entwicklung
- IT
- Produktion
- Technik
- Qualität
- Supply Chain Management
- Logistik & Lager
- Handelsmarken & Export
- Strategisches Software und Projektmanagement

Ehrmann GmbH, Oberschönegg im Allgäu
A.-Ehrmann-Straße 2, 87770 Oberschönegg

Wir freuen uns über Ihre Online-Bewerbung:
karriere.ehrmann.de

Ehrmann Group

Interview Nestlé Deutschland

Spezialgebiet Nachhaltigkeit

© Nestlé Deutschland

Anke Stübing

Nestlé hat sich das Ziel gesetzt, bis 2030 alle Treibhausgas-Emissionen zu halbieren und bis 2050 die „Grüne Null" zu erreichen – an allen 187 Nestlé Standorten und mit allen rund 2.000 Marken. Dies schließt auch die komplette Lieferkette ein. Umso gefragter sind Spezialist:innen im Nachhaltigkeitsmanagement mit Schwerpunkten wie Energie, Umwelt, Verpackung und Ernährung. „Angesichts der großen Herausforderungen, vor denen nicht nur die Lebensmittelbranche steht, sind diese Positionen essenziell", sagt Anke Stübing, Head of Corporate Social Responsibility Nestlé Deutschland.

Frau Stübing, welche ökologischen und sozialen Nachhaltigkeitsthemen dominieren bei Nestlé?
Das umfassende Nachhaltigkeitsprogramm von Nestlé betrifft alle Marken und Kategorien. Nestlé setzt sich übergreifend für ein nachhaltiges Ernährungssystem ein, mit dem natürliche Ressourcen geschützt, erneuert und wiederhergestellt werden sollen. Gleichzeitig liegt ein besonderer Fokus auf ausgewogener Ernährung, der Stärkung von Gemeinschaften sowie verantwortungsvollem Handeln. Nestlé hat klare Ziele definiert, die darauf einzahlen. Dafür ist auch der Beitrag der einzelnen Ländergesellschaften des Unternehmens entscheidend.

Können Sie Beispiele geben, welche Herausforderungen damit verbunden sind?
Eine zentrale Herausforderung besteht darin, globale Verpflichtungen an die lokalen Gegebenheiten etwa von Nestlé in Deutschland anzupassen und dort entsprechende Maßnahmen umzusetzen. Zwei Beispiele: Bis 2050 will Nestlé weltweit die Treibhausgasemissionen auf netto null reduzieren. Nestlé in Deutschland hat im vergangenen Jahr mit 54 Prozent Strombezug aus erneuerbaren Quellen und weniger CO_2-Ausstoß in der Produktion auf die globalen Klimaziele eingezahlt. Zudem soll bis 2025 keine Nestlé-Verpackung mehr in der Umwelt landen. In Deutschland unterstützt Nestlé durch 4.600 Tonnen eingespartes Verpackungsmaterial im Jahr 2021 und 97 Prozent recyclingfähige oder wiederverwendbare Verpackungen das internationale Engagement für eine nachhaltige Kreislaufwirtschaft.

Wie wirken sich die Anforderungen auf der Managementebene aus?
Beim nationalen Nachhaltigkeitsengagement von Nestlé Deutschland liegt der Fokus darauf, regenerative Landwirtschaft und dabei besonders Biodiversität, Bodengesundheit, optimiertes Wassermanagement und integrierte Viehhaltung zu fördern. Außerdem geht es darum, Emissionen durch Projekte wie eine Klima-Milchfarm und den Einsatz erneuerbarer Energien zu reduzieren, Rezepturen zu verbessern und Produkte mit dem Nutri-Score zu kennzeichnen, sich für verantwortungsvoll beschaffte Rohstoffe in der Produktion und abholzungsfreie Lieferketten einzusetzen und sich bei lokalen Initiativen wie den Tafeln zu engagieren. Alle Projekte sind eng an die verschiedenen Geschäftsbereiche angegliedert, mit konkreten Zielen hinterlegt und werden vom Management unterstützt. Auch die Bedürfnisse lokaler Verbraucher:innen und Stakeholder:innen werden berücksichtigt.

© Nestlé Deutschland

Welche Auswirkungen hat dies auf die Qualifikation von Nachwuchskräften im Management? Über welche Kenntnisse müssen diese verfügen?

Fundierte Fachkenntnisse sind die Basis für ein erfolgreiches Nachhaltigkeitsmanagement. Mittlerweile decken zahlreiche Studiengänge relevante Nachhaltigkeitsthemen mit ab, die auch für den deutschen Markt wichtig sind. Dazu gehören etwa Aspekte rund um Klima, Umwelt, Energie, Verpackung, Ernährung und soziale Verantwortung. Ergänzend bildet Nestlé Mitarbeiter:innen aus allen Hierarchieebenen stetig weiter und hält sie auf dem aktuellsten Stand, etwa durch gezielte Trainings oder auch Expert:innen-Gespräche, Dialogforen und weitere Informationsangebote.

Welche Berufsperspektiven haben sich dadurch bei Nestlé ergeben?

Die umfassende Nachhaltigkeitsstruktur bei Nestlé in Deutschland ist seit über acht Jahren etabliert. In den folgenden Jahren wurden die ersten Positionen für Sustainability Manager:innen besetzt und der Bereich wird kontinuierlich ausgebaut, zuletzt im Hinblick auf das Lieferkettengesetz.

Welche Aufgaben übernehmen Nachhaltigkeitsmanager?

Sustainability Manager:innen sind zentrale Ansprechpartner:innen für die Bereiche Environment, Social und Governance (ESG) und gestalten das Nachhaltigkeitsprogramm für Nestlé Deutschland aktiv mit. Sie befassen sich mit internationalen Lieferketten, der Umsetzung der CSR-Ziele und arbeiten im engen Austausch mit internen wie externen Stakeholder:innen daran, den sozialen und ökologischen Fußabdruck des Unternehmens durch die Initiierung und Leitung konkreter Projekte zu verbessern. Auf diese Weise unterstützen sie die Marken dabei, nachhaltiger zu werden.

… und Energiemanager?

Der Fokus im Bereich Energiemanagement liegt darauf, insbesondere in der Produktion die Umweltauswirkungen und den Verbrauch von Ressourcen zu reduzieren. Darunter fallen Projekte zur Erfassung und Optimierung des Energieverbrauchs, Immissions-, Gewässer- und Umweltschutz, Abfallmanagement und Einhaltung von gesetzlichen und unternehmensspezifischen Normen. Voraussetzung ist in der Regel ein technisches beziehungsweise naturwissenschaftliches Studium wie beispielsweise Energie- und Versorgungstechnik, Umwelt- und Verfahrenstechnik, Energie-, Umwelt- oder Nachhaltigkeitsmanagement.

Gibt es auch Positionen, die neu dazugekommen sind?

Gefragt sind zunehmend Spezialist:innen für einzelne Themengebiete. Nur mit Expert:innen etwa für Agrarwissenschaft, Biologie, Umweltmanagement, Einkauf oder Menschenrechte lassen sich künftig Projekte in den Lieferketten erfolgreich steuern und umsetzen. Das betrifft sowohl die verschiedenen Geschäftsbereiche als auch die Werksstandorte und zentralen Unternehmensfunktionen, wo die Expert:innen tätig sind.

Warum brauchen die Unternehmen der Lebensmittelbranche diese „neuen“ Positionen?

Angesichts der großen Herausforderungen, vor denen nicht nur die Lebensmittelbranche steht, sind Positionen im Nachhaltigkeitsmanagement essenziell und häufig bereits etabliert. Davon abgesehen ist es wichtig, dass jede:r Einzelne im Unternehmen das Thema Nachhaltigkeit bei der täglichen Arbeit mitdenkt und die eigene Verantwortung dafür erkennt und wahrnimmt. So können etwa Produktinnovationen, Projekte und Prozesse von Beginn an anders aufgesetzt werden und im Ergebnis positiv zu den CSR-Zielen eines Unternehmens beitragen.

Was empfehlen Sie Berufseinsteiger:innen, die sich gleich zu Beginn ihrer Karriere mit dieser Thematik bei Nestlé beschäftigen wollen? Wie und wo können sie sich das dafür notwendige Rüstzeug aneignen und wie schaffen sie den Einstieg?

Es gibt ein breites Spektrum an möglichen Positionen im Nachhaltigkeits- und Energiemanagement bei Nestlé – sowohl in Deutschland als auch international. Interessent:innen mit einem passenden Studienabschluss, sehr guter Analyse- und Kommunikationsfähigkeit sowie großem Engagement und Leidenschaft für die konkreten Themen bringen die besten Voraussetzungen mit, um bei Nestlé einzusteigen und sich dort auch weiterzuentwickeln. Im Nestlé-Jobportal finden Bewerber:innen alle offenen Stellen und sind herzlich eingeladen, Nestlé auf ihrer Nachhaltigkeitsreise zu unterstützen.

Interview: Mareike Bähnisch

Ob Klimawandel oder Ressourcenknappheit: Die Food-Branche setzt auf technologischen Fortschritt, der in Zukunft eine Schlüsselrolle spielt.

Warum innovative Technologien in der Food-Branche so wichtig sind

Die Ernährungswende ist in vollem Gange

Die Weltbevölkerung wächst, gleichzeitig werden die Ressourcen knapper. Ist unsere Ernährung künftig noch gesichert? Diese Frage zu klären, hat für die Food-Branche in Europa oberste Priorität. Im Fokus der Forschung für die Lebensmittelindustrie stehen neue Technologien, die es zum Beispiel ermöglichen, Proteine aus bisher wenig genutzten Quellen zu gewinnen. Genauso essenziell sind neue Ansätze zur Minderung der Treibhausgasemissionen und für mehr Energieeffizienz, um Antworten auf die Herausforderungen des Klimawandels zu finden.

„Die Qualität und Versorgung mit pflanzlichen Proteinen ist ein entscheidender Faktor für die globale Lebensmittelsicherheit, die Ernährung und die Umwelt. Neue Technologien zur schonenden Gewinnung von Eiweiß sind unerlässlich“, betont Petra Först, Professorin am Lehrstuhl für Systemverfahrenstechnik der TUM School of Life Sciences in Weihenstephan. Die Wissenschaftlerin arbeitet gemeinsam mit anderen Freisinger Forschenden im Projekt Tribotec, bei dem das Deutsche Institut für Lebensmitteltechnik (DIL) in Quakenbrück federführend ist. Außerdem sind Napiferyn Biotech, ProLupin und Matis beteiligt. Im Fokus des Vorhabens steht die Proteinanreicherung aus landwirtschaftlichen Nebenprodukten mittels trockener triboelektrostatischer Trenntechnik.

„Es handelt sich um eine umweltfreundliche Technologie, bei der die gemahlenen Materialien verwirbelt und elektrostatisch aufgeladen werden“, wie Dr. Javier Perez Vaquero, Wissenschaftler am TUM-Lehrstuhl für Systemverfahrenstechnik, erklärt. Die physikalischen Kräfte trennen die mit Protein angereicherte Feinfraktion von den mit Fasern und Stärke angereicherten Grobfraktionen. Die Feinfraktion weist dann einen deutlich höheren Proteingehalt auf als die Ausgangsprobe. In seinen Versuchen untersuchte Perez Vaquero mit seinem Team das Schrot von Samen pflanzlichen Ursprungs – darunter Raps und Lupine. „Die Forschungen eröffnen ein enormes Potenzial

© Mareike Bähnisch

für die Nutzung bisher nicht ausreichend genutzter alternativer Proteinquellen“, fasst Först zusammen. Nebenprodukte, die in der Lebensmittelindustrie regelmäßig anfallen, beispielsweise Sonnenblumen- oder Rapspresskuchen als Rückstände aus der Ölherstellung, können mithilfe dieses Verfahrens im Labor oder in der Industrie weiterverarbeitet werden, wenn eine Quelle für hochfunktionelles Protein benötigt wird.

Fleischliebhaber aufgepasst!

Die Ergebnisse der Forschenden sind unter anderem für die Herstellung von Fleischersatzprodukten interessant. Die schnell wachsenden Marktanteile und Produktsortimente in diesem Bereich zeigen, dass alternative Proteine bereits heute eine wichtige Rolle spielen: Längst haben neben Start-ups auch multinationale Lebensmittelkonzerne und Fast-Food-Ketten das Thema für sich entdeckt. Der derzeit weltweite populäre Trend folgt vor allem dem Begriff Plant-Based Food. Durch neue technische Innovationen kommen immer mehr pflanzliche Produkte auf den Markt. Neue Chancen verspricht sich die Food-Branche vor diesem Hintergrund durch den Einsatz digitaler Technologien. Zumal vor allem die Sortimentserweiterung der alternativen Fleischindustrie als eine große Herausforderung gilt. Denn Fleisch hat von Natur aus eine hochkomplexe Struktur. Um es präzise nachbilden zu können, ist es wichtig, zu wissen, woraus es im Detail besteht.

In drei Dimensionen gedrucktes Steak

„Pflanzliche Proteine und tierische Proteine haben eine sehr unterschiedliche Wirkung, vor allem in Bezug auf ihr Verhalten beim Kochen, was die größten Schwierigkeiten bei der Optimierung der Textur von Fleischersatzprodukten bereitet“, sagt Daniel Dikovsky, Leiter des Bereichs Innovation und Technologie bei dem israelischen Start-up Redefine Meat. Erbsen-, Weizen- und Sojaproteine sind derzeit die bedeutendsten pflanzlichen Inhaltsstoffe, weil sie das fleischähnliche Kaugefühl am besten imitieren. Dikovsky: „Bei ihrer strukturellen Anordnung treten jedoch Probleme auf. Herkömmliche Extrusionsverfahren, nach denen pflanzliche Fleischersatzprodukte hergestellt wurden, sind an diese Grenze gestoßen. Letztlich waren sie nicht in der Lage, die Muskelfasern homogener Strukturen zu reproduzieren und ihre Verhaltensänderung beim Kochvorgang zu steuern.“ Bei Redefine Meat setzt man stattdessen auf den Einsatz einer patentierten 3-D-Drucktechnologie. Durch die Sammlung von Daten zu Parametern, wie Zusammensetzung und Verhalten von Tierfleisch, und die Umsetzung dieser Daten werden die pflanzlichen Inhaltsstoffe so angeordnet, dass sie sich nach dem Kochen und im Mund wie Fleisch verhalten und anfühlen. Die wissenschaftlichen Kenntnisse über die Zusammensetzung von Fleisch verschaffen Dikovsky und seinem Team bei der Produktentwicklung einen enormen Vorteil, der ihnen bei der Nachbildung ganzer Steaks zugutekommt. Auch sensorische Daten, die digital erfasst werden, fließen in den Entwicklungsprozess ein. Außerdem tragen künstliche Intelligenz (KI) und maschinelles Lernen dazu bei, die Produktqualität und den Prozess zu optimieren.

Die Ernährungswende ist auch eine Energiewende

Doch nicht nur dieses Thema steht bei Forschungsabteilungen ganz oben auf der Agenda. Denn steigende Energie- und Rohstoffpreise prägen das Marktgeschehen und haben Auswirkungen auf die Food-Branche mit ihren generell energieintensiven Produktionsprozessen. Wollen Hersteller die Energiewende mitgestalten und Treibhausgasemissio-

Der Ausbau erneuerbarer Energien gilt als Voraussetzung dafür, dass Deutschland seine Klimaschutzziele erreichen kann. In der Food-Branche sind neue Technologien für mehr Energieeffizienz gefragter denn je.

© Mareike Bähnisch

Die Food-Branche treibt die Entwicklungen zur Produktion von „pflanzlichem Fleisch" im industriellen Maßstab kräftig voran. Der Einsatz von 3-D-Druck und künstlicher Intelligenz erschließen der Produktentwicklung neue Potenziale.

© Mareike Bähnisch

nen verringern, müssen sie vorhandene Minderungsmöglichkeiten von Treibhausgas konsequent ausnutzen. Zum Beispiel durch Integration von erneuerbaren Energien, Effizienzsteigerungsmaßnahmen sowie durch Sektorenkopplung. Der Ausbau erneuerbarer Energien (EE) gilt dabei als Voraussetzung dafür, dass Deutschland seine Klimaschutzziele erreichen kann. Aber was genau schließt dieser Wandel alles mit ein? Und wie sehen sie aus, die konkreten technischen Lösungen, die dieses Potenzial heben sollen? Der Beantwortung dieser Fragen widmen sich am Institut für neue Energie-Systeme (InES) fünf Professoren sowie dreißig Wissenschaftliche Mitarbeiter und Doktoranden im Rahmen der Angewandten Energieforschung.

Neue Perspektiven dank Kraft-Wärme-Kopplung

Ein Ansatz zur Minderung von Treibhausgasen und zur Systemeffizienzsteigerung, den die Forschenden untersucht haben, ist die intelligente Kraft-Wärme-Kopplung mittels Blockheizkraftwerken. Moderne Systeme decken heute bereits einen Großteil des Eigenbedarfs an Strom in lebensmittelverarbeitenden Betrieben ab. Sie lassen sich mit Erdgas, Biomethan oder Biogas, wie es bei der Vergärung von Reststoffen anfällt, betreiben. Der gewonnene Strom kann lokal verbraucht oder in das öffentliche Netz eingespeist werden. Gleichzeitig lässt sich die gewonnene Wärme im Produktionsprozess oder zur Versorgung der Gebäude verwenden. Die Einspeisung in das allgemeine Versorgungssystem in Abhängigkeit des Strompreises zu gestalten, eröffnet Unternehmen neue Möglichkeiten, nicht nur um Erlöse zu erzielen, sondern auch um CO_2-Emissionen im Gesamtsystem zu senken.

Grundintelligenz für einen flexiblen Betrieb

Voraussetzung dafür ist aus der Sicht der InES-Forschenden eine technische und organisatorische Ausstattung, die dem Blockheizkraftwerk, auch im Zusammenspiel mit den anderen genannten Technologien, eine notwendige Grundintelligenz für einen flexiblen Betrieb verleiht. Dann ist es möglich, die betriebliche Energieerzeugung nach dem Strombörsenpreis auszurichten. Im Idealfall erfolgt eine hoch vergütete Einspeisung bei niedrigem EE-Anteil und ein intelligenter Strombezug bei hohem EE-Anteil und geringen Preisen, und das jeweils unter Berücksichtigung des Prozesswärmebedarfs. Perspektivisch könnte die Kraft-Wärme-Kopplung zudem eine kraftstoffunabhängige Technologie werden, da die Entwicklungen dahingehen, Blockheizkraftwerke auch mit erneuerbarem Wasserstoff zu betreiben. Hintergrund: In Wasserstoff sehen viele Experten ein wichtiges Speichermedium, um regenerativ erzeugten Strom, mittels Kraft-Wärme-Kopplung einer zeitversetzten Nutzung zuzuführen.

Weniger Strom aus der Steckdose

Das Beispiel verdeutlicht: Neue Technologien für mehr Energieeffizienz, die sich schnell umsetzen lassen, sind in der Food-Branche gefragter denn je. Wie das in der Praxis aussehen kann, zeigt Schwarzwaldmilch: Die genossenschaftliche Molkerei setzt in ihrem Trockenwerk in Offenburg eine Mikro-Dampfturbine zur Kraft-Wärme-Kopplung ein und erschließt so bisher ungenutzte energetische Potenziale im Produktionsprozess. „Die Sprühtrocknung erfordert den Einsatz von Heizdampf", erläutert Dr. Wilhelm Althaus vom Fraunhofer UMSICHT. „Die von uns und unserem Spin-off, der Turbonik GmbH aus Herten, entwickelte Turbine übernimmt in der Produktionsanlage die Dampfentspannung anstelle einer Drosselung durch ein Ventil. So erzeugt sie zusätzlich sehr effizient Strom in Kraft-Wärme-Kopplung, der im Produktionsbetrieb entsprechenden Strombezug verdrängt." Und Turbonik-Geschäftsführer Martin Daft ergänzt: „Dies spart nachhaltig Energiekosten ein und vermeidet gleichzeitig hohe CO_2-Emissionen durch optimale Brennstoffnutzung." Die gemeinsam entwickelten Turbinen ermöglichen dampfnutzenden Betrieben eine wirtschaftliche und hocheffiziente Stromerzeugung – ins-

besondere auch bei kleinen Dampfmengen. Die erzeugte Strommenge reicht für die jährliche Versorgung von etwa 500 Vier-Personen-Haushalten aus.

Lösungen für mehr Nachhaltigkeit

Die Herausforderungen durch den Klimawandel sind spätestens seit dem jüngsten Update des Weltklimarats klar: In recht kurzer Zeit muss die Ernährungswende gelingen, oder es wird ungemütlich – in globaler Dimension. Die mittlere Erwärmung von drei Grad Celsius bedeute laut Prognosen der EU-Kommission Verluste von 190 Milliarden Euro jährlich und um 20 Prozent steigende Lebensmittelpreise. Die Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie (BVE) hat sich daher zusammengeschlossen mit dem Zentrum für Nachhaltige Unternehmensführung (ZNU) der Universität Witten/Herdecke, die Regionalwert Leistungen GmbH und B.A.U.M. Gemeinsam will man Antworten auf die Herausforderungen suchen. Was nun folgt, sind zwei Jahre intensives Arbeiten an Themen der Ernährungswende.

„Der gemeinsame Austausch mit Stakeholdern ist immanent wichtig, um ein gemeinsames Verständnis zu entwickeln und Brücken zu bauen. Die BVE hat ein Interesse an Lösungen zu Nachhaltigkeitsthemen, die von den Unternehmen in der Praxis umsetzbar sind“, betont Stefanie Sabet, Geschäftsführerin und Leiterin des Brüsseler Büros der BVE. Dies soll im „Transformationslabor Ernährung“ auf Basis aktueller wissenschaftlicher Erkenntnisse, guter unternehmerischer Praxis und auf innovative Weise geschehen. Wie wird handhabbar, was Planet, Politik und Gesellschaft von Unternehmen verlangen? Das sei die zentrale Frage. Kernziel: ein klimaneutrales Europa. Lebensstile, Ernährung und planetare Grenzen müssten gemeinsam betrachtet werden. Nicht nur Produktion, sondern auch Konsum leistet einen Beitrag zu mehr Nachhaltigkeit. Der Weg zur Umsetzung der Agenda 2030 sei dabei noch weit, sagt Sabet: „Verbände sind Multiplikatoren und Motoren. Die Unternehmen sind durch den Green Deal gefordert, hier mehr zu tun, als es die Gesetzgebung bislang vorgibt.“ Und das sei nicht wenig – allein 50 Handlungsfelder gibt es im Green Deal, der mit der Farm-to-Fork-Strategie auf einen neuen ganzheitlichen Rechtsrahmen für nachhaltige Lebensmittelsysteme abzielt.

Givaudan

In (fast) allem steckt ein bisschen Givaudan

Tanja S.

„Jeden Tag kommen Millionen Menschen mit Produkten von Givaudan in Berührung, im Schnitt etwa 25-mal pro Tag“, sagt Patrick van Stegen, Head Quality Europe & SAMEA bei Givaudan. Eine schier unglaubliche Zahl, die neugierig macht, mehr über das Unternehmen zu erfahren.

So ging es auch Tanja S. Als Master of Science in Lebensmittelwissenschaften sammelte sie erste Berufserfahrung bei unterschiedlichen Lebensmittelfirmen. Immer wieder kam sie in Kontakt zu Givaudan, dem weltweit größten Hersteller von Aromen und Duftstoffen mit Hauptsitz in der Schweiz. „Der Global Player des B-to-B begegnete mir immer häufiger. Ich wollte mehr über den Konzern mit derzeit 16.800 Mitarbeitern an über 180 Standorten erfahren und bewarb mich selbst für ein Traineeprogramm im Bereich Qualitätsmanagement – mit Erfolg!“

Multinationales Arbeitsumfeld

Seit nunmehr zwei Monaten schnuppert sie im Quality Europe & SAMEA Traineeluft und durchläuft ein interessantes Programm. „Es ist ideal für Wissbegierige im Qualitätsbereich der Lebensmittelindustrie. Mit ihrem Ehrgeiz können sich die Trainees beweisen. Sie erleben ein multinationales Arbeitsumfeld und lernen und wachsen mit der Hilfe von unseren Experten in ganz Europa“, erklärt Patrick van Stegen, der das Programm entwickelte. „Es ist unser Ziel, die Verbraucher und Marken der Kunden mit unserer Qualitätskultur zu schützen. Daher werden bis zu sechs verschiedene Fachbereiche durchlaufen, um ein umfassendes Verständnis aller Qualitätsaufgaben innerhalb Givaudan zu erlangen.“ Während jeder Station werde zudem ein fachlicher Experte zugewiesen, der die Trainees aktiv begleite.

Aromen in Produkten namhafter Hersteller

Tanja begeistert, dass sie bei Givaudan mit diversen Unternehmen und Applikationsbereichen innerhalb der Lebensmittelindustrie in Berührung kommt. „Unsere Aromen finden in den verschiedensten Endprodukten Anwendung. Da ist von den Getränken über Fruchtgummis und Gebäck bis zur Fleischalternative und Chips alles dabei. Auch kundenseitig sind wir breit aufgestellt, wir beliefern sowohl Großkonzerne als auch Start-ups.“
Tanja wurde zum Start viel Zeit eingeräumt, die Abteilungen und Prozesse über die gesamte Wertschöpfungskette hinweg kennenzulernen. „Besonders positiv ist mir aufgefallen, dass sich Kollegen und auch Führungskräfte mit ihren vollen Terminkalendern die Zeit nehmen, mir einen umfassenden Einblick in die Strukturen und Prozesse ihrer Abteilungen zu geben.“ Bald wird sie für vier Wochen die Kollegen in Ungarn im lokalen Qualitätsmanagement unterstützen. „Es ist fantastisch, über den Tellerrand schauen zu dürfen, um das Verständnis für das große Ganze zu erlangen. Als Mitglied des regionalen Qualitätsteams stehe ich in Kontakt mit Kollegen und fachlichen Experten rund um den Globus.“ Sie sieht das 24-monatige Traineeprogramm als Riesenchance an. Zum einen, um die komplexe Qualitätsstruktur zu überblicken, zum anderen, um ihre Stärken und Interessen kennenzulernen. „Mein Ziel ist es, nach dem Traineeprogramm eine für mich passende Stelle in einem der Quality-Bereiche zu übernehmen.“

Über Givaudan

Givaudan ist weltweiter Marktführer in der Herstellung von Riechstoffen und Aromen. Dank seiner über 250-jährigen Geschichte kann das Unternehmen auf ein langes Erbe in der Innovation von Düften und Aromen zurückblicken. Mit ihren Kreationen sorgt Givaudan bei Millionen von Konsumenten auf der ganzen Welt für Emotionen und Freude – vom Lieblingsgetränk bis zu herzhaften Speisen und Snacks, von Luxusparfüms über Kosmetika bis hin zur Wäschepflege. Das Unternehmen engagiert sich für zielgerichtetes, langfristiges Wachstum und ist gleichzeitig führend darin, Glück und Gesundheit für Mensch und Natur zu verbessern. Givaudan strebt die Zertifizierung als B Corporation an. Mit diesem Schritt unterstreicht Givaudan ihr fortlaufendes Engagement, zum Gemeinwohl beizutragen und ihren Unternehmenszweck jeden Tag umzusetzen. Die B-Corp-Zertifizierung erkennt Unternehmen an, die nachweislich die höchsten Standards für Sozial- und Umweltverträglichkeit, öffentliche Transparenz und rechtliche Unternehmensverantwortung erfüllen sowie Gewinnstreben und Unternehmenszweck in ein ausgewogenes Verhältnis bringen.

Jeder Teil von dir ist eine Bereicherung für unsere Welt

Starte jetzt deine Karriere bei Givaudan
jobs.givaudan.com

Givaudan
Human by nature

Internationale Karriere bei Müller's Mühle

„Das Wichtigste ist die Begeisterung für das, was man tut“

Zu wissen, welche Trends die Food-Branche global bestimmen, ist für Lebensmitteltechnologe Christian Bärenwalde essenziell. Er arbeitet als International Sales Manager B2B bei Müller's Mühle. Die GoodMills-Tochter in Gelsenkirchen gilt als größter Anbieter von getrockneten Hülsenfrüchten hierzulande und fertigt Spezialmehle für den Einsatz in der Lebensmittelindustrie. Ob für Fleisch-, Ei- und Milchersatzprodukte oder Knabberartikel, Backwaren und Pasta: Die Möglichkeiten sind umfassend.

Herr Bärenwalde, welche Themen stehen bei Ihnen im Job gerade an?
Christian Bärenwalde: Wenn man zwei Themen herausstellen möchte, sind es die Entwicklungen von Fleisch- und Milchalternativen auf Basis von Hülsenfrüchten. Plant-Based-Food und Clean Label sind neben Proteinen aktuell ganz klar die großen Treiber am Markt. Als International Sales Manager B2B bin ich hier der erste Ansprechpartner für unsere internationalen Kunden mit Bedarf an kompetenter Beratung und Betreuung. In den zahlreichen Gesprächen mit ihnen hat sich gezeigt, dass sich der Fokus bei Produktneuentwicklungen mehr und mehr auf Hülsenfrüchte als Rohstoff richtet. Daher beschäftige ich mich viel mit der Entwicklung pflanzlicher Alternativen, um das enorme Potenzial dieser Mehle auszuschöpfen.

Was macht die Mehle für Sie so interessant?
Hülsenfruchtkonzentrate erfüllen die eben genannten Marktanforderungen optimal. Deswegen haben wir uns bei Müller's Mühle speziell auf diesen Wachstumsbereich fokussiert. Gerade im Bereich der Fleischalternativen bieten Hülsenfruchtkonzentrate der Industrie die Möglichkeit, auf einen Rohstoff zurückzugreifen, der nicht allergen ist, wie es beispielsweise bei Weizen oder Soja der Fall ist. Gepaart mit den guten technologischen Eigenschaften zur Herstellung von Texturaten sehe ich in den Hülsenfrüchten großes Potenzial.

Was schätzen Sie an Ihrer Arbeit am meisten?
Ich finde es spannend, mit vielen Menschen zusammenzuarbeiten, und das zu einem Thema, das uns

International Sales Manager Christian Bärenwalde (links) gibt Einblicke in die Produktion von Hülsenfruchtmehlen in Gelsenkirchen: Vier große Silos liefern hier die erforderlichen Rohstoffe an eine hochmoderne Mühle.

© Mareike Bähnisch

© Mareike Bähnisch

alle angeht: nämlich gesunde Ernährung. Dabei lerne ich jeden Tag immer wieder Neues über unsere Produkte.

Welche Rolle spielt dabei das internationale Geschäft?

Es bietet neue Wachstumsfelder und spannende Märkte für die Hülsenfruchtprodukte. Mit der Inbetriebnahme der neuen Windsichtungsanlage am Standort in Gelsenkirchen im vergangenen Jahr haben wir den Grundstein gelegt, um die Nachfrage am Markt nach Hülsenfruchtproteinen zu bedienen. Die Globalisierung zeigt, dass Trends nicht nur lokal in Deutschland auftreten, sondern in ganz Europa. So ist der Megatrend „Bewusste und pflanzliche Ernährung" ein Thema, das länderübergreifend ist. Neben Anfragen aus Europa bekomme ich dazu immer mehr Anfragen von außereuropäischen Unternehmen, unter anderem aus Asien.

…dann sind Sie sicher viel im Ausland tätig?

Mit den Lockerungen der coronabedingten Reisebeschränkungen ist es nun wieder besser möglich, unsere Kunden in Luxemburg, Dänemark oder den Niederlanden persönlich zu besuchen.

Welche Chancen haben Hochschulabsolventen, bei Müller's Mühle auch international Karriere zu machen?

Die Müller's Mühle gehört zur GoodMills-Gruppe, dem größten Mühlenverbund Europas – da ist die „Internationalität" schon ein Stück weit vorgegeben. Aber neben der klassischen Müllerei liegt der Fokus immer mehr auf dem Segment der Plantbased-Produkte. Hier wachsen wir als Mühle immer stärker mit unserem Schwester-Unternehmen der GoodMills Innovation zusammen. Für die Bereiche Produktentwicklung, Product Management und Vertrieb von pflanzlichen Alternativen sind bei uns stets qualifizierte Mitarbeiter gefragt.

Wie war Ihr Weg zu Müller's Mühle?

Ich habe bei GoodMills Deutschland in Hamburg das internationale Trainee-Programm absolviert. Dadurch war ich unter anderem bereits in der Produktentwicklung der Müller's Mühle tätig. Anschließend bin ich dann konzernintern dorthin gewechselt und habe dort mehr Aufgaben in der Produktentwicklung übernommen und war schließlich komplett für den Bereich zuständig. Von der Produktentwicklung bin ich über das Business Development schließlich zu meiner aktuellen Position des International Sales Manager B2B gekommen.

Welche Eigenschaften sind wichtig, um internationale Aufgaben erfolgreich zu managen?

Neben fachlichen Kenntnissen zu der Branche sollte man ein offener und kommunikativer Mensch sein und die Bereitschaft haben, sich in einem neuen und ungewohnten Umfeld zurechtzufinden. Natürlich gehört es auch dazu, dass man einer gewissen Reisetätigkeit nachgehen muss, um den persönlichen Kontakt zu den Kunden nicht zu verlieren.

Abschließend für angehende Manager: Haben Sie Tipps, wie der Einstieg in die Branche gelingt?

Das Wichtigste ist die Begeisterung für das, was man tut. Wenn man dann noch Initiative zeigt und offen gegenüber Neuem ist, dann stehen die Chancen für einen erfolgreichen Einstieg in die Branche sehr gut.

Interview: Mareike Bähnisch

© Mareike Bähnisch

Internationales Trainee-Programm bei GoodMills

- Zweijähriges Trainee-Programm mit Einblicken in Produktion, Vertrieb, Produktentwicklung, Marketing, Qualitätssicherung und Einkauf
- Rotierendes Training on the Job mit Einsätzen an verschiedenen Standorten der GoodMills-Gruppe mit Sitz in Wien sowie an weiteren Standorten in Deutschland und Europa
- Umfassende Einarbeitung in die gewählten Aufgabenbereiche
- Eigenverantwortliche Übernahme interessanter Projekte
- Teilnahme an (inter-)nationalen Bereichsmeetings, auch auf Managementebene
- Kontinuierliche Begleitung durch Paten inklusive Coaching
- Regelmäßige Traineemeetings und -workshops
- Langfristige Entwicklungsperspektiven

Mehr Infos unter: **bit.ly/3U69j1Q** oder **www.goodmills.de**

EDEKA

Vom Dualen Studenten zum erfolgreichen Einkäufer

Simon Metzler

Simon Metzler ist Sortimentsmanager bei EDEKA. Was ihn an seiner Arbeit beim genossenschaftlich organisierten EDEKA-Verbund begeistert? Das individuelle Sortiment, das jeden einzelnen EDEKA-Markt ausmacht!

„Was es für mich so spannend macht, bei EDEKA in der Zentrale zu arbeiten? Dass wir stets im genossenschaftlichen Auftrag des EDEKA-Verbunds handeln – immer mit Blick auf Wirtschaftlichkeit und Unternehmertum“, sagt der Sortimentsmanager Simon Metzler. Jede:r kann sich positiv einbringen, weiß der 30-Jährige, der einer von rund 405.000 Mitarbeiter:innen im EDEKA-Verbund ist. Bei seiner Arbeit lernt er immer etwas Neues, denn Fachwissen weiterzugeben, gehört bei EDEKA grundsätzlich dazu. Besonders begeistert ihn, dass Regionalität eine enorm große Rolle im Sortiment spielt.

Metzler absolvierte bei der EDEKA-Regionalgesellschaft Südwest in Offenburg ein Duales Studium im Bereich BWL/Handel. „Anschließend wollte ich bei EDEKA bleiben, mich weiterentwickeln und Großstadtluft schnuppern. Daher bewarb ich mich für ein Traineeprogramm in der EDEKA-Zentrale in Hamburg.“ Nach dem Assessment-Center bekam er innerhalb kürzester Zeit die Zusage und wechselte in die Hansestadt. „Hier nutzte ich von Anfang an die Chance, herauszufinden, wo meine Stärken liegen. Neben einem riesigen Netzwerk konnte ich mir auch viele neue Kompetenzen aufbauen.“

Für Simon Metzler waren die Verhandlungen im Einkauf die spannendste Aufgabe. „Wir haben dabei immer die Absicht, für die EDEKA-Kaufleute und damit für die Kund:innen das bestmögliche Ergebnis zu erzielen“, sagt er. Heute macht er als Sortimentsmanager bzw. Einkäufer im Bereich Wein/Spirituosen/Sekt genau das hauptberuflich. Dazu kommen Empfehlungen zur Sortimentsgestaltung, ständige Marktanalysen und -beobachtungen und vieles mehr. „Als Sortimentsmanager habe ich einen vielseitigen Job gefunden, bei einem Arbeitgeber, der mir etliche Perspektiven bietet. Das ist ein echter Jackpot!“

Ihr Herz schlägt für große Herausforderungen und super Lebensmittel?

Bei uns haben Sie die Chance in einer dynamischen Branche an spannenden Herausforderungen zu wachsen. Wenn Sie gern Engagement zeigen und Lust auf verantwortungsvolle Aufgaben haben, dann sind Sie bei uns an der richtigen Stelle.

Entdecken Sie unsere vielfältigen Einstiegsmöglichkeiten vom Praktikum über unser Trainee-Programm bis hin zum Direkteinstieg auf **www.karriere.edeka**

Wir ❤ Lebensmittel.

EDEKA

Coloring Food with Food

Step into our colorful world and be part of our team!

Operating worldwide with facilities around the globe, we recruit for a diverse range of roles across our organization.

So please search our current job vacancies on **exberry.com** for your perfect position.

EXBERRY.COM

GROWING COLORS EXBERRY®

GNT

– Advertorial –

Mach dein Leben bunter!

Lebensmittel mit Lebensmitteln ein bisschen besser und vor allem bunter machen, das ist die farbenfrohe Mission von GNT.

Maike Frerichs

EXBERRY® von GNT wurde vor über 40 Jahren nach dem Prinzip „Lebensmittel mit Lebensmitteln färben" entwickelt und hat sich als führende Marke für die Lebensmittel- und Getränkeindustrie etabliert. Das traditionelle Familienunternehmen mit rund 500 Mitarbeitern hat eine moderne Ausrichtung und flache Hierarchien. Das schätzt Maike Frerichs genauso wie die Menschen, die hier arbeiten. „Wir machen nicht nur Lebensmittel bunter, sondern sind auch ein buntes Team mit vielen Charakteren", weiß die Leiterin des Application Centers. Sie und ihr Team sind dafür verantwortlich, für Kundenanfragen individuelle Lösungen zu finden. „Oftmals gilt es, ganze Prozesse zu verstehen, sollen beispielsweise Alternativen für künstliche oder natürliche Farbstoffe gefunden werden." Auch Trends spielen bei der Arbeit des Application Centers eine große Rolle und so weiß sie, „dass der Bedarf nach pflanzenbasierten Farben ohne E-Nummern in den nächsten Jahren noch größer werden wird".

Der Mensch steht im Vordergrund

Einzigartig ist das stark wachsende Unternehmen in den Augen Maike Frerichs zudem noch aus anderen Gründen: „Hier spielt es keine Rolle, welchen Studienabschluss jemand hat. Die Persönlichkeiten werden in den Vordergrund gestellt." Sie selbst machte eine Hotelfachausbildung und studierte dann Ernährungs- und Lebensmittelwissenschaften. Danach startete sie bei einem Hersteller für tiefgekühlte Airline-Essen in der Qualitätssicherung. Als sie dann vor acht Jahren im technischen Vertrieb bei GNT begann, war das ein Sprung ins kalte Wasser. Und es hat sich gelohnt: „Ich habe in den letzten Jahren so viel Neues über mich erfahren, gestaltete meinen Arbeitsbereich aktiv mit, wurde viel gefordert und gefördert, entwickelte mich stark weiter und mache etwas, das mir wirklich Freude bereitet." Dass sie heute das Application Center leitet und das, obwohl die junge Mutter 30 Stunden in Teilzeit arbeitet, unterstreicht einmal mehr, dass der Mensch bei GNT im Fokus steht und nicht, was im Lebenslauf steht. „Es wurde mir die Möglichkeit gegeben. Ich nutze sie und bin erfüllt von und motiviert bei der Arbeit.

Bewerbung außerhalb der Komfortzone

Falls auch du dein Arbeitsleben bunter gestalten möchtest: „Wir haben gerade offene Stellen zu besetzen, besonders in der Anwendungstechnik. Aber auch in anderen Bereichen sind Initiativbewerbungen willkommen", sagt Maike Frerichs und ergänzt: „Sei mutig und bewirb dich doch einfach mal außerhalb deiner Komfortzone. Denn nur wer's probiert, weiß, ob auch sein Leben ein bisschen bunter werden kann."

Anschreiben in Bewerbungen

So überzeugst du spielend

Die klassische Bewerbungsmappe besteht auch online aus Lebenslauf, Zeugnissen sowie einem Anschreiben. Doch ist Letzteres noch zeitgemäß und wie stichst du damit aus der Masse der Bewerber:innen hervor? Bianca Burmester, CEO von foodjobs.de, verrät, welche Details den entscheidenden Unterschied ausmachen.

© Ralf Geithe – stock.dobe.com

Die häufigste Bewerbungsform ist inzwischen die E-Mail-Bewerbung. Ist doch schnell gemacht, mag so mancher denken. Fest steht jedoch, dass es keine Rolle spielt, ob die Bewerbung on- oder offline erfolgt, die Präzision bei der Erstellung sollte die gleiche sein. Niemand möchte eine schluderige Bewerbung erhalten, auch nicht, wenn es sich um eine Online-Bewerbung handelt. Was muss also rein in die Online-Bewerbungsmappe?

Das Anschreiben: Must-have oder veraltet?

Große Firmen haben häufig Bewerber:innen-Managementportale, an denen für eine Bewerbung kein Weg vorbeiführt. Oft sind diese zu umständlich gebaut. Du musst dich registrieren, durch unzählige Fenster klicken und eine undurchsichtige Datenschutzerklärung akzeptieren. Glücklicherweise haben viele Unternehmen ihre Tools inzwischen überarbeitet und machen es den Bewerber:innen einfacher.

Das liegt nicht zuletzt an dem anhaltenden Fachkräftemangel. Denn dadurch zeichnet sich ein neuer Trend ab: die Online-Option für eine „schnelle Bewerbung“ ohne Anschreiben. Allgemeine Jobbörsen wie Stepstone und Indeed bieten sogar bereits die Möglichkeit der One-Klick-Bewerbung. Einmal den Lebenslauf hinterlegt, kann die Bewerbung mit einem Klick verschickt werden.

Wenn ein Klick reicht, warum sollte man sich dann noch die Mühe machen, ein Anschreiben zu verfassen? Bianca Burmesters Expertenmeinung: „Während der Lebenslauf dazu dient, die beruflichen Qualifikationen zu veranschaulichen, ermöglicht das Anschreiben einen ersten persönlichen Eindruck. Hier hast du die Chance zu zeigen, dass du den Job wirklich willst. Und diese Möglichkeit solltest du definitiv nutzen.“

Persönlich statt gewöhnlich

Aller Anfang ist schwer, vor allem die Einleitung. Hierfür hat Bianca Burmester einen hilfreichen Tipp: „Finde den Namen deines Ansprechpartners bzw. deiner Ansprechpartnerin heraus, um mit dem Schreiben zu starten. Am einfachsten ist es, wenn du vorher beim Unternehmen anrufst. Dadurch bekommst du einen ersten Eindruck von der Firma, kannst deine persönliche Kontaktperson erfragen und hast gleich eine Person, die du im Anschreiben ansprechen kannst. Es wird dir viel einfacher fallen, wenn du dir eine konkrete Person vorstellst und noch besser, wenn du diese selbst schon gesprochen hast. So kannst du im Anschreiben gleich zu Beginn auf das Telefonat verweisen und schon ist der Einleitungssatz gemeistert.“ Solltest du keine Person ausfindig machen können, investiere die Zeit in einen kreativen Einstieg und überrasche damit den oder die Personaler:in.

Richtig argumentieren: So viel Schmalz wie nötig

Orientierung für die weiteren Sinnabschnitte bieten drei W-Fragen. Finde deine eigenen Worte, um die folgenden Fragen authentisch und ehrlich zu beantworten. Tipp: Nutze außerdem unbedingt starke Verben im weiteren Schreibprozess.

- **Warum dieses Unternehmen?** Findest du etwas großartig an der Firma oder magst du die Firmenphilosophie? Du solltest dich fragen, was genau du so besonders an der Firma findest, und dabei reflektiert antworten. Setze dich mit deinem potenziellen Arbeitgeber auseinander.

- **Warum diese Position?** Hast du bereits Erfahrung in diesem Bereich und bist besonders qualifiziert? Hast du spezielle Kurse oder Weiterbildungen für diese Position besucht, vielleicht auch Führungserfahrung? Hier ist deine Chance zu glänzen und deine Kompetenzen für die offene Stelle hervorzuheben.

- **Warum bist du der/die Richtige?** Zeige deinen Mehrwert für die Firma auf. Lasse deine Leidenschaft aufblitzen. Für die Beantwortung der Frage hilft es, sich die Stellenausschreibung nochmals gründlich durchzulesen und herauszuarbeiten, was für die vakante Position relevant ist und welche Punkte du davon erfüllst. „Zeige dein Können und lege den Fokus auf das, was dich auszeichnet. Konkretisiere deine Skills anhand von erfolgreichen Projekten oder beispielsweise Praktika“, empfiehlt die Expertin.

Verwende dabei so viel Schmalz wie nötig, sodass die Leser:innen spüren, dass du den Job mit Herz und Seele willst“, verrät Bianca Burmester und fügt hinzu: „Statt banale Argumente wie ‚Ich esse gerne Ihr Schokoladen-Produkt‘ anzuführen, solltest du dich dafür mit der Firmenkultur und deren Werten auseinandersetzen.“

Checkliste für dein Anschreiben

Form

- ☐ Deinen Namen hervorheben
- ☐ Persönliche Anrede verwenden (Tipp: vorher anrufen!)
- ☐ Maximal eine Seite lang, 3 bis 4 Absätze

Inhalt

- ☐ Kreative Einleitung nutzen
- ☐ Die 3 W-Fragen beantworten:
  – Warum genau dieses Unternehmen?
  – Warum diese Position?
  – Warum bist Du der/die Richtige?
- ☐ Eintrittstermin und Gehaltswunsch anführen, falls gefragt

Stil

- ☐ Authentisch, spezifisch und einmalig
- ☐ Aktive, positive Sprache und starke Verben benutzen
- ☐ Fokus auf ausgewählte, relevante Skills und Erfahrungen

Korrektur lesen lassen

- ☐ Fühlt der/die Leser:in, dass du den Job haben willst?
- ☐ Ist genug Schmalz drin?
- ☐ Fehlerfreie Rechtschreibung und Grammatik

Kostenfreie Checkliste zum Download:
https://bit.ly/3AHIDv6

© 9dreamstudio – stock.dobe.com

Finale Phrase: Auf die Plätze, fertig, los

Sind Motivation und Qualifikationen dargelegt, folgen der letzte Teil des Anschreibens und die Schlussformulierung. „Hier kannst du noch einmal deine ganze Begeisterung zeigen und erwähnen, dass du gerne ein wertvoller Teil des Teams wärst. Wird in der Stellenausschreibung nach dem frühestmöglichen Eintrittstermin oder der Gehaltsvorstellung gefragt, solltest du diese angeben“, rät Bianca Burmester. dein fertiges Anschreiben sollte insgesamt nicht länger als eine Seite sein und aus maximal drei bis vier Absätzen bestehen. Neben Ordentlichkeit, Übersichtlichkeit sowie Fehlerfreiheit solltest du auch auf die Sprache achten: „Zeige Selbstbewusstsein und verwende eine aktive, starke und positive Sprache. Gerne kannst du auch Kreativität beweisen, doch bleib dir stets selbst treu und verstelle dich nicht“, so Bianca Burmester.

Bevor du die Bewerbung abschickst, solltest du das Anschreiben sicherheitshalber von Freund:innen oder Familie Korrektur lesen lassen – schließlich sehen vier Augen bekanntlich mehr als zwei. Das Anschreiben kommt sowohl in die E-Mail als auch ins PDF zusammen mit dem Lebenslauf. Nach der Korrektur heißt es dann „Ready to send“ und das nach Möglichkeit per E-Mail direkt an die/den Ansprechpartner:in. **Das Anschreiben ist die Hälfte des Ganzen. Und nun: Viel Erfolg!**

Auch Studierende ohne Bestnoten haben eine Chance auf ein Stipendium. Denn auf herausragende Leistungen allein kommt es nicht immer an. Ein Blick in die große Vielfalt der Stipendien-Angebote lohnt, um das Passende für sich zu finden.

Stipendien

Karrierebeschleuniger

Stipendien sparen nicht nur Geld, sie sind auch förderlich für die Karriere. Denn Student:innen erhalten sowohl finanzielle als auch ideelle Förderung. Auf diese Weise bilden die angehenden Akademiker Netzwerke mit anderen Stipendiaten, Unternehmen und Professoren – im Vergleich zum BAföG müssen Stipendien nicht zurückgezahlt werden, was sie für viele junge Menschen begehrenswert macht.

Zur Verfügung gestellt werden Stipendien von politischen Parteien, religiösen Organisationen und Unternehmen, die ihre soziale Verantwortung demonstrieren wollen. Die Auswahlkriterien variieren, ausschlaggebend können Talent, Noten und/oder soziales Engagement sein. Aber auch die wirtschaftliche Situation der Interessenten kann Berücksichtigung finden, so etwa bei der E.-W.-Kuhlmann-Stiftung, die in der Schlussphase des Studiums Unterstützung bei finanzieller Not gewährt. Einen ersten Überblick zu verschiedenen Stipendien in Deutschland bietet der Begabungslotse (www.begabungslotse.de/) des Bundesbildungsministeriums. Ein hilfreiches Verzeichnis mit über 700 Stipendien gibt es außerdem beim Karrierenetzwerk e-fellows.net.

Die Begabtenförderungswerke

Begabtenförderungswerke unterstützen Studierende mit herausragenden Leistungen finanziell und ideell in ihrer akademischen Ausbildung. In Deutschland gibt es 13 Förderungswerke, die Stipendien an Studierende und Promovierende vergeben. Sie spiegeln die Vielfalt der deutschen Gesellschaft wider und bilden die verschiedenen weltanschaulichen, religiösen, politischen, wirtschafts- oder gewerkschaftsorientierten Strömungen in Deutschland ab. Die meisten Zuwendungen erhalten diese Einrichtungen vom Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) in Berlin.

Die größten Werke sind die den Parteien nahestehenden politischen Stiftungen: die Konrad-Adenauer-Stiftung, die Heinrich-Böll-Stiftung, die Friedrich-Ebert-Stiftung, die Friedrich-Naumann-Stiftung, die Hanns-Seidel-Stiftung) und die Rosa-Luxemburg-Stiftung. Daneben gibt es die Begabtenförderungswerke der beiden großen christlichen Konfessionen – das Cusanuswerk der katholischen Kirche und das evangelische Studienwerk Villigst –, Förderwerke des deutschen Gewerkschaftsbundes (Hans-Böckler-Stiftung) und der Arbeitgeber (Stiftung der Deutschen Wirtschaft (sdw) – Studienförderwerk Klaus Murmann) sowie die weltanschaulich neutrale Studienstiftung des Deutschen Volkes. Wollen sich Studierende bei einer der politischen Stiftungen um ein Stipendium bewerben, müssen sie nicht Mitglied der entsprechenden Partei sein, eine Identifikation mit den Grundpositionen der jeweiligen Stiftung sollte aber vorhanden sein. Die kirchlichen Werke setzen die Zu-

! Die Rahmenbedingungen zur finanziellen Förderung sind durch die Förderrichtlinien des Bundesministeriums für Bildung und Forschung vorgegeben. Das Grundstipendium für Studierende wird in Anlehnung an das BAföG abhängig vom eigenen Einkommen und Vermögen sowie vom Einkommen der Eltern bzw. des Ehegatten berechnet. Es beträgt maximal 752 Euro pro Monat. Zusätzlich erhalten die Stipendiaten eine monatliche Studienkostenpauschale in Höhe von 300 Euro. Promovierende erhalten ein Stipendium in Höhe von monatlich 1.350 Euro.

gehörigkeit zu einer der beiden Konfessionen voraus.

Bewerbung

Generell kann sich jeder Studierende einer deutschen Hochschule bei den Stiftungen bewerben. Üblich ist die Eigenbewerbung. Einzig bei der Studienstiftung des Deutschen Volkes muss ein Kandidat vorgeschlagen werden, etwa vom Schulleiter nach dem Abitur oder von einem Hochschullehrer.

Motivationsschreiben

Ein Motivationsschreiben für ein Stipendium zu schreiben, ist Herausforderung und Chance zugleich. Jenseits des Notendurchschnitts können Interessierte hier zeigen, was sie ausmacht und warum gerade sie hervorragend zur jeweiligen Stiftung passen. „Gerade bei Bewerbern, deren Noten nicht zur Spitzenklasse gehören, kann das Motivationsschreiben der entscheidende Punkt der Bewerbung sein“, sagt Jürgen Gradl, Referent für das Deutschlandstipendium an der Technischen Universität München. Daher sollte das Motivationsschreiben keine ausformulierte Variante des Lebenslaufes sein.

„Vorfreude auf Neues“

Die Edmund-Rehwinkel-Stiftung der Landwirtschaftlichen Rentenbank vergibt jährlich Stipendien an herausragende Studierende mit agrar- oder ernährungswissenschaftlichem Studienschwerpunkt. Mit Beginn des Wintersemesters 2021/22 wurden drei engagierte Studierende ausgewählt. Eine davon ist Eva Martel, die hier über ihre Erfahrungen berichtet:

Welche Erwartungen haben Sie an das Stipendium?
Ein Stipendium ist in vielerlei Hinsicht sehr bereichernd. Sowohl für die Möglichkeit, neue Kontakte zu knüpfen, andere Perspektiven und Blickwinkel kennenzulernen, aber auch für die persönliche Wertschätzung, die sich dadurch erfahren lässt. Meine Erwartungen an das Stipendium äußern sich also eher in Vorfreude und dem Interesse an neuen Eindrücken. Ich bin außerdem sehr gespannt auf meine Mitstipendiat:innen und freue mich auf den gemeinsamen Austausch bei den kommenden Veranstaltungen.

Empfanden Sie es als schwierig, das Stipendium zu erhalten?
Als „schwierig“ würde ich es nicht bezeichnen. Vielmehr ist es sehr aufregend und bedarf Vorbereitung und Zeit. Die größte Hürde für mich war das Motivationsschreiben. Mit wenigen Worten und nur in Textform von sich zu überzeugen, war ungewohnt für mich. Besonders wichtig für mich war es dabei, bei mir selbst zu bleiben und ehrlich zu sein. Bei den anschließenden Gesprächen habe ich mich sehr wohlgefühlt. Die Fragen waren zielgerichtet und es war total spannend und interessant, mich mit den angesprochenen Themen zu beschäftigen.

Was erzählen Sie Ihren Kommilitonen über das Stipendium?
Ich erzähle häufig über die Vorteile und die tolle Möglichkeit von Stipendien und versuche meine Kommiliton:innen und Studienanfänger:innen zu ermutigen, sich auch zu bewerben. Ich finde es so toll und bin wahnsinnig dankbar, dass es Studenten und Studentinnen, egal welchen sozialen oder finanziellen Hintergrund sie haben, durch solche Stipendien leichter gemacht wird, überhaupt zu studieren oder sich besser auf ihr Studium konzentrieren zu können. Ein bisschen Stolz, dass man ausgewählt wurde, schwingt bei den Erzählungen sicherlich auch immer mit.

Verraten Sie uns abschließend noch Ihre nächsten Pläne im Studium?
Grundsätzlich ist die oberste Priorität natürlich, dem Studienablauf und -inhalt gerecht zu werden. Mein größtes weiteres Projekt während des Studiums ist es, meine Firma, die MaMaEva GmbH, weiter voranzubringen. Gemeinsam mit zwei Studienfreunden möchten wir unseren BIO-Fruchtwein-Sprizzer in Bayern etablieren. Hierbei sind außerdem Messebesuche, Crowdfunding-Kampagnen und neue Sorten geplant.
(Quelle: www.rentenbank.de)

IN JEDEM TOFFIFEE STECKT EIN GEHEIMNIS: **UNSERE GANZE INGENIEURSKUNST.**

Christian S., Ingenieur Verfahrenstechnik

Mehr über Ihre Perspektiven und alles über uns erfahren Sie unter **www.storck.de/karriere**

STORCK

Wir entwickeln Freude

Toffifee merci nimm2 Knoppers Werther's Original RIESEN Dickmann's Mamba