

# DLG **LEBENSMITTEL** KARRIERE-GUIDE



**Job-Barometer**

**Let's talk about digital skills!**

**Neue Berufe**

**Nachhaltigkeits-Management**

**Karriere-Tipps**

**In nur 90 Sekunden begeistern**



Jeder Teil  
von dir  
ist eine  
Bereicherung  
für unsere Welt

Entwickle deine Karriere mit uns  
[jobs.givaudan.com](https://jobs.givaudan.com)

**Givaudan**  
Human by nature



## Wie gelingt die Transformation?

Die Digitalisierung hat das Potenzial, die gesamte Lebensmittelindustrie massiv zu verändern – sei es durch den Einsatz von Künstlicher Intelligenz, die Fehler in der Produktion erkennt, oder durch digitale Tools zur Reduzierung des CO<sub>2</sub>e-Fußabdruckes. Doch nicht nur neue Technologien kommen hinzu, auch Jobs und die Art zu arbeiten, wandeln sich rasant. Was es hier vor allem braucht, sind Talente, die sich mit digitalen Innovationen und deren Umsetzung auskennen. Einer, der es wissen muss, ist Daniel Marschollek, Head of Digital Transformation von Nestlé Deutschland (Seite 12).



Die auf bestimmte Zutaten und Rohstoffe spezialisierten Hersteller sind ein wichtiger Innovationstreiber und Jobmotor in der Food-Branche. Ihr Produktportfolio reicht von Aromen und Farben über eine Vielzahl von Ingredients bis hin zu Frucht- und Gemüsekomponenten. Vor allem im Bereich pflanzlicher Alternativen ist ihr technologisches Know-how zu neuen Rezepturen gefragt. Bedient werden eine Vielzahl nationaler und internationaler Lebensmittel- und Getränkehersteller (Seite 22).

Um globale Probleme in der Zukunft zu begrenzen, müssen sich Wirtschaft und das gesellschaftliche Zusammenleben radikal verändern. Wie aber gelingt diese Transformation? „Durch Unternehmen mit nachhaltigkeitsqualifizierten Nachwuchskräften, die das Thema konsequent auf allen Ebenen umsetzen“, erklärt Prof. Dr. Stefan Schaltegger, Gründer des MBA Sustainability Management und des Centre for Sustainability Management an der Leuphana Universität Lüneburg (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](http://www.DLG.org)

**Verlag:** DLG-Verlag GmbH, Eschborner Landstr. 122, 60489 Frankfurt am Main, [www.dlg-verlag.de](http://www.dlg-verlag.de)

**Redaktionsleitung:** Guido Oppenhäuser, [G.Oppenhaeuser@DLG.org](mailto:G.Oppenhaeuser@DLG.org)

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

**Fotos:** DLG, [stock.adobe.com](http://stock.adobe.com), Firmenfotos

**Anzeigen:** Kai-Uwe Busch, [K.Busch@DLG.org](mailto:K.Busch@DLG.org)

**Herstellung:** Daniela Schirach, DLG-Verlag

**Grafik:** Petra Sarow, München

**Druck:** Bonifatius GmbH Druck | Buch | Verlag, Paderborn

## Inhalt

---

**Magazin** 4

---

### Studie

So viel verdienen Praktikant:innen in der Lebensmittelbranche 8

---

### Job-Barometer

Christian Wiechmann: „Unsere Fachkräfte sind gefragter denn je“ 10

Nestlé Deutschland: Let's talk about digital skills! 12

Vom Newcomer zum Manager 16

Einkaufsexpertise gesucht 18

Experten für Trends 22

Von der Idee zum fertigen Gewürz 24

---

### Neue Berufe

Nachhaltigkeitsmanagement revolutionär gedacht 28

Was machen Experten für Nachhaltigkeit? 30

---

### Neue Technologien

Pflanzliche Proteine: Aufbruch zu neuen Dimensionen 34

Inhouse Farming 37

Kommunikations-Performance gefragt 38

---

### Internationale Karrieren

Lidl: Von Neckarsulm aus in die Welt 40

---

### Karriere-Tipps

In nur 90 Sekunden begeistern 42

**Advertorials:** Bell Food Group, dennree, EDEKA, Ehrmann, Givaudan, Ingredion, Kaufland, Novataste

## ChatGPT: Gut, aber nicht perfekt!

Die Künstliche Intelligenz (KI) unterstützt uns in immer mehr Lebensbereichen. Seit der Veröffentlichung des KI-basierten Chatbots ChatGPT können jetzt auch Bewerbungen im Handumdrehen mit ihrer Hilfe geschrieben werden. Doch ist eine Bewerbung mit dem Chatbot tatsächlich zu empfehlen? Worauf sollte man unbedingt achten?

ChatGPT (<https://openai.com/>) ist der Prototyp eines KI-basierten Chatbots, der von dem Unternehmen OpenAI trainiert und im November 2022 veröffentlicht wurde. ChatGPT nutzt die KI, um Anfragen zu verstehen und daraus entsprechende Antworten zu generieren.

Den Chatbot zu benutzen, ist kinderleicht. In einem Chat stellt man ihm eine Anfrage – je präziser, desto besser – und innerhalb weniger Sekunden generiert die KI den gewünschten Text. Die Sprache, die man für die Eingabe benutzt, ist dabei egal. ChatGPT merkt sich außerdem vergangene Konversationen und lernt von ihnen. Das bedeutet, man kann auf vorherige Anfragen zurückgreifen und darauf aufbauen.

### Fazit

ChatGPT kann bei der Bewerbung viel Zeit sparen und zweifelsohne

eine große Hilfe sein. Da Personaler beim Anschreiben aber immer viel Wert auf Individualität legen, sollte man sich bei der Bewerbung nicht ausschließlich auf die KI verlassen, sondern auch auf andere Ressourcen wie Bewerber-Guides oder Ähnliches zurückgreifen. Und immer sollte natürlich die persönliche Note erkennbar sein.

Quelle: [www.absolventa.de](http://www.absolventa.de)

© Suthiphong – stock.adobe.com

### Die Vor- und Nachteile von ChatGPT im Überblick:

#### Vorteile

- Man **spart mit ChatGPT Zeit**, denn der Bot erstellt auch lange Texte innerhalb von Minuten.
- **Schreibblockaden** können mithilfe von ChatGPT überwunden werden.
- ChatGPT ist **rund um die Uhr verfügbar**, auch nachts kann an der Bewerbung geschrieben werden.
- Die Basisversion von ChatGPT ist derzeit **gratis**.
- ChatGPT **erinnert sich an frühere Anfragen**, das bedeutet, man kann auf vergangene Anfragen aufbauen und die KI lernt dadurch mit.

#### Nachteile

- ChatGPT folgt einem festen Algorithmus und erstellt daher manchmal **standardisierte Texte**. Eine Bewerbung sollte aber immer mit Individualität punkten! ChatGPT ist ein KI-basierter Chatbot und kann daher **keine menschlichen Emotionen** und Einsichten in die Antwort bringen und auch nichts Neues generieren.
- Obwohl ChatGPT in der Regel grammatisch fehlerfreie Texte erstellt, sollte die Bewerbung immer **noch mal Korrektur** gelesen werden.
- Es ist **unklar, welche Quellen ChatGPT nutzt**. Es besteht also immer die Gefahr, dass man sich auf falsche Quellen bezieht und /oder Plagiatsvorwürfe erhoben werden.
- Zwar ist ChatGPT **derzeit kostenlos**, doch ob das immer so bleiben wird, ist unklar.
- Der Bot ist zwar immer verfügbar, doch **nicht immer erreichbar** – bei hohem Aufkommen sind die Server schnell überlastet und man kann die KI nicht nutzen.
- ChatGPT bezieht sich auf **Daten, die bis Ende 2021 gesammelt wurden**, das bedeutet, dass der Bot nichts über Ereignisse weiß, die danach stattgefunden haben.

## TOP 25 Arbeitgeber für Praktikant:innen 2023

Worauf kommt es den Fach- und Führungskräften von morgen in ihrem Praktikum wirklich an, und was macht für die Praktikant:innen der Lebensmittelbranche den perfekten Arbeitgeber aus?

Während ihrer Zeit im Unternehmen zählt für die Praktikant:innen der Food-Industrie laut foodjobs.de vor allem die Arbeitsatmosphäre: Nette Kolleg:innen, ein positives Betriebsklima und gegenseitige Unterstützung sind für die Nachwuchstalente das A und O.

Wie ein Schwamm saugen die Praktikant:innen während ihrer Praxiszeit alles Wissen auf, das ihnen zur Verfügung gestellt wird. Umfangreiche Einblicke in die verschiedenen Stationen und Abteilungen der Unternehmen sind für ihre eigene berufliche Planung von unschätzbarem Wert. Auch die Betreuung während des Praktikums zählt für die Studierenden zu den wichtigsten Rahmenbedingungen: Bei Fragen wünschen sich die Praktikant:innen eine Ansprechperson, die ihnen mit Rat und Tat zur Seite steht.

Doch wann ist ein Praktikum erfolgreich? Vor allem dann, wenn beide Parteien voneinander profitieren und sich mit Respekt und positiver Energie begegnen: Während die Betriebe tatkräftige Unterstützung, neue Ideen und frischen Wind bekommen, können Praktikant:innen hilfreiche Einblicke in die Arbeitswelt sammeln und sich so über eine mehr als nützliche Orientierung für die eigene Karriere freuen. Diese Erfolgsformel ist es, die von den TOP 25 Arbeitgebern für Praktikant:innen tagtäglich angewandt wird. Denn diese verstehen sich nicht nur als Ar-

beitgeber auf Zeit, sondern vielmehr als Coaches.

Statt aus einer Kommandozentrale heraus zu steuern, begleiten die Unternehmen ihre Praktikant:innen mit Teamspirit und Wertschätzung auf ihrer beruflichen Mission, wie die hohe Zufriedenheitsrate beweist: Insgesamt zeigten sich ganze 91 %

der Praktikant:innen mit ihrem Praktikum zufrieden bzw. sehr zufrieden; 92 % empfehlen ihr Praktikum weiter. Doch welche Betriebe stechen bei den Praktikant:innen der Lebensmittelindustrie besonders hervor? Die beliebtesten Unternehmen im Bereich Praktikum zeigt die Auflistung der TOP 25 Arbeitgeber 2023.



Für die Menschen hinter den Lebensmitteln

TOP 25

Arbeitgeber

Praktikum

2023

## DIE TOP 25 ARBEITGEBER

### GEHALTSSTUDIE ZUM PRAKTIKUM IN DER LEBENSMITTELBRANCHE 2023

(in alphabetischer Reihenfolge)

|   |   |
|---|---|
| ADM WILD Europe GmbH & Co. KG           |    |
| Alfred Ritter GmbH & Co. KG             |   |
| Allos Hof-Manufaktur GmbH               |  |
| apetito AG                              |  |
| August Storck KG                        |  |
| BAHLESEN GmbH & Co. KG                  |  |
| Bell Food Group AG                      |  |
| Capri Sun Vertriebs GmbH                |  |
| Conditorei Copenrath & Wiese KG         |  |
| Dr. August Oetker Nahrungsmittel KG     |  |
| Dr. Berns Laboratorium GmbH & Co. KG    |  |
| EDEKA ZENTRALE Stiftung & Co. KG        |  |
| Emsland Frischgeflügel GmbH             |  |
| FRoSTA AG                               |  |
| HARIBO GmbH & Co. KG                    |  |
| Hochland Deutschland GmbH               |  |
| Ingredion Germany GmbH                  |  |
| JERMI Käsewerk GmbH                     |  |
| Landliebe GmbH                          |  |
| MEGGLE GmbH & Co KG                     |  |
| ProteinDistillery GmbH                  |  |
| Schock GmbH                             |  |
| SCHWARTAUER WERKE GmbH & Co. KG         |  |
| Unternehmensgruppe Theo Müller S.e.c.s. |  |
| Zott SE & Co KG                         |  |

Quelle: foodjobs GmbH | Juni 2023  
 Stichprobe: 962 Studierenden, die ihr Praktikum 2021 bis Mai 2023 begonnen haben. Ausgewertet wurden die Antworten aus 2022 und 2023.



## Alarmierender Wandel in der Haltung zum Beruf

82 Prozent aller Arbeitnehmer sind grundsätzlich wechselwillig, belegt die neue Talent-Trends-Studie der Page Group. Grund sei nicht Unzufriedenheit mit dem Job oder Gehalt, sondern ein „alarmierender Wandel“ der Haltung zum Beruf. Das persönliche Wohlbefinden, die bestmögliche Vereinbarkeit von Privatleben

und Beruf werde heute über Karriere und Gehalt gestellt, zumal gute Aufstiegsmöglichkeiten und Bezahlung ohnehin vorausgesetzt werden. Bessere Arbeitsbedingungen könnten schnell den Wechsel auslösen. „Wer in der heutigen Arbeitswelt Talente binden möchte, muss sich einen Wettbewerbsvorteil verschaffen. Der Schlüssel liegt darin, sich klar an den Bedürfnissen der Arbeitnehmenden auszurichten und deren Prioritäten in den Fokus zu setzen“, erklärt Goran Baric, Geschäftsführer der Page Group Deutschland.



der Arbeitnehmer sind offen für einen neuen Job



würden das eigene Wohl dem beruflichen Erfolg vorziehen



Die 3 Hauptfaktoren für die Talentgewinnung und -bindung

*Zum neuen Ausbildungsjahr starten 42 Auszubildende sowie 15 Studierende eines dualen Studienganges bei der Multivac Group am Firmenstammsitz in das Berufsleben. Weitere 23 junge Menschen beginnen ihre Ausbildung an einem der anderen Produktionsstandorte der Unternehmensgruppe in Deutschland und Österreich. Als bedeutender Ausbildungsbetrieb bietet die Multivac Group insgesamt rund 175 Auszubildenden und mehr als 30 dual Studierenden exzellente berufliche Perspektiven in einem internationalen Umfeld.*



## Studienabbrecher für Ausbildung gewinnen

Um mehr Auszubildende für sich zu gewinnen, nimmt das Centrum für Hochschulentwicklung Unternehmen auch Studienabbrecher ins Visier. Von den 470.000 Studienanfängern pro Jahr brechen 28 Prozent, also rund 130.000 ihr Studium ab. Auf der anderen Seite blieben 2022 rund 70.000 Ausbildungsstellen unbesetzt. Statt Konkurrenz um eine schrumpfende Zielgruppe mahnt das Centrum für Hochschulentwicklung (CHE) mehr Kooperationen zwischen Hochschulen und Betrieben an. Es verweist ausbildende Unternehmen auch auf die bereits bestehenden Initiativen von Handwerkskammern und IHK. Jeder junge Mensch würde gebraucht, zeigt das CHE anhand eines Zahlenbeispiels: Wenn der Jahrgang 1963 mit 1,63 Millionen Geburten im Jahr 2030 im Alter von 67 Jahren in Rente geht, rückt der Jahrgang 2005 mit nur 670.000 Geburten nach. Seit 2013 kämpfen die Ausbildungsbetriebe in Deutschland damit, dass mehr Schulabgänger Student werden wollen als Azubi. Aber auch die Studierendenzahlen sinken neuerdings als Folge der demografischen Entwicklung. Weitere Infos unter: <http://bit.ly/3Zau2nZ>



## SÜDPACK erneut unter den Top 10 im Innovationsranking



Nach 2022 ist SÜDPACK auch 2023 wieder weit vorne im jährlichen Innovationsranking der WirtschaftsWoche platziert: Mit einem Innovationsscore von 384,0 belegt der Hersteller von Hochleistungsfolien und Verpackungskonzepten diesmal Platz 9.

Wenige Wochen zuvor hatte das renommierte Wirtschaftsmagazin SÜDPACK ebenfalls zum zweiten Mal in Folge unter die Top 10 der nachhaltigsten Mittelständler Deutschlands gewählt.



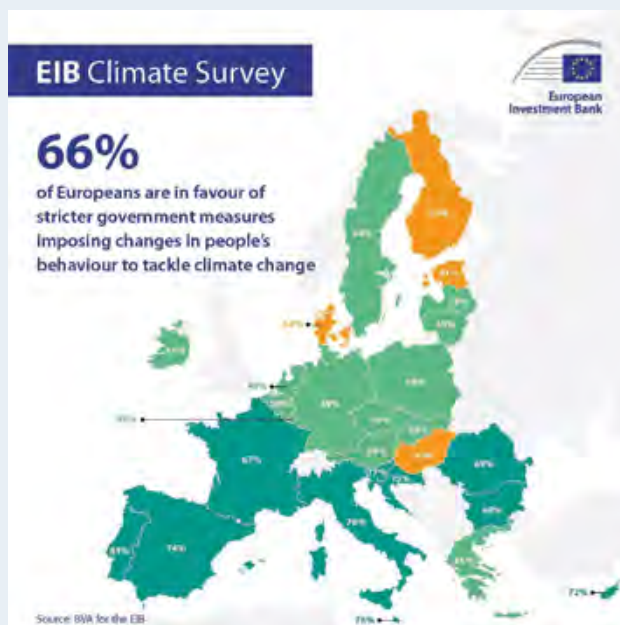


## Start-ups suchen wieder Mitarbeiter

Vier offene Stellen haben Tech-Start-ups im Schnitt aktuell zu besetzen, 6 von 10 Gründern suchen neue Mitarbeiter. Das wertet der Digitalverband Bitkom als positive Trendwende nach dem Personalabbau im Zuge der Krise, die noch nachwirkt. Denn die befragten 200 Start-ups beschäftigen aktuell im Schnitt nur 14 Mitarbeiter. 20 waren es noch im Vorjahr. 80 Prozent der Start-ups wollen 2023 einstellen.

## Haltung des Arbeitgebers zum Klima wichtig

Für Arbeitsmarkt-Einsteiger spielt die Haltung des künftigen Arbeitgebers zum Klima eine immer größere Rolle. Das ist das Ergebnis einer aktuellen Klimaumfrage der Europäischen Investitionsbank (EIB). Die meisten Befragten (56 Prozent) erwarten schon jetzt von einem potenziellen Arbeitgeber, dass er auf Nachhaltigkeit achtet. Für 10 Prozent der Jobsuchenden hat das sogar Priorität. Diese mehrheitliche Meinung findet sich im gesamten politischen Spektrum und in allen Einkommensgruppen. Bei den 20- bis 29-Jährigen, die in der Regel erstmals eine Stelle suchen, bezeichnen mehr als drei Viertel (81 Prozent) Nachhaltigkeit als wichtigen Faktor bei der Jobwahl. Für 18 Prozent hat dieses Kriterium sogar absolute Priorität.



© Seventyfour – stock.adobe.com

## Personalbedarf ändert sich

Die Nahrungs- und Genussmittelindustrie in Deutschland ist eine Wachstumsbranche. In den zurückliegenden Jahren ist die Zahl der Beschäftigten kontinuierlich gestiegen, zuletzt um 1,9 Prozent auf 638.000 Mitarbeiter:innen. Die Digitalisierung und die Transformation zur Nachhaltigkeit verändern die beruflichen Anforderungen. Deutlich gestiegen ist die Nachfrage nach Spezialist:innen aus IT und Technik.

Die Nachfrage nach IT-Systemadministrator:innen hat in der Nahrungs- und Genussmittelindustrie über einen Zeitraum von sieben Jahren um 60 Prozent zugenommen. Stark gesucht sind auch Lebensmittelchemiker:innen (+49 Prozent) und Mechatroniker:innen (+43 Prozent). Dahinter folgen die

Fachkräfte für Lagerlogistik mit einem Plus von 40 Prozent. Diese Entwicklung zeigt die Analyse von 376.000 Online-Stellenanzeigen der Lebensmittelbranche aus den Jahren 2014 bis 2021. Ausgewertet wurden bekannte Stellen-Portale, Karriereseiten von Unternehmen und Anzeigen auf Online-Seiten der Tageszeitungen.

Kräftig zurückgegangen ist laut der gemeinsamen Studie von Bertelsmann Stiftung, IW Köln und der Arbeitgebervereinigung Nahrung und Genuss e.V. dagegen das Interesse der Arbeitgeber an den klassischen Berufen der Branche. Die Nachfrage nach Fleischer:innen hat sich mehr als halbiert (-53 Prozent). Auch die Fachkraft Fruchtsaftechnik wird bspw. deutlich seltener nachgefragt (-17 Prozent). „Mit der Branche verändern sich auch die gefragten Berufe und Fachkompetenzen. Personalverantwortliche, aber auch Anbieter von Weiterbildungen müssen das im Blick haben, wenn sie sich in ihrer Branche zukunftsfähig aufstellen wollen“, sagt André Schleiter, Arbeitsmarktexperte der Bertelsmann Stiftung.

Weitere Infos unter [www.bertelsmann-stiftung.de](http://www.bertelsmann-stiftung.de)

Aktuelle Studie von foodjobs.de

# So viel verdienen Praktikant:innen in der Lebensmittelbranche

Während des Praktikums kann das Gehalt von Studierenden teils stark variieren. An welchen Faktoren das liegt, wie man am meisten mit nach Hause nimmt und worauf es während der Praxiszeit wirklich ankommt, zeigt die neue Studie von foodjobs.de.

Kaffee kochen, Botengänge erledigen, das Telefon hüten – dieses verstaubte Klischee hat beim Thema Praktikum in den meisten Betrieben zum Glück längst ausgedient. Vielmehr möchten die Unternehmen der Lebensmittelbranche den Fach- und Führungskräften von morgen exklusive Einblicke in verschiedene Karrieremöglichkeiten bieten. Und diese starten wiederum mit voller Handson-Mentalität und Wissensdurst in ihre Praxiszeit.

Doch wie sieht es mit der finanziellen Vergütung während des Praktikums aus? Der Großteil der Praktikant:innen erhält derzeit ein Durchschnittsgehalt von rund 1.000 € brutto im Monat. Während sich aktuell nur noch 5 % auf ein Gehalt von weniger als 400 € einlassen, dürfen sich 8 % der Studierenden über stolze Gehälter von rund 2.000 € brutto und mehr im Monat freuen.

## Das Studium als Gehaltsfundament

Beeinflusst werden diese Schwankungen von ganz unterschiedlichen Faktoren. Aufseiten der Nachwuchs-

kräfte sind beispielsweise die Art des Praktikums oder der angestrebte akademische Grad entscheidend: Wer ein Pflichtpraktikum absolviert, erhält mit 850 € im Monat knapp die Hälfte von dem, was Studierende mit einem Durchschnittsgehalt von rund 1.600 € während eines freiwilligen Praktikums mit nach Hause nehmen können. Gleichzeitig erhalten Bachelorstudierende im Praktikum knapp 920 €, ihre Kolleg:innen im Masterstudium dürfen sich mit monatlichen 1.500 € dank höherer Qualifikation über ein ganzes Stück mehr freuen.

## Finanzieller Durstlöcher

Doch nicht nur das Studium beeinflusst die Höhe des Entgelts. Auch aufseiten der Unternehmen gibt es im Gehältervergleich teils deutliche Unterschiede zu erkennen. Wer viel verdienen möchte, sollte für sein Praktikum etwa einen genauen Blick auf die Branchenunterschiede werfen: Wie in den vergangenen Jahren belegt die Getränkeindustrie hier mit 1.300 € den ersten Platz, gefolgt von Obst und Gemüse mit monatlich 1.170 €. Weniger liquide zeigen sich

erneut die Bereiche Backwaren und Feinkost mit durchschnittlich 800 € sowie Bio mit 750 €.

Im Gegensatz zur Branche fällt der Unterschied zwischen den Funktionsbereichen marginal aus: Mit einem Durchschnittsgehalt von 1.100 € pro Monat liegt der Einkauf nur knapp vor den Bereichen Marketing, SCM/Logistik, Personal und Technik mit 1.000 €. Studierende, die sich für ein Praktikum in der Produktion entscheiden, dürfen mit einem Gehalt von 800 € rechnen.

## Je größer, desto mehr

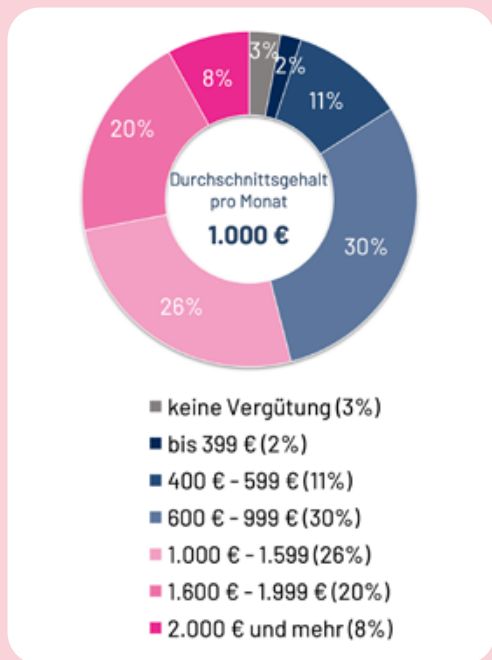
Ein wichtiger Faktor für die Höhe des Gehalts ist vor allem die Größe des Unternehmens: Während sich Großbetriebe leicht hohe Gehälter von durchschnittlich 1.100 € für ihre Praktikant:innen leisten können, haben die mittleren bis kleinen Unternehmen, die die Lebensmittelbranche in Deutschland maßgeblich prägen, meist weniger Mittel zur Verfügung. Praktikant:innen in diesen Betrieben können hingegen mit Durchschnittsgehältern von nur 700 € bzw. 450 € rechnen.



### GEHALT NACH BRANCHE



### WIE VIEL VERDIENT EIN:E PRAKTIKANT:IN IN DER LEBENSMITTELBRANCHE?



### GEHALT NACH UNTERNEHMENSGRÖSSE



### ANGESTREBTER ABSCHLUSS



### PRAKTIKUM



### Der eigentliche Mehrwert

Während das Gehalt also je nach Studium und Unternehmen variiert, zählt für die Praktikant:innen in der deutschen Lebensmittelbranche weit mehr als nur die finanzielle Vergütung. Neben spannenden Aufgaben und einer guten Betreuung brauchen die Studierenden vor allem ausreichende Wertschätzung sowie Verantwortung und ein positives Arbeitsklima. Denn nur wenn sich der Nachwuchs wohlfühlt, als echtes Teammitglied aufgenommen wird und sein Wissen von Hochschule oder Universität auch wirklich einbringen kann, wird die wertvolle Praxiszeit für beide Seiten zum echten Erfolg.

### Über die Studie

Die Auswertung basiert auf den Antworten von 962 Studierenden und Absolvent:innen, die ihr Praktikum im Zeitraum von 2021 bis Mai 2023 begonnen haben. Die gesamte Studie sowie die Info-Grafik stehen kostenlos zur Verfügung unter: [www.foodjobs.de/gehalt/praktikum](http://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. Die foodjobs Active Sourcing GmbH sucht Kandidat:innen für Positionen bis 80 T€ Gesamtvergütung p. a.

Interview mit Christian Wiechmann vom KIN

# „Unsere Fachkräfte sind gefragter denn je“

Robust durch Krisen zu kommen, wird für die Lebensmittelindustrie zur Schlüsselkompetenz. Umso wichtiger sind ausgebildete Fachkräfte, die Praxis und Theorie miteinander vereinen – wie der Lebensmitteltechniker. Eine etablierte Instanz für alle, die sich nach der Ausbildung oder neben dem Beruf auf diesem Gebiet qualifizieren wollen, ist die Fachschule des KIN-Lebensmittelinstituts in Neumünster. Dazu ein Gespräch mit dem Institutsleiter Christian Wiechmann.



**Herr Wiechmann, die Lebensmittelindustrie sucht händeringend nach Fachkräften, um angesichts der Anforderungen am Markt wettbewerbsfähig zu bleiben. Wie macht sich diese Entwicklung am KIN bemerkbar?**

KIN-Techniker kennen sich mit Lebensmitteln und Haltbarkeit aus und sind ganzheitlich ausgebildete Praktiker. Deshalb sind sie heiß begehrte Spezialisten und derzeit von unseren Mitgliedsunternehmen stark umworben. Nichtsdestotrotz erwarten wir auch am KIN aufgrund des demografischen Wandels sowie durch weniger Auszubildende in den Ernährungsberufen einen Rückgang der Absolventenzahlen. Für das Berufsbild des staatlich-geprüften Lebensmitteltechnikers ergeben sich durch diese Entwicklung aber auch Chancen ...

**... was für welche?**

Die Akademisierung hat eine gewisse „Bildungsinflation“ mit sich gebracht. Zwar gibt es insgesamt weniger Auszubildende, aber diejenigen, die eine Weiterbildung in Betracht ziehen, schauen sich die Optionen sehr viel genauer an, als es noch vor zehn Jahren der Fall war. Gegenüber dem

Universitätsstudium oder dem Industriemeister bietet der Lebensmitteltechniker einen deutlich größeren Zuwachs an Handlungskompetenz sowie ein hohes Maß an sofortiger Einsatzfähigkeit, von dem sowohl die Industrie als auch die Absolventen profitieren.

**Wie wirkt sich dies aus?**

Die Vermittlungsquote am KIN beträgt nahezu 100 Prozent. Zudem finden sich unsere Techniker nach wenig Jahren vor allem im mittleren bis oberen Management wieder. Nur in einigen größeren Konzernen werden nach wie vor für manche Karrierewege noch akademische Abschlüsse vorausgesetzt.

**In welchen Bereichen sind die Techniker tätig?**

In nahezu allen Bereichen entlang der gesamten Wertschöpfungskette für Lebensmittel und Getränke, in den Schwerpunkten, die auch das KIN fokussiert. Dazu zählen folgenden Vertiefungsrichtungen, welche die relevanten Abteilungen von Industrieunternehmen darstellen: Produktentwicklung und Sensorik, Qualitätsmanagement und Lebensmittelsicherheit, Betriebsmanage-

ment sowie Prozess- und Digitalisierungstechnik. Einige Absolventen arbeiten später auch in den Bereichen Einkauf, Vertrieb und Marketing.

**Seit Anfang 2020 gibt es zudem die Fortbildungsbezeichnung Bachelor Professional, welche den Meistertitel ergänzt. Auch Absolventen, die ihre Weiterbildung zum staatlich-geprüften Lebensmitteltechniker erfolgreich am KIN absolviert haben, dürfen sich so nennen. Welche Bedeutung hat dieser Titel für die Branche?**

Er greift den aktuellen Trend der Bachelorisierung auf. Bei dieser Qualifikation handelt es sich um eine landesrechtlich geregelte berufliche Weiterbildung an Fachschulen. Der Bachelor Professional in Technik soll die Gleichwertigkeit von beruflicher und akademischer Bildung zum Ausdruck bringen. Und wenn wir ehrlich sind: Die deutsche Lebensmittelindustrie braucht dringend praktisch ausgebildete Fachkräfte. Und das wird umso wichtiger, seitdem die Fachhochschulen sich verstärkt der theoretisch-wissenschaftlichen Ausbildung verschreiben und erlernte Ausbildungsberufe und/oder zumindest Praktika keine Voraussetzung



© dusanpetkovic1 - stock.adobe.com

mehr für die Zulassung zum Studium sind.

**Das KIN zählt über 260 Betriebe zu seinen Mitgliedern. Folglich haben Sie einen direkten Draht in die Branche. Wie wirkt sich dies auf den Lehrplan aus?**

Die Inhalte werden übergreifend in allen Fächern mit aktuellen Beispielen und Themenbezügen vermittelt. Das ist schon lange grundlegender Bestandteil unseres Weiterbildungskonzeptes „Aus der Praxis für die Praxis“. Auch das Entwickeln und Vermitteln von ressourcenschonenden Prozessen ist kein Neuland für das KIN – so steht beispielsweise in unserem Produktentwicklungszentrum seit über 20 Jahren ein in Europa einzigartiger Autoklav, der alle gängigen Sterilisationsverfahren beherrscht und dessen Hauptzweck es ist, den energieeffizientesten Weg der Haltbarmachung für jedes Produkt zu bestimmen. Insbesondere im Bereich der Anlagentechnik und in der Verpackungstechnik werden die Innovationen in Bezug auf Nachhaltigkeit laufend in den theoretischen und praktischen Unterricht integriert.

**Damit erwähnen Sie einen wichtigen Punkt. Sind Energie- und Ressourcenknappheit Herausforderungen, mit denen auch die Lebensmitteltechnologie aktuell konfrontiert ist?**

Nachhaltigkeit ist ein, wenn nicht sogar das Mega-Trendthema schlechthin. Besonders im Bereich der thermischen Haltbarmachung sind energieeffiziente Verfahren beson-

ders notwendig. Um knappe Ressourcen zu schonen, ist ein intelligenter Umgang während der Herstellung unumgänglich und notwendig, damit Verluste vermieden werden.

**Viele Ihrer Schüler haben bereits Praxisluft geschnuppert und sind mit diesen Anforderungen vertraut. Welche Hürden stellen sich den Absolventen dagegen im Schulalltag?**

Alle Schüler haben einen Gesellenabschluss und mindestens ein Jahr Berufspraxis. Einige unserer Vollzeitschüler müssen nach jahrelanger Tätigkeit das „Lernen wieder erlernen“. Auch ist die naturwissenschaftliche, mathematische und sprachliche Ausbildung für viele mit Anlaufschwierigkeiten verbunden. Insbesondere berufsbegleitend ist da die Disziplin gefragt, sich neben dem Beruf die Zeit für die Erstellung von Hausarbeiten und der Projektbearbeitung einzuräumen. Vielen fällt es durch den starken Bezug zur Unternehmenspraxis einfacher, wenn es Unterstützung aus den Betrieben gibt.

**Was hat die Erfahrung hier gezeigt?**

... dass es sich gut einbinden lässt, da ja alle Seiten davon profitieren. Das Lernen und Verstehen der Inhalte fällt durch den direkten Transfer in den Arbeitsbereich deutlich leichter, da es einen praktischen Bezug hat.

**Bieten Sie auch eine berufsbegleitende Weiterbildung zum Master Professional?**

Der staatlich geprüfte Lebensmitteltechniker erfüllt im Hinblick auf Workload und Curriculum bereits jetzt alle Voraussetzungen für den Master Professional. Die Anerkennung wird mit großer Wahrscheinlichkeit in den nächsten Jahren erfolgen. Wir haben für unsere besten Absolventen unabhängig davon schon heute ein einzigartiges Qualifikationspaket im Angebot: Ab Herbst 2023 wird es die Möglichkeit geben, das akademische Studium bereits während der Weiterbildung zum Lebensmitteltechniker zu starten.

**... das bedeutet?**

Wer bei uns am KIN den Lebensmitteltechniker macht, hat die Möglichkeit, innerhalb von drei Jahren zusätzlich zur Qualifikation als staatlich geprüfter Lebensmitteltechniker (Bachelor Professional), auch den Hochschulabschluss als Bachelor of Arts in Business Administration mit der Vertiefungsrichtung Food Science & Management zu erlangen. Diese Verbindung zwischen praxisorientierter Weiterbildung und akademischem Hochschulstudium ist in dieser Form neu und öffnet die Türen in die Konzerne, die Fach- und Führungskräfte benötigen, die die Belange im Unternehmen auch im wissenschaftlichen und eher wirtschaftlich orientierten Kontext verstehen.



## KIN-Akademie

**Staatlich geprüfter Lebensmitteltechniker:** zweijährige Weiterbildung in Vollzeit (Starttermine: 1. April und 1. Oktober). **Staatlich geprüfter Lebensmitteltechniker, berufsbegleitend in Teilzeit:** dreijährige Weiterbildung berufsbegleitend in Teilzeit (nächster Starttermin: Oktober 2023). **Bachelor-Studium (B.A.) „Business Development Food Products“:** dreijährig berufsbegleitend (nächster Studienstart: auf Anfrage)

Mehr Infos zu allen Angeboten unter [www.kin.de](http://www.kin.de)





Daniel Marschollek

Interview Nestlé Deutschland

# Let's talk about digital skills!

Die Digitalisierung hat das Potenzial, die gesamte Lebensmittelindustrie massiv zu verändern – sei es durch den Einsatz von Künstlicher Intelligenz, die Fehler in der Produktion erkennt, oder durch digitale Tools zur Reduzierung des CO<sub>2</sub>e-Fußabdruckes. Doch nicht nur neue Technologien kommen hinzu, auch Jobs und die Art zu arbeiten wandeln sich rasant. Was es hier vor allem braucht, sind Talente, die sich mit digitalen Innovationen und deren Umsetzung auskennen. Einer, der es wissen muss, ist Daniel Marschollek von Nestlé Deutschland. Wir haben bei dem Head of Digital Transformation einmal nachgefragt und einen Einblick erhalten in seinen digitalen Alltag.

**Herr Marschollek, für die Lebensmittelindustrie geht es heute mehr denn je um Qualität, Sicherheit, Nachhaltigkeit und Wirtschaftlichkeit ihrer Produktion. Was kann die Nutzung von Industrie 4.0 und die digitale Transformation an dieser Stelle bewirken?**

Die digitale Transformation ist ein großer Enabler in allen Bereichen. Wir können zum Beispiel neue Technologien nutzen, um einem jetzt schon existierenden und immer größer werdenden Fachkräftemangel entgegenzuwirken. So beobachten wir heute schon kritische Prozesse und evaluieren Lösungen mithilfe von digitalen Tools – von unseren Werken über die Administration bis hin zu unserem Außendienst.

**Wie werden die digitalen Technologien eingesetzt?**

Ein Beispiel: Im Bereich Qualität setzen wir gezielt auf Künstliche Intelligenz und Bilderkennung, um etwaige Fremdkörper in Produkten frühzeitig zu erkennen oder die richtige Zusammensetzung gemäß der Rezeptur zu überprüfen. Denn nie-

mand möchte etwa ein KitKat ohne Waffeln haben.

**... also Fehler und Ausschuss erkennen, bevor sie entstehen und zu Lebensmittelverlusten führen. Damit ist Nachhaltigkeit ein weiterer Aspekt, der beim Einsatz digitaler Technologien im Fokus steht. Teilen Sie diese Einschätzung?**

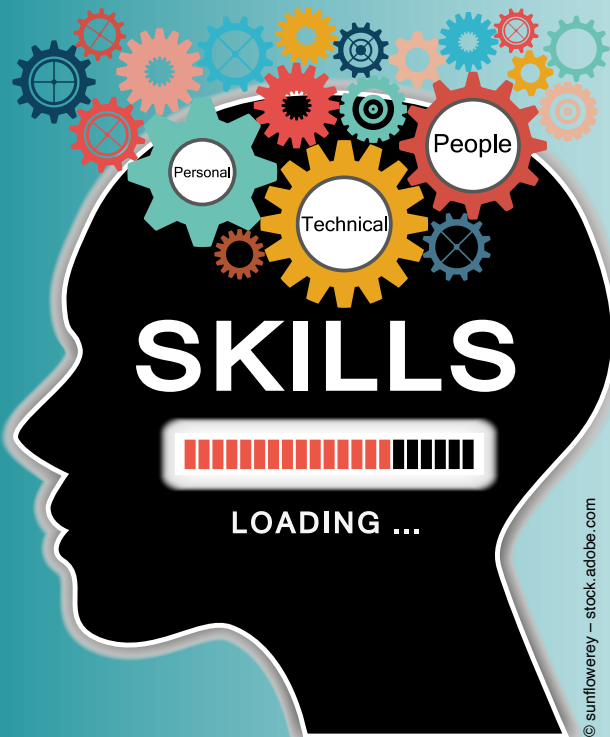
Ja, der Bereich Nachhaltigkeit hat ein großes Feld für den Einsatz von digitalen Lösungen eröffnet. Hier nutzen wir zum einen Daten und Analytics, um Prozesse und Wege zu optimieren und so unseren CO<sub>2</sub>e-Fußabdruck zu reduzieren. Das kann die Optimierung von Routen in der Logistik sein, oder eben die Auswertung von Daten an unseren Produktionslinien, um sie dann nachhaltiger einzustellen. Ein anderes Beispiel sind neue, nachhaltige digitale Plattformen, die wir entwickeln, um zum Beispiel Farmer:innen zusammenzubringen und Praktiken für regenerativen Landwirtschaft zu teilen.

**Welche weiteren Themen treiben die Digitalisierung bei Nestlé voran?**

Bei uns geht es neben Nachhaltigkeit und Kommunikation auch um Effizienz und Wachstum. Gleichzeitig sind der ständige Fortschritt und neue Entwicklungen etwa im Bereich der Künstlichen Intelligenz enorme Treiber der Digitalisierung. Dabei haben wir immer die Verbraucher:innen und ihre Bedürfnisse im Blick. Ebenso spielen die unterschiedlichen Generationen eine wichtige Rolle. Nehmen wir nur die GenZ und deren Art, im digitalen Raum zu kommunizieren und zu agieren.

**Welche Herausforderungen sind damit für das Recruiting verbunden?**

Für uns als Unternehmen liegt die Herausforderung darin, den Überblick zu behalten und eine Einordnung zu schaffen, was für uns relevant ist beziehungsweise sein kann. Wenn wir dies für uns identifiziert haben, gilt es, entsprechend die richtigen Kompetenzen und Job-Profile aufzubauen, um schnell einen Nutzen daraus generieren zu können. Brauche ich zum Beispiel heute jemanden, der virtuelle Welten im Metaverse mitge-



© sunflowerey – stock.adobe.com

staltet, oder einen Prompt Engineer, welcher die richtigen Fragen an KI-Chatbots formuliert? Es kommt ebenfalls darauf an, die richtigen Leute zu rekrutieren und zusammenzubringen sowie Menschen, Themen und Inhalte projektbasiert und cross-funktional optimal zu verbinden. Durch Neugierde, ständiges Lernen und Verbesserungen können so die besten Ergebnisse entstehen.

### **Sind dies auch die Skills, die Nachwuchskräfte im Management jetzt brauchen?**

Fundierte Fachkenntnisse sind die Basis für ein erfolgreiches Management der digitalen Transformation. Mittlerweile decken zahlreiche Studiengänge relevante Digitalthemen mit ab, die besonders wichtig sind. Dazu gehören etwa Aspekte rund um Technologien, Data & Analytics, neue digitale Geschäftsmodelle und Services, E-Commerce und digitales Marketing. Zudem bildet Nestlé die eigenen Mitarbeiter:innen stetig weiter durch gezielte Trainings, Expert:innen-Gespräche, Digital Community Days, Snack Learnings und weitere In-

formationsangebote. Denn nur wer auf dem aktuellen Stand ist, kann auch die Zukunft mitgestalten.

### **Haben sich dadurch auch neue Berufsperspektiven bei Nestlé ergeben?**

Einige Rollen gibt es bereits seit Längerem, wie etwa Digital Transformation Consultants, Digitale Marketers, Data Scientists, Automations Ingenieur:innen und App-Entwickler:innen. Neu dazugekommen

und essenziell für eine zukunftsfähige Aufstellung sind Agile Coaches und Business Translators. Durch den wachsenden Bedarf am Einsatz neuer Technologien beziehungsweise der Entwicklung maßgeschneiderter Lösungen brauchen wir Personen, die zwischen den Verantwortlichen im Business und den Technologiespezialisten übersetzen.

### **Womit wir auch bei Ihren Aufgaben und die vom digitalen Transformationsteam, das Sie bei Nestlé leiten, wären ...**

Ja, das stimmt. Für uns im digitalen Transformationsteam steht das Voranbringen der digitalen Transformation bei Nestlé in Deutschland im Vordergrund. Dazu gehört das Umsetzen und Führen von Projekten. Gemeinsam entwickeln wir digitale Innovationen und neue Geschäftsmodelle. Außerdem treiben wir die Digitalisierung von Arbeitsabläufen, Weiterentwicklung von Produkten und Services hinsichtlich Daten, Personalisierung, den Aufbau von digitalen Ökosystemen und digitalen Lösungen zur Reduzierung des CO<sub>2</sub>e-Fußabdruckes voran.

### **... was steht hier gerade an?**

Für die verschiedenen Geschäftsbereiche und Funktionen erstellt und konzipiert das Team individualisierte Digitalstrategien und Roadmaps. Besonders wichtig ist für uns dabei die Befähigung zu agilen Arbeitsweisen oder das Vermitteln von Wissen zum Umgang mit Daten. Außerdem fungieren wir als Business Translator zwischen den verschiedenen Bereichen und Funktionen.

### **Für alle, die die Digitalisierung als Sprungbrett für ihre Karriere nutzen wollen: Haben Sie Tipps, wie und wo sie sich das dafür notwendige Rüstzeug aneignen können?**

Ein gutes Verständnis für Technologien und betriebswirtschaftliche Zusammenhänge sind zentral. Denn eine gute Digitalstrategie orientiert sich immer an der Strategie eines Geschäftsbereichs. Neugier an neuen Entwicklungen und Trends sowie ständige Lernbereitschaft sind auch elementar, da es oft darum geht, schnell Dinge zu adaptieren und für das Unternehmen einsatzfähig zu machen. Außerdem sind neben Projektmanagementmethoden auch agile Arbeitsmethoden, wie etwa das Arbeiten in Sprints, heute Grundvoraussetzung.

### **Damit sprechen Sie einen wichtigen Aspekt an: Viele Studiengänge beinhalten dies gar nicht oder nur in kleinem Umfang ...**

Von daher sollte jede:r versuchen, sich diese Kompetenzen über andere Wege anzueignen. Ich persönlich schätze die freiwillige Teilnahme an Hackathons, Design Thinkings, Ideation-Sessions und anderen Formaten zur Lösung von Problemen in allen Bereichen des Alltags. Dies vermittelt das nötige Rüstzeug und viele weitere soziale Fähigkeiten, die nützlich für das gesamte Leben sind.



# Wir glauben an Talente. Und an Persönlichkeit.

## Jetzt Karriere starten!



Entdecke unsere vielfältigen  
Einstiegsmöglichkeiten auf  
[www.karriere.edeka/zentrale](http://www.karriere.edeka/zentrale)

Wir ♥ Lebensmittel.



Paria Saber

Traineeprogramm in der EDEKA-Zentrale

– Advertorial –

## Genau das passt zu mir!

Paria Saber schloss erst kürzlich ihr Traineeprogramm in der Hamburger EDEKA-Zentrale ab. Sie berichtet begeistert davon, was sie alles erleben und lernen durfte und warum sie den Bereich Qualitätssicherung so schätzt.

Bei EDEKA, einem der führenden Lebensmittelhändler Deutschlands, startete Paria Saber vor 18 Monaten als Trainee im Bereich Qualitätssicherung. Zuvor hatte sie ihr Studium der Lebensmittelchemie an der Technischen Universität Braunschweig erfolgreich beendet und ihr 2. Staatsexamen beim Landesamt für Verbraucherschutz und Lebensmittelsicherheit absolviert. Sie bewarb sich bei der EDEKA-Zentrale, um die Schnittstelle zwischen Lebensmittelrecht und Qualitätssicherung aktiv mitzugestalten. Auch die guten Sozialleistungen überzeugten sie.

Nach einem strukturierten Bewerbungsverfahren mit Assessment-Center bekam sie eine Zusage für ein Traineeprogramm im Bereich Qualitätssicherung in der EDEKA-Zentrale. „Die Monate, die dann folgten, waren sehr vielseitig und abwechslungsreich. Ich lernte ver-

schiedene Abteilungen kennen und durfte interessante Termine wahrnehmen, wie eine Reise zu einem unserer Fruchtkontore nach Italien. Ich klärte qualitative, produktrechtliche und sicherheitsrelevante Fragen ab oder überprüfte Untersuchungsberichte hinsichtlich der Einhaltung gesetzlicher und unternehmensinterner Vorgaben. Außerdem belegte ich verschiedene Seminare im Bereich Persönlichkeitsentwicklung und Kommunikation“, so Saber. Ein „Buddy“, eine Art Mentor und selbst ehemaliger Trainee, begleitete sie von Anfang an. Seit August arbeitet Paria Saber nun als Junior-Qualitätsmanagerin in der EDEKA-Zentrale. „Als Partner des Einkaufs, genau an der Schnittstelle zwischen Lebensmittelrecht und Qualitätssicherung, die ich mir für mich wünschte, entwickeln wir gemeinsam neue Produkte, führen Verkostungen durch und bringen die Qualität unseres Sortiments immer weiter. Damit habe ich einen Beruf gefunden, der neben vielen Benefits vor allem genau zu mir passt!“



Bell Food Group

## Steile Karriere in einer starken Gruppe

Wer sich etwas traut, Ideen einbringt und gerne täglich aus seiner eigenen Komfortzone austritt, ist bei der Bell Food Group genau richtig!

Anabelle Klusmann hat Wirtschaftsinformatik studiert. Es war ein duales Studium und so arbeitete sie bereits als Studentin bei der Bell Food Group, damals als Projektassistentin. Das war vor 13 Jahren. Seit April dieses Jahres ist sie Mitglied des oberen Managements und leitet die Abteilung Enterprise Architecture & Applications.

Die Bell Food Group, mit über 12.000 Mitarbeitenden, ist Marktführer in der Schweiz im Bereich Fleisch- und Convenience-Produkte. „Die Entwicklung ist rasant: Als ich anfang, zählte die Bell Schweiz AG 6500 Mitarbeitende. Dank Akquisitionen bieten wir heute alles an, was auf den Teller kommt. Das macht das Arbeiten hier so spannend. Es ist immer etwas in Bewegung“, sagt die junge Frau.

Anabelle Klusmann ist heute verantwortlich für Enterprise Architecture, Application Management, IT Security und IT Strategic Purchasing. „Die Unternehmenskultur ist sehr wertschätzend und inkludierend. Lösungen erarbeiten wir zusammen und engagierte Mitarbeitende bekommen die Möglichkeit, Verantwortung zu übernehmen. Diese Kultur kam mir sehr entgegen.“ Sie beschreibt sich als Mensch,



Anabelle Klusmann

der gerne Dinge verbessert und optimiert. Dass sie das in einer Unternehmensgruppe tun kann, die ihr eine große Themenvielfalt bietet und viel Vertrauen entgegenbringt, weiß sie zu schätzen. Ihr Ziel? Sie möchte ihre Abteilung voranbringen. Im Bereich Applikationen gibt es viel Potenzial zur Optimierung und Zentralisierung. Das gelingt ihr deshalb, weil sie weiß, wie wichtig der Austausch unterschiedlicher Bereiche, Abteilungen und Unternehmen untereinander und das „Out-of-the-box-Denken“ ist.

Die Bell Food Group sucht Menschen wie Anabelle Klusmann, die Spaß daran haben, ein Unternehmen durch Eigenverantwortung und -initiative in einem wertschätzenden Team voranzubringen.

## 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](http://www.bellfoodgroup.com/karriere)



Die Marken der Bell Food Group



**BELL  
FOOD  
GROUP**



Trainee im E-Commerce bei Netto Digital

# Vom Newcomer zum Manager

Wer sich im Lebensmitteleinzelhandel für den E-Commerce engagiert und Tools für das Online-Geschäft etabliert, hat digitales Geschick und bleibt mit den neusten Food-Trends auf dem Laufenden. Das nötige Know-how lässt sich von Profis erhalten – etwa im Rahmen eines Trainee-Programms bei Netto Digital, Tochter von Netto Marken-Discount. Christina Stylianou ist Leiterin der Unternehmenskommunikation. Sie erklärt, welche Aufgaben Bewerber und Bewerberinnen erwarten und womit sie im Auswahlverfahren punkten können.

## **Frau Stylianou, welche Karriere- und Job-Perspektiven bieten sich bei Netto?**

Netto Marken-Discount ist es ein sehr großes Anliegen, alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu fördern und die Möglichkeit zu geben, sich weiterzubilden und den persönlichen Karriereweg bei uns zu verfolgen: Wir fördern Mitarbeitende mit individuellen Schulungen und Weiterbildungsprogrammen sowie persönlicher Unterstützung verschiedener beruflicher Ziele. Alle unsere 84.000 Beschäftigten haben die gleichen Chancen, im Unternehmen aufzusteigen und damit ihren individuellen Karrierepfad zu verfolgen.

## **... wie steht es um die Aufstiegschancen für Nachwuchskräfte im Unternehmen?**

Je nach Einsatzmöglichkeit und jeweiligen Zielen ermöglichen wir Nachwuchskräften, Führungspositionen bei Netto zu übernehmen. Unsere Trainees arbeiten in ihrer Traineezeit in verschiedenen Arbeitsbereichen und können sich so ein größtmögliches Wissen aneignen.

## **Können Sie Beispiele geben?**

Im Bereich der IT-Projektierung spezialisieren sie sich tiefgreifend auf spezifische Themen. Im Performance Marketing und Shop-Management werden sie zum Allrounder ausgebildet und im Market Place Management bis hin zum klassischen E-Commerce-Einkauf bereiten sie sich konkret auf die fachlichen Anforderungen vor.

## **Welche Themen stehen bei Netto Digital aktuell im Fokus? Wie wirkt sich das auf die Anforderungen beim Recruiting aus?**

Die technische Weiterentwicklung hat bei Netto Digital hohe Priorität: Der stetige vermarktungsstrategische Ausbau und die Erweiterung unserer digitalen Plattform netto-online.de sowie ein kontinuierlich wachsendes Omni-Channel-Geschäft gehören bei uns zum täglichen Business. Zudem haben wir das Selbstverständnis, eine Verlängerung unseres Filial-Services zu sein: Von Vorbestellservices über Nachsendeservice ausverkaufter Filialartikel bis hin zur Sortimentserweiterung und -ergänzung. So schnell wie sich unser Arbeitsfeld verändert, so flexibel sind



unsere Anforderungen an Bewerberinnen und Bewerber.

## **Das Trainee-Programm „E-Commerce-Manager (m/w/d)“ führt Einsteiger schrittweise an die spätere Tätigkeit heran. Was heißt das konkret?**

Im Verlaufe des Trainee-Programmes verfolgen wir den Ansatz, unsere Nachwuchskräfte möglichst breit aufgestellt auszubilden. Uns ist es wichtig, die größeren Zusammenhänge unserer E-Commerce-Plattform umfassend zu vermitteln. Zusätzlich gehen wir aber in die Tiefe

und je nach Vorkenntnis und thematischer Affinität der Trainees bauen wir gemeinsam Expertenwissen auf. Hierzu wird nach einem intensiven Onboarding-Prozess in verschiedenen Entwicklungsgesprächen eine individuelle Route für die jungen Berufseinsteigerinnen und Berufseinsteiger entwickelt und umgesetzt – stets fachlich begleitet durch unser erfahrenes Team.

### Welchen Studienabschluss sollte ein Trainee dafür mitbringen?

Im Idealfall einen Bachelorabschluss in einem IT- oder marketingorientierten Studiengang. Praktika im E-Commerce-

*Was landet gerade bei wem im Warenkorb? Und was braucht es online für ein positives Shopping-Erlebnis? Diesen Fragen und zahlreichen mehr widmen sich Manager im E-Commerce.*

© LIGHTFIELD STUDIOS – stock.adobe.com

Umfeld können eine zusätzliche Grundlage sein. Eine gewisse Affinität für digitale Themen ist uns sehr wichtig.

### Wie läuft das Auswahlverfahren für die Trainee-Stelle ab?

In gemeinsamen Kennenlern- und Bewerbungsterminen prüfen wir, wie gut Interessierte zu unserem Team, zu Netto und zum Aufgabenbereich passen.

### Welche Fähigkeiten sind wichtig? Woran sollte man Freude haben?

Interessierte sollten auf jeden Fall

Spaß am Themenbereich E-Commerce und Lust auf eigene Lernerfolge und Karriereschritte haben. Teamfähigkeit, Problemlösungskompetenz, Freude an einem dynamischen Arbeitsumfeld, Dialog- und Kommunikationsfähigkeit sowie ein technisches Grundverständnis sind Eigenschaften, die Bewerberinnen und Bewerber mitbringen sollten.

### Wie sind Einarbeitung, Betreuung und Feedback durch die Vorgesetzten geregelt?

Eine professionelle Entwicklung und Teamarbeit haben bei Netto hohe Priorität. Bei der Einarbeitung stehen den Nachwuchskräften erfahrene Kolleginnen und Kollegen, Führungskräfte und Betriebsräte für eine individuelle Förderung zur Seite. Darüber hinaus finden regelmäßige Feedbackgespräche statt.

### Welche Positionen besetzen die Trainees im Anschluss an das Programm?

Trainees mit erfolgreichem Abschluss übernehmen bei uns Positionen im Management in den Bereichen Marketing, Shop-Management und IT-Projektierung. Zudem motivieren wir unsere jungen Kolleginnen und Kollegen, auch Führungspositionen wie Teamleitungen zu besetzen.

### Für alle, die sich für eine Karriere bei Netto Digital interessieren: Was zeichnet Ihr Unternehmen aus?

Unsere Stärke ist, dass wir als einer der größten Lebensmitteleinzelhändler einen zukunftsorientierten Arbeitsplatz mit vielfältigen Aufgaben- und Verantwortungsbereichen bieten. Jedem Einzelnen bieten wir die Möglichkeit, sich kontinuierlich weiterzubilden und langfristig berufliche Perspektiven zu erschließen.

### ... und was könnte ein Anreiz sein, hier einzusteigen?

Motivierten Talenten ist es bei uns bereits in jungen Jahren möglich, eine Führungsposition in unserem Unternehmen zu übernehmen. Dabei unterstützen wir mit fairen Arbeitsbedingungen. Wir bieten flexible Arbeitszeitmodelle, um den Arbeitsplatz optimal an die aktuelle Lebenssituation anzupassen. Qualifizierte und engagierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind die Basis unseres Geschäftserfolges. Wir freuen uns über Bewerberinnen und Bewerber, die sich für den Lebensmitteleinzelhandel interessieren und digital affin sind.

### Können Sie Tipps geben, wie man den Einstieg schafft?

Unser Tipp für Berufseinsteigerinnen und -einsteiger: Seid ehrlich und ihr selbst. Geht im Bewerbungsgespräch offen mit euren Stärken und auch Schwächen um. Sagt gezielt, was eure beruflichen Vorstellungen und Ziele sind – so lässt sich am schnellsten feststellen, ob ihr, das Unternehmen, unser Team und die vakante Stelle zusammenpassen.



### Trainee-Programm E-Commerce Manager bei Netto Digital

- Schrittweise Einarbeitung in die spätere Tätigkeit als E-Commerce-Manager bei Netto Digital in Regensburg
- Planen und Entwickeln der Sortimente mit Fokus auf Kundenbedürfnisse, Umsatz und Profitabilität
- Entwicklung des Onlineshops und digitaler Tools
- Langfristige Strategieentwicklung
- Einkaufsverhandlungen mit internen und externen Partnern



Trainee im Category Management bei der REWE Group

# Einkaufsexpertise gefragt

Die große Kunst im Lebensmitteleinzelhandel ist die Auswahl und Steuerung des Sortiments. Beim Category Management – auch Warengruppenmanagement – werden Produkte zu strategischen Kategorien zusammengefasst. Ein möglicher Einstieg in den Job bietet sich zum Beispiel durch ein Trainee-Programm bei der REWE Group in der Zentrale in Köln. Tipps für den Auswahlprozess geben die beiden Recruiting-Referentinnen Lena Schwerdtfeger und Sandra Kaniuth.

## Welche Karriere- und Job-Perspektiven bietet sich Hochschulabsolventen im Category Management & Einkauf bei REWE?

*Lena Schwerdtfeger:* Grundsätzlich gibt es vielfältige Karrieremöglichkeiten und Jobperspektiven, zum Beispiel ist ein Einstieg als Einkaufsassistentin oder, je nach Vorerfahrung, auch als (Category) Buyer möglich. Eine weitere Chance zum Einstieg bietet das Trainee-Programm „Ei-

genmarken Einkauf, Entwicklung & Nachhaltigkeit Ware National | International“.

## Wie ist der grobe Ablauf des Programms?

*Sandra Kaniuth:* Der genaue Ablauf des Programms kann variieren. Aber im Allgemeinen umfasst es Rotationsphasen in verschiedenen Abteilungen des Einkaufs, den Einsatz in einzelnen Schnittstellen-Abteilungen



wie CM, Logistik und Marketing, die Mitarbeit bei der Entwicklung von Eigenmarken, kombiniert mit Schulungen und Projektaufgaben.

## Was sind die wesentlichen Tätigkeiten im Arbeitsalltag?

*Lena Schwerdtfeger:* Die Trainees arbeiten an realen Aufgaben mit und erhalten eine umfassende Einarbeitung in die verschiedenen Einkaufsbereiche bei der REWE Group. Hier geht es um die Entwicklung, Beschaffung sowie Zusammenstellung unterschiedlicher Produkte und Dienstleistungen für die Märkte sowie die Verwaltung und Koordination der 6.500 Lieferanten der REWE Group. Darüber hinaus gestalten Category Manager das Sortiment in seiner Breite und Tiefe.

## Für welche Herausforderungen im Job sollte man gewappnet sein?

*Sandra Kaniuth:* Analytisches Denkvermögen, Verhandlungsgeschick,



## ! Typische Aufgaben im Category Management

- Einkauf bei Lieferanten
- Entwicklung und Umsetzung von Maßnahmen zur Sortiments-, Preis- und Platzierungsoptimierung
- Marktbeobachtung und -analyse des Wettbewerbs hinsichtlich des Sortiments und der Marktpreise inklusive Trendscouting zur Identifikation von Produktinnovationen
- Lieferantenverhandlungen und -management inklusive Preis und Konditionen
- Mitwirkung an der Entwicklung neuer Produkte und Eigenmarken im entsprechenden Produktbereich
- Ausschreibung der Eigenmarken, inklusive Angebots- und Qualitätsbewertung sowie Kaufentscheidung und Listung
- Entwicklung, Planung und Umsetzung des Sortiments
- Ein- und Auslistung von Produkten
- Sicherstellung der Warenverfügbarkeit



© Lumeez/peopleimages.com – stock.adobe.com

Kommunikationsfähigkeit, Teamfähigkeit und eine hohe Affinität zu Produkten und Trends sollten Kandidat:innen mitbringen, um Spaß im Job zu haben. Freude am Umgang mit Zahlen, Kreativität bei der Produktentwicklung und betriebswirtschaftliches Denken sind ebenfalls von Vorteil.

*Lena Schwerdtfeger:* Spannend bleiben der Einkauf und das Category Management auf jeden Fall auch in der Zukunft. Schließlich zeichnen sich schon heute besondere Herausforderungen wie dynamischer Wandel des Kaufverhaltens, Trendentwicklungen oder auch stark volatile Ressourcenverfügbarkeiten ab, für die es Lösungen braucht.

#### Wie ist die Einarbeitung durch die Vorgesetzten geregelt?

*Sandra Kaniuth:* Die Betreuung und das Feedback werden bei der REWE Group individuell gestaltet. In der

Regel wird den Trainees ein persönlicher Mentor zur Seite gestellt, der sie während des Programms begleitet. Es gibt regelmäßige Feedbackmeetings, in denen die Trainees ihre Entwicklung besprechen können und Unterstützung erhalten.

#### Welche Positionen besetzen die Trainees im Anschluss an das Programm?

*Lena Schwerdtfeger:* Nach Abschluss des Programms können die Trainees je nach ihren individuellen Stärken, Interessen und den aktuellen Stellenangeboten bei der REWE Group in verschiedenen Positionen eingesetzt werden. Angestrebte Position ist die klassische Position eines Einkäufers beziehungsweise (Category) Buyers.

#### Wie läuft das Auswahlverfahren für die Trainee-Stelle ab?

*Sandra Kaniuth:* Das Auswahlverfahren für das Trainee-Programm bei REWE besteht in der Regel aus mehreren Prozessschritten. Der erste ist die Einreichung der Bewerbungsunterlagen über das Online-Bewerbungsportal. Die Unterlagen sollten vollständig und gut strukturiert sein. Nach deren Sichtung werden geeignete Kandidaten für weitere Auswahlverfahren eingeladen. In dieser Phase findet ein erstes Interview

statt, entweder telefonisch oder über eine Videokonferenz. Hier haben die Bewerber die Möglichkeit, ihre Motivation, ihre Erfahrungen und ihre fachlichen Kenntnisse zu präsentieren. Die nächste Runde besteht aus einem Assessment Center, in dem verschiedene Aufgaben und Übungen durchgeführt werden. Dies kann Gruppendiskussionen, Fallstudien, Präsentationen oder Rollenspiele umfassen.

#### Welche Tipps können Sie für den Auswahlprozess geben?

*Lena Schwerdtfeger:* Informieren Sie sich im Vorfeld ausführlich über die REWE Group und die Position, für die Sie sich bewerben. Zeigen Sie Ihre Motivation und Begeisterung für den Bereich des Eigenmarken-Einkaufs und der Entwicklung.

*Sandra Kaniuth:* ... auch sollte man sich gut auf mögliche fachliche und persönliche Fragen vorbereiten und über die eigenen Stärken und Entwicklungsfelder nachdenken. Es bietet sich an, auf Erfahrungen und Ergebnisse aus vorherigen Projekten oder Praktika einzugehen, die relevant für die Stelle sein könnten. Wer authentisch und ehrlich während des gesamten Auswahlprozesses bleibt, ist klar im Vorteil. Und last but not least: Rückfragen stellen!



### Über die REWE Group

Die REWE Group ist mit ihren über 380.000 Beschäftigten in 21 europäischen Ländern präsent. Im Jahr 2022 erzielte das Unternehmen einen Gesamtaußenumsatz von rund 85 Milliarden Euro. Zu den Vertriebslinien zählen Super- und Verbrauchermärkte der Marken REWE, REWE Center sowie Billa, Billa Plus und ADEG, der Discounter Penny, IKI, die Drogeriemärkte BIPA sowie die Baumärkte von toom. Hinzu kommen die Convenience-Märkte REWE To Go und die E-Commerce-Aktivitäten REWE Lieferservice und Zooroyal. Die Lekkerland-Gruppe umfasst die Großhandels-Aktivitäten der Unternehmensgruppe im Bereich der Unterwegsversorgung.

## Kaufland

# Einsteigen und durchstarten: Alexanders Weg zur Führungskraft bei Kaufland

Nach 12 Monaten eine eigene Filiale leiten? Das Traineeprogramm zur Führungskraft – Filiale bei Kaufland macht dies möglich! Alexander Schestak hat das Traineeprogramm durchlaufen und sich so innerhalb von einem Jahr zum Hausleiter entwickelt. Im Interview gibt er exklusive Einblicke in seine Traineezeit und seinen Arbeitsalltag.

Bereits als Schüler ist Alexander in die Welt des Lebensmitteleinzelhandels eingetaucht: als Ferienaushilfe hat er bei Kaufland erste wertvolle Einblicke in das Filialgeschäft erhalten. Eine Tätigkeit, der er auch während seiner Studienzeit treu geblieben ist. Was ihn bereits damals an seiner Arbeit beeindruckte? Die vielfältigen Aufgaben und Perspektiven, die Kaufland als Arbeitgeber bietet. Nach dem Abschluss seines Masterstudiums entschied er sich zunächst für eine andere berufliche Richtung. Sein Weg führte ihn aber doch wieder zurück zu Kaufland als Trainee in der Filiale, nicht zuletzt deshalb, weil er sich positiv erinnerte: „Hier ist grundsätzlich alles möglich. Kaufland bietet mir vielfältige Entwicklungsmöglichkeiten!“

### Entwicklung im Fokus

Binnen der zwölf Monate lernte Alexander in dem Traineeprogramm alle Prozesse in der Filiale und relevante Fachbereiche des Unternehmens kennen. Ein fester Bestandteil ist beispielsweise der Schnittstelleneinsatz in der Unternehmenszentrale. Hier erhielt er tiefere Einblicke in das Controlling sowie den Bereich Warenfluss. Im Rahmen seiner Projektarbeit widmete er sich der spannenden Frage, wie Kaufland für seine Kunden auch noch nach 2030 attraktiv bleiben kann. So beschäftigte er sich unter anderem mit den Möglichkeiten, die die Digitalisierung in diesem Zusammenhang bietet – immer mit dem Ziel vor Augen, den Einkauf für die Kunden zum Erlebnis zu machen.

Neben all den praktischen Fertigkeiten werden im Traineeprogramm auch Sozial- und Führungskompetenzen gestärkt. Alexander besuchte beispielsweise Schulungen zu den Themen Personalführung und Mitarbeiterentwick-

lung, um optimal auf seine zukünftige Hausleiterfunktion und die damit einhergehende Mitarbeiterverantwortung vorbereitet zu sein.



Alexander Schestak

### Individuelle Förderung und Teamzusammenhalt

„Das Traineeprogramm ist stark auf Netzwerken und das Erleben der Unternehmenskultur ausgerichtet“, sagt der heutige Hausleiter. Er schätzt es sehr, dass man bei Kaufland in einem fairen und direkten Miteinander zugleich gefordert und gefördert wird. Vor allem die offene Feedbackkultur im Unternehmen findet er wichtig: „Nur wer weiß, was noch besser gemacht oder was erreicht werden kann, kann sich selbst verbessern. Jeder im Team ist in seiner Position in gleicher Weise wichtig und trägt zum Gesamterfolg bei.“ Alexander spricht aus Erfahrung, denn bereits nach kurzer Zeit durfte er die Vertretung der Hausleitung im Raum Augsburg übernehmen. Dabei konnte er sich zu jeder Zeit auf sein Filialteam verlassen, das ihn tatkräftig bei seiner Herausforderung unterstützte und maßgeblich zum Erfolg beitrug.

### Die Zukunft des Handels gemeinsam gestalten

Sein erworbenes Wissen konnte Alexander direkt nach Abschluss seines einjährigen Traineeprogramms in seiner Zielposition als Hausleiter anwenden. Er selbst sagt: „Kaufland überträgt mir eine große Verantwortung. Ich habe viele Möglichkeiten, meine Filiale gemeinsam mit meinem Team zum Erfolg zu führen, und es macht Spaß, zu sehen, was gemeinsam im Team alles möglich ist.“ Die dynamische Welt des Lebensmitteleinzelhandels sorgt auch weiterhin bei Alexander für Begeisterung: „Ich finde es klasse, in den dynamischen Prozessen so viel mitwirken und mich einbringen zu können. Wie sich unser Handeln in den Filialen direkt auf das Einkaufsverhalten unserer Kunden auswirkt, fasziniert mich jeden Tag aufs Neue.“

Weitere Informationen über das Traineeprogramm bei Kaufland findest du unter [kaufland.de/traineeprogramm](https://www.kaufland.de/traineeprogramm)





# ZEIT FÜR WAS NEUES: EINSTEIGEN UND DURCHSTARTEN.

ALS TRAINEE ZUR  
FÜHRUNGSKRAFT - FILIALE (m/w/d)



**Einstieg  
quartals-  
weise  
möglich!**

Bewirb dich unter  
**[kaufland.de/  
traineeprogramm](https://www.kaufland.de/traineeprogramm)**



Innovative Ingredients im Fokus

# Experten für Trends

Neben den großen und mittleren Lebensmittelunternehmen sowie dem Handel sind die auf bestimmte Zutaten und Rohstoffe spezialisierten Hersteller ein wichtiger Innovationstreiber und Jobmotor in der Food-Branche. Ihr Produktportfolio reicht von Aromen und Farben über eine Vielzahl von Ingredients bis hin zu Frucht- und Gemüsekomponenten. Vor allem im Bereich pflanzlicher Alternativen ist ihr technologisches Know-how zu neuen Rezepturen gefragt. Bedient werden eine Vielzahl nationaler und internationaler Lebensmittel- und Getränkehersteller. Die vielfältigen Trends zu bedienen, steht bei ihnen an erster Stelle. Zum Beispiel bei Hydrosol und Planteneers, zwei Unternehmen, die zur Stern-Wywiol-Gruppe gehören.

Wann wird eine Zutat zum Trend? Wer Innovationen für die Lebensmittelindustrie entwickelt, muss die Verbraucherwünsche fest im Blick haben. Nur so lassen sich authentische Produkte kreieren und ein direkter Draht zum Konsumenten aufbauen. Das gilt vor allem für eine Tätigkeit bei einem auf Rohstoffe und bestimmte Zutaten spezialisierten Hersteller. Nicht nur als Lieferanten von Ingredients, ebenso bei der umfassenden Beratung und Support ist ihre Expertise gefragt. „Die Nähe zum Markt ist entscheidend für uns. Nur so können wir unseren Kunden die Lösun-

gen bieten, die sie benötigen – und die sie von uns erwarten“, sagt Dr. Matthias Moser, Geschäftsführer der Food Ingredients Division der Stern-Wywiol-Gruppe. Mit einem Umsatz von 764 Millionen Euro verbuchte die Hamburger Stern-Wywiol-Gruppe im Jahr 2022 erneut einen Zuwachs im zweistelligen Prozentbereich. Mit zwölf Spezialbetrieben in Deutschland, zehn Technologiezentren und Produktionsstandorten in neun Ländern gehört der inhabergeführte Firmenverbund zu den Global Playern im Bereich der Food & Feed Ingredients. Zwei der

Wachstumstreiber sind die Tochterunternehmen Hydrosol und Planteneers. Während sich Hydrosol seit vielen Jahren als einer der führenden Anbieter für Stabilisierungs- und Texturierungssysteme im Markt etabliert hat, zählt Planteneers zu den erfolgreichen Newcomern im Wachstumsmarkt der pflanzlichen Alternativen.





## Umfangreiche Anwendungstechnik

Neben dem richtigen Gespür für aufkommende Trends sind intensive Forschung und die Entwicklung von innovativen Technologien wesentliche Faktoren für den Erfolg beider Unternehmen. Als Teil der Stern-Wywiol-Gruppe nutzen Hydrosol und Planteneers diverse Synergien. Den Unternehmen steht das gesammelte Know-how von rund hundert F&E-Spezialisten im Ahrensburger Stern Technology Center mit umfangreicher Anwendungstechnik zur Verfügung. Als Teil des Technologiezentrums ist das 2019 gegründete Plant Based Competence Center der Kreativpool für alternative Lösungen und das Herzstück von Planteneers. Kunden profitieren zudem von dem internationalen Netzwerk der Gruppe, bestehend aus 19 Filialen und zahlreichen qualifizierten Auslandsvertretungen in den bedeutenden Schlüsselmärkten. Hinzu kommen gemeinsam genutzte Produktionsanlagen bis hin zur gruppeneigenen Logistik.

## Globale Herausforderungen meistern

Während der Coronakrise haben sich Trends und Bedürfnisse in den Weltregionen unterschiedlich stark entwickelt und regional verändert – ebenso wie die Lebensmittel. „Nachhaltigkeit und Klimaschutz, Rohwarenknappheit und ökonomische Produkte, diese Trends sind regional unterschiedlich stark im Interesse von Produzenten, Handel und Verbrauchern“, sagt Moser. Sowohl bei Hydrosol als auch bei Planteneers richtet man sich auf die jeweiligen Schlüsselmärkte aus: Von der MENA-Region über den Asia-Pazifik-Raum bis nach Lateinamerika. Themen, die hier in der Entwicklung gerade im Fokus ste-

hen, sind etwa ökonomische Rezepturen für Fleisch- und Wurstwaren, Milchprodukte und Feinkost sowie Healthy Eating. Daneben liegt der Fokus vor allem auf Lösungen für den europäischen und nordamerikanischen Markt. Hauptthema dabei sind pflanzliche Alternativen, inklusive der zahlreichen Möglichkeiten, die Planteneers bietet.

## Zukünftige Trends mitgestalten

„Herausforderungen bei der Rohstoffbeschaffung, erhöhte Energiekosten, steigende Ansprüche einer wachsenden Weltbevölkerung an Geschmack, Aussehen und Qualität von Lebensmitteln und nicht zu vergessen: Klimawandel und Digitalisierung. Die Welt verändert sich rasanter als je zuvor“, erklärt Moser. „Wir sehen bei all den Hürden auch die Chance, mit wissenschaftlichen und technologischen Innovationen die passenden Lösungen auf die großen Herausforderungen zu bieten.“ Ein Beispiel dafür ist die zelluläre Landwirtschaft – also Verfahren zur Herstellung tierischer Produkte aus Zellen. „Sowohl der zelluläre Ansatz zur Herstellung von kultiviertem Fleisch als auch die Präzisionsfermentation zur Gewinnung von Milchproteinen bieten die Chance, auch in Zukunft mit innovativen Rohwaren und Produkten zu arbeiten“, so Katharina Schäfer, Teamleiterin Produktmanagement Hydrosol. „Natürlich gibt es bei der Entwicklung dieser Zukunftstechnologien derzeit noch Herausforderungen – unter anderem die Skalierung oder auch die Akzeptanz seitens der Konsumenten. Sobald diese jedoch überwunden sind, können die Zukunftstechnologien einen wesentlichen Beitrag zur nachhaltigen Ernährung der wachsenden Weltbevölkerung leisten.“

Hydrosol und Planteneers arbeiten intensiv an zukunftssträchtigen

Konzepten. Im Mittelpunkt stehen Ingredients wie neue Proteine und Enzyme, Mega-Trends wie Gesundheit & Ernährung sowie die Bereiche Digitalisierung und Rohstoffbeschaffung. „Wir sind der Meinung, dass wir in eine vielversprechende Zukunft mit vielen Möglichkeiten blicken“, so Moser. „Die Lebensmitteltechnologie ist eine der Schlüsseltechnologien des 21. Jahrhunderts. Davon bin ich mehr denn je überzeugt.“



## Über Hydrosol und Planteneers

Die Hydrosol GmbH & Co. KG mit Sitz in Ahrensburg gehört unter den Anbietern von Stabilisatoren für Lebensmittel zu den international stark wachsenden Unternehmen mit weltweiten Niederlassungen. Die Experten entwickeln und produzieren maßgeschneiderte Stabilisierungs- und Texturierungssysteme für Milchprodukte, Speiseeis und Desserts, Feinkost und Fertiggerichte sowie Fleisch-, Wurst- und Fischwaren. Die Planteneers GmbH, die ihren Firmensitz ebenfalls in Ahrensburg bei Hamburg hat, entwickelt und produziert individuelle Systemlösungen für pflanzenbasierte Alternativen in den Bereichen Fleisch-, Wurst- und Fischwaren sowie Käse, Milchprodukte und Feinkost.

Mehr zu Hydrosol und Planteneers und den Karriereoptionen unter

[www.planteneers.com](http://www.planteneers.com)

[www.stern-wywiol-gruppe.de](http://www.stern-wywiol-gruppe.de)

[www.hydrosol.de](http://www.hydrosol.de)



AVO-Werke August Beisse

# Von der Idee zum fertigen Gewürz

Vom Rohgewürz bis hin zur Ölmarinade: Bei der AVO-Werke August Beisse liegt der Fokus auf der Entwicklung von Gewürzen für die Lebensmittelindustrie, das Lebensmittelhandwerk sowie den Lebensmitteleinzelhandel.

Guter Geschmack, hohe Qualität und ein feines Gespür für Trends sind die wesentlichen Komponenten des Erfolgs der AVO-Werke August Beisse in Belm bei Osnabrück. Mit über 650 Mitarbeitenden und zahlreichen Auslandsvertretungen zählt sich das Unternehmen zu den führenden Spezialisten für Verarbeitungsgewürze in Deutschland und Europa.

Bei den AVO-Werken geht es jeden Tag darum, Ernährungstrends in umsatzstarke Produkte zu verwandeln. So entstehen seit 100 Jahren köstliche Gewürze. Die Palette der hergestellten Kompositionen reicht von Marinaden in verschiedenen Varianten über Trockenwürzungen bis zu vegetarischen, veganen und hybriden Produkten unter Berücksichtigung alternativer Proteine. Auch technologische Themen wie Bindung, Emulgie-

rung, Geschmacksverbesserung oder Frischhaltung unterschiedlichster Lebensmittel stehen im Vordergrund. Für seine Ziele und den europaweiten Erfolg arbeitet AVO konsequent an der Effizienz seiner Prozesse und baut die Technologien und Anlagen permanent aus. Auch deshalb steht am Unternehmenssitz in Belm Europas modernste Produktionseinrichtung im Bereich der Verarbeitungsgewürze. Bei allen Aktivitäten setzt man auf eine

kollegiale Zusammenarbeit. Allen Mitarbeitenden bietet das Unternehmen verschiedene Chancen zur Weiterentwicklung an. Welche Fähigkeiten Absolventinnen und Absolventen benötigen, die sich für einen Einstieg interessieren und welche Chancen es dafür bei AVO gibt, erklärt Marie-Luise Klausmeyer, Referentin für Marketingkommunikation und stellvertretende Abteilungsleiterin Marketing, im Interview.

Interview mit Marie-Luise Klausmeyer

## „Wir haben unser Ohr immer am Markt“

**Frau Klausmeyer, wie sichern die AVO-Werke ihre Position als Marktführer für Verarbeitungsgewürze in Deutschland und Europa?**

Der Schlüssel unseres Erfolgs besteht darin, dass wir unsere Kunden stets in den Mittelpunkt stellen. Uns ist es besonders wichtig, auf

die Bedürfnisse unserer Kunden einzugehen und ihnen individuelle Lösungen anzubieten, die den Geschmack der Konsumentinnen und Konsumenten treffen. Entsprechend spielt die Produktentwicklung bei uns eine sehr zentrale Rolle. Ein Team von Lebensmittel- und

Fleischtechnologien, Ökotrophologen und Köchen kreiert jeden Tag neue Würzungen und Saucen und testet sie in unserem hauseigenen Technikum direkt im Endprodukt. Wir bieten



Marie-Luise Klausmeyer

nicht nur Komplettlösungen, sondern darüber hinaus auch noch eine intensive fachliche Beratung.

### **Welche Rolle spielen Food-Trends dabei?**

Food-Trends sind sehr wichtig für uns. Denn nur wer Geschmacks-trends frühzeitig erkennt, kann Würzungen kreieren, die die Neugier der Verbraucherinnen und Verbraucher wecken und sie nachhaltig überzeugen. Wir haben daher unser Ohr immer am Markt und sind auf der Suche nach neuen Trends, die unseren Kunden einen Wettbewerbsvorteil verschaffen.

### **Stichwort Veggie-Trend: In Deutschlands Supermärkten wächst das Sortiment an veganen und vegetarischen Produkten und Produzenten in diesem Segment. Stellt sich die Frage, wie Sie Ihre Rezepturen umstellen können ...**

Mit unserer Produktlinie Vegavo bieten wir einfach einzusetzende Texturen und Compounds an, mit denen sich auf bestehenden Anlagen eigene vegane Produkte herstellen lassen. Außerdem beraten wir umfassend zum Thema alternative Proteine. Und natürlich findet man in unserem Sortiment für nahezu jedes Produkt auch die passende Würzung.

### **Welche Aspekte stehen bei der Produktentwicklung besonders im Vordergrund?**

Das ist pauschal schwierig zu beantworten, da unsere Produktentwicklung je nach Kundenwunsch sehr individuell arbeitet. Aktuell beschäftigen wir uns übergreifend mit dem Thema Clean Label, das heißt Produkte frei von Zusatzstoffen oder auch Allergenen. Außerdem haben wir vor dem Hintergrund der Nachhaltigkeit unsere Marinaden von Palmfett auf Rapsöl umgestellt. Bei der

zunehmenden Vielfalt an alternativen Proteinprodukten spielen vor allem die Textur und die Maskierung von Fremd- oder Fehlgeschmäckern eine wichtige Rolle, damit sie langfristig zu einer überzeugenden Alternative für Verbraucherinnen und Verbraucher werden. Alles in allem gilt es also, Anforderungen an den Geschmack, die Technologie und die Nachhaltigkeit in Einklang zu bringen – ein sehr spannendes Feld!

### **In der Food-Branche kommt es zudem mehr denn je auf nachhaltiges Handeln und eine ressourcenschonende Produktion an. Wie wirken sich diese Anforderungen auf den betrieblichen Alltag und geforderte Fachkenntnisse aus?**

Uns war früh klar, dass wir unser Unternehmen nachhaltig ausrichten müssen und dazu ein ganzheitliches Nachhaltigkeitsmanagement brauchen. Dieses Vorhaben ist sehr komplex, weshalb wir hierfür eine neue Vollzeitstelle geschaffen haben: Mit Louis Rosenzweig haben wir nun einen Nachhaltigkeitsmanager mit an Bord.

### **Was sind seine Aufgaben?**

Er hat uns zur Zertifizierung nach dem ZNU-Standard Nachhaltiger Wirtschaften geführt, koordiniert bereichsübergreifende Nachhaltigkeitsprojekte und sorgt dafür, dass wir unsere gesteckten Nachhaltigkeitsziele erreichen. In Workshops mit unserem interdisziplinären Nachhaltigkeitsteam wird zudem Know-how weitergegeben und gemeinsam an Lösungen gearbeitet, sodass nachhaltiges Denken und Handeln in allen Geschäftsbereichen implementiert wird.

### **Welche Fachkräfte sind darüber hinaus bei Ihnen gefragt?**

Auch wir spüren den Fachkräftemangel und sind auf der Suche

nach neuen Talenten, die sich für die Welt der Gewürze begeistern. Bei uns warten unterschiedliche Aufgaben, weshalb wir für verschiedenste Fachkräfte spannende Jobchancen bieten. Ganz aktuell würden wir uns über Verstärkung in der Produktion freuen, etwa durch Lebensmitteltechniker, Maschinen- und Anlagenführer, Industriemechaniker und Mechatroniker. Da wir 2020 ein neues, großes Logistikzentrum auf unserem Werksgelände eröffnet haben, sind auch Logistikmitarbeiter bei uns gefragt. Und auch in der Verwaltung bieten sich vielfältige Möglichkeiten, beispielsweise in der IT zur Unterstützung von Digitalisierungsprojekten. In fast allen dieser Bereiche bilden wir übrigens auch aus.

### **Welche Perspektiven bieten sich Absolventen und Young Professionals, die bei Ihnen ihre Karriere starten wollen?**

Bei AVO bieten sich vielfältige Entwicklungs- und Weiterbildungsmöglichkeiten, denn unser Ziel ist es, dass jeder und jede seine beziehungsweise ihre Stärken optimal einbringen kann.

### **Was würden Sie sagen, zeichnet AVO als Arbeitgeber aus?**

Als Arbeitgeber zeichnet uns unsere gelebte Familienkultur aus. Die ist bei AVO nicht nur ein Buzz Word: Seit der Gründung im Jahr 1921 sind die AVO-Werke im Familienbesitz. Entsprechend liegt uns ein freundliches und wertschätzendes Arbeitsklima besonders am Herzen. Das zeigt sich auch in unseren umfangreichen Sozialleistungen, wie Urlaubs- und Weihnachtsgeld, betrieblicher Altersvorsorge oder Treueprämien für langjährige Betriebszugehörigkeit. Wer also Lust hat auf einen sicheren Job in einer der größten Branchen Deutschlands, der ist bei uns herzlich willkommen!





Givaudan  
Human by nature



Tu Nguyen

– Advertorial –

Givaudan

## Unverzichtbar im Alltag – Produkte, die begeistern!

Givaudan, ein weltweit führendes Unternehmen, liebt es, gemeinsam mit seinen Kunden Produkte zu entwickeln, die uns allen unvergessliche Momente und Erlebnisse bescheren. Vom Lieblingsgetränk bis zur täglichen Mahlzeit, vom Luxusparfüm bis zur Wäschepflege – Givaudans Produkte machen unser Leben glücklicher und gesünder und sind aus unserem Alltag nicht mehr wegzudenken.

Givaudan ist einer der weltweit führenden Hersteller von Aromen und Duftstoffen für die Lebensmittel- und Kosmetikindustrie. Mit über 17.000 Mitarbeitenden an 166 Standorten ist Givaudan rund um den Globus vertreten.

Tu Nguyen, Commercial Management Trainee im Bereich Taste & Wellbeing, fühlt sich bei Givaudan am Standort Dortmund sehr wohl. Sie schätzt die positive und offene Arbeitskultur, die sie inspiriert, Ideen zu entwickeln und zu teilen. Herausforderungen werden bei Givaudan als Chance gesehen, sich persönlich weiterzuentwickeln. Hier wird vorausgedacht, Konventionen werden hinterfragt und Diskussionen sind ausdrücklich erwünscht.

### Ein inklusiver Arbeitsplatz mit Weltoffenheit

Tu schätzt die internationale Atmosphäre bei Givaudan und empfindet den Arbeitsplatz als Mitarbeiterin aus einem anderen Kulturkreis als wirklich inklusiv. Freundlichkeit, Geduld und Unterstützung sind hier selbstverständlich. Givaudan besteht aus einem tollen Team von Kolleginnen und Kollegen aus der ganzen Welt, und Tu ist dankbar, ein Teil davon zu sein. Der Einarbeitungsprozess war strukturiert und professionell, und ihr Traineeprogramm ermöglichte es ihr, in verschiedenen Abteilungen zu lernen und zu arbeiten.

In den einzelnen Abteilungen kümmern sich die Kolleginnen und Kollegen um sie, zudem hatte sie einen „Buddy“, der in allen Arbeitsbereichen und -fragen unterstützte. Vor allem aber gibt es klare Lernziele, an denen man sich bei Givaudan orientieren kann. Givaudan hört auf die Wünsche der Mitarbeitenden, erkennt Potenziale und fördert persönliche Erfolge. Es gibt viele Möglichkeiten, sich

immer wieder neu zu erfinden und sich neuen Herausforderungen zu stellen.

### Zusätzliche Entwicklungschancen für Talente

Tu schätzt die zahlreichen Weiterbildungs- und Entwicklungsmöglichkeiten bei Givaudan, egal ob es um Führungsqualitäten, Fachkompetenzen oder Soft Skills geht. Als eines der führenden Unternehmen der Branche bietet Givaudan seinen Mitarbeitenden stets aktuelles und innovatives Wissen. Tu möchte sich zunächst branchenspezifisches Fachwissen aneignen und die internen Prozesse und Strukturen gründlich verstehen. Sie möchte den Markt und die Bedürfnisse der Kunden verstehen. Langfristig möchte sie eigene Strategien entwickeln und ihre Führungsqualitäten ausbauen.

Givaudan bietet angenehme Arbeitsbedingungen, wie eine flexible Wochenarbeitszeit von 37,5 Stunden. Ein weiterer Vorteil ist die Möglichkeit, von zu Hause aus zu arbeiten. Auch Teilzeitmodelle sind möglich. In Sachen Urlaub bietet Givaudan großzügige 30 + 5 Tage pro Jahr. Klingt gut? Dann schau doch mal hier vorbei:

[jobs.givaudan.com](https://jobs.givaudan.com)

### Derzeit offene Stellen in Dortmund

- Customs & Trade Manager Germany (m/f/d)
- Head Taste & Sense Advocacy & Scientific Affairs (m/f/d)
- Technical Manager Flavour Creation & Application Germany (m/f/d)
- Quality Management Trainee Europe (m/f/d)



Ehrmann

## Entdecke deine Chancen!

Trotz des Wachstums und der Internationalisierung bei Ehrmann bleiben die Hierarchien flach, die Strukturen familiär und die Chancen auf eine starke Entwicklung riesig. Die Teamleiterin des Bereichs Aus- und Weiterbildung, Cora Kaim, macht vor, was hier alles möglich ist.

Die Firma Ehrmann ist ein international erfolgreiches Familienunternehmen aus dem Allgäu. Das Hauptgeschäft von Ehrmann sind Joghurt-, Quark- und Dessertprodukte. Cora Kaim, Teamleiterin Aus- und Weiterbildung, schätzt an Ehrmann „das familiäre Umfeld“. Es mache die Unternehmenskultur besonders und ermögliche starke Entwicklungsmöglichkeiten.

Die junge Frau startete direkt nach ihrem Studium in einer Junior-Position im HR-Bereich und wurde dort in die HR-Themen mit Schwerpunkt Personalentwicklung und Recruiting eingearbeitet. Schon nach zwei Jahren durfte sie den Bereich Personalentwicklung operativ und strategisch übernehmen. Ein Jahr später bekam sie die Chance, als Teamleiterin den Bereich Aus- und Weiterbildung zu leiten. „So lernte ich einen neuen Aufgabenbereich kennen und übernahm Führungsverantwortung.“ Viele Themen erarbeitet sie eigenständig – bei Fragen oder Problemen kann sie sich auf ihr Team und ihre

Vorgesetzten verlassen. Neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter erfahren vom ersten Tag an tatkräftige Unterstützung, beschreibt Cora Kaim. Sie werden in Empfang genommen und erhalten Informationen zum Unternehmen und den wichtigsten Prozessen sowie Hygiene- und Arbeitssicherheitsschulungen. „Da wir ein Lebensmittelbetrieb sind, sind diese beiden Themen besonders wichtig.“

Danach geht's in die jeweiligen Fachbereiche, wo vorab festgelegte Pläne die Einarbeitungszeit strukturieren. Bei neuen Azubis geht das Onboarding sogar eine ganze Woche. „Neben verschiedenen Vorstellungen und Schulungen machen wir drei Tage gemeinsames Teambuilding auf einer Berghütte.“ Sei dabei und entdecke auch du deine Chancen!



Cora Kaim



„Hier gibt's nicht nur Joghurtkulturen, sondern vor allem eine Willkommenskultur.“

Alexander Weber, Betriebsleiter Produktion und Technik bei Ehrmann in Oberschöneegg

### 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, Oberschöneegg im Allgäu  
A.-Ehrmann-Straße 2, 87770 Oberschöneegg

Wir freuen uns über Ihre Online-Bewerbung:  
[karriere.ehrmann.de](http://karriere.ehrmann.de)



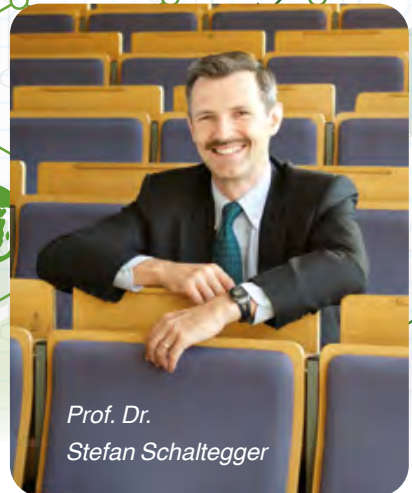
Ehrmann Group

Nachhaltigkeitsmanagement revolutionär gedacht

# „Wir brauchen einen fundamentalen Strukturwandel!“

Um globale Probleme in der Zukunft zu begrenzen, müssen sich Wirtschaft und das gesellschaftliche Zusammenleben radikal verändern. Wie aber gelingt diese Transformation?

„Durch Unternehmen mit nachhaltigkeitsqualifizierten Nachwuchskräften, die das Thema konsequent auf allen Ebenen umsetzen“, erklärt Prof. Dr. Stefan Schaltegger, Gründer des MBA Sustainability Management und des Centre for Sustainability Management an der Leuphana Universität Lüneburg.



Prof. Dr.  
Stefan Schaltegger

**Herr Schaltegger, in der Lebensmittelwirtschaft geht es heute mehr denn je darum, nachhaltiger zu werden. Ist die Steigerung der Ressourceneffizienz ein Schritt in diese Richtung?**

Die planetaren Grenzen sind uns bewusster denn je und in vielen Bereichen sind sie schon überschritten. Effizienzsteigerung ist ein Modell, um den durch die Bevölkerungszunahme weltweit steigenden Lebensmittelbedarf mit weniger Fläche und weniger Verschwendung zu decken. Dieser Ansatz hat allerdings Grenzen und reicht deshalb nicht aus, um eine nachhaltige Wertschöpfungskette zu erreichen.

**Warum kann Effizienzsteigerung allein nicht die Lösung sein?**

Zum Beispiel geht das Produzieren von immer mehr Nahrung auf der gleichen Fläche mit einem drastischen Biodiversitätsverlust, Erosion und Wasserknappheit einher. Zudem können Effizienzsteigerungen etliche große Herausforderung wie etwa die Berücksichtigung von Menschenrechten in Lieferketten nicht bewältigen.

**Was empfehlen Sie?**

Der Ansatz muss weiterentwickelt und ergänzt werden. Auch sind neue Ansätze gefragt, die einerseits Antworten liefern auf Fragen nach dem ‚Was‘ und andererseits nach dem ‚Wie viel‘. So ist etwa eine Nachhaltigkeitstransformation des Fleischkonsums zu pflanzlichen Proteinen notwendig, um hochwertige Nahrung mit weniger Flächen- und Ressourcenverbrauch, weniger negativen gesundheitlichen Konsequenzen und ohne Tierleid zu erzeugen. Sowohl im Konsum als auch in der Produktion ist ein Strukturwandel nötig – und der hat begonnen. Dabei sind Lebensmittelproduzenten und der -handel gefragt, diese Transformation des Massenmarktes im Zusammenspiel von Konsum und Produktion zu organisieren.

**Welche Maßnahmen braucht es dafür?**

Die notwendige Nachhaltigkeitstransformation erfordert einen fundamentalen Strukturwandel, der teilweise von radikalen Innovationen getrieben wird. Ich denke zum einen

an die Entwicklung schmackhafter Alternativen zu ressourcenintensiven Lebensmitteln, aber zum anderen auch an intelligente Agri-PV-Systeme und biotechnologische Prozesse, die weitestgehend ohne externe Energiezufuhr auskommen, sowie an die Substitution vieler chemischer Zusatzstoffe in neuen Lebensmittelrezepturen. Im Handel könnte wirksamer an attraktiven Angeboten für nachhaltigere Konsumstile gearbeitet werden. Dabei darf es nicht nur darum gehen, bestehende Probleme zu reduzieren, sondern es muss darum gehen, positive Nachhaltigkeitsbeiträge zu schaffen: eine Produktion, die Biodiversität fördert und Produkte, die nachweislich die Gesundheit stärken.

**Welche Auswirkungen hat dies auf die Qualifikation von Nachwuchskräften, die in diesem Bereich tätig werden wollen?**

Um von einem durch externen Druck getriebenen Unternehmen zu einem wirtschaftlich erfolgreichen Treiber

der Nachhaltigkeitstransformation der Lebensmittelbranche zu werden, ist viel Know-how erforderlich. Nachwuchskräfte benötigen ein vertieftes Wissen, wie die Nachhaltigkeitswirkungen ermittelt, Innovationen geschaffen, Wandelprozesse organisiert und Menschen dafür motiviert werden können.

### **Das notwendige Know-how vermitteln Sie im Rahmen des MBA-Studiums Sustainability Management. Inwiefern unterscheidet sich das Studium von den klassischen Betriebs- und Wirtschaftswissenschaften?**

Die allermeisten betriebswirtschaftlichen Studiengänge sprechen Nachhaltigkeit nur am Rande in einem gesonderten Modul oder als Zusatzangebot an. Dahinter steht die Annahme, dass dies ein vom Kern des Unternehmens getrenntes Risikothema ist, das in der Kommunikations- oder Nachhaltigkeitsabteilung und mit wenigen Beauftragten abgewehrt werden kann. Um Nachhaltigkeit unternehmerisch erfolgreich umzusetzen, sind jedoch alle Bereiche des Unternehmens einzubeziehen. Es betrifft das Geschäftsmodell, die Angebote, die Produktion, die Lieferketten und welche Konsum- und Lebensstile ausgelöst werden.

### **Wie dringend benötigt die Food-Branche diese „neue“ Expertise?**

Die Nachhaltigkeitsleistung der Unternehmen ist so divers wie Unternehmen vielfältig sind. Wir finden Pioniere auf diesem Gebiet, die schon früh Nischenmärkte entwickelt haben, bis hin zu Anbietern, die fast schon verzweifelt an ihren un-nachhaltigen Praktiken festhalten. In meiner Wahrnehmung benötigen vor allem Firmen im Bereich industriell gefertigter FMCG nachhaltigkeitsqualifizierte Nachwuchskräfte. In der Fleischbranche sind teilweise radikal

neue Lebensmittel gesucht, die nicht nur Bio und fair produziert sind, sondern den Menschen gesamtheitlich in seiner Gesundheit stärken.

### **Können Sie noch weitere Beispiele geben?**

Ganz wichtig: Wir müssen von Pseudo-Lösungen wegkommen! Eine kompostierbare Verpackung kann nicht überzeugen, wenn klar ist, dass keine kommunale Anlage diese verarbeiten kann. Auch eine Verpackung mit 70 Prozent nachwachsenden Rohstoffen ist wenig sinnvoll, wenn der Rest nicht nachwachsend ist und die Biomasse aus einer Intensivlandwirtschaft stammt, deren Pestizideinsatz zum Insektensterben beiträgt. Und eine Verpackung als „schön“ zu bezeichnen, nur weil sie aus Papier ist, kann auch nicht überzeugen. Wir benötigen echte in der Praxis funktionierende Lösungen, die die Produkte selbst und nicht nur deren Verpackung betreffen.

### **Wie also lautet Ihre Prognose für die weitere Entwicklung des Nachhaltigkeitsmanagements?**

„Leider“ wird der Bedarf an qualifizierten Nachhaltigkeitsmanager:innen weiterhin groß sein. Ich sage „leider“, da ich derzeit keine ausreichend starke Entwicklungen sehen, die den Bedarf obsolet machen würden, was eintreffen würde, wenn wir eine nachhaltige Wirtschaft und Gesellschaft weltweit erreichen würden. Seit einer Weile bewegt sich das Arbeitsgebiet des Nachhaltigkeitsmanagements von reinen Stabsfunktionen in strategische Führungspositionen hinein.

### **Was bedeutet dies für die kommenden Jahre?**

Ich gehe davon aus, dass dies noch einige Zeit so weiter gehen wird, da die meisten Unternehmen ihre Nachhaltigkeitsherausforderungen nur dann wirksam bewältigen kön-

nen, wenn sie ihr Geschäftsmodell und das Produkt- und Dienstleistungssortiment gründlich revidieren. Das erfordert meist eine grundlegende Transformation des Selbstverständnisses, der Organisation und der Wertschöpfungsnetzwerke – alles Bereiche der strategischen Geschäftsentwicklung und damit des Top-Managements.

### **Bei welchen Lebensmittelprodukten sehen Sie das meiste Potenzial?**

Besonders bei Frühstückscerealien, Snacks, Süßwaren, Fleisch- und Fertigprodukten. In der Fleischindustrie hat der Wandel begonnen und auch die Nische schon verlassen. Derzeit überzeugen aber etliche nachhaltige Proteinprodukte viele Menschen entweder geschmacklich, bezüglich Textur oder Image noch nicht. Die Folge: Vor- und Fehlurteile prägen den Konsum.

### **Wie sehen konkrete Lösungen hier aus?**

Es geht nicht nur um die Organisation einer entsprechend nachhaltigen Produktion und den Aufbau neuer Lieferketten, sondern auch darum, Innovationen so weiterzuentwickeln, dass überzeugendere Produkte noch breitere Bevölkerungskreise begeistern. Das Marketing ist zu professionalisieren, jenseits von Aussagen wie „das ist Fleischersatz“, denn „Ersatz“ ist selten überzeugend. Genau so ist fett- und zuckerreduziert nicht nachhaltig, sondern letztlich weniger „unnachhaltig“. Nachhaltig wären gesundheitsfördernde Lebensmittel. Zu den wirtschaftlichen Gewinnern der Transformation zählen Firmen, die diesen Wandel hin zu klimapositiven, biodiversitätssteigernden, gesellschaftliche Gesundheits- und Menschenrechtsprobleme lösenden Angeboten schaffen; kurz, den Markt durch positive Nachhaltigkeitsbeiträge revolutionieren.





Interview Bitburger Braugruppe

# Herr Kauß, was machen Experten für Nachhaltigkeit?

Für Unternehmen kommt es mehr denn je auf ein nachhaltiges Wirtschaften an. Das erfordert neben Engagement auch viel Professionalität. Die Bitburger Braugruppe hat dafür im Jahre 2010 die Position des Nachhaltigkeitsmanagers geschaffen und geht ihre Ziele strategisch und mit modernen Managementmethoden an. Dazu ein Gespräch mit Stefan Kauß, der diesen Bereich als Leiter Nachhaltigkeit und Sicherheit verantwortet.

## Herr Kauß, warum ist Nachhaltigkeit ein Zukunftsthema, um das sich jetzt jedes Unternehmen kümmern muss?

Eine der zentralen gesellschaftlichen und politischen Herausforderung der Gegenwart ist der Klimawandel. Die Reduktion der Treibhausgasemissionen muss daher Ziel sämtlicher Akteure sein. Unternehmen spielen hier eine bedeutende Rolle.

## Und warum benötigt die Lebensmittelbranche dafür die Position des Nachhaltigkeitsmanagers?

Unternehmen, die auch in Zukunft erfolgreich wirtschaften möchten, müssen sich mit dem Thema Nachhaltigkeit professionell beschäftigen. Dabei helfen Nachhaltigkeitsmanager. Sie unterstützen ihr Unternehmen auf ihrem Weg zu einer nachhaltigeren Ausrichtung. Sie beraten die Geschäftsführung, entwickeln Strategien, steuern und implementieren Nachhaltigkeitsprozesse und involvieren die Belegschaft. Außerdem halten sie das Unternehmen über aktuelle Entwicklungen in diesem Bereich auf dem Laufenden und helfen dabei, die neuen regulatorischen Anforderungen der Europäischen Union zu erfüllen.

## Wie ist das bei der Bitburger Braugruppe – mit welcher Motivation werden nachhaltige Entwicklungen vorangetrieben?

Als Familienunternehmen denkt die Bitburger Braugruppe in Generationen. Daher gehört nachhaltiges Handeln seit jeher zum Selbstverständnis. So arbeiten wir schon seit vielen Jahren daran, unsere Maßnahmen zur Ressourceneffizienz und zum Klimaschutz kontinuierlich auszubauen. Um unsere Ziele umzusetzen, gehen wir seit Anfang 2011 das Thema Nachhaltigkeit strategisch und mit modernen Managementmethoden an. Ein Team von Nachhaltigkeitsmanagern steuert die Prozesse und setzt Maßnahmen um.

## Was haben Sie bisher erreicht?

Beispielweise haben wir unseren CO<sub>2</sub>-Ausstoß durch Primärenergieträger seit 2008 um 62 Prozent reduziert. Seit Ende 2020 stellen wir als erste Brauereigruppe Deutschlands unser Produktportfolio an allen unseren Brauerei-Standorten klimaneutral her. Nur die aktuell unvermeidlichen Emissionen werden durch anerkannte Kompensationsprojekte ausgeglichen. Bei all diesen Maßnahmen sind wir allerdings auch auf die Unterstützung der

Entscheidungsträger in der Politik angewiesen, zum Beispiel im Rahmen einer zügigen und unbürokratischen Bearbeitung von Genehmigungsverfahren oder einer Bereitstellung von Fördermechanismen bei neuartigen Technologien und Konzepten.

## Welche weiteren Maßnahmen sind geplant?

Neben der industriellen Anwendung von Wärmepumpen fokussieren wir einen mit lokalen kommunalen Stakeholdern geplanten Bioenergiepark zur zukünftigen Wärmeversorgung der Bitburger Braustätte sowie den Ausbau geplanter Photovoltaik- und Windenergieprojekte. Aber auch die Förderung und Umsetzung verschiedener Biodiversitätsmaßnahmen spielen im Hinblick auf immer häufiger auftretende Wetterextreme wie Starkregen und Dürrezeiten eine große Rolle für unser Familienunternehmen. Hier muss es gelingen, uns stärker mit geeigneten regionalen Projektpartnern zu vernetzen.

## Wie ist das Nachhaltigkeitsmanagement bei der Bitburger Braugruppe organisiert?

Als hauptverantwortlicher Nachhaltigkeitsmanager leite ich die Abtei-

lung Nachhaltigkeit und entwickle das Thema mit unserer Geschäftsführung strategisch weiter. Gleichzeitig steuere ich ein Team von dezentralen Nachhaltigkeitsmanagern, die alle Unternehmensbereiche und Fachabteilungen vertreten, die hinsichtlich unserer Nachhaltigkeitsmaßnahmen eine hohe Relevanz haben. Die aktive Mitarbeit vieler Kolleginnen und Kollegen spielt hier eine entscheidende Rolle.

### **Gibt es Aufgaben beziehungsweise Positionen, die neu dazugekommen sind?**

Der gesamte Bereich Nachhaltigkeit unterliegt einem ständigen Wandel. Insbesondere die regulatorischen Anforderungen haben in den vergangenen Jahren massiv zugenommen. Viele dieser Themen werden bei uns den Fachabteilungen übertragen und dort mit Unterstützung der Nachhaltigkeitsmanager bearbeitet.

### **Was empfehlen Sie Berufseinsteigern, die sich gleich zu Beginn ihrer Karriere mit dieser Thematik bei der Bitburger Braugruppe beschäftigen wollen?**

Wir freuen uns über jede/n unserer neuen Kolleginnen und Kollegen mit Interesse für das Thema Nachhaltigkeit, insbesondere in unserem Unternehmen. Zu Beginn sollte man sich aber erst einmal die Zeit nehmen, die neue Firma kennenzulernen und sich mit den Abläufen und Prozessen vertraut zu machen. Dieses Wissen

ist wichtig, um später das richtige Verständnis für sinnvolle Maßnahmen zu entwickeln. Hier kann sich jedes Belegschaftsmitglied aktiv mit einbringen. Je nach Berufsbild und Arbeitsplatz sollte außerdem eine Affinität zu prozesstechnischen Abläufen vorhanden sein.

### **Über welche Fähigkeiten sollte man verfügen für eine Position im Nachhaltigkeitsmanagement?**

Grundsätzlich sollten die Verantwortlichen im Nachhaltigkeitsmanagement eine große Affinität zum Thema Nachhaltigkeit haben. Ebenso zentral sind Fachkenntnisse in den wichtigsten Bereichen des Unternehmens. Darüber hinaus ist ein Grundverständnis für biologische, umwelttechnische sowie energetische Abläufe elementar. Mitbringen sollte man auch sehr gute analytische und strategische Fähigkeiten, eine permanente Lernbereitschaft, ein Verständnis für andere Sichtweisen sowie die unbedingte Bereitschaft zur Teamarbeit.

### **Wie war das bei Ihnen?**

Ich habe einen Abschluss als Diplomingenieur für Umweltplanung und Umweltanalyse ...

### **... ist ein solcher Abschluss erforderlich?**

Wer Nachhaltigkeitsmanager werden möchte, kann zwischen verschiedenen Ausbildungsmöglichkeiten wählen, da dieser Beruf kein klassischer Lehrberuf ist und auch keine

geschützte Bezeichnung hat. Interessierte können zwischen verschiedenen speziellen Studiengängen wählen. Alternativ ist auch ein Aufbaustudium möglich. Darüber hinaus ist eine Weiterbildung zum Nachhaltigkeitsmanager möglich. Etwa beim Zentrum für Nachhaltige Unternehmensführung (ZNU) der Universität Witten/Herdecke. Bei uns sind es aktuell 15 Kolleginnen und Kollegen, die dort zum Nachhaltigkeitsmanager ausgebildet wurden und diese Aufgabe zusätzlich zu ihrem eigentlichen Job übernehmen.

### **Was heißt das konkret?**

Sie begleiten mit mir unseren Nachhaltigkeitsprozess und unterstützen mich mit ihrem Expertenwissen. Daneben stehen sie ihren Fachabteilungen als Ansprechpartner zur Verfügung, beraten ihre Kollegen, geben Impulse und setzen eigene Projekte um. Ebenso unterstützen sie die Führungskräfte bei der Entwicklung von Nachhaltigkeitszielen und deren Umsetzung. Es gibt meines Wissens nur wenige Unternehmen, die sich ein solch großes und gut ausgebildetes Nachhaltigkeitsteam leisten.



### **Bitburger Braugruppe**

Die Bitburger Braugruppe braut und vermarktet ausschließlich Premium-Biere und zählt mit einem Umsatz von insgesamt 729 Millionen Euro (2022) zu den führenden Brauereigruppen Deutschlands. Zum Unternehmen gehören die Marken Bitburger, König Pilsener, Köstritzer und Licher. Darüber hinaus besteht eine Vertriebspartnerschaft mit der Benediktiner Weißbräu GmbH. Die Braugruppe ist ein Familienunternehmen und wird heute in der siebten Generation geführt.

# Karriere mit Geschmack

Du interessierst dich für Kräuter, Gewürze und Lebensmittel? Du möchtest in einer Branche mit Zukunft arbeiten? Dann bist du bei uns und unseren bekannten Marken wie z.B. WIBERG genau richtig.

Bewirb dich jetzt unter [careers.novataste.com](https://careers.novataste.com)  
oder per Mail unter [jobs@novataste.com](mailto:jobs@novataste.com)



Jetzt  
bewerben!



– Advertorial –

NovaTaste

## Alles geht – sei einfach offen!

Kommunikation und Offenheit sind die Schlüssel zum Erfolg bei NovaTaste. „Wer zusätzlich die Dinge zielgerichtet und proaktiv in die Hand nimmt, kann richtig viel bewegen“, weiß Ina Fröhlich, Product Manager Food Industry.

NovaTaste will als „weltweit führendes Unternehmen für Geschmacksinnovationen“ die Art und Weise revolutionieren, wie die Welt Lebensmittel erlebt. Im Dezember 2022 verkaufte International Flavors & Fragrances Inc. (IFF) mit Sitz in New York die Tochter Frutarom Savory Solutions an die französische Private-Equity-Gesellschaft PAI Partners. Seit Juni 2023 firmiert die selbstständige Unternehmensgruppe nun unter NovaTaste. Gesteuert werden die weltweiten Geschäfte von Salzburg (Österreich) aus. „NovaTaste ist ein innovatives und äußerst dynamisches Unternehmen mit über 1.800 Mitarbeitenden an insgesamt 17 Standorten – immer bereit, die aktuellsten Trends bei Gewürzen und Geschmackserlebnissen von Fleischwaren, Marinaden, Soßen etc. abzubilden.“ Die Kunden aus der Industrie oder dem Großhandel wissen das zu schätzen und lassen sich mitunter exklusive Gewürzmischungen oder Soßen zaubern.

Die studierte Lebensmitteltechnologin Ina Fröhlich ist seit dreieinhalb Jahren im Unternehmen und machte davor bereits Station als Projektleiterin in der Abteilung Produktentwicklung und in der Aromaindustrie. Heute

ist sie im Produktmanagement angekommen. „Ich betreue Kunden aus dem Handwerk, der Industrie und dem Export und unterstütze den Verkauf mithilfe der Produktentwicklung.“

„Marktanalysen, Storechecks, Preisbildung, Trendanalysen und Schulungen beispielsweise zu Trendthemen für den Verkauf gehören zu ihrem daily business. „Ich schätze es sehr, dass ich kreativ sein darf. Wenn ich eine Idee habe und weiß, dass sie funktioniert, werde ich darin unterstützt, sie umzusetzen. Das motiviert mich, jeden Tag mein Bestes zu geben.“ Dafür ist es wichtig, gut vernetzt zu sein. Um das zu gewährleisten, lernen neue Mitarbeitende alle Abteilungen im Rahmen einer Einführungsveranstaltung kennen. Teil davon ist auch ein Werksbesuch in Freilassing sowie die praxisnahe Veranstaltung „Einführung in die Gewürzwelt“. Wer sich weiterbilden möchte, dem stehen ebenfalls alle Türen offen. „Wichtig ist nur, selbst aktiv zu werden und gute Argumente für seine Ziele zu haben.“



Ina Fröhlich



Ingredion

## Durch Neugier am Puls der Zeit bleiben

Ingredion hat es sich zur Aufgabe gemacht, Branchentrends zu antizipieren und das Potenzial von Mensch, Natur und Technologie zusammenzubringen, um das Leben besser zu machen. Klingt toll? Ist es auch.

Ingredion ist ein globaler Fortune-500-Anbieter von Zutatenslösungen, die jeden Tag das Leben von Millionen von Menschen beeinflussen. Idea Lab® und Produktion entwickeln zudem gemeinsam mit den Kunden maßgeschneiderte Lösungen für die Bereiche Kosmetik, Papier und Textilien sowie Pharmazeutika. Wer unermüdlich neugierig und engagiert ist und eine Karriere bei Ingredion starten möchte, hat gute Chancen: „Junge Menschen werden sehr gefördert. Es gibt verschiedene Förderprogramme. Und es ist toll, von den Erfahrungen der älteren Kolleg:innen zu lernen“, berichtet Julian Keßner. „Der Mix macht's.“ Die Unternehmenskultur sei amerikanisch geprägt: „Alle duzen sich, auch mit den Manager:innen.“ Hilfsbereitschaft werde großgeschrieben. Besonders toll sei auch der Kontakt mit den Kolleg:innen aus verschiedenen Bereichen und Ländern sowie die abwechslungsreiche Arbeit. Begrüßt wird man mit einem Welcome Package. Man erhält einen Einarbeitungsplan und eine:n Mentor:in. Während

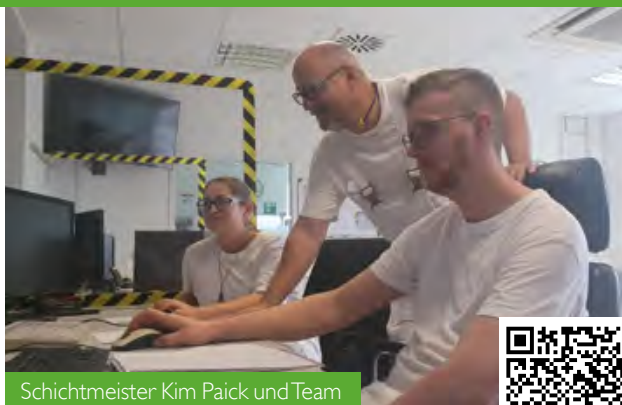
der ersten Zeit lernen neue Mitarbeitende relevante Kolleg:innen und verschiedene Bereiche kennen. Im Mitarbeitergespräch kann gemeinsam überlegt werden, welche internen oder externen Weiterbildungsmöglichkeiten sinnvoll und angemessen sind. Dazu komme die Möglichkeit, durch Erfahrungsaustausche zu lernen, sich in neuen Themen auszuprobieren oder zu netzwerken. Und das alles bei einer 37-Stunden-Woche, Gleitzeit, mobilem Arbeiten und Homeoffice garniert mit Zuschüssen zu Fitnessclubs, Angeboten zum Thema Gesundheit, Mental Health Programmen u. v. m. Eltern werden bestmöglich unterstützt. Ein Novum im produzierenden Gewerbe ist, dass Ingredion auch im Schichtbetrieb Teilzeitarbeit anbietet. Ein sehr großer Fokus liegt auf den Themen Safety und Diversity.

[www.ingredion.com](http://www.ingredion.com)



Julian Keßner

Wir stellen nicht nur Zutaten her. Wir schaffen Möglichkeiten. Seien Sie mit uns What's Next®.



Schichtmeister Kim Paick und Team



### Aktuell suchen wir am Standort Hamburg

- Kolleg:innen für die Bereiche Finance, Technical Service, Sales
- Werkstudierende im Bereich Engineering, Marketing, Finance
- Anlagenfahrer:innen in der Produktion
- Technische Auszubildende für 2024




← Zu unseren aktuellen Vakanzen

### Unsere Benefits

- Abwechslungsreiche und verantwortungsvolle Aufgaben
- Modernes Arbeitsumfeld
- Feste Einbindung in ein internationales Team
- Zuschuss zum Deutschland-Ticket/ Fahrgeld und Fitnessclub
- Flexible Arbeitszeiten außer im Schichtbetrieb
- Vergünstigte Kantine und Snacks
- Kostenfreie Heiß- und Kaltgetränke sowie Obst
- Betriebsärztliche Betreuung
- Tolle Firmenevents
- Vergünstigungen bei diversen Anbietern
- Möglichkeit zum mobilen Arbeiten





Pflanzliche Proteine für eine neue Generation von Fleisch

# Aufbruch zu neuen Dimensionen

Wie lässt sich die wachsende Weltbevölkerung künftig noch mit gesunden, nährstoffreichen und nachhaltig produzierten Lebensmitteln versorgen? Technologische Antworten auf diese Frage zu finden, ist zentraler denn je und treibt die Entwicklungen mit Hochdruck voran. Ein Fokus richtet sich dabei auf innovative Produktionssysteme für alternative Proteine: Von Fleischersatz, der aus Zellen oder Pilzen stammt, bis hin zur Vision einer vertikalen Landwirtschaft für proteinreiche Pflanzen, Algen und Insekten.

Mit dem anhaltenden Bevölkerungswachstum wird sich der weltweite Bedarf an tierischen Proteinen nach Einschätzung der Ernährungs- und Landwirtschaftsorganisation der Vereinten Nationen (FAO) bis zum Jahr 2050 verdoppeln. Gleichzeitig steht fest, dass traditionelle Tierhaltung an Grenzen stößt. New-Food-Systeme zur Proteinversorgung und prozesstechnische Lösungen zu deren Erzeugung sind deshalb ein großes Thema in der Food-Branche. Integrale Bestandteile neuer Protein-Strategien sind die Nutzung hochwertiger Nebenprodukte.

## Fleisch aus Pilzen

Ein Beispiel ist die Kooperation der Bitburger Braugruppe mit dem Hamburger Start-up Mushlabs. Geplant ist, dass Bitburger Kapazitäten sowie Nebenprodukte aus der Bierproduktion als Rohstoffe zur Verfügung stellt. Mushlabs will diese nutzen, um damit in einem hocheffizienten Fermentationsprozess Myzel von Speisepilzen zu kultivieren. Hinter der Idee steht Mazen Rizk. Er promovierte an der Technischen Universität Hamburg in der Technischen Mikrobiologie und gründete vor drei Jahren aus einem

Labor heraus das Start-up Mushlabs. „Wir züchten und ernten das Myzel, weil es schneller wächst und fast genauso schmeckt wie der Fruchtkörper der Pilze“, sagt Rizk. Es wird bei der industriellen Produktion in Bioreaktoren fermentiert und mit Nebenprodukten aus der Lebensmittelindustrie „gefüttert“. Das können Getreideabfälle, Reishülsen oder Kaffee- und Teeabfälle sein. Der Prozess dauert ein paar Tage, danach werden die Myzelien geerntet. Diese Biomasse stellt den Hauptbestandteil für die Produkte dar, die anschließend zu Steaks oder Fleischbällchen geformt werden.

„Unsere Produkte sind besser für die Natur und die Gesundheit, denn wir verbrauchen keine landwirtschaftlichen Flächen für die Anzucht und setzen weder giftige Chemikalien noch Pestizide ein“, so Rizk. „Es ist ein tolles Gefühl, mit unserer Arbeit Teil der aktuellen Veränderung zu sein, mit beiden Händen anzupacken und die Welt zukunftsfähig zu gestalten.“ Ein Denken, wie es momentan unter Young Professionals und Hochschulabsolventen weit verbreitet ist. Die Sorge um das Klima und das Tierwohl sind wichtige Antriebsfaktoren für die Entwicklung alternativer pflanzlicher

Proteine. Ein weiterer Treiber ist der technische Wandel. Denn die Prozesstechnologien zur Entwicklung pflanzlicher Produkte verbessern sich zusehends und machen Fleisch-Alternativen für die breite Verbraucherschicht attraktiver.

## Pioniere der Zelltechnik

Auch kultiviertes Fleisch (Cultivated Meat), das aus tierischen Zellen in Bioreaktoren gezüchtet wird, hat das Potenzial, künftige Generationen auf klimafreundliche Weise zu ernähren. Der Hintergrund: Aus einer einzigen Zelle lassen sich ressourcenschonend mehrere Tonnen hochwertiger Zellmasse gewinnen. Möglich gemacht hat dies die intensive Stammzellenforschung der vergangenen Jahre, die so viele Wissensfortschritte rund um zelluläre Vorgänge gebracht hat, dass immer mehr Lebensprozesse in vitro, also außerhalb des Körpers nur mit Zellen, nachgestellt werden können. Weltweit gibt es derzeit jedoch nur eine Handvoll von Unternehmen und Forschungsinstituten, die sich mit der Materie auskennen. Eines davon ist der Systemanbieter CellTec Systems in Lübeck. Für die Zellvermehrung im

industriellen Maßstab nutzen die Experten auf dem Gebiet des Bioengineerings hochproliferative, tierische Zelllinien. Aktuell sind es etwa 50 aus 25 verschiedenen Arten, darunter neben den wichtigsten Nutztierarten auch Fische, Wildtiere und Exoten. Mit solch einer vielfältigen Auswahl an Zellen verschiedener Tiere seien völlig neue Wege möglich, erläutert Teresa Buck, Head of Cell Innovations bei CellTec Systems: „Cultivated Meat sollte nicht immer als Rindfleisch-Ersatz gedacht werden. Durch die Kombination verschiedener Zelllinien sowie unterschiedlicher Differenzierung lassen sich auf diese Weise sehr vielfältige Geschmacksrichtungen sowie Konsistenzen entwickeln – für einen einzigartigen Geschmack einer neuen Generation von Fleisch.“ Möglich werden sollen so Produkte in einer völlig neuen Dimension.

## Inhouse Farming

Um die optimierte Herstellung von alternativen Proteinen geht es auch beim Vertical Farming, worunter man

das Konzept eines Anbaus von Nahrungsmitteln in mehreren Etagen oder Stockwerken zusammenfasst. Die Nutzpflanzen werden dabei unter kontrollierten Umgebungsbedingungen angebaut. Möglich machen dies sogenannte Controlled-Environment-Agriculture-Technologien, kurz CEA. Erste Versuche, Pflanzen in Regalsystemen anzubauen, gehen zurück auf die 1960er-Jahre. Doch erst 1999 weckte Prof. Dickson Despommier von der Columbia Univer-

*Die Hausgrille ist seit August 2023 in der EU als Novel Food zugelassen.*



© Gucio\_55 – stock.adobe.com

sity mit seiner Vision einer vertikalen Landwirtschaft das öffentliche Interesse. Bei diesem Konzept können ganzjährig, unabhängig vom regionalen Klima und von Jahreszeiten, vor allem Früchte, Gemüse, Kräuter, Pilze sowie Algen angebaut werden – und das in gleichbleibender Qualität.

## Hydroponische Systeme

Um sich mit einem solchen in sich geschlossenen Gewächshaus auf mehreren Etagen von Wetter und Jahreszeit unabhängig zu machen, bedarf es der Integration innovativer Technologien. Eine wichtige Rolle spielen dabei professionelle LED-Pflanzenbeleuchtungssysteme und Klimaanlagen, über die sich Temperatur und Luftfeuch-

tigkeit steuern lassen. Die Wurzeln der Pflanzen wachsen meist nicht auf der Erde, sondern in hydroponischen Systemen, durch die mit Nährstoffen angereichertes Wasser fließt. Die Aufgabe besteht darin, die technischen Systeme so aufeinander abzustimmen, dass jede einzelne Pflanze ihre optimalen Wachstumsbedingungen vorfindet. In den meisten Indoor-Farmen werden derzeit Microgreens angebaut – Keimlinge von frischem Gemüse oder Salate, die wenige Wochen nach der Aussaat geerntet und verzehrt werden.

## Insekten als Proteinquelle

Bis alternative Proteine auf den Tellern landen, müssen meist einige Hürden überwunden werden. Das gilt nicht zuletzt für Insekten als Proteinquelle. Neben lebensmitteltechnologischem Know-how sind hier auch Kenntnisse zum Lebensmittelrecht gefragt. Denn Lebensmittelinsekten gelten seit Anfang 2018 mit Inkrafttreten der Novel-Food-Verordnung (EU) 2015/2283 als neuartige Lebensmittel, die eine Zulassung brauchen. Anders als „konventionelle, nicht neuartige Lebensmittel“ dürfen diese erst nach Durchlaufen eines aufwendigen Zulassungsverfahrens in den Verkehr gebracht werden. Entsprechende Anträge müssen bei der EU-Kommission eingereicht werden. Nichtsdestotrotz stehen Insekten als alternative Proteinquelle seit einiger Zeit in der EU hoch im Kurs. Mit Stand August 2023 wurden insgesamt vier Insektenarten als Novel Food zugelassen. Hierbei handelt es sich um *Acheta domesticus*, auch Hausgrille oder auch Heimchen genannt, Larven des Getreideschimmelkäfers von *Alphitobius diaperinus*, die Wanderheuschrecke *Locusta migratoria* sowie die getrockneten Larven des Mehlkäfers.



*In den meisten Indoor-Farmen werden derzeit Microgreens angebaut – Keimlinge von frischem Gemüse oder Salate, die wenige Wochen nach der Aussaat geerntet und verzehrt werden.*



# ANGEBOTE, MARKTFORSCHUNG, INCOTERMS, KONDITIONEN GENAU IHRE SPRACHE?

Dann starten Sie Ihre Karriere als  
**Category Manager (m/w/d)**  
am Zentralstandort Töpen.



**Jetzt bewerben.**  
[denree.de/Karriere](https://denree.de/Karriere)

– Advertorial –

denree

## Ganz viel Genuss und Geschmack

Die denree-Gruppe ist das führende Bio-Fachhandelshaus im deutschsprachigen Raum mit Stammsitz im oberfränkischen Töpen. „Der Bio-Gedanke ist im ganzen Unternehmen präsent“, sagt Meryem Tun, Leiterin Category Management in der Region Südbayern. Max Hoyos, der ein zweijähriges Trainee-Programm im Unternehmen absolvierte, meint: „denree bietet viele Karrierechancen und man kann etwas bewegen.“

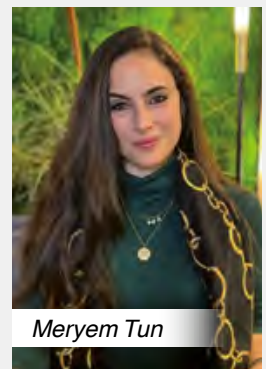
Seit fast 50 Jahren setzt sich denree dafür ein, die ökologische Bewegung ganzheitlich voranzutreiben. Über das eigene, flächendeckende Logistiksystem beliefert das Handelshaus mehr als 1.200 Biomärkte in Deutschland, Österreich, Luxemburg und Südtirol. Die denree-Gruppe beschäftigt rund 7500 Mitarbeiter:innen.

Max Hoyos startete bei dem Bio-Fachhändler vor fast zwei Jahren. Sein Trainee-Programm, das ihm ermöglichte, das Unternehmen gut kennenzulernen, wird er nun bald beenden. Er bleibt bei denree und beginnt als Junior Category Manager. In diesem Job übernimmt er Verantwortung für eine Produktgruppe und stellt strategische Überlegungen vom Einkauf bis zum Vertrieb an. „Es wird spannend und dynamisch für ihn weitergehen“, sagt Meryem Tun, Leiterin Category Management in der Region Südbayern.

Sie selbst startete im November 2017 frisch nach ihrem Oecotrophologie-Studium als Junior Category Managerin in der Category Tiefkühlung. Die Einarbeitung vom Junior Management zum Senior Category Management lief

bis Juni 2019. „Bereits von Juli 2019 bis Ende Juli 2023 war die Category Tiefkühl in meinem Verantwortungsbereich.“ Seit dem 1. August 2023 leitet sie das Category Management in der Region Südbayern. Ihr Ziel? „Ich möchte weiter an der Bio-Bewegung und der Expansion des Unternehmens teilhaben.“ Von Anfang an habe es die beiden begeistert, bei denree zu arbeiten und mit biologischen Lebensmitteln zu handeln.

„Frisch von der Uni weg und im ersten Job macht es einfach Spaß, bei denree und im wachsenden Markt ökologisch produzierter Lebensmittel und in einem jungen Team etwas bewegen zu können“, sind sie sich einig. „Das fühlt sich gut und sinnstiftend an.“ Gemeinsam haben sie vor, im Bio-Lebensmittelhandel noch viel zu bewegen, denn Bio ist ihre Leidenschaft. Und das kommt an!



Meryem Tun



Max Hoyos

Inhouse Farming

## Ressourcenoptimierte Gewinnung alternativer Proteine

Welchen Beitrag können die „New Food Systeme“ zur Proteinversorgung der Zukunft leisten und welche prozesstechnischen Lösungen haben bereits die Praxisreife erlangt? Antworten auf diese Frage gibt die „Inhouse Farming – Feed & Food Show“, die vom 12. bis 18. November 2023 zeitgleich mit der AGRITECHNICA, der Weltleitmesse der Landtechnik, in Hannover stattfindet. Im Fokus der von der DLG organisierten B2B-Plattform stehen Technologien, mit denen sich alternative Proteine aus Pflanzen, Insekten, Pilzen und Algen gewinnen lassen. Mit dem anhaltenden Bevölkerungswachstum wird sich der

weltweite Bedarf an tierischen Proteinen nach Einschätzung der Ernährungs- und Landwirtschaftsorganisation der Vereinten Nationen (FAO) bis zum Jahr 2050 verdoppeln. Neue Proteinquellen sind deshalb eines der großen Themen auf der „Inhouse Farming – Feed & Food Show“. Die neue Plattform bietet den Teilnehmenden einen Blick auf das Marktgeschehen

und die Entwicklungen pflanzenbasierter, fermentierter und kultivierter Proteine für die Food-Branche. Ob es sich um Fermenter, Bioreaktoren, Filtrationssysteme oder Trockner handelt: Unternehmen finden auf der Veranstaltung in Hannover umfassende Informationen zur Herstellung alternativer Proteine. Informationen: [www.inhouse-farming.com](http://www.inhouse-farming.com)



# foodjobs.de

## Dein Karriereportal in der Lebensmittelbranche



- > Jobs
- > Praktika
- > Gehaltsstudien
- > Bewerbungstipps
- > Gratis-Webinare



Finde Deinen Lebensmittelpunkt.  
[www.foodjobs.de](http://www.foodjobs.de)



Warum Transparenz beim Einsatz neuer Technologien so wichtig ist

# Kommunikations- Performance gefragt

Die Food-Branche hierzulande treibt Innovationen entschlossen voran und weiß um die Bedeutung der Transparenz einer modernen Produktion. Dies war eine wichtige Erkenntnis aus dem „Deutschen Innovationsreport Food 2021“. Die dritte und aktuelle Auflage des Reports zeigt nun: Das Medien- und Kommunikations-Know-how ist noch elementarer geworden.

Die deutsche Lebensmittelwirtschaft zeigt sich ungeachtet herausfordernder gesamtwirtschaftlicher Rahmenbedingungen innovationsorientiert und hat dabei sowohl die Verbraucher als auch die eigene Nachhaltigkeitsagenda im Blick. Welche Rolle der Einsatz neuer Technologien dabei spielt, untersucht der Deutsche Innovationsreport Food 2023, eine gemeinsame Studie vom Deutschen Institut für Lebensmitteltechnik (DIL) und der Kommunikationsberatung Engel & Zimmermann.

## Von 3-D-Druck bis zur Hochdrucktechnologie

Ganz oben auf der Agenda der Lebensmittelbranche: Prozessinnovationen. So geben viele Hersteller an, in verschiedenen Technologien großes Potenzial zu sehen – von 3-D-

Druckern über das aseptische Abfüllen bis zur Hochdruckkonservierung. Doch der Report zeigt auch: Die wenigsten der rund 100 in Deutschland befragten Hersteller nutzen diese Technologien bereits. Dabei geben die Befragten an, Innovationen weitgehend im Alleingang zu entwickeln – ohne Unterstützung wissenschaftlicher Institutionen. Der Nutzen für die Umwelt spielt bei Innovationen ebenfalls eine zentrale Rolle. Verfolgt werden unterschiedliche Ziele zur Reduktion von Energie, Wasser und Rohstoffen, aber natürlich auch die Vermeidung von CO<sub>2</sub>-Emissionen.

## Alternative Verpackungen im Fokus

Ein weiterer Schwerpunkt des Reports widmet sich dem Thema Verpackungen. Hier überwiegt bei den

Herstellern klar die Motivation, nachhaltiger zu werden. Dabei sehen die Unternehmen der Food-Branche im Einsatz alternativer Materialien das größte bisher ungenutzte Potenzial. Bei der Kommunikation von Innovationen setzen die Befragten auf einen Mix unterschiedlicher Maßnahmen: Digitale Kanäle und Ads gehören ebenso dazu wie die klassische Pressearbeit. Potenzielle Hindernisse sehen die Befragten dennoch: So überwiegt die Sorge, dass die Innovation nicht auf Interesse bei den beiden wichtigsten Zielgruppen – dem Handel und den Verbrauchern – stößt. Hinzu kommt: Mehrere Hersteller wurden in der Vergangenheit öffentlichkeitswirksam von NGOs kritisiert und teilweise verklagt. Das hat Spuren hinterlassen. So geben deutlich weniger Hersteller als noch vor zwei Jahren an, Aussagen zur Klimaneu-





tralität ihres Produkts zu machen. Und bei der Frage, welche Produktaussage am schwierigsten zu kommunizieren ist, nimmt Klimaneutralität mit großem Abstand den ersten Platz ein – noch vor Aussagen wie „weniger Zucker“ oder „ohne Zusatzstoffe“. „Der Report zeigt auf vielfältige Weise die Komplexität der Kommunikation von Innovationen“, bilanziert

Frank Schroedter. „In drei Dimensionen gedruckte Lebensmittel oder kultiviertes Fleisch werden Teil der neuen Lebensmittelwelt sein. Diese Innovationen zu kommunizieren, erfordert eine professionelle Kommunikation zu Medien, Verbraucherschützern und der Politik. Betrachtet man die Umweltaussagen der Unternehmen, die sich aus den Innovationen

ableiten, dann ist man schneller als früher dem Vorwurf des ‚Greenwashings‘ ausgesetzt. Vor allem dann, wenn werbliche Aussagen kein solides Fundament haben“, so der Geschäftsführer und Partner von Engel & Zimmermann. Einer professionellen Kommunikation komme daher umso größere Bedeutung zu. Mehr dazu im nachfolgenden Interview.



© Mareike Bähmisch

Frank Schroedter

## Interview mit Frank Schroedter

# „Das Erklären von Technologien muss man üben“

Ein Kurzinterview mit Frank Schroedter, Geschäftsführer und Partner von Engel & Zimmermann, über den Einsatz neuer Technologien in der Food-Branche und die Komplexität der Kommunikation darüber.

### Herr Schroedter, wie offen ist die Lebensmittelindustrie in Deutschland gegenüber Innovationen – etwa, wenn es um den Einsatz von Prozesstechnologien, Maschinen und Verfahren oder um das Thema Verpackungen geht?

Die Lebensmittelindustrie ist ohne Frage innovationsfreudig. Sie treibt dabei der Wettbewerb und der eigene Anspruch, innovativ zu sein. Bei Produktinnovationen ist es die gesellschaftliche Erwartung an deren Beschaffenheit, etwa wenn es darum geht, dass diese umweltgerechter, zuckerreduziert und/oder vegan sind.

### Sprechen wir über Kommunikation. In Ihrer Studie aus dem Jahr 2023 kommen Sie zu dem Schluss, dass für Lebensmittelproduzenten die Kommunikation neuer Prozesstechnologien überaus herausfordernd ist ...

Das stimmt. Wir erleben zum einen häufig eine Technologieskepsis in der Bevölkerung. Das führt dann zur Sorge, dass man bei der Kommunikation

der Herstellungsverfahren Reaktanz bewirkt oder gleich negativ etikettiert wird. Stichwort „Laborfleisch“, um ein Beispiel zu geben. Hinzu kommt, dass Unternehmen ungern über neue Verfahren und Innovationen sprechen, weil sie um ihren Wettbewerbsvorsprung fürchten.

### Auf welche Weise sollten die Unternehmen den Einsatz neuer Technologien nach außen tragen?

Auf jeden Fall selbstbewusst und offensiv. Heißt: die Technologie erlebbar machen. Denn Technologie ist Teil des Wirtschaftssystems. Häufig scheuen Unternehmen das Vorzeigen ihrer Produktion, weil die Werbung ein anderes Bild zeigt. Dabei braucht man nur einmal „Lebensmittelproduktion“ zu googeln. Dann hat man die realen Bilder auf dem Bildschirm. Grundsätzlich gilt in diesem Kontext: Je stärker der gesellschaftliche Nutzen der Prozessinnovation, desto einfacher ist die Kommunikation.

### Was braucht es dafür aus Ihrer Sicht auf der Managementebene der Unternehmen?

Allen voran Kommunikationsschulungen. Das mündliche Erklären von Technologien und deren Nutzen muss man üben, auch die Führungskräfte. Die technische Sprache muss durch eine bildhafte ergänzt werden.

### Welche Anforderungen erwachsen daraus an Berufseinsteiger:innen?

Medien- und Kommunikations-Know-how sind noch elementarer geworden. Berufseinsteiger:innen müssen im Hinterkopf haben, dass die Digitalisierung und beispielsweise der Einsatz von Künstlicher Intelligenz vielfältige Auswirkungen auf die Unternehmens- und Produktkommunikation haben. Im Zeitalter sogenannter Fake News werden die eigenen (Unternehmens-)Kanäle immer wichtiger. Wer hier ein Grundverständnis mitbringt, tut sich später leichter, Zusammenhänge zu verstehen und Prioritäten zu setzen.

## Interview Lidl

# Von Neckarsulm aus in die Welt

Das Trainee-Programm der Lidl Stiftung bietet Hochschulabsolventen die Möglichkeit, eine Zeit lang an einem der internationalen Standorte zu arbeiten, und führt sie schrittweise an die spätere Tätigkeit heran. Was das konkret heißt, erklärt Melanie Zehm, Leiterin HR Lidl Stiftung.

## Frau Zehm, was bedeutet das internationale Geschäft für Lidl?

Melanie Zehm: Lidl ist eines der führenden Unternehmen im Lebensmittel Einzelhandel. Wir betreiben insgesamt über 12.200 Filialen in derzeit 31 Ländern und sind zudem auch in Asien mit Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern vertreten. Unser globales Team Lidl zählt aktuell rund 376.000 Personen. Ob in einer unserer Landesgesellschaften oder in der Lidl Stiftung, unserem internationalen Hauptsitz: In der Internationalität und der Vielfalt der Kulturen liegt unsere besondere Stärke.

Darum stehen unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bei uns auch stets an erster Stelle. Jeden Tag, Weltweit.

## Welche Chancen und Job-Perspektiven bieten sich dadurch für Hochschulabsolventen und Young Professionals für eine internationale Karriere bei Lidl?

Durch unsere internationale Ausrichtung haben junge Talente die Möglichkeit, jeden Tag in den internationalen Austausch zu treten – mit Kolleginnen und Kollegen in mehr als 30 Ländern oder mit internationalen Lieferanten und Organisationen. Als Teil unserer Weiterentwicklungsmöglichkeiten ergeben sich hieraus auch Chancen, die Lidl-Länder direkt vor Ort zu unterstützen – zum Beispiel durch einen mehrwöchigen Auslandsaufenthalt im Rahmen des Trainee-Programms der Lidl Stiftung.

## Wie ist der grobe Ablauf des Programms?

Unser Trainee-Programm in der Lidl Stiftung lässt sich grundsätzlich in drei Phasen unterteilen: Zu



Melanie Zehm,  
Leiterin HR Lidl Stiftung

Beginn haben Nachwuchskräfte erst einmal vier Monate lang die Möglichkeit, anzukommen und ihren Fachbereich sowie interne Prozesse besser kennenzulernen. Dazu zählen nicht nur die Abläufe im Büro in Neckarsulm, sondern auch in unseren Regionalgesellschaften, den Filialen und Logistikzentren. Danach liegt der Fokus für weitere sieben Monate auf der Spezialisierung für die Tätigkeiten des Zielfachbereichs.

## Wie geht es dann für die Trainees weiter?

Dazu gehört neben der Vertiefung der eigenen Aufgaben auch das Kennenlernen aller relevanten Schnittstellenbereiche. Das Ende des Trainee-Programms bildet eine siebenmonatige Vertiefungsphase. Diese führt unter anderem ins Ausland, wo das zuvor erworbene Fachwissen angewendet und weiter ausgebaut wird. Das insgesamt 18-monatige Trainee-Programm der Lidl Stiftung bietet also vielfältige Möglichkeiten für internationale Zusammenarbeit, Weiterbildungen und die aktive Gestaltung spannender Projekte.

## Wann startet das Programm?

Der Einstieg ist immer zum 1. April oder zum 1. Oktober eines Jahres möglich.

## Für welche Herausforderungen im Job sollte man gewappnet sein?





## Über die Lidl Stiftung

Die Lidl Stiftung ist nicht nur zuständig für das weltweite Geschäft, sondern ist ebenfalls Ansprechpartner und Impulsgeber für die Umsetzung internationaler Standards des Unternehmens. Diese Funktion hat der Lidl Stiftung den Namen Lidl International gegeben. Von hier aus werden strategische Themen für die Lidl Welt initiiert und in übergreifenden Projekten gesteuert. Am Stiftsberg in Neckarsulm hat die Lidl Stiftung ihren Hauptsitz, die für internationale Prozesse und die strategische Ausrichtung zuständig ist. Die Lidl Dienstleistung GmbH, die das operative Geschäft in Deutschland verantwortet, sitzt im wenige Kilometer entfernten Bad Wimpfen. Sowohl bei der Lidl Stiftung als auch bei der Lidl Dienstleistung gibt es Möglichkeiten für Traineeprogramme in verschiedenen Bereichen. Mehr Infos unter [www.jobs.lidl.de](http://www.jobs.lidl.de)

Lidl entwickelt sich ständig weiter – daraus ergeben sich auch immer wieder neue Situationen und Anforderungen, die kreative Lösungsansätze erfordern. Zudem bringt jedes Land andere Voraussetzungen und Rahmenbedingungen mit, die unterschiedliche Vorgehensweisen im Tagesgeschäft erfordern. Gemeinsam mit der betreuenden Führungskraft können Nachwuchskräfte diese Herausforderungen jedoch sehr gut meistern und daran wachsen.

### Können Sie ein Beispiel geben?

Durch unsere vielfältigen Möglichkeiten wird es immer wieder neue Situationen und Anforderungen geben, welche einem komplett neu sind. Mit der betreuenden Führungskraft werden diese jedoch mit Leichtigkeit gemeistert. So kann es sein, dass es auch unterschiedliche Vorgehensweisen der operativen Umsetzung einer Tätigkeit aufgrund der Gesetzgebung in einem unserer Länder gibt.

### Wer kann den Job machen?

Das Traineeprogramm der Lidl Stiftung richtet sich an Hochschulabsolventen, die einen spannenden und abwechslungsreichen Berufseinstieg erleben wollen. Von Vorteil ist ein abgeschlossenes Bachelor- oder

Masterstudium in einem für die Trainee-Stelle relevanten Schwerpunktbereich.

### Welche Fähigkeiten und Kenntnisse sollte man mitbringen?

Da wir sowohl in Deutschland als auch in über 30 weiteren Ländern mit Kolleginnen und Kollegen in Austausch sind, sind fließende Deutsch- und Englischkenntnisse wünschenswert. Wer gerne mit anpackt und früh Verantwortung übernehmen möchte, ist hier genau richtig!

### Wie sind Einarbeitung, Betreuung und Feedback durch die Vorgesetzten geregelt?

Bei Lidl erhalten alle neuen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter eine individuelle Einarbeitung – denn uns ist es wichtig, dass unsere Kolleginnen und Kollegen gut ankommen und sich in ihre Aufgaben und ihr Team schnell einfinden. Im Rahmen der Einarbeitung lernt man neben seinem eigenen Bereich auch Lidl insgesamt kennen. Die Einarbeitungsphase begleitet zudem ein persönlicher Pate, der bei Fragen mit Rat und Tat zur Seite steht. Regelmäßiges Feedback und ein fest verankertes Talent-Management-System unterstützen zudem die berufliche und persönliche Weiterentwicklung.

### Welche Positionen besetzen die Trainees im Anschluss an das Programm?

Das Traineeprogramm bereitet Hochschulabsolventen ideal auf eine verantwortungsvolle Position bei Lidl vor. Diese muss aber nicht von Beginn an festgelegt sein. Gemeinsam mit dem Zielfachbereich können sich unsere Trainees individuell auf ihre Aufgaben nach dem Programm vorbereiten.

### Wie läuft das Auswahlverfahren für die Trainee-Stelle ab? Welche Tipps können Sie für den Auswahlprozess geben?

Das Auswahlverfahren für die Trainee-Stelle besteht aus mehreren Elementen: Diese umfassen Online-Übungen, eine Vorbereitungsaufgabe für zu Hause sowie ein persönliches Gespräch bei uns. Der wichtigste Tipp für den Auswahlprozess: Sei einfach du selbst! Wir bei Lidl suchen nach Menschen, die zu uns passen. Und zwar so, wie sie sind.

### Was würden Sie sagen, zeichnet Lidl als Arbeitgeber aus?

Unser Versprechen: Lidl lohnt sich. Nicht nur für unsere Kunden und Geschäftspartner, sondern auch für unser Team Lidl. Wir bieten zukunfts-sichere Jobs, abwechslungsreiche Aufgaben und einzigartige Entwicklungsperspektiven für unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. All das in einem dynamischen Umfeld, das viel Raum für Gestaltungsmöglichkeiten und internationale Zusammenarbeit bietet. Unsere Arbeitskultur ist geprägt durch einen starken Team-Zusammenhalt und ein ausgeprägtes Wir-Gefühl. Wir arbeiten gemeinsam für den Erfolg, unterstützen uns gegenseitig und können uns aufeinander verlassen. Bei uns ist jeder willkommen und findet jede Menge Möglichkeiten, seine Karriere selbst zu gestalten.



# ELEVATOR PITCH

foodjobs.de gibt Tipps für  
das Vorstellungsgespräch

## In nur 90 Sekunden begeistern

„Erzählen Sie doch mal etwas über sich“ ist eine der gängigsten Aufforderungen im Vorstellungsgespräch. Statt jetzt einfach den Lebenslauf herunterzubeten, sollte man seine Chance nutzen und sein Gegenüber von sich überzeugen. Wie das am besten gelingt, zeigt der sogenannte Elevator Pitch.

Die Einladung zum Vorstellungsgespräch ist da und Deine Freude könnte nicht größer sein. Schließlich ist damit auch die erste große Hürde auf dem Weg zu Deinem neuen Job geschafft! Um im Gespräch mit dem potenziellen Arbeitgeber nun eine ordentliche Portion Selbstbewusstsein auszustrahlen und Dein Gegenüber von Dir zu begeistern, hilft es, Dir vorher Deine Kernbotschaft zu überlegen: Was zeichnet Dich aus und was soll im Kopf Deiner Gesprächspartner:innen hängenbleiben?

### Einsteigen und Richtung Karrierehimmel steuern

Ein besonders nützliches Tool zur Übung und Vorbereitung auf das Vorstellungsgespräch ist der sogenannte „Elevator Pitch“. Mit diesem lernst Du, Dich prägnant und spannend zu präsentieren.

Stell Dir dabei vor, Du hättest nur eine einzige Chance, Deine neuen Chefs von Dir zu überzeugen – und das bei einer gemeinsamen Fahrt im Aufzug, die maximal 90 Sekunden dauert. Überlege Dir genau, welche Eckdaten im Lebenslauf Deine Geschichte erzählen, und arbeite diese aus.

### Storytelling statt Roboterstil

Wichtig bei Deinem Pitch ist: Der erste Satz muss sitzen. Denn nur wenn Du gleich am Anfang Deiner Kurzpräsentation Aufmerksamkeit erzeugst, bleiben Deine Gesprächspartner:innen auch am Ball. Mit einer spannenden Assoziation oder einem auflockernenden Beispiel bleibst Du leichter im Gedächtnis und sicherst Dir damit einen entscheidenden Vorteil. Nun ist es wichtig zu zeigen, wer Du bist, was Dich ausmacht und wofür Du brennst. Wo liegen Deine Stärken? Was macht Deine Persönlichkeit aus? Wieso bist Du genau der oder die Richtige für diesen Job? Statt eine verstaubte und graue Antwort zu geben, nutze viel lieber eine bildhafte Sprache und erzähle Deine Geschichte.

Verwende bei Deinem Pitch lediglich Punkte, die auch wirklich zu der Story passen, die Du erzählen möchtest. Schließlich steht der Rest Deiner Chronologie im Lebenslauf und muss nicht noch einmal mechanisch vorgetragen werden. Versuche zum Ende Deines Elevator Pitches einen Bogen zu schlagen und noch einmal auf Deinen Anfang und auch auf das Unternehmen bzw. den Job, den Du haben möchtest, einzugehen. Damit

erzeugst Du Spannung und beziehst Dein Gegenüber mit ein.

### Was solltest Du beachten?

Nachdem Du Deinen Elevator Pitch ausgearbeitet hast, heißt es: Üben, üben, üben. Schließlich gibt es nichts Unangenehmeres, als vor Ort ins Stocken zu geraten oder den Eindruck zu vermitteln, Du hättest alles stupide auswendig gelernt. Das Wichtigste ist: Bleibe so authentisch wie möglich und nutze Deine Stärken. Bist Du ein lustiger Typ, setze auf Humor. Bist Du eher still, bleibe ruhig sachlich.

### In anderthalb Minuten zum Erfolg

Mit einer guten Vorbereitung und einer guten Story kannst Du selbstbewusst ins Vorstellungsgespräch starten und einen positiven sowie nachhaltigen Eindruck hinterlassen. Schließlich gilt es lediglich das abgegebene Bild aus Deiner Bewerbung zu bestätigen. Und egal, ob im Bewerbungsgespräch, bei einem Meeting oder beim Netzwerken – ein guter Elevator Pitch kann Dich auf Deinem Karriereweg in Windeseile nach ganz weit oben befördern.

## So könnte Dein Elevator Pitch aussehen

### Kim Müller, 25 Jahre

Direkt zu Beginn kann ich Ihnen schon verraten: Falls Sie mich jemals suchen sollten, finden Sie mich mit hoher Wahrscheinlichkeit im Labor – denn das ist quasi mein zweites Zuhause.

Bereits in der Schule waren Chemie und Biologie meine absoluten Lieblingsfächer. Diese habe ich dann natürlich auch als Leistungskurse im Abitur gewählt. Meine Begeisterung für Naturwissenschaften führte mich nach der Schule auch direkt zu meinem Studium der Lebensmittelchemie, in dem ich mein Wissen über mikrobiologische und chemische Analysen ausweiten konnte – für mich der absolute Traum.

Während meines Studiums entschied ich mich schließlich für ein freiwilliges Praktikum bei der Firma XY, um praxisnäher zu arbeiten und Erfahrungen zu sammeln. Dabei durfte ich auch die regelmäßige Hygienekontrollen nach geltenden HACCP-Richtlinien organisieren und durchführen. Es mag vielleicht komisch klingen, aber auch diese Aufgabe und Verantwortung liegt mir sehr. Denn für mich ist Ordnung sowohl beruflich als auch privat sowieso quasi das halbe Leben und unter uns gesagt: Wahrscheinlich könnte man in meiner Wohnung sogar vom Boden essen.

Diese Ordnung würde ich natürlich auch liebend gern in Ihrem Unternehmen einbringen und ich würde mir wünschen, dass Ihr Labor zu meiner neuen beruflichen Heimat wird.

### Anna Meier, 27 Jahre

Auch wenn mein eigentlicher Name Anna Meier ist, könnte man mich auch einfach die Tüftlerin nennen. Denn seit meiner Kindheit begeistere ich mich für Rezepte und die Zusammensetzung von Lebensmitteln – sehr zum Leidwesen meiner Mutter, die mit mir wohl sämtliche Kuchen oder Törtchen zusammenrühren und austesten musste.

In der Zwischenzeit hat sich das zum Glück ein wenig geändert: Der kulinarische Horizont ist breiter geworden und tüfteln tue ich hauptsächlich in meiner eigenen Küche – und das am liebsten mit allerlei Gewürzen, was wahrscheinlich mit meiner Leidenschaft für das Reisen zusammenhängt.

Nach dem Abitur wusste ich erstmal nicht so recht, wohin mit mir. Da entschied ich mich kurzerhand für eine Reise nach Marokko, wo ich das erste Mal so richtig mit Gewürzen und Kräutern in Kontakt kam. Dadurch wurde wohl auch das Feuer für Gerichte aus fremden Kulturen entfacht, eine Leidenschaft, die ich gern in Produkte einfließen lasse, um sie für den Gaumen noch spannender zu machen.

Zurück in Deutschland war schnell klar: Eine Karriere? Nur mit Lebensmitteln! Deshalb entschied ich mich für das Ökotrophologie-Studium, in dem ich auch gleich gemerkt habe, wo mein beruflicher Weg hingehen soll: Und zwar am liebsten in die Produktentwicklung. Denn neben der Optimierung bestehender Produkte liegt mir auch die Herstellung von Prototypen, die Entwicklung neuer Ideen und die Durchführung sensorischer Verkostungen.

Als Produktentwicklerin möchte ich sehr gerne meine Kreativität, Leidenschaft und mein Know-how in Ihre Produktpalette fließen lassen, damit nicht nur meine Familie in den Genuss meiner Kreationen kommt, sondern auch Ihre Kund:innen.







# Finde dein *Glück*

... mit einem Praktikum oder  
Job in der MEGGLE-Gruppe



Jetzt bewerben für die Standorte  
Wasserburg am Inn (Bayern), Altusried/Kempton im Allgäu (Bayern)  
und Gebesee (Thüringen) unter

[www.meggle.jobs](http://www.meggle.jobs)