

DLG **LEBENSMITTEL** **KARRIERE-GUIDE**



© tinyakov - stock.adobe.com

Job-Barometer
Karrierewege im Anlagenbau

Perspektiven
Lebensmittelrecht im Fokus

Studie
Einstieg in die Lebensmittelbranche

Are YOU
 A SMART
 Nestlé **thinker**
 With NEW and Magical
IDEAS AS WELL AS A Heart
 for TODAY'S Business
 PURINA **iN fast** MOVING
 CONSUMER GOODS

Apply now!

nestle.de/karriere

Inhalt

Magazin	4
Studie	
Beste Einstiegsbedingungen in der Lebensmittelbranche	7
Job-Barometer	
Perspektiven in der Food-Branche:	
Mit Fokus auf Lebensmittelrecht	10
Interview mit Alexander Klein (FRoSTA):	
„Wir investieren viel in Nachhaltigkeit“	12
Vom Bachelor zum Manager	16
Arbeiten als Trendscout für den Lebensmittelhandel	17
Arbeiten als Produktentwickler bei GoodMills Innovation	22
Experten für funktionelle Ingredients	26
Interview mit Claudia Meissner (Beneo)	
„Das gute Gespür für Trends entscheidet“	27
Getränkeindustrie: Technologien für die Zukunft	29
Perspektiven	
Neue Berufe: „Uns fehlen Robotiker“	34
Zukunftstechnologien: Gamechanger für die Food-Industrie.	36
Internationale Karriere bei ADM	40
Karriere-Tipps	
Selbstvermarktung in Social-Media-Kanälen	43
Experten-Talk: Offen für Neues?	46
Karriere-Chance: Mit Vollgas durchstarten	50

Advertorials: ALDI SÜD, Bell Food Group/Hilcona, Ehrmann, Hochland, Frutarom, KaTech Katharina Hahn + Partner GmbH, Kaufland, Nestlé, Storck, Westfleisch

IMPRESSUM

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

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

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

Redaktion: Mareike Bähnisch, Guido Oppenhäuser, Dr. Regina Hübner, Piet Schucht, Christine Seizinger (Textgestaltung Advertorials, Contento-PR)

Fotos: DLG, www.fotolia.de, Firmenfotos

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

Herstellung: Daniela Schirach, DLG-Verlag

Grafik: Petra Sarow, München

Druck: Brühlsche Universitätsdruckerei, Gießen

Karrierewege mit Zukunft – nachhaltig, digital, kreativ

Höhere Nachhaltigkeitsziele und neue Verbraucherwünsche auf der einen Seite, digitale Technologien auf der anderen Seite. All dies verursacht einen hohen Innovationsdruck.



Young Professionals werden hier für verschiedene Positionen gesucht, etwa in der Entwicklung, im Qualitätsmanagement oder im Bereich der Rückverfolgung von Lieferketten. Je nach Funktion werden verschiedene Skills von ihnen erwartet. Eines jedoch sollten alle Absolventen mitbringen: Das Verständnis für die Basics des Lebensmittelrechts. Zusammen mit Experten geben wir Tipps, auf was es dabei ankommt (S. 10 ff.).

Welche Produkte kommen am Markt gut an? Und was sind die Kundenwünsche? Welche Zutaten enthält ein Produkt und wie nachhaltig ist seine Herstellung? Wer diese Fragen beantworten will, könnte Trendscout werden. Ein Kenner der Szene gibt Einblick in seine Arbeit (S. 17 ff.).

Wer sich für Digitalisierung, Automatisierung und Energieeffizienz begeistert, der findet passende Karrierewege im Anlagenbau. Attraktive Traineeprogramme oder Duale Studienprogramme bieten hier den perfekten Startpunkt (S. 30 ff.).

Wir wünschen Ihnen dabei viel Erfolg. Nutzen Sie Ihre Chance!

Guido Oppenhäuser
Chefredaktion
DLG-Karriere-Guide



Zwölf Prozent aller Erwerbstätigen in Deutschland arbeiten für die Lebensmittelbranche

Die Lebensmittelwirtschaft ist eine wichtige Konstante im deutschen Arbeitsmarkt. 12,4 Prozent aller Erwerbstätigen arbeiten für die Branche. Damit sind hierzulande 5,7 Millionen Menschen für die Wertschöpfung von Lebensmitteln zuständig. Das geht aus den aktuellen Branchenzahlen hervor, die der Lebensmittelverband Deutschland in Kooperation mit der Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie (BVE) und weiteren Branchenverbänden erhoben hat.

Vom Feld oder Stall zu den Verarbeitern in Handwerk oder Industrie zum Handel oder ins Gastgewerbe – der Weg eines Lebensmittels geht über mehrere Stufen. Die Wertschöpfungskette umfasst die Bereiche Landwirtschaft, Agrargroßhandel, Lebensmittelhandwerk, Ernährungsindustrie, Lebensmittelgroß- und -einzelhandel sowie das Gastgewerbe.

700.000 Betriebe, von denen die meisten (295.000) im landwirtschaftlichen Sektor angesiedelt sind, sind Arbeitgeber für 5,7 Millionen Menschen. Die meisten Erwerbstätigen finden sich im Gastgewerbe mit knapp drei Millionen. Außerdem zählt die Branche knapp 200.000 Auszubildende. Den größten Umsatz erzielt der Lebensmittelgroßhandel mit 223 Millionen Euro. Insgesamt ist die Branche für 6,6 Prozent der gesamten Wertschöpfung in Deutschland verantwortlich, was 199,5 Milliarden Euro entspricht.

©karepa - stock.adobe.com

Ausgezeichnete Unternehmen

■ Das **F.A.Z-Institut** der Verlagsgruppe Frankfurter Allgemeine Zeitung hat Jumo mit dem Zertifikat „Deutschlands beste Familienunternehmen“ ausgezeichnet. Damit gehört Jumo zu nur 770 Unternehmen in Deutschland, die das Siegel in diesem Jahr erhalten haben. Bewertet wurden die Bereiche Produkte und Service, Innovation, Nachhaltigkeit, Wirtschaftlichkeit, die Leistung des Managements und die Beurteilung als Arbeitgeber. In der Branche „Anbieter von Messtechnik“ ist Jumo eines von 18 Unternehmen, das das Zertifikat erhalten hat.

■ **Multivac** ist ein Gewinner des Axia Best Managed Companies Award 2020, des von Deloitte, WirtschaftsWoche, Credit Suisse und

BDI vergebenen Preises und Gütesiegels für hervorragend geführte Unternehmen. Mit dem Axia Best Managed Companies Award werden vorbildlich geführte Unternehmen mit Hauptsitz in Deutschland ausgezeichnet, die mittelständisch geprägt oder Familienunternehmen sind. Die teilnehmenden Unternehmen konnten sich in einem mehrstufigen Verfahren für die Auszeichnung qualifizieren. Bewertet wurden die vier Kernbereiche Strategie, Produktivität und Innovation, Kultur und Commitment sowie Finanzen und Governance.

■ Das Familienunternehmen **Neumarkter Lammsbräu** wurde von „Great Place to Work“ als einer von Bayerns besten Arbeitgebern 2020 ausgezeichnet. Der Great

Place to Work Award «Bayerns Beste Arbeitgeber 2020» wurde in fünf Unternehmensgrößenklassen verliehen. In der Kategorie der Unternehmen mit 50 bis 250 Mitarbeitenden zählte die Neumarkter Lammsbräu zu den Gewinnern.

■ **PepsiCo Deutschland** erhält zum zehnten Mal in Folge die renommierte Auszeichnung „Top Employer 2020“ und schafft es dabei erstmals unter die Top 3 der besten Arbeitgeber des Landes. Das unabhängige Top Employers Institute zertifiziert jährlich weltweit führende Arbeitgeber. Im Fokus stehen Unternehmen, die einzigartige Bedingungen für Mitarbeiter bieten und Talente auf allen Ebenen des Unternehmens gezielt fördern und weiterentwickeln.

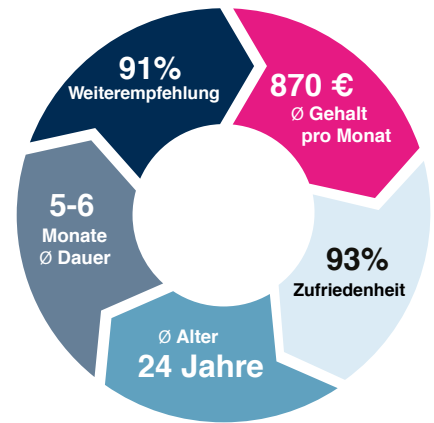
Praktikanten sind höchst zufrieden

Praktikanten werden wertgeschätzt, im Team integriert und sind eine wahre Unterstützung im Alltagsgeschäft. Mittlerweile sind die Nachwuchskräfte eine echte Bereicherung für Unternehmen. Im Optimalfall dient den Studenten das Praktikum als Sprungbrett in eine erfolgreiche Karriere und sie stehen so als Gewinner im Rampenlicht. Die Praktikantenstudie von foodjobs.de ging dieses Jahr während der Coronazeit ins Feld. Die Unternehmen wissen, was jungen Talenten wichtig ist. Das zeigt das positive Ergebnis: Ganze 93 % der Praktikanten waren mit ihren Praktika sehr zufrieden bzw. zufrieden.

Die Nachwuchskräfte von Morgen sind im Schnitt 24 Jahre alt und absolvieren ein Praktikum meist für eine Dauer von fünf bis sechs Monaten. Das Durchschnittsgehalt pro Monat stieg gegenüber dem Vorjahr (850 Euro) auf 870 Euro an. Erneuer

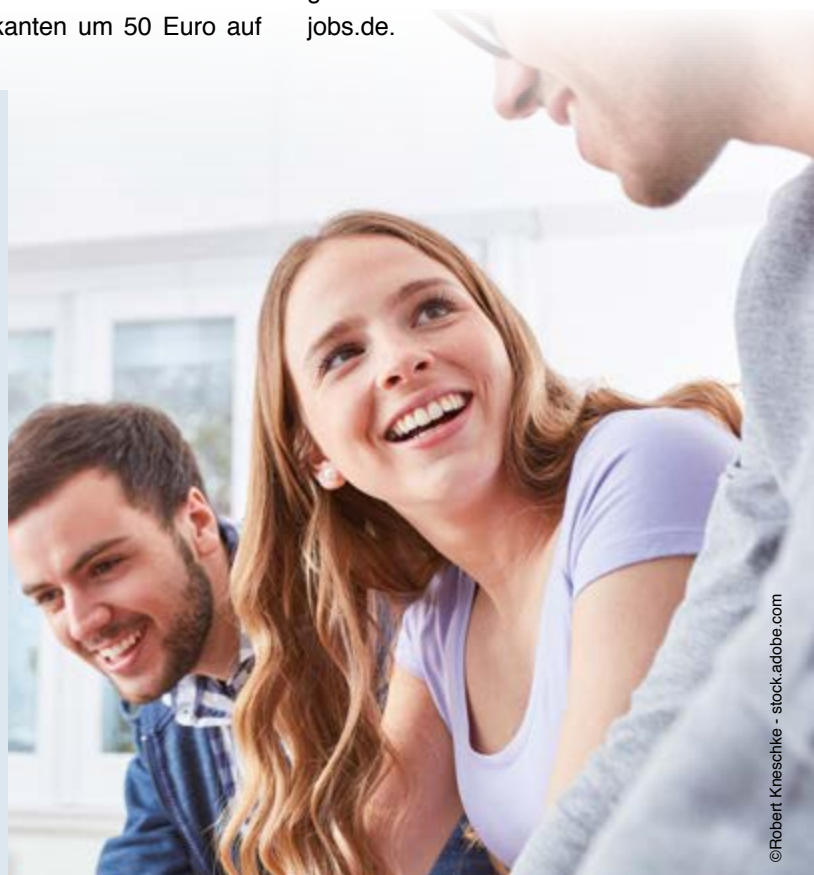
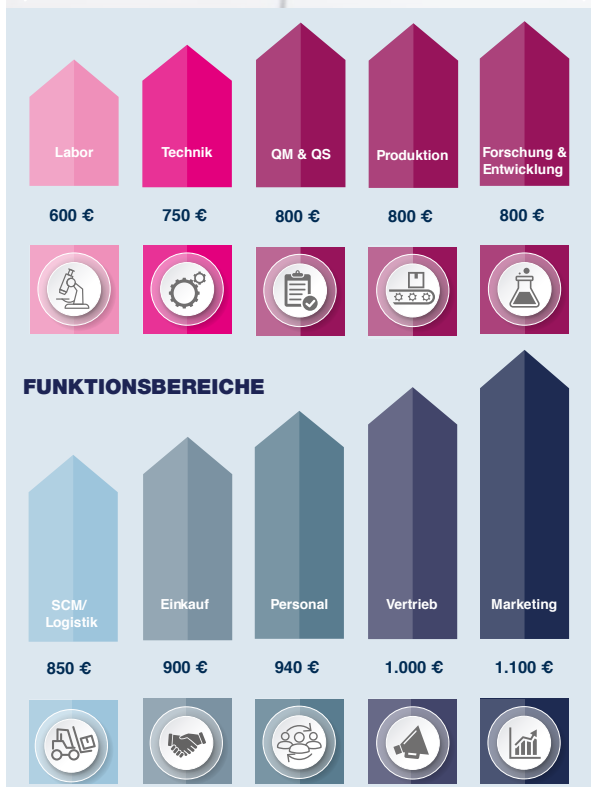
ter Spitzenreiter in Sachen Monatsgehalt ist die Pharma-/Kosmetik-Branche mit 1.190 Euro. Dicht darauf folgt die Getränkeindustrie, sie zahlt 1.000 Euro monatlich. Auch in den Branchen Süßwaren und Milch mit 900 Euro und TK-Kost sowie Convenience mit 850 Euro im Monat werden Praktikanten gut entlohnt. Überdurchschnittliche Verdienstmöglichkeiten bestehen in den Sales- und Marketingabteilungen: Während im Vertrieb monatlich 1.000 Euro gezahlt werden, bietet ein Praktikum im Marketing ein Spitzengehalt von 1.100 Euro im Monat.

Einen großen Gehaltsunterschied gibt es bei Freiwilligen- und Pflichtpraktikanten noch immer. Der Lohn ist auf beiden Seiten gestiegen, allerdings ist die Spanne im Vergleich zum Vorjahr wieder etwas größer geworden. Während das Gehalt von Pflichtpraktikanten um 50 Euro auf



810 Euro gestiegen ist, wuchs das Gehalt von freiwilligen Praktikanten um 80 Euro auf 1.480 Euro. Dagegen ist der Unterschied in der Bezahlung von Bachelor- und Masterstudenten im Vergleich zum Vorjahr gleichgeblieben. Bachelorstudenten erhalten ein monatliches Einkommen von durchschnittlich 850 Euro im Monat, bei Masterstudenten sind es 1.040 Euro.

Die Gesamtstudie „Praktikantenstudie der Lebensmittelbranche 2020“ kann kostenlos zum Download angefordert werden unter info@foodjobs.de.



Beste Einstiegsbedingungen in der Lebensmittelbranche

Was verdient man eigentlich als Berufseinsteiger in der Lebensmittelbranche?

Diese Frage beschäftigt viele Absolventen und die Antwort ist abhängig von verschiedenen Faktoren wie der Branche, der Unternehmensgröße, dem Funktionsbereich oder der Region.

Um sich bei der Gehaltsverhandlung weder unter Wert zu verkaufen, noch zu hohe Gehaltsvorstellungen anzugeben, ist es ratsam, sich einmal genauer mit den Durchschnittswerten auseinanderzusetzen.

Die aktuellen Ergebnisse von foodjobs.de liefern einen detaillierten Überblick über die Einstiegsgehälter in der Lebensmittelwirtschaft. Seit sechs Jahren führt foodjobs.de eine Online-Umfrage durch, die von 3.777 Berufseinsteigern und Young Professionals im Zeitraum von Juni 2015 bis August 2020 beantwortet wurde.

Die signifikanten Ergebnisse im Überblick

- Im Schnitt sind Berufseinsteiger 26 Jahre alt und beziehen ein durchschnittliches Brutto-Jahresgehalt* von 39.000 Euro.
- Die Zufriedenheit der Befragten ist hoch, denn drei Viertel (75 %) sind zufrieden bzw. sehr zufrieden mit ihrem Einstiegsgehalt.
- Die Einstiegsbedingungen für Absolventen können sich sehen lassen, da fast alle Befrag-

ten sofort (47 %) bzw. innerhalb der ersten sechs Monate (45 %) nach dem Studium einen Job finden.

- Nicht ganz die Hälfte (44 %) erhält Urlaubsgeld und profitiert von durchschnittlich 28 Tagen Urlaub im Jahr.
- Knapp die Hälfte (47 %) kann sich über Weihnachtsgeld in einer Höhe von durchschnittlich 2.300 Euro freuen.
- Der Gehaltsunterschied zwischen Männern und Frauen sinkt, sodass Männer nur noch 8 % mehr verdienen als Frauen.

Gehaltsniveau steigt

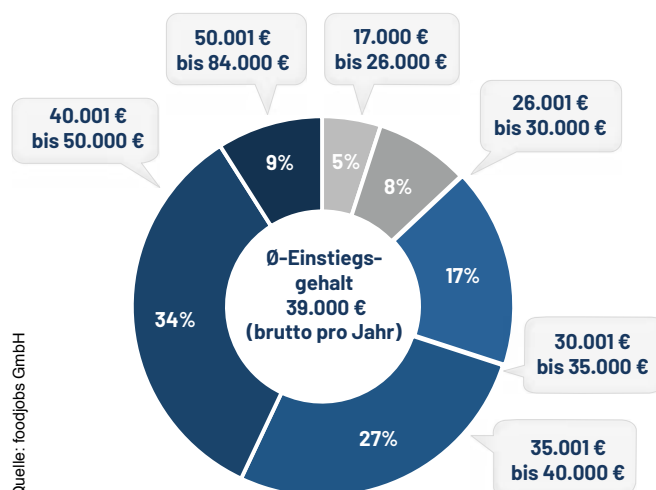
Im Vergleich zum Vorjahr fällt das Gehaltsniveau für Berufseinsteiger höher aus: So ist der Anteil derer, die ein Durchschnittsgehalt von 40.000 Euro bis 50.000 Euro verdienen, um 3 % gestiegen. Darüber hinaus geben sich im Vergleich zum Vorjahr 2 % weniger mit einem Gehalt von unter 30.000 Euro zufrieden.

In den Bereichen Technik und Vertrieb winkt das meiste Gehalt

Betrachtet man die Funktionsbereiche, so fällt auf, dass Technik und Vertrieb erneut die Rangliste anführen.

So lässt sich im Bereich Technik ein durchschnittliches Brutto-Jahresgehalt von 43.200 Euro und im Vertrieb durchschnittlich 40.000 Euro verdienen. Bei den Wirtschaftszweigen sticht abermals der Maschinen- und Anlagebau hervor, da man hier mit einem Durchschnittsgehalt von 45.450 Euro rechnen kann.

Einstiegsgehalt in der Lebensmittelbranche 2020



Quelle: foodjobs GmbH

* Angegeben wird das Brutto-Jahresgehalt inkl. Weihnachts- und Urlaubsgeld. Der Durchschnittswert wird durch den Median ausgedrückt, das heißt, die eine Hälfte liegt unter und die andere Hälfte über dem Durchschnitt.

Fleischbranche kein Schlusslicht mehr

Auch in diesem Jahr bildet die Milch- und Molkereibranche die Spitze des Berges mit Durchschnittsgehältern von 41.000 Euro brutto. direkt im Anschluss befindet sich die Süßwarenbranche, gefolgt von der Getränkeindustrie. Und auch bei der Fleischbranche tut sich etwas: Im Gegensatz zum Vorjahr (36.000 Euro) steigt hier das Durchschnittsgehalt, sodass sich die Fleischbranche vom letzten Platz auf 37.100 Euro hoch arbeitet und sowohl die Backwarenbranche als auch die Obst- und Gemüsebranche überholt.

Standortwechsel kann sich lohnen

Im Vergleich der Regionen sticht besonders der Süd-Ost-Unterschied ins Auge: Hessen bildet hier mit durchschnittlich 42.000 Euro Bruttojahresgehalt den Spitzenreiter, dicht gefolgt von Bayern (39.000 Euro) und Baden-Württemberg (40.950 Euro). Dagegen sinkt das Gehaltsniveau mit Blick in Richtung Osten, da hier trotz des Gehaltsanstiegs von 5 % im Vergleich zu den anderen Regionen deutlich geringere Gehälter gezahlt werden. Für Berufseinsteiger kann es sich demnach bezahlen machen, den Wohnort zu wechseln, da je nach Standort ein höheres Einkommen winkt.

Die richtige Vorbereitung macht sich bezahlt

Was kann ich?

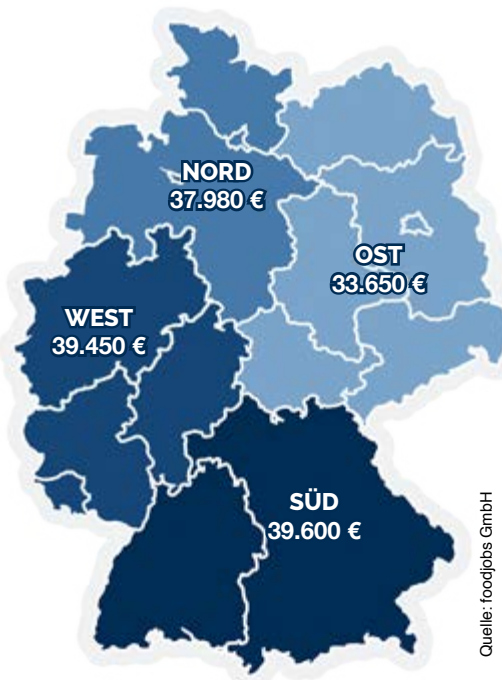
Der Einstieg ins Berufsleben ist eine neue Herausforderung,

Einstiegsgehalt nach Funktionsbereich

 Technik 43.200 €	 Vertrieb 40.000 €	 Logistik/ SCM/Einkauf 39.900 €	 Forschung & Entwicklung 39.400 €
 Produktion 39.000 €	 Personal 39.000 €	 Marketing 37.100 €	 QM & QS 36.400 €

die man mit der passenden Vorbereitung gut bewältigen kann. Hierfür sollte man sich vorab Gedanken über seine eigenen Qualifikationen machen und diese richtig einordnen, damit man im Bewerbungsgespräch einen positiven Eindruck hinterlässt. Dabei lautet die Devise: Selbstbewusstsein zeigen! Schließlich bringt man in Zeiten des voranschreitenden Fachkräftemangels eine profunde Ausbildung und spezielle Fähigkeiten mit, die gefragt sind und dem Unternehmen auch etwas wert sein sollten.

Einstiegsgehalt nach Region



Was will ich?

Bei seiner Vorbereitung sollte man sich nicht nur die Frage stellen, was man selbst für das Unternehmen tun kann, sondern auch, was man von einem potentiellen Arbeitgeber erwartet. Hierzu zählt natürlich auch die Frage nach dem Gehalt, das man verdienen möchte.

Dieses ist sowohl abhängig von den eigenen Qualifikationen, als auch von unternehmensbezogenen Faktoren. Um einen Einblick in die Gehaltsstrukturen zu erhalten, helfen nützliche Daten, wie sie foodjobs.de bereitstellt. So kann man sein Gehaltsniveau schnell und einfach bestimmen. Neben dem Gehalt sollte man sich noch andere Fragen stellen: Wie stelle ich mir meine Arbeitszeiten vor? Wie viele Urlaubstage möchte ich haben? Kann ich mich mit dem Unternehmen identifizieren? Fühle ich mich in dem Arbeitsumfeld wohl? All diese

Fragen dienen dazu, eine klare Vorstellung darüber zu bekommen, was man eigentlich will und was einem wichtig ist. Hierdurch fällt die letzte Etappe des Bewerbungsprozesses leichter, sodass die Zielinie zum Traumjob in greifbare Nähe rückt.

Weitere Ergebnisse über das Einstiegsgehalt in der Lebensmittelbranche:

www.foodjobs.de/einstiegsgehalt-in-der-lebensmittelbranche

Autorin: Pia Schorlemmer
www.foodjobs.de

Quelle: foodjobs GmbH

Quelle: foodjobs GmbH



DASS NIMM2 SOFT
SO LUSTIG PLOPPT,
**IST FÜR MICH ALLES ANDERE
ALS EIN KINDERSPIEL.**

Hermann W., Betriebsleiter Produktion

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


STORCK

Wir entwickeln Freude

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

AUGUST STORCK KG

Für die süßen Momente im Leben

1903 als Bonbonfabrik gestartet, gehört das Familienunternehmen Storck mittlerweile zu den größten Süßwarenherstellern der Welt. Über 100 Länder werden mit den Produkten beliefert. Claudio Förtsch, Abteilungsleiter im Produktionsbereich am Standort Berlin, begann als Trainee und ist fasziniert davon, die eigene Leidenschaft für die Produktion im Markenumfeld von merci, Toffifee oder nimm2 ausleben zu können.



Claudio Förtsch

Nach seinem Masterabschluss im Studiengang Wirtschaftsingenieurwesen begann Claudio Förtsch zunächst bei einem großen Pharmaunternehmen im Bereich der Materialwirtschaft. „Dort habe ich die direkte Nähe zur Produktion vermisst und mich auf bekannten Portalen über Alternativen informiert.“ Die von der AUGUST STORCK KG ausgeschriebene Stelle „Trainee Produktion“ passte dann ideal in sein persönliches Anforderungsprofil: Ein „training on the job“ im direkten Umfeld der verschiedenen Produktions- und Technikbereiche bei einem familiengeführten Unternehmen.

Das familiäre Flair bei Storck

Bereits in den Vorstellungsgesprächen wurde dem jungen Ingenieur der Aufbau des Traineeprogramms inhaltlich vorgestellt. „Für mich besonders positiv war, dass das Programm einerseits eine klare Struktur mit definierten Inhalten und Hospitationen in verschiedenen Fachbereichen und Standorten vorgab, diese aber nach eigenen Interessen und Stärken variiert werden konnten.“ Zudem konnte er die gesamte Trainee-Zeit über mit einem festen Trainee-Paten individuell Details besprechen. Gut gefielen Claudio Förtsch auch die regelmäßig organisierten „Kompass-Treffen“. Dabei handelt es sich um eine Veranstaltung ausschließlich unter Trainees aus allen Fachbereichen. „Dank dieser Treffen gelang es mir, mich von Anfang an mit

vielen Kolleginnen und Kollegen aus anderen Bereichen wie Marketing oder Vertrieb zu vernetzen. Mit einigen habe ich bis heute einen engen Kontakt.“ Außerdem war es möglich, bei jeder dieser Veranstaltungen im informellen Rahmen einen Geschäftsführer der AUGUST STORCK KG kennen zu lernen.

Den Kunden mit Schokolade glücklich machen

„Das ist auch das Besondere bei Storck: Man fühlt sich gleich als Teil des Teams. Das Wort ‚Familienunternehmen‘ wird nicht nur genannt, sondern gelebt. Ob nun mit dem Beispiel der Kompass-Treffen oder auch durch Projektvorstellungen vor unserem Inhaber: Es besteht von Beginn an eine Nähe, die ich aus vorherigen Konzern-Erfahrungen so nicht kannte. Das macht Storck für mich zum idealen Arbeitgeber“, schwärmt Förtsch. Seit Beendigung seines Traineeprogramms

ist er als Abteilungsleiter in der Produktion tätig. Seine Kernaufgabe besteht darin, den Kunden mit hochwertigen Schokoladen-Spezialitäten glücklich zu machen. Dafür muss an den Anlagen die Qualität, aber auch die Effizienz stimmen. „Mein Team und ich koordinieren und sichern Produktionsabläufe, optimieren Produktionsprozesse und versuchen Verluste zu minimieren. Diese Aufgaben werden im Idealfall unter Beteiligung und Entwicklung der rund 75 Mitarbeiter in der Abteilung angegangen.“

Vielfältige Marken – vielfältige Aufgaben

Die vielseitigen Aufgaben machten für ihn den Reiz an seiner verantwortungsvollen Position aus. Um die eigene Abteilung weiter zu entwickeln, seien auf der einen Seite sehr gute Sozialkompetenzen im engen Umgang mit den Mitarbeitern gefordert. Auf der anderen Seite sei Ingenieurskunst gefragt, um Prozessabläufe an den komplexen und modernen Produktionsanlagen zu optimieren. „Ein Mix, der jeden Tag neue Herausforderungen schafft und mich motiviert.“



Mit Fokus auf Lebensmittelrecht

Die Food-Branche ist im Wandel. Höhere Nachhaltigkeitsziele und neue Verbraucherwünsche auf der einen Seite, digitale Technologien auf der anderen Seite. All dies verursacht einen hohen Innovationsdruck. Young Professionals werden hier für verschiedene Positionen gesucht, etwa in der Entwicklung, im Qualitätsmanagement oder im Bereich der Rückverfolgung von Lieferketten. Je nach Funktion werden verschiedene Skills von ihnen erwartet. Eines jedoch sollten alle Absolventen mitbringen: Das Verständnis für die Basics des Lebensmittelrechts.

Nachhaltigkeit ist ein Thema, das ganz oben auf der Agenda der viertgrößten Industrie Deutschlands steht. Ein Beispiel unter vielen: Verpackungen. Für die Vermeidung von Abfällen arbeiten die Unternehmen der Food-Branche gemeinsam mit ihren Zulieferern unter Hochdruck an innovativen Lösungen und Materialkombinationen. Exemplarisch hierfür steht die Papierbeutelverpackung, die der Tiefkühlspezialist FRoSTA für seine Produkte jüngst eingeführt hat. Dadurch will das Unternehmen rund 40 Millionen Kunststoffbeutel pro Jahr einsparen. Um einen verantwortungsbewussten Umgang mit Ressourcen entlang der gesamten Wertschöpfungskette zu gewährleisten, denkt man vor Ort in Bremerhaven kontinuierlich die Prozesse neu. Auch Mitarbeiter mit frischen Ideen werden ständig gesucht. Alexander Klein, Projektmanager für Verfahrenstechnik & Verpackungstechnologie bei FRoSTA, bestätigt dies. Der Verpackungstechnologe kennt die Anforderungen am Markt und weiß, wie wichtig es für Produzenten ist, in puncto Nachhaltigkeit immer auf dem neusten Stand zu bleiben (mehr dazu auf Seite 12).

Rechtliche Spielregeln, die man kennen muss

Neben ökologisch verträglichen Verpackungen spielt die Auswahl der Zutaten für die Verbraucher eine immens große Rolle, ebenso wie der Verzicht auf bestimmte Zusatzstoffe. Im Fokus steht dabei der Nutri-Score, der sich in immer mehr europäischen Ländern als einheitliche Nährwertkennzeichnung durchsetzt. Leicht verständlich ordnet er verarbeitete Lebensmittel ernährungsphysiologisch in eine von fünf Kategorien ein, beginnend mit einem dunkelgrünen A bis zum roten E. Das Label dient in erster Linie der Verbraucherinformation. Zugleich soll es Ansporn für die Hersteller sein, die Reformulierung ihrer Lebensmittel und Getränke voranzutreiben, was letztlich nichts anderes meint als die Reduktion von Natrium, Zucker und Fett. Doch bevor die Produkte in die Supermarktregale kommen, müssen das Spezifikationsmanagement und die Produktentwicklung einige Herausforderungen meistern – angefangen bei der Auswahl geeigneter Zutaten über die technischen Hürden bis hin

zu lebensmittelrechtlichen Aspekten. Warum gerade letztere dabei eine große Rolle spielen, weiß Dr. Tobias Teufer. Der Rechtsanwalt berät national und international agierende Unternehmen sowie Verbände in allen Fragen rund um die Entwicklung, Kennzeichnung und Bewerbung ihrer Lebensmittel. In Konfliktfällen vertritt er seine Mandanten gerichtlich und außergerichtlich gegenüber Wettbewerbern und Behörden. „Inzwischen werden in praktisch allen lebensmittelbezogenen Studiengängen auch rechtliche Inhalte gelehrt“, bestätigt Teufer. Letztlich handele es sich dabei um die Spielregeln einer Branche, die man kennen muss. Auch wenn es unmöglich sei, die „zahlreichen Facetten des Lebensmittelrechts im Studium zu lernen, sollten einem die Grundlagen vertraut sein. Der Rest ist Learning by doing.“

Sichere Lebensmittel durch Blockchain

Gerade wenn es um die Lebensmittelsicherheit, Werbung oder nährwert- und gesundheitsbezogene Angaben auf der Verpackung geht, sind

Rechtsexperten gefragt. „In Deutschland beschäftigen uns seit Jahren immer wieder Transparenzvorschriften, die die Information der Öffentlichkeit nach § 40 Abs. 1a Lebensmittel- und Futtermittelgesetzbuch (LFGB) fordern“, gibt Teufer ein Beispiel. Aber auch Food Fraud, der Betrug mit verfälschten Lebensmitteln, und die Einführung des Nutri-Scores zählen zu den aktuell lebensmittelrechtlich relevanten Themen. Hinzu kommen neue digitale Technologien: Laut einer Umfrage des Digitalverbandes Bitkom prognostizieren zwei Drittel der Unternehmen aus der Lebensmittelindustrie (68 Prozent) bis 2030 eine hundertprozentige Rückverfolgbarkeit bis zum Warenursprung mit-

tels Blockchain. Die Technologie, die im Finanzsektor ihren Ursprung hat, erlaubt einen rechtssicheren Austausch zwischen einer beliebigen Anzahl von Akteuren – vom Lieferanten über den Produzenten, Großhändler, Logistiker und Einzelhändler bis hin zum Kunden. Ob Herkunftsinformationen, Losnummern, Produktionsdaten oder Mindesthaltbarkeitsdatum: All diese Daten sind in der Blockchain gespeichert. Produkte lassen sich so im Handumdrehen identifizieren und aus dem Verkehr ziehen. Die Nachfrage nach Expertenwissen in puncto Lebensmittelrecht dürfte mit der Blockchain also weiterwachsen. Ein Sachverhalt, den auch Tobias Teufer bestätigt: „Digitale Innovatio-

nen sind wichtig und nicht aufzuhalten. Vor diesem Hintergrund müssen die Unternehmen ihre Strategien überprüfen und laufend anpassen. Dazu braucht die Food-Branche im Bereich Lebensmittelqualität und -recht gut ausgebildete Absolventen, um die neuen Instrumente mit Leben zu füllen.“ Der Rechtsexperte ist überzeugt: Der dynamische Digitalisierungsprozess setzt die Unternehmen zwar einerseits unter hohen Veränderungsdruck, bietet andererseits enorme Chancen: „Wir befinden uns in einer extrem interessanten Phase, in der sich junge, qualifizierte Leute mit innovativen Ideen bestens einbringen können“, so Teufer.

Drei Fragen an Dr. Tobias Teufer

„Lebensmittelrecht hat Zukunft“

Herr Dr. Teufer, Sie haben sich im Jahr 2005 auf das Fachgebiet Lebensmittelrecht spezialisiert. Wie kam es dazu?

Meine Karriere als Rechtsanwalt im Lebensmittelrecht begann mit einer Stellenanzeige der Kanzlei Krohn Rechtsanwälte, in der ich inzwischen Partner bin. Sie war überschrieben mit: „Lebensmittelrecht macht Spaß“. Das klang vielversprechend. Da ich mich bereits während des Studiums mit den angrenzenden Rechtsge-

bieten, beispielsweise dem Wettbewerbsrecht, beschäftigt hatte, wollte ich das ausprobieren. Und Lebensmittelrecht macht tatsächlich auch heute noch Spaß!

Welche Möglichkeiten bieten sich Hochschulabsolventen der Lebensmittelwissenschaften ihre Rechtskenntnisse auszubauen und sich im Beruf weiterzubilden?

Zunächst gibt es in vielen Unternehmen erfahrene und kompetente Kolleginnen und Kollegen, von deren Expertise man unbedingt profitieren sollte. Spannend ist ja gerade die Verbindung des im Unternehmen vorhandenen Know-hows mit den frischen Ideen eines Neuzugangs. Daneben gibt es über Branchenverbände und private Veranstalter ein breites Angebot an lebensmittelrechtlichen Fortbildungen, angefangen

bei Grundlagenseminaren bis hin zu Seminaren, die Kennzeichnung und Bewerbung behandeln. Da dürfte für jeden etwas dabei sein.

Wird die Nachfrage nach Expertenwissen in puncto Lebensmittelrecht auch mit digitalen Technologien wie etwa der Blockchain weiterwachsen?

Absolut. Digitale Innovationen sind wichtig und nicht aufzuhalten. Gerade im Bereich der Lebensmittelqualität und des Lebensmittelrechts wird es aber weiterhin eine Nachfrage nach Experten geben, die neue technologische Instrumente mit Leben füllen können. Ich bin überzeugt davon, dass Lebensmittelrecht nicht nur Spaß macht, sondern Hochschulabsolventen auch in Zukunft viele Perspektiven in ihrem beruflichen Umfeld bietet.



©Christian Spielmann

Hat Spaß an seinem Job: Dr. Tobias Teufer, Spezialist für Lebensmittelrecht.

Herr Klein, Nachhaltigkeit ist ein ebenso umfassender wie undefinierter Begriff – was genau versteht man bei FRoSTA darunter?

Wir sind uns als Hersteller von Lebensmitteln bewusst, dass wir nicht nur für unsere eigenen Prozesse die Verantwortung tragen, sondern für alle Schritte entlang der Wertschöpfungskette: vom Anbau der Rohwaren, dem Fischfang, der Aufzucht der Tiere und der Verpackungsherstellung über die Verarbeitung bei unseren Lieferanten, die Transporte in unsere eigenen Werke bis hin zum Verzehr durch den Verbraucher und der Entsorgung der Verpackung. Aus diesem Grund sind Themen wie Nachhaltigkeit, die Vermeidung von Verpackungsmüll oder auch Food Fraud in unserem Arbeitsalltag allgegenwärtig.

Wie bewältigen Sie den Umgang damit?

Wir haben ein Nachhaltigkeitsteam, das rund 50 Mitarbeiter an sechs Standorten umfasst. Dazu zählen drei hauptverantwortliche Nachhaltigkeitsmanager für die Bereiche Umwelt, Produkte und Soziales. Deren Aufgabe ist es, die relevanten Nachhaltigkeitsthemen im Unternehmen zu sammeln und direkt an den Vorstand weiterzuleiten. Der Vorstand diskutiert diese Themen und entscheidet, welche mit welcher Priorität verfolgt werden. Die oberste Verantwortung für Nachhaltigkeit bei FRoSTA liegt bei unserem Vorstandsvorsitzenden.

Was das Thema Nachhaltigkeit betrifft, wünschen sich viele Verbraucher mehr Transparenz ...

Absolut. Konsumenten kaufen heute viel bewusster ein als früher, werfen öfter einen Blick auf die Zutaten und hinterfragen deren Herkunft. Auch

Interview mit Alexander Klein von FRoSTA

„Wir investieren viel in Nachhaltigkeit“

Nachhaltigkeit ist eines der Top-Themen der Food-Branche. Ein Unternehmen, das das Thema schon früh in den Mittelpunkt seiner Konzernstrategie gestellt hat, ist der Tiefkühlspezialist FRoSTA aus Bremerhaven.

„Nachhaltigkeit ist seit der Einführung des Reinheitsgebots im Jahr 2003 der Kern unserer Marke und ist damit fest verankert in unseren Grundwerten, nach denen in jeder Abteilung gehandelt wird“, erklärt Alexander Klein, Projektmanager für Verfahrenstechnik & Verpackungstechnologie bei FRoSTA im Interview.

diverse Lebensmittelskandale haben dazu beigetragen, dass viele Verbraucher entsprechend vorsichtiger geworden sind. Doch das ist bloß die eine Seite der Medaille. Auch das Verpackungsgesetz fordert seit Anfang 2019 ein Umdenken im Hinblick auf Ressourcenschonung, Recycling und weitere Umweltaspekte.

Als Verpackungstechnologe sind Sie Experte auf diesem Gebiet.

Wie gehen Sie vor, können Sie ein Beispiel aus der Entwicklung geben?

Wir haben uns beispielsweise die Frage gestellt, warum Schlemmerfilets eigentlich immer in einer Aluminiumschale liegen müssen. Deshalb verzichten wir hier auf die übliche Aluminiumschale und verwenden stattdessen eine mit PET-beschichtete Pappschale. Dadurch können alle Schlemmerfilets nicht nur im Ofen,

sondern auch in der Mikrowelle zubereitet werden. Das spart nicht nur Zeit, sondern auch Energie.

Mit Ressourcenschonung liefern Sie ein wichtiges Stichwort ...

FRoSTA war beim Thema Verpackung bereits Vorreiter, da ab 2016 die Folienbeutel aus einem sogenannten Monomaterial statt wie handelsüblich Verbundmaterial hergestellt wurden. Durch das sortenreine Material und den hellen Grundton der Verpackung konnten wir die Recyclingfähigkeit erheblich verbessern. Sortenreine Kunststoffe ermöglichen ein hochwertigeres Recycling und vielfältige Möglichkeiten der Wiederverwertung. Dadurch ergibt sich eine stark verbesserte Öko-Bilanz. Zudem sind wir durch die Teilnahme am PCF-Pilotprojekt in 2008 heute in der Lage, auf Knopfdruck eine CO₂-Bilanz unserer Produkte zu erstellen.



©New Africa - stock.adobe.com

Diese veröffentlichen wir stets auf unserer Homepage.

Was steht bei Ihnen derzeit noch im Fokus?

Aktuell gehen wir in der Entwicklung noch einen Schritt weiter: Um den Kunststoffanteil weiter zu reduzieren, haben wir bereits die ersten Gemüsemischungen in einen FSC-zertifizierten Papierbeutel abgefüllt, wobei FSC für Forest Stewardship Council steht. Dieser wurde gegründet, um eine ökologisch angepasste, sozial förderliche und wirtschaftlich rentable Bewirtschaftung der Wälder zu fördern. Auf diese Weise soll gewährleistet werden, dass Bedürfnisse der heutigen Generation befriedigt werden können, ohne die Bedürfnisse zukünftiger Generationen zu gefährden. Dementsprechend fällt das Feedback zu unserem Papierbeutel bisher sehr positiv aus.

Welchen Einfluss haben diese Anforderungen am Markt auf die geforderte Qualifikation der Mitarbeiter und Bewerber?

Der Markt ist auf jeden Fall sehr dynamisch geworden und das erwarten wir auch von unseren Mitarbeitern und Bewerbern. Wir legen Wert auf Offenheit gegenüber Veränderungen und wir sind ständig auf der Suche nach Mitarbeitern mit frischen Ideen.

Wo werden Absolventen bevorzugt am Beginn ihrer Karriere eingesetzt?

Jeder Absolvent hat verschiedene Möglichkeiten in einen Job einzusteigen. Häufig ist es sinnvoll, bereits vor und während des Studiums ein Praktikum zu absolvieren. FRoSTA bietet drei bis sechsmonatige Praktika an, in dem das bisher erlangte theoretische Wissen vertieft und mit neuen Erfahrungen aus der Praxis verknüpft

werden kann. Dabei ist es die Aufgabe der Praktikanten, eigenständige Projekte zu übernehmen.

Eine weitere Möglichkeit ist der Direkteinstieg nach der abgeschlossenen Berufsausbildung oder dem Studium ...

Wir bereiten Berufseinsteiger gezielt mit Einarbeitungsprogrammen auf den erfolgreichen Start in unser ebenso spannendes wie technologisch anspruchsvolle Umfeld vor. Nach dem Studienabschluss können Absolventen ein Traineeprogramm absolvieren. Innerhalb von zwei Jahren bilden wir so unser Management von morgen aus. Unsere Trainees übernehmen von Anfang an Verantwortung, arbeiten selbstständig an eigenen Projekten und tragen zum Erfolg des Teams bei. Zum Programm gehören auch mehrmonatige Aufenthalte an einem unserer Standorte in Polen oder Italien sowie in unseren Gemüseverarbeitungsbetrieben Elbtal und Rheintal.

Noch einmal zurück zur Nachhaltigkeit: Was kann der einzelne Mitarbeiter hier beitragen?

Bei FRoSTA kann jeder die Entwicklung des Unternehmens aktiv mitgestalten und vorantreiben. Durch die zunehmende Digitalisierung ist es heutzutage kinderleicht, an Online-Seminaren teilzunehmen und somit in seiner Branche auf dem neuesten Stand zu bleiben. Dies sollte man auch unbedingt wahrnehmen! So erfährt man beispielsweise auch, dass es bei einer guten Verpackung heute nicht nur auf die Maschinengängigkeit, die Optik und Haptik sowie die Funktionalität ankommt, sondern Anforderungen an die Nachhaltigkeit ebenso wichtig geworden sind. Und diese werden sich immer weiter verschärfen.

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



Unternehmen der Bell Food Group



BELL
FOOD
GROUP



Hilcona

Frisches Denken für genussvolle Produkte

Mit über 80 Jahren Unternehmensgeschichte zählt die zur Bell Food Group gehörende Hilcona AG zu den Markführern für frische, genussfertige Lebensmittel in Europa. Pioniergeist und Innovationskraft machten aus Hilcona eines der modernsten Unternehmen der Lebensmittelbranche. Beständige Innovation und Expansion setzen laufend neue Trends.

„Innovationen sind ein wichtiger Erfolgsfaktor für unser Unternehmen“, erklärt Benjamin Hassler, Leiter Hilcona Technologiemanagement. Mit Begeisterung und Offenheit werden bei Hilcona immer wieder neue Ideen angestoßen. „Verantwortliches Handeln in cross-funktionalen Teams ist bei der Hilcona AG ein

wichtiger Bestandteil der Unternehmenskultur. Innovatives, unternehmerisches Denken wird wertgeschätzt, gute Ideen umgesetzt“, sagt Benjamin Hassler, der seit dreizehn Jahren für den „Besseresser-Produzenten“ tätig ist.

Frischen Genuss für jeden Tag

Zu Beginn seiner Hilcona Karriere drehte sich beim studierten Lebensmittelingenieur alles um die Bereiche Pizza & Sandwiches. Die nächsten Entwicklungsschritte führten Benjamin Hassler in die Westschweiz. Dort lautete seine Mission: Verantwortung für die Industrialisierung und Qualitätssicherung. Seit seiner Rückkehr zum Hilcona Hauptsitz in Schaan in Liechtenstein engagiert sich Benjamin Hassler als Leiter Hilcona Technologiemanagement um qualitativ hochwertige und genussvolle Produkte. Über alle Sortimente spannt sich der zentrale Anspruch, frischen Genuss für jeden Tag zu schaffen. „Die Welt verändert sich. Und wir gemeinsam

mit ihr. Das Denken der neuen Generationen durchläuft einen Richtungswechsel. Schlagwörter wie Nachhaltigkeit und Umweltbewusstsein sind nicht nur Begriffe, sondern Lebenseinstellungen geworden“.



Benjamin Hassler

Genuss, Gesundheit, Nachhaltigkeit
Aber genau das ist es, was Benjamin Hassler so viel Spaß macht: „Das Wort „langweilig“ gibt es nicht. Die Hilcona Produktpalette ist breit aufgestellt, wächst stetig und stellt sich laufend neu auf. „Bereits als junger Studienabgänger wurde ich gleich in die Projektarbeit eingebunden und profitierte unter anderem vom gut funktionierenden Austausch zu anderen Schnittstellen.“ Mitdenken, interessiert sein, nachfragen – so beschreibt er den Geheimtipp zum Erfolg bei der Hilcona AG: „Begeisterungsfähige Jobeinsteiger werden bei uns immer gefördert und erreichen zügig ihre Ziele“.

INFO

Die Bell Food Group setzt sich zusammen aus den Unternehmen Bell, Eisberg, Hilcona und Hügli. Das Angebot umfasst Fleisch, Geflügel, Charcuterie, Seafood sowie ultrafrische, frische und haltbare Convenience-Produkte wie Salate, Sandwiches, Fertigmüs, Pasta, Saucen oder Gewürze. Über 12.000 Mitarbeiter in 15 Ländern setzen sich jeden Tag dafür ein, hochwertige Qualitätsprodukte bereitzustellen und Millionen von Konsumenten Genussmomente zu bereiten.

100 Jahre Ehrmann

Familiengeführt und krisensicher

Was 1920 als „Ein-Mann-Molkerei“ begann ist heute ein global tätiges Unternehmen mit 2.400 Mitarbeitern. Trotz vieler Veränderungen ist eines gleich geblieben: die familiären Werte. Die sorgen auch im Job täglich für besondere Genussmomente.



Ehrmann ist in Deutschland jedem ein Begriff. Und nicht nur dort: In über 70 Länder wird der Genuss aus dem Allgäu inzwischen exportiert. Bekannteste Beispiele für die Erfolgsgeschichte: Almighurt Joghurt, Grand Dessert sowie der High Protein Pudding, die in ihren Bereichen die Nummer 1 Marke sind.

Jobs mit höchstem Genussfaktor

Doch bei Ehrmann stecken nicht nur ausgesuchte Zutaten und bester Geschmack unter einem Deckel. Sondern auch erstklassige Arbeits- und Karrieremöglichkeiten. Die Zu-

taten dafür: kollegiales Betriebsklima, Freude an Innovationen und internationale Ausrichtung – gepaart mit strukturierter Einarbeitung, eigenen Handlungsspielräumen und jeder Menge Wegen, den eigenen Werdegang erfolgreich zu gestalten. Dazu ein krisensicheres Umfeld, in dem schon in dritter Generation konsequent nach dem Leitbild „Von der Familie, für die Familie“ agiert wird. Auch die Arbeitgeberleistungen sind erste Sahne. Dazu gehören Betriebsrente, Urlaubs- und Weihnachtsgeld sowie der jährliche Gesundheitstag und vieles mehr.

Balance zwischen Sicherheit und Freiheit im Job

Die Investition in die Belegschaft kommt gut an: Elf Jahre beträgt die durchschnittliche Betriebszugehörigkeit – der dienstälteste Kollege arbeitet sogar seit 46 Jahren hier. Die Mischung aus sicheren Arbeitsplätzen und viel Raum zum Mitgestalten sorgen dafür, dass für die eigene Tätigkeit auch nach Jahren gilt: Ehrmann – kein Job macht mehr an.

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

Alexander Weber, Betriebsleiter Produktion und Technik bei Ehrmann in Oberschöneck

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.

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

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

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 Group

Vom Bachelor zum Manager

Der Lebensmittelhandel ist für Berufseinsteiger ein attraktiver Arbeitgeber. Ein Unternehmen, das sich zu den beliebtesten bei Absolventen zählen darf, ist Aldi Nord. Um es dem Nachwuchs so einfach wie möglich zu machen, Fuß zu fassen, hat der Händler zusammen mit der Hochschule Bochum einen exklusiven Master geschaffen. Der Abschluss des Studiums ebnet den Weg für den Einstieg in das obere Management.



©Tiko - stock.adobe.com

Einmal im Jahr ermittelt das Trendence Absolventenbarometer die attraktivsten Arbeitgeber für Berufseinsteiger. 2019 wurden dafür über 55.000 Studierende von rund 200 Hochschulen zu ihren Wunschunternehmen und Karriereplänen befragt. Das Ergebnis: In der Kategorie Handel zählt Aldi Nord zu den Top Ten-Arbeitgebern. Vor allem bei Absolventen der Wirtschaftswissenschaften wird der Händler immer beliebter. Insgesamt 1,4 Prozent aller Studierenden aus diesem Bereich würden sich beim Begründer des Discounts bewerben. „Die tolle Platzierung im Trendence Ranking zeigt, dass wir mit kleinen Schritten bereits große Wirkung er-

zielt haben“, sagt Chris Overbeek, Geschäftsführer Human Resources bei Aldi Nord.

Startup-Atmosphäre mit 100 Jahren Erfahrung

Vor knapp zwei Jahren hat Aldi Nord mit der Modernisierung des Filialnetzes den Grundstein für ein neues Einkaufserlebnis gelegt. Damit einhergehend wurde das Sortiment erweitert, die Märkte erneuert, Standorte auf den Prüfstand gestellt, Prozesse optimiert und digitalisiert. „Mit all diesen Neuerungen fielen natürlich auch viele Veränderungen für unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an. Das war der Startschuss für die

Neuausrichtung der Personalarbeit“, so Overbeek.

Als einer der ersten Schritte wurden die Ausbildungsmöglichkeiten der Unternehmensgruppe neu ausgerichtet: Mit einem neuen Bachelor-Kompaktstudium werden die Nachwuchsmanager jetzt noch gezielter auf den Weg in die Handelswelt vorbereitet. Der exklusive, akkreditierte Masterstudiengang „Internationales Handelsmanagement“ öffnet in Kooperation mit der Hochschule Bochum den Weg ins höhere Management. Zusätzlich wurden zahlreiche Trainingsprogramme für Mitarbeiter entwickelt, Seminarangebote in der neuen Aldi-Akademie konzipiert und ein Talentmanagement aufgebaut. „Wir sind dabei uns für die Zukunft aufzustellen. Dafür wollen wir gezielt die richtigen Talente ansprechen, und zwar dort, wo sie sich auch aufhalten“, erklärt Overbeek. Dabei helfen soll auch ein neuer Medienmix, Zielgruppenanalysen und Corporate Testimonials, die einen Einblick in den Berufsalltag geben und die Aufbruchstimmung erlebbar machen. „Man kann sagen: Bei uns herrscht ein wenig Startup-Atmosphäre. Der Vorteil

Einstiegschancen ins Aldi-Management

- **Duales Bachelor-Kompaktstudium „Business Administration“** in Kooperation mit der FOM Hochschule für Oekonomie & Management in Essen, Berlin oder Hamburg: Zielposition nach dem Studium ist die Position des Regionalverkaufsleiters.
- **Dualer Masterstudiengang „Internationales Handelsmanagement“** in Kooperation mit der Hochschule Bochum: Die Studierenden erhalten eine intensive Einarbeitung zum Regionalverkaufsleiter und ein Bruttogehalt von 39.000 Euro als Vergütung.

dabei ist, dass wir von 100 Jahren Handelserfahrung profitieren.“ Das gute Ergebnis der Trendence-Studie sei ein weiterer Ansporn, sich in den Bereichen Employer Branding, Recruiting, Personalentwicklung und Talent Management noch besser aufzustellen. „Wir möchten unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter natürlich dauerhaft für unser Unternehmen begeistern“, sagt Chris Overbeek. Ziel sei es, eine moderne und flexible Arbeitswelt zu schaffen, von der sowohl Mitarbeiter als auch das Unternehmen profitieren.

Auf Zukunftskurs

Absolventen, die bei Aldi Nord eine Karriere im Management starten wollen, sollten mit den wichtigen Themen des Lebensmitteleinzelhändlers vertraut sein. Zum Modernisierungskurs des Unternehmens

zählt zum Beispiel das Thema Nachhaltigkeit. Schon heute arbeitet der Discounter mit vielen Maßnahmen daran, seine Treibhausgasemissionen bis 2021 um 40 Prozent gegenüber 2015 zu reduzieren. Zudem sollen bis Ende 2025 100 Prozent der Eigenmarkenverpackungen recyclingfähig, kompostierbar oder wiederverwendbar sein. „Unser Nachhaltigkeitsbericht gibt einen umfänglichen Einblick in bisher Erreichtes und erklärt, welche Ziele wir uns für die kommenden Jahre in verschiedenen Themenfeldern gesetzt haben. Ein schönes Zwischenfazit, das uns motiviert, weiter Veränderungen voranzutreiben oder einzuleiten. Gerade im Bereich der nachhaltigen Produktverpackungen haben wir zuletzt viele Fortschritte erzielt. Ähnlich ambitioniert gehen wir jetzt das Thema bewusste Ernährung an“, sagt Tobias Heinbo-

ckel, Managing Director Category Management bei Aldi Nord.

Weniger Zucker, mehr Veggies

Im Jahr 2019 hat der Discounter in Deutschland die Anzahl der Bio-Artikel um 47 Produkte auf insgesamt 305 ausgeweitet. Dazu befinden sich mittlerweile 246 als vegetarisch oder vegan gekennzeichnete Artikel in den Aldi-Filialen. Diesen Weg will das Unternehmen für seine Kunden weitergehen. So wird das Angebot an vegetarischen oder veganen Artikeln sowie das Bio-Sortiment weiter ausgebaut. Dazu nimmt Aldi Nord auch an Kindergerichtete Eigenmarken in den Fokus und verbessert weiter sukzessive die Salz- und Zuckergehalte. Die Einführung des Nutri-Scores ist in Planung, sobald die gesetzlichen Rahmenbedingungen dafür geschaffen sind. Mehr Infos unter: www.aldi-nord.de

Arbeiten als Trendscout für den Lebensmittelhandel

Wegbereiter für Food Innovationen

Welche Produkte kommen am Markt gut an? Und was sind die Kundenwünsche? Das sind die Fragen, die sich Manager im Groß- und Einzelhandel täglich stellen. Genauso wichtig ist aber im Zeitalter der vegetarischen, veganen und pflanzenbasierten Küche: Welche Zutaten enthält ein Produkt und wie nachhaltig ist seine Herstellung? Zu Besuch bei Fabio Ziemßen in Düsseldorf, der bei NX-Food für die METRO AG die Neuheiten für die Food-Branche scoutet.

Ob im Groß- oder Einzelhandel: Wer im oberen Management dafür verantwortlich ist, die Regale im Markt mit Produkten zu füllen, der muss die Trends im Bereich Food & Beverage

kennen. Einer, der sich mit den aktuellen Themen der Food-Branche und Food Tech-Szene intensiv auseinandersetzt, ist Fabio Ziemßen. Als Managing Director Food Inno-



Fabio Ziemßen: Groß- und Außenhandelskaufmann sowie studierter Marketing-, Logistik- und E-Commerce-Experte arbeitet als Managing Director Food Innovation für die Geschäftseinheit NX-Food der METRO AG.

FoodTech – was heißt das eigentlich?

Im weiteren Sinne umfasst dieser Begriff innovative Techniken für die Nahrungsmittelindustrie entlang der gesamten Food Wertschöpfungskette – von Produktdesign bis hin zum Vertrieb. Der Begriff **AgTech** (Agricultural Technology) wird als Oberbegriff für alle technischen Innovationen verwendet, die die datengetriebene, vernetzte, digitale Landwirtschaft der Zukunft betreffen. Bei **Vertical Farming** handelt es sich um sogenanntes Indoor-Farming, also den Anbau von Salaten und Kräutern in Gebäuden, etwa in Restaurants oder im Supermarkt.

vation verfolgt der 34-Jährige für die Geschäftseinheit NX-Food der METRO AG Produkt- und Marktentwicklungen und setzt sich für eine Vernetzung der internationalen FoodTech- und AgTech-Szene ein. Der Hub wurde Anfang 2018 gegründet und seitdem ist viel passiert. Die Start-up-Community, mit der sich Ziemßen und sein Team regelmäßig treffen, zählt mittlerweile mehr als 800 Gründer. NX-Food entwickelte beispielsweise gemeinsam mit der Fraunhofer-Gesellschaft den ersten Vertical Farming-Ansatz für Händler mit und half dabei, den Beyond-Meat-Burger in den deutschen Lebensmittelhandel zu bringen. Auch das erste Großhandels-Listing für insektenbasierte Produkte in Deutschland, nur drei Monate nach Inkrafttreten der neuen EU-Verordnung über neuartige Lebensmittel, geht auf das Konto von NX-Food. Und das sind nur einige Beispiele für die strategischen Partnerschaften, die Fabio Ziemßen und sein Team bislang aufgebaut haben. Im Interview gibt der Groß- und Außenhandelskaufmann sowie studierte Marketing-, Logistik- und E-Commerce-Experte Einblicke in seine Arbeit als Trendscout für den Lebensmittelhandel.

Herr Ziemßen, bei NX-Food setzen Sie sich intensiv mit neuen Lebensmitteln und Getränken sowie Lösungen für den Handel aus-

einander. Was sind aus Ihrer Sicht aktuell die wichtigen Themen in der Branche?

Da gibt es einige zu nennen: Von Bevölkerungswachstum über Klimawandel bis hin zu veränderten Lebensstilen, bei denen die Gesundheit und das eigene Wohlbefinden im Mittelpunkt steht – all dies erfordert gerade ein drastisches Umdenken in der gesamten Kette der Lebensmittelherstellung und -versorgung.

Wie zeigt sich dies am Markt?

Was wir vor diesem Hintergrund beobachten, ist, dass viele neue Lebensmittel und Getränke auf den Markt kommen, die den Anspruch haben, in ihrer Zusammensetzung gesünder und vor allem nachhaltiger zu sein. Sie sind im Grunde das neue Alte – also bessere Alternativen bestehender Produkte, die wir als Verbraucher eigentlich schon kennen und von denen wir klare Vorstellungen in Bezug auf Aussehen und Geschmack haben.

... hier wären beispielsweise Fleischersatzprodukte zu nennen, die seit Jahren einen Aufwärtstrend erleben ...

... und damit quasi alles, was wir im Segment der alternativen Proteinquellen oder alternativen pflanzlichen Lösungen sehen – von Milch- und Käsealternativen über Fleischalternativen wie Burger Pattys von Beyond

Meat oder Impossible Food bis hin zu ganz neuen Produkten wie Cultivated Meat, also Fleisch, das aus Stammzellen im Labor gezüchtet wird. Doch auch in anderen Produktkategorien kommen immer mehr Innovationen auf den Markt, die die Welt der Lebensmittelindustrie und des Handels und nicht zuletzt auch der Gastronomie verändern.

Und hier kommt NX-Food ins Spiel ...

Ganz genau. Als Großhändler will die METRO die Gastronomie partnerschaftlich dabei unterstützen, Zugang zu diesen neuen Entwicklungen zu bekommen. Und damit der Gastronom seinen Gästen am Ende die besten Produkte anbieten kann, muss der Handel die vielversprechenden Innovationen vorab zu filtern und zu bewerten wissen. METRO hat dazu vor circa zwei Jahren den Innovationshub NX-Food gegründet und diesen direkt neben der Konzernzentrale in Düsseldorf angesiedelt. Das Spektrum umfasst dabei Themen wie Lebensmittelverschwendung und deren Reduktion sowie nachhaltige Food-Konzepte und Produktinnovationen für Gastronomie und Endverbraucher, die durch Initiativen wie das Start-up-Regal den Kunden der METRO zugänglich gemacht werden.

Seit Frühjahr 2018 haben sich mehr als 300 Start-ups bei Ihnen beworben. Welche Produkte schaffen es letztlich in das Regal?

Das sind beispielsweise vegane Produkte wie pflanzenbasierte Burger oder Neuheiten aus dem Bereich der alternativen Proteinquellen. Diese Themen spielen global eine sehr wichtige Rolle, auch weil sie auf Megatrends, wie etwa die wachsende Weltbevölkerung und den damit ein-



Die Düsseldorfer Burger-Spezialisten von What's Beef sind die ersten Anbieter des 100 Prozent pflanzenbasierten Burgers des britischen Food-Unternehmens Moving Mountains in Deutschland. NX-FOOD hat der Kooperation der beiden Partner den Weg geebnet.

©What's Beef

hergehenden steigenden Nahrungsmittelbedarf, einzahlen.

Hat das Thema Nachhaltigkeit stets Priorität für Sie?

NX-Food versteht sich als internationale Plattform für Food Tech und Innovation. Viele der Produkte, die wir unterstützen, gehen gesellschaftliche Herausforderungen an. Das bedeutet, wir scouten in der Regel Produkte, die einen gewissen Nachhaltigkeitscharakter haben und so zu einer besseren Lebensmittelversorgung beitragen – vom Anbau, über Produktion bis hin zur Verfügbarkeit im Markt.

Wie sieht die Arbeit bei NX-Food also typischerweise aus?

Food-Trends und auch die Technologien dafür entwickeln sich nicht nur lokal, sondern vor allem international – dementsprechend sind wir viel unterwegs. Wir glauben, dass

wir so – und gerade in Anbetracht der globalen Vernetzung – schneller Lösungen für die anfangs besprochenen Megatrends und Entwicklungen finden. Unser Ziel ist es, die Food-Branche für neue Themen zu begeistern. Im Hub testen wir daher ständig Produktinnovationen und neue Ansätze. Und wir glauben, dass Industrie, Handel und die Gastronomie am selben Strang ziehen müssen, um die Herausforderungen in der Lebensmittelversorgung gemeinsam zu meistern.

Für alle, die bei Ihnen einsteigen möchten – ob direkt, als Werkstudent oder Praktikant: Welche Fähigkeiten sollte man mitbringen?

Bei NX-Food sind wir immer auf der Suche nach jungen Talenten, die für Food-Innovationen, neue Technologien und das Start-up-Ökosystem offen sind und ein starkes Interesse haben, Business-Modelle für nachhaltige Konzepte zusammen mit uns und unseren Partnern voranzutreiben.

Fachkräfte für Start-Ups gesucht

Ob alternative Proteine in den Regalen der Großmärkte oder maßgeschneiderte Energy-Drinks über den Wolken bei Eurowings: Fabio Ziemßen und sein Team bei NX-Food verstehen sich als Inkubatoren für innovative Food- und Gastro-Ideen, die sich im Markt testen wollen. Um marktfähig zu sein und wachsen zu können, brauchen Start-ups aber versierte Fach- und Führungskräfte. Diese sollen sie über [foodjobs.de](https://www.foodjobs.de) schneller finden. Dazu findet sich auf der Online-Plattform nun eine eigene Kategorie für Start-ups.

Kaufland

Gemeinsam Großes bewegen

Neu dabei sein und direkt mitbekommen, wie sich das Unternehmen entwickelt? Aktiv mit den eigenen Aufgaben den Unternehmenserfolg weiter voranbringen? „Bei Kaufland kein Problem!“, berichtet Louisa, die 2019 nach ihrem BWL-Studium ein Traineeprogramm im Controlling bei Kaufland absolvierte. Das Traineeprogramm bot ihr die hervorragende Möglichkeit, sich als Berufseinsteigerin beste Voraussetzungen für eine Fach- oder Führungskarriere im Unternehmen zu schaffen. Mit Erfolg: Heute ist Louisa als Fachspezialistin in der Umsatzprognose und Umsatzplanung tätig.

Was Louisa am Handelsunternehmen Kaufland begeistert? Die Vielfältigkeit. „Bevor ich hier gestartet bin, konnte ich mir überhaupt nicht vorstellen, wie komplex es sein kann, Ware zur richtigen Zeit, in der richtigen Menge an den richtigen Ort zu bringen. Es ist unglaublich, wie viele Personen in den unterschiedlichsten Abteilungen zusammen daran arbeiten, täglich die Warenversorgung sicherzustellen.“ Die dafür notwendigen Prozesse und Zusammenhänge lernte Louisa während ihrer Zeit als Trainee kennen.

Erfolge sind schnell und direkt sichtbar

„Die zwölf Monate meines Traineeprogramms waren eine erlebnisreiche Zeit – von umfangreichen Einblicken in die verschiedenen Tätigkeitsbereiche über ein eigenes Projekt bis hin zu Netzwerktreffen mit anderen Trainees“, erzählt Louisa. Regelmäßige Feedbackgespräche und Trainings unterstützen dabei das persönliche und fachliche Weiterkommen, die fester Bestandteil des Programms sind. Ihre Leidenschaft für Lebensmittel und die positiven Empfehlungen von Freunden haben

sie auf Kaufland als Arbeitgeber aufmerksam gemacht. „Das Konzept von Kaufland mit den vielen Artikeln auf einer sehr großen Fläche hat mich total gereizt.“ Außerdem faszinieren sie die Schnelligkeit und Flexibilität der Branche, die eine stetige Optimierung der Prozesse und Produkte erfordern, um bestmögliche Kundenzufriedenheit zu gewährleisten. „Erfolge und Entwicklungen sind schnell und direkt sichtbar“, sagt sie. Das erfordere den Willen, Prozesse ständig zu hinterfragen, sich stetig verbessern zu wollen und Eigeninitiative zu zeigen. „Bei Kaufland arbeiten sehr viele Menschen, die den Wunsch haben, etwas zu verändern.“ Und genau dieser Wunsch motiviert auch Louisa.

Start in eine verantwortungsvolle Position

Zu Beginn ihrer Traineezeit lernte Louisa zunächst ihren Zielbereich kennen. Danach folgten Schnittstelleneinsätze im Einkauf, Supply Chain Management und im Marketing sowie ein dreimonatiger Einsatz im Vertrieb, um Erfahrungen im Kerngeschäft des Handelsunternehmens zu sammeln.

Der umfangreiche Einblick in verschiedene Tätigkeitsbereiche sowie die eigenverantwortliche Bearbeitung eines Projekts bereiten die Trainees bei Kaufland intensiv auf ihre zukünftige Fach- oder Führungskarriere vor. „Nach meinem Probezeit-Endgespräch stand



schnell fest, dass ich als Fachspezialistin im Einkaufscontrolling einsteige. Dort hat es mir am besten gefallen, sodass es super gepasst hat.“ Das Controlling bietet ihr die Möglichkeit, durch Auswertungen und Analysen wichtige Unternehmensentscheidungen hinsichtlich der Sortimentsgestaltung oder beispielsweise der Werbeplanung zu unterstützen. „Unsere Auswertungen helfen dabei, besondere Impulse zu setzen. Ich könnte mir keinen besseren Job vorstellen!“ Neben einigen Standardaufgaben erwarten sie täglich auch spontane Anfragen, sodass letztendlich kein Tag wie der andere ist. „Die tolle Teamarbeit und die angenehme Du-Kultur unterstützen einen, die Aufgaben gut zu meistern. Auch mein eigenes kleines Netzwerk, das ich mir während meines Traineeprogramms aufbauen konnte, ist mir dabei äußerst hilfreich.“

Hohe Wertschätzung und viel Vertrauen

Heute gehört es zu Louisas Aufgaben, sich beispielsweise die Auswirkungen von Feiertagskonstellationen anzuschauen, Chancen und Risiken zu erörtern und der Geschäftsleitung ihre Empfehlungen selbst zu präsentieren. „Ich finde es toll, dass ich gleich zu Beginn so hohe Verantwortung erhalten habe und das Unternehmen so viel Vertrauen in mich setzt.“ Ihr Ziel ist es jetzt, sich vor allem fachlich weiterzuentwickeln. Bei Kaufland hat sie dazu beste Voraussetzungen und kann auf umfangreiche Unterstützung durch das firmeninterne Talent Management sowie ein individuelles Weiterbildungsangebot zählen.



BEI UNS IST MEHR FÜR DICH DRIN!

Starte als Trainee (m/w/d) beruflich durch!

Deine Vorteile:

- ✓ Einstiegsvergütung von 48.000 € brutto sowie 30 Tage Urlaub im Jahr
- ✓ Unbefristeter Arbeitsvertrag
- ✓ Individuelle Entwicklungsmöglichkeiten und umfangreiche Weiterbildungsangebote
- ✓ Verantwortungsvolle Aufgaben, die dich auf deine spätere Fach- oder Führungsposition vorbereiten
- ✓ Regelmäßige Trainee-Netzwerk-Treffen
- ✓ Vergünstigte Angebote in Fitness- und Freizeiteinrichtungen sowie vielfältige Zusatzleistungen

▶ Entdecke deine Möglichkeiten unter [kaufland.de/traineeprogramm](https://www.kaufland.de/traineeprogramm)



Arbeiten als Produktentwickler bei GoodMills Innovation

Die Kraft des Getreides erschließen

Bei GoodMills Innovation in Hamburg entstehen aus Getreide und anderen pflanzlichen Rohstoffen mittels physikalischer Veredelungsverfahren Rohstoffe mit funktionellem Mehrwert. Ob Urgetreide, Clean-Label-Bindesysteme oder Weizentexturate als Fleischersatz: Das Sortiment ist umfassend. Ein besonderer Schwerpunkt ist das Thema Ballaststoffe, zu dem das lebensmitteltechnologische Unternehmen intensiv forscht und verschiedene Lösungen auf Vollkornbasis anbietet.

GoodMills Innovation ist eine Division von Europas führendem Mühlenkonzern, der GoodMills Group mit Sitz in Österreich, und unterhält neben dem Hauptsitz in Hamburg noch einen Standort in Polen. Zudem wird das Unternehmen weltweit durch internationale Handelspartner und Agenten vertreten. Insgesamt beschäftigt GoodMills Innovation etwa 150 Mitarbeiter. Die Themen Natürlichkeit, Funktionalität, Gesundheit und selbstverständlich Geschmack stehen ganz klar im Fokus. Zum Portfolio des Unternehmens gehören sowohl standardisierte wie auch maßgeschneiderte Mehle, Backzutaten auf Basis von Getreide, Hülsenfrüchten und anderen pflanzlichen Rohstoffen sowie Weizentexturate als Fleischersatz.

Natürlich und gesund

Umfangreiches technologisches Wissen und die neueste Technologie sind dabei die ideale Voraussetzung für die Entwicklung von Spezialmehlen. Beispielsweise stellt das Unternehmen hydrothermisch behandelte Mehle zur Verfügung, die als beson-

ders staubarm gelten, um die Belastung für Bäckerasthma deutlich zu reduzieren. Dafür erhielt GoodMills Innovation 2010 den BGN-Präventionspreis. Ein weiterer wichtiger Fokus liegt auf der Gesundheitsforschung. So entstehen unter anderem Produkte aus längst vergessenen Getreidevarietäten, die sich positiv auf das Wohlbefinden auswirken können.

Allround-Service

Ob für Unternehmen aus den Bereichen Back- und Süßwaren, TK- und Convenienceprodukte, pflanzliche Texturate, Molkereiprodukte oder Getränke: GoodMills Innovation unterstützt die Kunden während der gesamten Wertschöpfungskette, angefangen bei der ersten Produktidee über den Prototyp bis hin zu Verpackung und möglichen Auslobungen. Für eine effiziente Zusammenarbeit steht das GoodMills Innovation Center zur Verfügung, das auf einer Gesamtfläche von 2.200 Quadratmetern Maschinen zum Veredeln von Getreidemahlerzeugnissen, ein Koch- sowie ein

Backstudio für anwendungstechnische Versuche und ein Labor zur Analyse verschiedener Produkteigenschaften beherbergt.

Gerüstet für die Zukunft

In 2019 investierte das Unternehmen etwa zehn Millionen Euro in eine Werkserweiterung, um auch für zukünftiges Wachstum in Trendthemen gerüstet zu sein. Für Konferenzen, Workshops und Seminare, den Entwurf erster Produktkonzepte oder die Erörterung neuer Technologien bietet der 100 Quadratmeter große Seminarbereich Raum für Wissensaustausch und Kreativität. So ist eines für die Zukunft garantiert: die stetige Entwicklung innovativer natürlicher Zutaten, die sowohl die Ansprüche der Hersteller als auch der Endverbraucher erfüllen. Was typische Aufgaben und Anforderungen in der Produktentwicklung bei GoodMills Innovation sind, davon berichtet im folgenden Interview Johanna Imbeck. Die 27-Jährige ist seit 2019 als Ökotrophologin für das Hamburger Unternehmen im Projektmanagement tätig.

Interview mit Johanna Imbeck

„Entwickler müssen flexibel sein“

Frau Imbeck, Sie arbeiten bei GoodMills Innovation im Projektmanagement, woher kommen Ihre Ideen für neue Produkte?

Das ist ganz unterschiedlich: Neue Erkenntnisse der Wissenschaft bilden unter anderem einen wichtigen Impuls, aber auch (Mega-) Trends und daraus hervorgehende, sich wandelnde Kundenbedürfnisse, neue Technologien sowie die ganz simple Inspiration im Alltag sind Quellen unserer Ideenschmiede. Daneben kommen viele spannende Ansätze auch von den Produktentwicklern selbst, wenn zum Beispiel Anwendungsbereiche für eine neue Zutat oder eine neuartige Technologie erschlossen werden sollen.

Wie ist die Produktentwicklung bei Ihnen im Unternehmen organisiert?

Produktentwicklung, Produktmanagement und Marketing arbeiten in einem dynamischen Prozess eng zusammen. Dadurch können wir flexibel auf die sich schnell wandelnden Verbraucherbedürfnisse reagieren. So werden aus Trends und Kundenwünschen konkrete Konzepte, und die Entwickler in unserem Innovation Center führen dann die Anwendungsversuche durch. Dort verfügen wir über eine Vielzahl an Anlagen und Geräten im Labormaßstab, wodurch sich die Versuche schnell durchführen lassen.

Was sind die typischen Aufgaben und Anforderungen?

Als Entwickler ist man ab der ersten Projektidee beteiligt und steuert den

gesamten Prozess. Wichtig ist, dass man dabei immer die spätere Markteinführung oder die Übergabe eines Produkts oder neuen Verfahrens an den Auftraggeber im Kopf hat. Außerdem sollte man bei der Entwicklung von ganz neuen Ingredients frei von Barrieren denken und mutig neue Anwendungsbereiche austesten. Visionen aus dem Marketing sind nicht immer einfach umzusetzen – hier zählen sich eine starke Vorstellungskraft sowie innovatives Denken aus.

Welche persönlichen Eigenschaften braucht man noch, um als Produktentwickler erfolgreich zu sein?

Entwickler müssen flexibel sein, um auf Trends sowie Änderungswünsche der Auftraggeber reagieren zu können. Genauso wichtig sind Kreativität und die Fähigkeit, Kundenwünsche auf Ihre Machbarkeit hin kritisch hinterfragen zu können. Da Produktentwickler auch mit Kooperationspartnern und Kunden in Kontakt stehen, sind Kommunikationstalent, Durchsetzungsvermögen und ein sicheres Auftreten unverzichtbar.

... was ist mit fachlichen Fertigkeiten und Kenntnissen?

Lebensmitteltechnologische Fachkenntnisse, erlangt in einem erfolgreich abgeschlossenen naturwissenschaftlichen Studium, sind eine wesentliche Grundvoraussetzung für den Job. Gute Englisch- und weitere Fremdsprachenkenntnisse sind ebenso wichtig. Sie kommen dem Produktentwickler bei der Recherche in internationaler Fach- oder Patent-



*Johanna Imbeck,
Projektmanagerin
bei GoodMills
Innovation*

literatur zu Gute – etwa, wenn es darum geht, auf dem neusten Stand zu bleiben. Auch praktische Erfahrung im Lebensmittelbereich, zum Beispiel durch eine Bäcker Ausbildung, zählt sich aus.

Welche Perspektiven haben Absolventen, die eine Karriere in Ihrem Unternehmen als Produktentwickler starten wollen?

GoodMills Innovation hat mit seinem Innovation Center ein Arbeitsumfeld der Kreativität und der beruflichen Weiterentwicklung geschaffen: Es ist hochmodern ausgestattet und ermöglicht es, Erfahrungen mit den neuesten Technologien zu sammeln. Von Beginn an stehen herausfordernde Projekte mit komplexen Fragestellungen und unter Anwendung unterschiedlichster Technologien auf dem Programm, die Absolventen gemeinsam mit einem Team aus erfahrenen Entwicklern angehen. Die Arbeit eines Produktentwicklers ist darüber hinaus sehr abwechslungsreich, nicht nur wegen des vielfältigen Aufgabengebietes, sondern eben vor allem, weil unsere Produkte sich an aktuellen Themen und Trends orientieren.

Weitere Informationen unter:
www.goodmillsinnovation.com

Hochland

Wir sind stolz, Hochländer zu sein

Alles begann mit einer kleinen Käserei im Allgäu im Jahr 1927. Heute ist Hochland mit Tochtergesellschaften in 8 Ländern zu Hause. Marken wie Hochland, Patros, Almette, Grünländer und Gervais gehören zum Markenrepertoire der Hochland-Gruppe. „Mit Eigeninitiative ist bei uns sehr viel gestaltbar“, sagt Mark Vogelgsang, der Marketing Direktor der Hochland Deutschland GmbH.

Er selbst kam vor vier Jahren zu Hochland und schätzte vom ersten Moment an, die Hands-on-Mentalität: „Hier heißt es, Ärmel hochkrepeln und neue Wege beschreiten.“ Dinge werden flexibel ausprobiert, wobei sich alle am langfristigen Plan orientieren. Vogelgsang mag den Spirit, dass hier jeder etwas bewegen kann. Hohe Kooperationsbereitschaft herrsche abteilungsübergreifend, denn es gäbe ein gemeinsames Ziel: den Erfolg der gesamten Gruppe. Die Hochländer, wie sich die Mitarbeiter selbst nennen, sind an einem Prämiensystem am Unternehmenserfolg beteiligt. Dieses belohnt die Gemeinschaft, „Das macht uns alle zu Unternehmern im Unternehmen“, so der Marketing Direktor.

Achtsamkeit und Wertschätzung

Die Hierarchien seien flach, die Bereiche eng miteinander verbunden. „Das Marketing gestaltet Produkte von Geschmack und Konsistenz, über die Verpackung bis hin zur Kommunikation.“ Nichts laufe anonym ab, alles sei sehr persönlich: „Wir sind eine ehrliche Gemeinschaft, die sehr wertschätzend und achtsam mit jedem Einzelnen umgeht.“ Jeder Beitrag sei dabei gleich wertvoll, denn wir wissen, „dass wir nur zusammen erfolgreich sein können. Arbeitszeit ist für uns auch Lebenszeit“
Wer hier im Allgäu, wo andere Urlaub machen, anfängt zu arbeiten, lernt in den ersten Wochen erst einmal alle Kolleginnen und

INFO

Neben drei deutschen Werken gehören elf weitere Käse-Produktionsstätten zur Hochland Gruppe. Sie liegen in Frankreich, Spanien, Polen, Rumänien, Russland und den USA. Über das Maschinenbau-Unternehmen Hochland Natec kamen 2015 eine Service-Niederlassung in den USA und ein Standort in Australien zur Familie. Insgesamt sind 5.300 Mitarbeiter bei Hochland beschäftigt.

Kollegen kennen, mit denen er später zu tun haben wird.

Außerdem bekommen neue Mitarbeiter einen Mentor aus dem eigenen Bereich an die Seite, dem sie alle Fragen stellen können, die sich im Alltag ergeben. Gesucht werden prinzipiell immer Menschen, die ebenso viel Spaß am Gestalten haben wie die Hochländer selbst, die sich gerne sinnvoll, engagiert und kreativ einbringen möchten.

Karriere machen können sie auch über internationale Wechsel, über den Austausch in andere Abteilungen oder über übergreifende Projekte, die auch mal zu eigenen Start-ups und dann Unternehmen führen können.



und jetzt

Cheese

„Hier geht es immer lebhaft zu. Wir stellen die strategischen Weichen für morgen, entwickeln uns als Team weiter und sind am Puls der Zeit.“

Menschen, die gut lachen haben.
Heute: Lars Schmucker, Marketing Manager

www.hochland-group.com/karriere

Nestlé

Für mehr Balance an der Spitze

Nestlé hat einen Aktionsplan vorgelegt, um die Anzahl der Frauen in Führungspositionen zu erhöhen. Damit unterstreicht das weltweit größte Lebensmittelunternehmen sein Engagement für die Chancengleichheit.

Eine junge Mitarbeiterin ist Theresa Kanschelle. Sie berichtet über ihr Trainee-Programm und ihre Perspektiven in dem global agierenden Konzern.

Nestlé hat in den letzten Jahren die Zahl der Frauen in Führungspositionen kontinuierlich erhöht. Bereits heute sind weltweit 43 % der Führungspositionen von Frauen besetzt. Mit dem Gender Balance Aktionsplan legt Nestlé nun besonderen Wert darauf, den Frauenanteil in den 200 wichtigsten Führungspositionen der Unternehmensgruppe weltweit von derzeit rund 20 % auf 30 % bis 2022 zu erhöhen. Mark Schneider, CEO von Nestlé, sagt dazu: „Es ist einfach der richtige Schritt. Wir glauben, dass Vielfalt in der Belegschaft mit mehr Frauen an der Spitze unsere Kultur stärken und Nestlé zu einem noch besseren Unternehmen machen wird.“

Vielfalt für bestmögliche Qualität

Genau diese Vielfältigkeit unter den Kolleginnen ist es, die auch Theresa Kanschelle so gefällt. Wobei Diversität für sie mehr



Theresa Kanschelle

bedeutet als der Frauenanteil. Die studierte Lebensmitteltechnologin ist bald fertig mit ihrem Trainee-Programm und berichtet, dass sie von Wissen und Erfahrung ihrer Kolleginnen weltweit profitieren konnte. „Wir arbeiten innerhalb eines internationalen Netzwerks mit ExpertInnen auf der ganzen Welt. Gerade weil wir so viele verschiedene Sicht- und Denkweisen zusammenbringen, können wir die höchste Qualität erreichen. Dabei liegt mir besonders am Herzen, dass wir unsere Prozesse ständig hinterfragen und verbessern,

um so die Verschwendung wertvoller Ressourcen zu vermeiden und letztendlich ökologisch nachhaltig produzieren zu können.“

Transparenz in jeder Lieferkette

Insbesondere in Bezug auf die Lieferketten, so sagt Theresa Kanschelle, lohne es sich, sich selbst ein Bild der Unternehmensgruppe zu machen. Die Themen Nachhaltigkeit und faire Arbeitsbedingungen würden von Nestlé ständig hinterfragt und optimiert. Das Unternehmen stecke viel Arbeit darin, mit den einzelnen Lieferanten intensiv zusammenzuarbeiten und die Lieferketten offenzulegen, um faire Arbeitsbedingungen zu erreichen. Die junge Frau, die ihren Master in Food Science and Engineering an der Universität Hohenheim gemacht hat, schätzt zudem das vielfältige Produktportfolio, das es ihr ermöglicht, sich in verschiedenen Produktkategorien wie Tiefkühlkost (Wagner Pizza) oder Babynahrung (Beba) einzubringen, ohne dafür das Unternehmen wechseln zu müssen.

Es bleibt spannend!

Nach Stationen bei Wagner Pizza im Saarland und Nestlé im Allgäu, wo Babynahrung von Beba und Produkte der Marken Thomy und Buitoni hergestellt werden, ist Theresa Kanschelle jetzt am Kompetenzstandort für kulinarische Produkte in Singen am Bodensee im



Produkt- und Technologiezentrum. Sie war immer im Bereich „Quality“ beschäftigt, arbeitet im Alltag aber mit vielen unterschiedlichen Bereichen zusammen. „Ich bin im Technikum, in der Produktion, aber auch am Schreibtisch beschäftigt. Die Arbeit ist sehr abwechslungsreich.“ Den typischen Karriereweg, den sie jetzt einschlagen wird, gibt es bei Nestlé nicht. Sie kann sich jetzt entweder in ein Fachgebiet vertiefen und zur Expertin werden, eine Entwicklung einschlagen, bei der sie Projekte abteilungsübergreifend koordiniert oder eine Karriere anstreben, um zukünftig beispielsweise eine Führungsrolle einzunehmen. Orientierung, welcher Weg ihr am ehesten entspricht, erhält sie in Gesprächen mit ihrem Mentor und ihren Betreuern in den verschiedenen Werken. Kennenlernen konnte sie in den vergangenen zwei Jahren unterschiedliche Bereiche wie Supply Chain, HR, Produktentwicklung, Produktion. „Auch dadurch konnte ich mir ein breites Netzwerk aufbauen und weiß, an wen ich mich bei welcher Herausforderung wenden kann.“

INFO

1867 gegründet ist Nestlé heute mit über 2000 Marken und Standorten in mehr als 190 Ländern das weltweit größte Unternehmen für Getränke und Lebensmittel. Die verschiedenen Marken des Konzerns sind so vielfältig wie seine Mitarbeiter. Bei der Nestlé Deutschland AG arbeiten rund 9.300 Mitarbeiter an über 13 Standorten.

Hintergrundinformationen zu Diversität & Inklusion bei Nestlé:
nes.tl/karrierediversity



Beneo hat die Megatrends der Ernährung im Blick

Experten für funktionelle Ingredients

Gesundheit, Natürlichkeit und Genuss zusammenzubringen, ist heute eine der großen Herausforderungen für die Hersteller von Lebensmitteln und Getränken. Funktionelle Zutaten sind von großem Nutzen, wenn es darum geht, Produkte für einen gesunden Lebensstil mit einem hervorragenden Geschmacksprofil herzustellen. Beneo bietet hier eine große Bandbreite an.

Beneo gehört zur Südzucker-Gruppe – einer der führenden Lebensmittelhersteller Europas. Das Unternehmen mit Hauptsitz in Mannheim wurde 2007 aus dem Zusammenschluss von Orafit, Palatinit und Remy gegründet, und ist mit seinen Produkten heute in mehr als 80 Ländern rund um den Globus vertreten. Thematische Schwerpunkte bei Beneo sind Gewichtskontrolle, ein gesundes Verdauungssystem, die Rolle des Blutzuckerspiegels sowie Knochen- und Zahngesundheit.

Zum Produktportfolio gehören Lebensmittelzutaten auf pflanzlicher Basis, die aus der Zichorienwurzel, Zuckerrüben, Reis und Weizen stammen. Als Zucker- und Fettersatz, zur Ballaststoffanreicherung ebenso wie für gluten- und lactosefreie Rezepturen eingesetzt, sollen die funktionellen Inhaltsstoffe das Profil von Lebensmitteln optimieren. Darüber hinaus eignen sich viele der von Beneo entwickelten Inhaltsstoffe, um die Textur und den Geschmack von Lebensmitteln und Getränken zu verbessern.

Antworten für die Anwendung

Um den steigenden Anforderungen innerhalb der Lebensmittelindustrie zu begegnen, rief das Unternehmen das Beneo-Institute und das Beneo-Technology Center ins Leben. Produzenten erhalten von den Experten des Beneo-Technology Centers Antworten auf anwendungstechnische Fragen, die während der Produktentwicklung und -formulierung auftreten können. Durch das steigende Interesse an Produkten mit gesundheitlichem Zusatznutzen nimmt nicht nur der Bedarf an ernährungsphysiologischer Forschung zu, auch die regulatorischen Vorgaben werden immer komplexer. Die Wissenschaftler des Beneo-Institute bieten Kunden seither

Beneo nutzt die Zichorienwurzel, um daraus den prebiotischen Ballaststoff Inulin zu gewinnen.

Unterstützung in Bereichen wie Ernährungswissenschaft und Lebensmittelrecht .

Beneo auf einen Blick

- 2007 gegründet
- Über 1.000 Mitarbeiter
- Aktiv in mehr als 80 Ländern
- 7 Niederlassungen
- 5 Produktionsstätten
- Teil der weltweit tätigen Südzucker-Gruppe



Fünf Fragen an Claudia Meissner von Beneo

„Das gute Gespür für Trends entscheidet“

Frau Meissner, welche Themen stehen bei Beneo im Vordergrund?

Beneo produziert Lebensmittelzutaten auf pflanzlicher Basis, die Herstellern einen Zusatznutzen bieten – seien es technologische Vorteile bei der Anwendung oder ernährungsphysiologische nach dem Verzehr. Aus der Zichorienwurzel gewinnen wir beispielsweise die präbiotischen Ballaststoffe Inulin und Oligofruktose. Aus Reis stellen wir unter anderem Stärke her, die sich als Texturgeber genauso eignet wie zur Fettreduktion und für Milchersatzprodukte. Ein weiterer Schwerpunkt sind funktionelle Kohlenhydrate wie der alternative und zahnfreundliche Zucker Palatinose. Darüber hinaus setzen wir auf wissenschaftlich basierte und kundenorientierte Dienstleistungen: Wir unterstützen unsere Kunden nicht nur bei der Verarbeitung und den Anwendungsmöglichkeiten unserer Inhaltsstoffe, sondern auch bei Fragen rund um Lebensmittelrecht, Ernährungskommunikation oder Produktvermarktung.

Welche Perspektiven haben Absolventen, die eine Karriere bei Beneo starten wollen?

Grundsätzlich bieten wir Absolventen eine sehr breite Basis an Entwicklungs- und Spezialisierungsmöglichkeiten, zum einen durch die enge Zusammenarbeit mit unserer Muttergesellschaft, der Südzucker Gruppe. Beispielsweise sind mehr als 100 wissenschaftliche Mitarbeiter in der gemeinsamen Forschungsabteilung, dem Central Department for

Research, Development and Services, tätig. Zum anderen sind es das fachliche Profil, aber auch Interessenschwerpunkte und persönliche Entwicklungen, die den beruflichen Weg prägen. Wir haben Ökotrophologen im Team, die ihre Stärken im Bereich Führung und Management ausbauen, als auch Ernährungswissenschaftler, die ihre Expertise bevorzugt im Bereich Forschung und Entwicklung einbringen und ganz konkret am Produkt und an Schwerpunktthemen arbeiten wollen.

Wie schaffen sie den Einstieg ins Unternehmen?

Neben der fachlichen Qualifikation sehen wir bei Absolventen vor allem Offenheit und eine gute Kommunikationsfähigkeit als zentrale Kompetenzen an. Wir sind ein international agierendes Unternehmen mit Kunden, aber auch Standorten in allen Teilen der Welt. Projektteams sind darüber hinaus in den meisten Fällen interdisziplinär aufgestellt. Da braucht es nicht nur ein verhandlungssicheres Englisch, sondern auch eine echte „Brückenbauer-Mentalität“. Als Beneo-Mitarbeiter sollte man in der Lage sein, sich in die kulturellen Besonderheiten von Kollegen, Partnern und Kunden hineinzuversetzen. Zudem ist es wichtig, dass man komplexe Themen nicht nur wissenschaftlich, sondern eben auch für Laien aufbereiten kann.

In welchen Abteilungen und für welche Aufgaben im Unternehmen



*Claudia Meissner,
Head of
Corporate
Communication
bei Beneo*

werden die Absolventen eingesetzt?

Absolventen und junge Berufstätige können unter anderem im Bereich Ernährungswissenschaften, in der Anwendungstechnologie, aber auch in Lebensmittelrecht und Produktentwicklung eingesetzt werden. Bei entsprechender Neigung sind aber auch Quereinstiege in andere Bereiche möglich – beispielsweise in Vertrieb oder Marketing.

Welche Fertigkeiten und Kenntnisse sind zwingend erforderlich, um etwa als Produktentwickler bei Beneo erfolgreich zu sein – etwa, wenn es darum geht, innovativen Zuckerersatz oder Milchersatz zu entwickeln?

„Innovativ“ ist hier genau das richtige Stichwort. Die Ansprüche der Verbraucher sind vielseitig und häufig sehr schnelllebig. Deshalb ist eine gute Kenntnis des Marktes, aber vor allem ein Gespür für Trends entscheidend: Heute schon zu wissen, was die Verbraucher – und damit auch die Hersteller – morgen brauchen werden. Darüber hinaus ist es wichtig, immer auch ein Augenmerk auf die regionalen Besonderheiten zu haben. Denn was uns in Deutschland oder in Europa schmeckt, welche Gesundheits- und Ernährungsthemen uns hierzulande bewegen, das muss nicht identisch sein, mit dem, was in Asien oder den USA gerade „in aller Munde“ ist.

FRUTAROM

Aus Leidenschaft für guten Geschmack

Die Leidenschaft ist spürbar: „Ich arbeite für ein Unternehmen, das für Genuss zuständig ist. Das ist großartig!“ FRUTAROM zählt zu den größten Gewürzherstellern der Welt. Trotzdem sind die Strukturen familiär und die Hierarchien flach.

„Ich schätze es, dass bei FRUTAROM nicht nur die Kunden, sondern auch die Mitarbeiter im Mittelpunkt stehen und die Kommunikation sowohl mit den Vorgesetzten als auch mit den Kollegen sehr einfach ist“, sagt Andreas. Das zu IFF New York gehörende Unternehmen vertritt von der DACHI-Region aus die Marken WIBERG, Gewürzmüller, Gewürzmühle Nesse und Mühlehof-Gewürze, deren Produktpalette von Gewürzmischungen über Essig und Öl bis hin zu Lösungen für die Convenience und Lebensmittelindustrie reicht. Über das gute Arbeitsklima, das soziale Miteinander und die Wertschätzung hinaus, ist er begeistert von der Vielfalt der Produkte. Mit seiner Passion für die Angebotspalette steht er nicht allein da: Viele Mitarbeiter sind leidenschaftlich

dabei. „Ich bin genussorientiert, esse gerne qualitativ hochwertig. Ich liebe die Welt der Gewürze“, bestätigt Christian. Kein Wunder, dass das großartige Betriebsrestaurant als attraktiver Treffpunkt gilt. Die Kollegen kommen hier zusammen, Teamgeist wird geweckt. Das Schaffen angenehmer Arbeitsverhältnisse schreibt der Arbeitgeber groß: „Wir leben in einem Gleitzeitsystem, auch Home Office ist gängig.“ Einkaufsgutscheine, Rabatte sowie eine unterstützte Physiotherapie nutzen die Mitarbeiter gerne.

Wer die innovative Ausrichtung und die Internationalität FRUTAROMs spannend findet und Lebensmitteltechnologie oder -chemie studiert hat, kann bei FRUTAROM durchstarten. Neben der Qualitätskontrolle von

Rohstoffen, Überprüfung der Spezifikationen sowie den Regulatory Affairs stehen die Produktentwicklung bzw. Weiterentwicklung auf der täglichen Agenda. Eigene Ideen sind willkommen, Eigeninitiative ist erwünscht. Ein Aufstieg im Unternehmen ist jederzeit möglich. Nach oben gibt es keine Grenzen im internationalen Konzernumfeld. Mitbringen sollten die Kandidaten eine Hands-on-Mentalität, interkulturelles Verständnis sowie eine offene und ehrliche Gesprächskultur. „Jobeinsteiger, die jederzeit Fragen stellen, mutig sind und aus Fehlern lernen, anstatt sie erst gar nicht zu machen, kommen sicher bald in den Genuss spannender Projekte“, versichert Laura, HR Business Partner DACHI. www.wiberg.eu

AUF DER SUCHE NACH WORK-SPICE BALANCE?

Wir sind **FRUTAROM** a company of **IFF**, einer der größten Gewürzhersteller der Welt und bieten attraktive und vielfältige Tätigkeitsbereiche, Aufstiegsmöglichkeiten und die Mitarbeit an internationalen Projekten. Unser Credo: Wir lieben Gewürze! Wir wollen mit unseren Produkten ein weltweites Geschmackserlebnis schaffen. Dabei sind unsere Mitarbeiter unsere wichtigste Ressource.

Um Vielfalt zu schaffen, Leidenschaft zu leben und gemeinsam Dinge zu verändern. **We taste. We smile. We change.** Komm auch du auf den Geschmack und profitiere von zahlreichen einzigartigen Benefits!

Weitere Informationen sowie unsere Benefits findest du unter: www.wiberg.eu/karriere-iff

Marianne
MARIANNE EDER
LEITUNG
VERKAUFSINNENDIENST
CULINARIUM

Stephan
STEPHAN SENFTLEBEN
GRAFIKER

WE TASTE. WE SMILE. WE CHANGE.

Karrierewege im Anlagenbau für die Getränkeindustrie

Technologien für eine Branche mit Zukunft

Die Getränkebranche hat sich hohe Ziele gesetzt: Digitalisierung, Automatisierung und Energieeffizienz sind nur einige wenige Schlagworte. Hinter allen steht das Thema Zukunftsfähigkeit durch innovative Technologien und Fachkräftesicherung. Denn die Versorgung der Bevölkerung mit Mineralwasser, Softdrinks und Co. ist ein stetig wachsender Markt – und der liefert deutliche Signale, dass es für Absolventen aus den naturwissenschaftlichen und ingenieurstechnischen Disziplinen lohnenswert ist, hier ihre Karriere zu starten.

©Dmitry Volochek - stock.adobe.com

Natürliches Mineralwasser ist mit einem jährlichen Pro-Kopf-Verbrauch von rund 150 Litern der beliebteste Durstlöcher der Deutschen. Die knapp 200 Brunnenbetriebe hierzulande füllen jährlich insgesamt über 14 Milliarden Liter Mineral- und Heilwasser sowie Erfrischungsgetränke ab und beschäftigen rund 12.500 Arbeitnehmer. Sie sind damit einer der größten Arbeitgeber der Getränkeindustrie. Doch bevor das kostbare Trinkwasser aus tiefen Erdschichten komfortabel verpackt im Einkaufswagen landen kann, ist einiger Aufwand nötig. Denn die Mineral- und Tafelwasserverordnung legt genau fest, was ein natürliches Mineralwasser ausmacht, wie es etikettiert und verpackt sein muss. Strenge Kontrollen garantieren dem Verbraucher außerdem eine gleichbleibende Qualität von der Quelle bis auf den Tisch – und auch die Abfüllung ist ein ausgeklügelter

Prozess, der entsprechendes Know-how und Technik voraussetzt.

Die KHS-Gruppe: Ein Spezialist für Abfülltechnik

Gefragt sind kosten- und energieeffiziente Lösungen, die sich zudem

durch eine hohe Flexibilität in der Liniengestaltung sowie der Gebindevielfalt auszeichnen. Ein Unternehmen, das sich darauf spezialisiert hat und zu den internationalen führenden Anbietern zählt, ist die KHS-Gruppe. Von der Abfüllung, Etikettierung, Verpackung, Palettierung bis hin

*Arbeitsplätze der Zukunft:
Am Stammsitz in Dortmund
hat KHS jüngst 20 Millionen
Euro in die Modernisierung
investiert.*



©KHS

Einstiegschancen bei der KHS-Gruppe

Internationales Traineeprogramm „Engineer4Future“: Das Programm richtet sich primär an promovierte Absolventen von Ingenieurstudiengängen wie Elektrotechnik, Maschinenbau, Informationstechnik und vergleichbaren Fachrichtungen. **Praktika. Abschlussarbeiten. Tätigkeiten als Werksstudent.** Mehr Infos auf [khs.com/karriere](https://www.khs.com/karriere)

zur benötigten Inspektionstechnik bekommen Unternehmen aus der Getränkeindustrie komplette Linien aus einer Hand. „Die Anforderungen werden komplexer. Ähnlich wie man heute ein neues Auto konfiguriert, können wir unsere Abfüll- und Verpackungsanlagen genau für die Bedürfnisse des Kunden gestalten“, sagt Dr. Jochen Konrad, der das Werk in Dortmund leitet. Rund 1.200 Mitarbeiter produzieren vor Ort unter anderem Maschinen zur Etikettierung, Pasteurisierung und Reinigung von Flaschen sowie die Technik für den Transport von Behältern in der industriellen Getränkeproduktion. Doch nicht nur am nordrhein-westfälischen Stammsitz, auch in Bad Kreuznach, Kleve und Worms stellt der Systemanbieter moderne Abfüll- und Verpackungsanlagen für den Hochleistungsbereich her. Hinzu kommt der Standort Hamburg, an dem die PET-Kompetenz der Gruppe loka-

liert ist. Gemeinsam mit Produktionsstätten in Brasilien, den USA, Mexiko, Indien und China realisierte die Gruppe mit ihren über 5.000 Mitarbeitern einen Umsatz von rund 1,3 Milliarden Euro. „Wir befinden uns als weltweit tätiges Unternehmen in einer Konkurrenzsituation und wollen weiterhin auch in Deutschland produzieren. Deshalb haben wir unsere Infrastruktur und die Prozesse in der Produktion weiter digitalisiert und automatisiert“, so Konrad. KHS errichtete auf dem Werksgelände an der Juchostraße eine komplett neue Fertigungshalle. Wesentliche Bestandteile der Modernisierung mit einem Investitionsvolumen von 20 Millionen Euro waren dabei der Ausbau der Produktionsfläche sowie die Erneuerung des Maschinenparks. Von der umfassenden Modernisierung profitieren vor Ort auch die Mitarbeiter. Erneuert wurden sowohl die Betriebskantine als auch verschie-

dene Bürokomplexe inklusive der Arbeitsplätze in unterschiedlichen Unternehmensbereichen.

Schnellere Füllprozesse dank Hochschulkooperation

KHS tauscht sich für das Kompetenzfeld Produktionstechnik gemeinsam mit Vertretern von Hochschulen und Universitäten aus. Absolventen aus den Disziplinen der Lebensmittel- und Getränketechnologie profitieren von Exkursionen, Praktika, Werkstudentenstellen und Abschlussarbeiten. Für sie ist es deshalb ein logischer Schluss, nach dem Studium ihre berufliche Karriere bei KHS zu starten – beispielsweise über den Einstieg durch das internationale Traineeprogramm „Engineer4Future“. Das Programm richtet sich primär an promovierte Absolventen von Ingenieurstudiengängen wie Elektrotechnik, Maschinenbau, Informationstechnik und vergleichbaren Fachrichtungen. Dabei erwerben die



Links: Jochen Ohrem, Expert of R&D Management, arbeitet bei KHS in Bad Kreuznach an einem selbstlernenden Füllventil, das mithilfe künstlicher Intelligenz die Produktion optimiert.

Rechts: KHS ist derzeit in zahlreichen Forschungsprojekten aktiv, die sich insbesondere mit den Themen Linienoptimierung und digitale Vernetzung beschäftigen.



Trainees von Beginn an internationale Praxiserfahrung, ein abteilungsübergreifendes Gesamtverständnis für Anforderungen an KHS-Produkte sowie Dienstleistungen und können ihr persönliches Netzwerk erweitern. Mit den erzielten Schlüsselkompetenzen entsteht eine Win-Win-Situation für beide Seiten: Sie kommen den Trainees zugute und steigern die globale Wettbewerbsfähigkeit von KHS, denn „als großer industrieller Arbeitgeber profitieren wir von den gut ausgebildeten Fachkräften“, sagt Konrad.

Und auch für die Kunden aus der Getränkeindustrie, zu denen führende Marken aus der ganzen Welt gehören, ergeben sich aus dem Hochschulengagement zahlreiche Vorteile – denn diese „fordern zunehmend vielseitig einsetzbare Systeme“, betont Jochen Ohrem, Expert of R&D Management bei KHS in Bad Kreuznach. Daher beteiligte sich der Dortmunder Systemanbieter mit weiteren sechs Partnern, darunter

die Hochschule Ostwestfalen-Lippe, am Forschungsprojekt DnSPro. Ihr gemeinsames Ziel: Ein selbstlernendes Füllventil zu entwickeln, mit dem Getränkeproduzenten jede Flüssigkeit in alle existierenden Behältertypen füllen können. „Dadurch entfällt die manuelle Umstellung und der Bedien- und Wartungsaufwand reduziert sich deutlich“, erklärt Ohrem. Der Füllprozess wird dabei mithilfe einer Kamera analysiert. Diese kontrolliert ständig Blaseneinschlag sowie Schaumbildung, wodurch ein Übersäumen und daraus resultierender Produktverlust verhindert werden. Dahinter verbirgt sich das zukünftige Ziel, die Flexibilität sowie die Energie- und Ressourceneffizienz der Produktion durch den Einsatz selbstlernender künstlicher Intelligenz zu erhöhen. Doch dies ist bloß ein Beispiel von vielen, das zeigt: Dynamische Märkte, Energieeffizienz und Digitalisierung prägen nahezu alle Bereiche in der Getränkeindustrie.

Anlagenoptimierung für mehr Energieeffizienz

Das weiß auch Michael Mutschmann, verantwortlich für die Elektrotechnik bei einem Abfüller in Nordhessen, der neben diversen Mineralwässern karbonisierte Softdrinks herstellt. Zum Einsatz kommen dabei ausschließlich PET-Flaschen. Zunächst werden sogenannte Preforms hergestellt – recht dickwandige, kleine Rohlinge, die sich einfach und platzsparend transportieren lassen. Erst unmittelbar vor der Abfüllung entstehen daraus die Flaschen. In der Blashalle werden die Preforms erwärmt, ähnlich wie man es von Glasbläsern kennt auf die gewünschte Form und Größe gebracht und dann vollautomatisiert über Lufttransportbänder in die angrenzende Abfüllhalle gebracht. Hygiene ist hier das A und O, denn „ausschließlich das flüssige Produkt soll in der Flasche landen und kein Staub“, erklärt Mutschmann. Um die Raumluft rein zu halten,

Neben PET-Abfüll- und Verpackungstechnologie entwickelt KHS auch Glasfüller, hier im Bild eine Anlage für die Pyraser Landbrauerei aus Franken.



herrscht in der 25.000 Kubikmeter umfassenden Halle stets ein leichter Überdruck, so dass durch offene Türen oder Entwärmungsklappen nur Luft herausströmen, aber niemals unkontrolliert einströmen kann. Auf dem Dach wurden bereits beim Neubau der Blashalle im Jahr 2007 entsprechende Lüfter samt Filter platziert, die den Überdruck erzeugen. Das lief von Anfang an gut, so dass Mutschmann sich in all den Jahren wenig Gedanken um den ordnungsgemäßen Betrieb der Anlagen machen musste. Anders wurde das erst, als die Zertifizierung eines Energiemanagementsystems nach DIN EN ISO 50001 angestrebt wurde – denn die zehn Jahre alten 18,5 Kilowatt-Motoren mit Riemenantrieb waren nicht frequenzgeregelt und liefen rund um die Uhr ohne Pause. „Da kam schon einiges an Energie zusammen“, erinnert sich Mutschmann.

Yaskawa: Stark in Mechatronik und Robotik

Deswegen holte er sich Hilfe bei Yaskawa Europe. Das Unternehmen mit Hauptsitz in Eschborn bietet Mechatronik- und Robotiklösungen für Unternehmen in ganz Europa, dem Nahen Osten, in Afrika und in den GUS-Staaten an. Mit Niederlassungen in diesen Regionen und europäischen Produktionsstätten agiert das Unternehmen nah an den Bedürfnissen der Märkte und hat eine Vielzahl von Erfindungen, Patenten und Innovationen hervorgebracht. Auch Roboter für die Mensch-Roboter-Kollaboration zählen zum Portfolio. Exemplarisch hierfür steht der Motoman HC20DT – ein Roboter, der beim Palettieren größerer Kartons und Kisten hilft und Mitarbeitern so das Heben schwerer Lasten in der Produktion abnimmt. Ein Ziel

Einstiegschancen bei Yaskawa Europe

Duales Studium: Neben dem Bachelor oder Master der Elektrotechnik (Automatisierungstechnik) bietet Yaskawa Europe am Standort Eschborn einen Bachelor of Business Administration mit einer kaufmännischen Ausbildung an. Am Standort in Allershausen steht darüber hinaus ein Bachelor- oder Masterstudium der Mechatronik/Feinwerktechnik mit vertiefter Praxis zur Auswahl.

Praktika. Abschlussarbeiten. Tätigkeiten als Werksstudent.

Mehr Infos auf career.yaskawa.eu.com/studenten.html

im Rahmen der Unternehmensstrategie ist die Steigerung der Anlageneffizienz sowie die Reduzierung von eingesetzten Ressourcen wie Materialien oder Energie. Um dies zu erreichen, benötigt Yaskawa engagierte und qualifizierte Mitarbeiter mit unterschiedlichsten Fähigkeiten und Talenten – ganz gleich, ob diese gerade erst am Anfang oder schon mitten im Berufsleben stehen. Hochschulabsolventen, die gerne in einem internationalen Umfeld arbeiten und Herausforderungen mit Elan und Teamgeist meistern wollen, sind hier genau richtig. Am Standort in Eschborn bietet das Unternehmen beispielsweise ein duales Bachelor- oder Master-Studium der Elektrotechnik (Automatisierungstechnik) mit vertiefter Praxis an. Im Betrieb von Michael Mutschmann tauschte Yaskawa den alten Antrieb gegen moderne IE4-Motorenpakete aus. Seither spart der Betrieb wertvolle Energie ein. „Wir konnten für die Umrüstung natürlich nicht die Produktion stoppen und hatten nur ein kurzes Zeitfenster für den Umbau – da muss alles stimmen“, erinnert sich Mutschmann. Hier kam ihm die Philosophie der Konfiguration bei Yaskawa sehr entgegen: „Hier sind die unterschiedlichen Applikationen mit ihren Standardparametern schon hinterlegt. Man wählt einfach aus, welche man nutzen möchte und alles andere wird automatisch einge-

stellt. Nach fünf Minuten waren wir damit fertig“, staunt Mutschmann heute noch über die reibungslose Modernisierung.

Die Top-Themen im Anlagenbau

Zusammengefasst: Energieeffizienz, Automatisierung und Digitalisierung sind die Top-Themen im Anlagenbau, nicht nur wenn es um das Abfüllen von Getränken geht. Von der Zuführung und Gruppierung der Produkte, über das Befüllen, Verschließen und Etikettieren von Kartons bis hin zur Palettierung – maximale Leistung und höchste Prozessstabilität erreichen Getränke- und Lebensmittelproduzenten erst durch eine vollumfängliche Digitalisierung der Maschinen- und Roboterfunktionen. Das Potenzial ist aus Sicht der Unternehmen noch lange nicht ausgereizt und soll sich in den kommenden Jahren weiterentwickeln. Exzellente Aussichten im Nahrungsmittel- und Verpackungsmaschinenbau haben daher Absolventen der Elektrotechnik und des Maschinenbaus, die Software-Kompetenz mitbringen. Darüber hinaus bieten viele der Unternehmen attraktive Einstiegschancen. Vom Praktikum, über ein Studium bis hin zu einer Tätigkeit als Werkstudent – zum Beispiel bei der KHS-Gruppe oder Yaskawa Europe.

KaTech Katharina Hahn + Partner GmbH

Theorie und Praxis verbinden

Wissenschaftlich arbeiten und dabei Berufserfahrung in den verschiedenen Bereichen der Lebensmittelindustrie sammeln? Das gelingt bei KaTech.

„Wir suchen ständig Masteranden der Lebensmitteltechnologie oder Lebensmittelchemie, die ihre Abschlussarbeit bei uns schreiben wollen, denn der Lebensmittelmarkt verändert sich ständig“, sagt Alexander Maeße, Head of Development bei KaTech.

Kontinuierlich bringen Lebensmittelunternehmen neue Produkte auf den Markt, die die aktuellen Trends widerspiegeln. Das bedeutet für die KaTech Katharina Hahn + Partner GmbH eine Vielzahl an Projekten, bei denen innovative Konzepte für die Lebensmittelindustrie entwickelt werden müssen. Das internationale, lebensmitteltechnologische Unternehmen mit momentan rund 100 Mitarbeitern hat sich auf die Entwicklung von maßgeschneiderten Stabilisierungssystemen für die Lebensmittelindustrie spezialisiert. Hauptstandort in Deutschland ist inmitten der wunderschönen Altstadt Lübecks. Töchter gibt es in England und Polen.

„Da der vegane Markt gerade stark zunimmt, arbeiten wir zurzeit an der Verbesserung der Nährwerte von Produkten, untersuchen Synergien oder Funktionen von Rohstoffen und entwickeln dafür Methodiken,“ so Maeße. KaTech verfügt über ein betriebseigenes, hochmodernes Technikum, in dem sämtliche Produktionsprozesse nachgestellt und Produktproben in kleinem Maßstab hergestellt werden. Das Besondere ist die Vielfältigkeit des Portfolios an Rohstoffen, mit denen gearbeitet wird. Bedient werden viele verschiedene Lebensmittelbereiche und die Produktpalette reicht von Milcherzeugnissen und Feinkost über vegane und vegetarische Produkte bis hin zu Backwaren.

Eine, die bereits ihre Masterarbeit bei KaTech schrieb, ist Jocelyn Hernández im Jahr 2019. Das Projekt, das ihr zugewiesen wurde, gefiel ihr sehr gut. „Ziel war es, einen Überblick über Studien zu verschiedenen Pflanzenproteinen neben Soja zu



erstellen. Eingegangen werden musste auf die Bedenken hinsichtlich Nachhaltigkeit und Allergenen. Ich beschäftigte mich viel mit Umwelt- und Gesundheitsfragen im Zusammenhang mit dem Fleischkonsum, mit zahlreichen verfügbaren und derzeit in verschiedenen Kulturen verwendeten Pflanzenproteinquellen und mit der komplizierten Beziehung zwischen Proteinquelle, Extraktionsmethoden und Funktionalität.“ Besonders spannend fand sie all das, weil sie erkannte, dass die pflanzliche Basis mehr als nur ein Trend ist. „Ich wurde mir der großen Chancen bewusst, die dies für die Lebensmittelindustrie bedeutet.“

Ganz nach Deinem Geschmack!

**Du bist auf der Suche nach einem Thema für deine Masterarbeit und möchtest gleichzeitig Berufserfahrung sammeln?
Du suchst ein Unternehmen mit starker Zukunftsausrichtung?
Dein Ziel ist es, Einblick in möglichst viele Bereiche der Lebensmittelindustrie zu bekommen?**

Das klingt nach Dir und Du hast Interesse, uns kennenzulernen? Wir suchen Masteranden der Lebensmitteltechnologie oder Lebensmittelchemie, die ihre Abschlussarbeit bei uns schreiben wollen. Informiere dich direkt unter www.katech.info oder sende Deine Bewerbungsunterlagen an masterand@khpartner.com.



„Uns fehlen Robotiker“

Die Anforderungen in der Food-Branche im Zeitalter von Industrie 4.0 steigen. Hierbei sind Neuerungen in der Aus- und Weiterbildung unverzichtbar und von elementarer Bedeutung im härter werdenden Wettbewerb der globalen Märkte. Den Schlüssel zum Erfolg sieht Robotik-Experte Rolf Peters in der Schaffung eines neuen Berufsbildes: den Robotiker. Vertraut mit der Technologie soll dieser für mehr Durchblick beim Thema Robotik und die wirtschaftliche Integration der Maschinen in der Lebensmittelproduktion sorgen.

Herr Peters, Deutschland hat weltweit die drittgrößte Roboterdichte. Angetrieben werden die Installationen jedoch bisher von anderen Branchen wie etwa der Automobilindustrie und nicht von der Lebensmittelwirtschaft...

Ja, das stimmt. Die Anzahl der eingesetzten Roboter in der Food-Branche ist im Verhältnis zum Einsatz in der Autoindustrie sehr gering. Die Gründe hierfür liegen in der noch immer nicht genügenden Akzeptanz von Robotik in der Lebensmittelindustrie. Besonders in kleinen und mittleren Betrieben sind Roboter kaum anzutreffen. Dabei sind die vielen manuellen Tätigkeiten in der Lebensmittelproduktion ja im Grunde die Voraussetzungen für den „einfachen“ Roboter-Einsatz. Hinzu kommen die hohen Hygiene-Anforderungen und nun auch aktuell der Gesundheitsschutz. Beides ist durch den Einsatz von Robotern viel besser zu erfüllen. Denn der Mensch ist in der Kette der Lebensmittelherstellung unter diesen Aspekten quasi das „schwächste Glied“.

Vor allem wenn Produzenten viel Leistung auf wenig Platz unterbringen müssen oder mehr Be-

weglichkeit beim Produkthandling benötigen, kommen sie um spezialisierte Pick-and-Place-Roboter nicht herum. Moderne Knickarm-, Scara- und Deltakinetiken sind in der Lage, auch Produkte mit nicht vorhersehbaren Eigenschaften bei hoher Geschwindigkeit abzapfen...

Und nicht nur das. Es gibt heute genügend Hygienic Design gerechte Robotertypen. Durch ihre hohe digitale Steuerungskomplexität steht einem vielfachen Einsatz nichts im Wege. Besondere technische sowie High-End-Hygienic-Design-Anforderungen könnten durch namhafte Roboterhersteller sehr schnell erfüllt werden, da bin ich mir ganz sicher. Für mich steht fest: Roboter erhöhen den Hygienegrad in der Nahrungsmittelindustrie!

Wie steht es um die Qualifizierung der Mitarbeiter – braucht man für den Einsatz von Robotern vor Ort im Lebensmittelunternehmen entsprechendes Personal?

Hier qualifiziertes Personal zu finden, ist meiner Meinung nach das Hauptproblem, die größte Herausforderung und auch der Grund für

die noch überschaubare Roboteranzahl in der Lebensmittelindustrie. In den vergangenen Jahren wurde hier nichts unternommen, um dies zu ändern. Dieses sollte nun mit aller Kraft von den verantwortlichen Beteiligten wie Herstellern, Bildungsinstitutionen und der Politik vorgenommen werden. Das Personal braucht Qualifizierung im Bereich von technischem Verständnis.

Wie bewerten Sie vor diesem Hintergrund den Wissenstand von Hochschulabsolventen mit Schwerpunkten in den Lebensmittelwissenschaften?

Der Wissensstand der Hochschulabsolventen mit dem Schwerpunkt Lebensmittelwissenschaft ist nach meiner Erfahrung und der meiner Kunden doch sehr auf das „Wissenschaftliche“ ausgerichtet. Das Wissen an den Einsatzmöglichkeiten von Robotern ist größtenteils nicht vorhanden oder rudimentär. Aber auch im Bereich der Maschinenbauabsolventen wäre ein fundiertes Know-how zur Robotik wünschenswert. Die heutigen Anforderungen im Zeitalter von Industrie 4.0 machen dieses dringend notwendig.

Sie plädierten bereits vor 20 Jahren für die Schaffung eines neuen Berufsbildes: den Robotiker. Was ist daraus geworden?

Ich bin tatsächlich schon seit über 25 Jahren der Meinung, dass es den „Robotiker“ als Berufsausbildung geben muss und dazu habe ich in den 1990er Jahren eine Eingabe beim Deutschen Industrie- und Handelskammertag gemacht. Bedauerlicherweise gibt es diesen zukunftsorientierten Beruf immer noch nicht. Eine qualifizierte Ausbildungsmöglichkeit, wie es sie für Mechatroniker gibt, fehlt nach wie vor flächendeckend in der Bundesrepublik. Es gibt allerdings vereinzelt private Anbieter, die Roboter-Schulungen anbieten. Das reicht aber nicht!

Wie können sich unter diesen Voraussetzungen Fachkräfte auf die Wartung und Steuerung von Industrierobotern spezialisieren?

Im Wesentlichen übernehmen die Roboterhersteller oder deren Systemhauspartner die Qualifizierung der Roboter-Fachkräfte. Dies ist meiner Meinung nach ein weiterer Grund, warum sich Roboter noch nicht in allen Bereichen in der Lebensmittelindustrie durchgesetzt haben. Denn bezüglich der Wissensvermittlung ist immer wieder festzustellen, dass der Schwerpunkt auf der Automobil- und nicht der Lebensmittelindustrie liegt. Doch auch die für die Food-Branche zuständigen Verbände müssen noch konzentrierter und fachlicher mitwirken.

Welche Aufgaben sollte der Robotiker in der Lebensmittelindustrie denn übernehmen?

Er oder sie kann für den Betrieb recht schnell erkennen, welche manuellen Tätigkeiten durch Robotertätigkeiten

wirtschaftlich ersetzt werden können. Zudem schafft der Einsatz von Robotern neue, anspruchsvollere Tätigkeiten, Arbeitsplätze und soziale Anerkennung im Unternehmen. Aber vor allem wird der Einsatz von Robotik in der Lebensmittelproduktion den zukünftigen Anforderungen an Industrie 4.0 und Digitalisierung gerecht – von Produktsicherheit über Haltbarkeit bis hin zur Nachverfolgung.

Was empfehlen Sie Berufseinsteigern, die sich gleich zu Beginn ihrer Karriere mit dieser Thematik beschäftigen müssen?

Den Berufseinsteigern würde ich empfehlen, schon während des Studiums ein Robotik-Praktikum mit dem Schwerpunkt in der Lebensmittelherstellung bei einem Anlagenbauer zu absolvieren. So können sie durch den frühen und praktischen

Bezug an den Roboter-Projekten ihre Karriere starten. Im Partnerverbund der Robotik-Pack-Line bieten wir regelmäßig einen Praktikumsplatz an.

Welchen Wandel erwarten Sie mit der zunehmenden Automatisierung und Digitalisierung der Prozesse? Wie werden die Arbeitsplätze in der Lebensmittelproduktion künftig aussehen?

Durch den Wandel zur zunehmenden Automatisierung und Digitalisierung der Prozesse in der Lebensmittelproduktion erfolgt für die Unternehmen eine bessere Zukunftsfähigkeit, um sich in dem anspruchsvollen Lebensmittelmarkt behaupten zu können. Der Robotiker wäre dabei ein interessanter und angesehener Beruf mit optimalen Karrierechancen.

Zur Person

Rolf Peters hat schon früh seine Leidenschaft für das Thema Robotik entdeckt. 1985 gründete er das Ing.-Büro Rolf Peters – Robotertechnik, das heute in Bad Zwischenahn ansässig ist. Bis 2013 war er Geschäftsführer von K-Robotix und Partner von Kawasaki Robotics und Toshiba Robotics. 2002 hat Rolf Peters die Robotik-Pack-Line ins Leben gerufen: Ein bis heute agierender Partner-Verbund von namhaften Unternehmen. Mehr Info auf www.robotik-pack-line.de

Auf dem GDL-Symposium in Bremen: Rolf Peters gibt Einblicke in die Automatisierung mit Robotern in der Lebensmittelindustrie.



©Mareike Bähmisch

Gamechanger für die Food-Industrie



Technologien, die die Welt verändern könnten, gibt es einige. Aber welche bieten das größte Potenzial für die Lebensmittel- und Getränkebranche? Ein Blick auf Industrie 4.0, Blockchain und E-Commerce.

1. Industrie 4.0

„Industrie 4.0“ wurde als deutsche Wortschöpfung bereits zur Hannover Messe 2011 vorgestellt. Der Begriff steht für eine ganze Reihe an neuen Verfahren und technischen Entwicklungen, die neue Technologien mit industriellen Standards der Fertigungsindustrie verbinden, um einen immer dynamischer werdenden Markt zu bedienen. Das Internet hat Kommunikation und Verbraucherverhalten grundlegend verändert. Mit Web- und Cloud-Technologie können Informationen heute weltweit ausgetauscht werden.

Webbasierte Daten sind geräte- und softwareunabhängig und können weltweit in Echtzeit abgerufen und verändert werden. Diese technischen Rahmenbedingungen werden die Industrie und die Fertigung nachhaltig verändern. Industrie 4.0 definiert sich daher auch nicht nur über neue Basistechnologien, sondern beschreibt vielmehr einen fundamentalen Paradigmenwechsel: weg von der zentralen Steuerung und hin zu dezentralen intelligenten Prozesseinheiten.

Neben der Technologie werden auch die Organisation und die Software

eine ganz entscheidende Rolle bei diesem Wandel übernehmen. Im Kern geht es um die Information als den entscheidenden Faktor. Die Information steuert das Design und die Herstellung eines Produktes. Sie begleitet es über den kompletten Lebenszyklus und darüber hinaus. Die Information ist die Basis einer kontinuierlichen Verbesserung, sie ist die DNA der digitalen Evolution. Industrie 4.0 stellt dafür Infrastruktur und Methoden auf Industriestandard zur Verfügung.

Ob neue Materialien, individuelle Artikel, intelligente Produkte und Maschinen, modulare Prozesse, Datenverarbeitung oder Kommunikation, im Kern dreht sich Industrie 4.0 um das Zusammenspiel von Netz, Produkt und Anwender.

Alles wird smart

Smart Grid, Smart Objects und Smart Factory stehen exemplarisch für den wichtigsten Paradigmenwechsel kommender Entwicklungen. Wie die Kybernetik in Form des Fliehkraftreglers bei der Dampfmaschine elementare Steuerungsfunktionen übernahm und damit ein neues in-

dustrielles Zeitalter einleitete, so stehen nun intelligente Technologien zur Verfügung, die eigenständige, auch hoch komplexe Regelungsaufgaben übernehmen können: Netze, die sich selber regulieren, Objekte, die ihren Weg eigenständig finden oder Fabriken, die sich in Teilen selbst steuern. Das klingt im ersten Moment genauso verrückt, wie eine Enzyklopädie, bei der sich jeder einbringen kann. Und doch liegt genau darin die große Stärke.

Wir brauchen nicht auf Industrie 4.0 zu warten. Wir sind bereits mitten drin. Schon heute sind wesentliche Basistechnologien im Einsatz. Einzelne Bereiche setzen fortgeschrittene Techniken bereits erfolgreich industriell ein. Die Information bestimmt das Produkt. Sie ist und bleibt der Schlüssel zum Erfolg. In der Industrie 4.0 mehr denn je. Deutschland hat eine gute Ausgangsposition, um eine führende Rolle als Anbieter und in der Umsetzung von Industrie 4.0-Lösungen zu übernehmen. Bund und Länder haben zudem entsprechende Förderprogramme aufgelegt. Mit der finanziellen und institutionellen Unterstützung der Unternehmen ist Deutschland gut aufgestellt, aber

nicht alleine. Die USA und Asien haben hier milliarden schwere Investitionspakete verabschiedet. Der Wettbewerb um die Märkte der Industrie 4.0 ist in vollem Gange.

2. Blockchain

Die Blockchain-Technologie, oder auch Distributed Ledger Technologie (DLT), erfährt in letzter Zeit erhöhte Aufmerksamkeit. Bekannt wurde die „Blockchain“ unter anderem durch die Euphorie um die Kryptowährung Bitcoin. Die Bitcoin zugrunde liegende Blockchain-Technologie ist so sicher, dass es seit zehn Jahren niemandem gelungen ist, Bitcoins von Konten zu stehlen, deren Schlüssel sie nicht besaßen. Eine Blockchain gilt heute als absolut fälschungssichere Datenablage, die „vertrauenslos“ – also ohne notwendiges Vertrauen in eine zentrale Kontrollinstanz – funktioniert. Abseits von Kryptowährungen sind zahlreiche Anwendungen mit der Basistechnologie realisierbar. Hier finden sich einige sehr spannende Anwendungen im Bereich der Supply Chain und insbesondere im Bereich Food Supply Chain. Denn in der Lebensmittelbranche gilt Vertrauen in Produkt und Marke als eine der stärksten Währungen.

Einsatz in der Food Supply Chain

Insbesondere in der Lebensmittelbranche bietet sich die Distributed Ledger Technologie an aufgrund der hohen Anforderungen an die Produktrückverfolgbarkeit und das schnelle Auffinden von Verursachern gemäß IFS-Standard. Weitere Besonderheiten und Herausforderun-

gen der Lebensmittellogistik sind z. B. Kühlketten und die Tatsache, dass hier oft verderbliche Waren über große Distanzen bewegt werden. Aktueller Platzhirsch im Bereich der Lebensmittel-Blockchains ist IBM's Food Trust Blockchain. Dieses Projekt hat sich über den Prototypenstatus hinaus entwickelt und hat mittlerweile über das Gründerkonsortium hinaus einige namhafte Anwender gefunden. So war Walmart schon am Anfang mit dabei und hat im September 2018 offiziell verlauten lassen, dass binnen Jahresfrist alle direkten Lieferanten von Blattgemüse eine Rückverfolgbarkeit über Food Trust implementieren müssen. Die

Initiative, die als Walmart Food Traceability Initiative bezeichnet wird, zielt darauf ab, den Lieferanten die Möglichkeit zu geben, frische, grüne Produkte in Echtzeit über das IBM Food Trust Network vom Erzeuger zum Verbraucher zu verfolgen. Laut Walmart sichert die Blockchain den digitalisierten Austausch von Daten auf sichere und vertrauenswürdige Weise und ermöglicht einen offeneren Zugang zu Informationen, die von Lieferanten gesammelt wurden. In Summe sind laut IBM mittlerweile

Partnerunternehmen mit mehr als einer Million vertriebener Produkte beteiligt. Hier wird deutlich, dass es bei einer Blockchainanwendung stets um das Netzwerk und die Vorteile für alle Partner geht.

Mehr als nur ein Vorteil

Angetrieben wird der zunehmende Einsatz der Technologie durch eine Kombination verschiedener Vorteile, die gleichzeitig realisiert werden können. Neben der offensichtlichen Transparenz der Produktherkunft und der damit einhergehenden Rückverfolgbarkeit können so auch weitere Aspekte abgedeckt werden. Alle Partner – auch jene, die weiter hinten in der Lieferkette stehen – haben Zugriff auf die Lieferkettendaten. Somit erhalten

Geschäftskunden Einblicke in vorgelagerte Prozessschritte, die es ihnen erlauben, eigene Prozesse zu optimieren. So können Lager- und Transportkapazitäten anhand der zu erwartenden Lieferungen bereitgestellt werden. Insbesondere die Einbindung von sogenannten „Trackern“, also mobile Sensoren, die Informationen direkt aus einer Charge oder Palette senden, ermöglicht den Zugriff auf Echtzeitinformationen.

Durch die vorhandene DLT-Infrastruktur können selbstverständlich weitere Partner mit eingebunden werden. Hier liegt der Endkunde offensichtlich am nächsten. Viele Unternehmen suchen die Möglichkeit, neue Geschäftsmodelle zu implementieren und die Kundenbindung an die eigene Marke zu intensivieren. Durch eine mobile App oder eine Webseite kann ein Kunde über das einfache Scannen eines Produkt-QR-Codes mehr Informationen zum



© Visual Generation - stock.adobe.com

Produkt, dessen Zutaten und Entstehung oder anderes erhalten.

Die Blockchain- oder Distributed Ledger Technologie hat sich von ihrem Start als unabhängiger Wertespeicher für Kryptowährungen über den Finanzsektor zu einer ernstzunehmenden Basistechnologie für industrielle Anwendungen entwickelt. In der Lebensmittelbranche finden sich viele Anwendungen, in denen diese Technologie ihre Vorteile ausspielen kann. Erste Applikationen werden im Produktivbetrieb verwendet, und erste große Firmen machen ihre Geschäftsbeziehungen von der Einbindung eines Partners in die Blockchain abhängig. Die Technologietreiber hinter der vermehrten Anwendung sind:

- Kostenreduktion
- Verbesserung der Produktrückverfolgbarkeit und Transparenz
- Schaffung neuer, digitaler Geschäftsmodelle und Einnahmeströme
- Schaffung von Kundenvertrauen und Kundenbindung
- Verbesserung der Nachhaltigkeit und Reduktion von Lebensmittelverschwendung
- Identifikation von Verantwortlichkeit (Kühlketten)

Diese Faktoren werden die Anwendung der Distributed Ledger Technologien weiter forcieren und kein Unternehmen in der Lebensmittelbranche kann sich dem langfristig verschließen. Zudem gibt es nicht nur „die eine“ Blockchain. In der Zukunft werden mehrere unterschiedliche Systeme parallel nebeneinander existieren. Jedes mit speziellem Fokus (z. B. auf bestimmte Branchen) oder speziellen Funktionen (Schnelligkeit, hohes Datenvolumen, Sicherheit u. a.).

3. E-Commerce

Immer mehr Menschen kaufen online ein. Die Aufwärtsbewegung im digitalen Shopping ist nicht zu stoppen. Kein Wunder, denn im Netz ist alles per Mausklick zu finden. Bei Arbeitszeiten, die immer weiter in den Abend hineinreichen und den mit Hobbies ausgefüllten Wochenenden fehlt oft die Zeit für einen entspannten Einkauf in den Geschäften vor Ort. Genau in diesem Punkt, wie auch in einigen weiteren, bietet das Onlineshopping immense Vorteile. Es gibt keine den Einkauf beschränkenden Öffnungszeiten, keine langen Anfahrtswege, wenn man anstelle regional einmal überregional einkaufen möchte, keine Parkplatzsuche und man hat erst recht keine langen Wartezeiten an der Kasse. Der Onlineshop ist 24 Stunden und 365 Tage lang geöffnet und ermöglicht neben dem Zeitvorteil zudem einen einfachen Preisvergleich und einen bequemen Lieferservice, wenn gewünscht sogar bis an die Haustür. So ist es wenig verwunderlich, dass auch der Lebensmittelhandel im E-Commerce in unserem Alltag Einzug genommen hat. Es gibt kaum noch Produkte, die nicht per Mausklick bestellt und direkt an die Haustür ge-

liefert werden können. Aber nicht nur der Onlineverkauf im B2C-Bereich, sondern auch der im B2B-Bereich, z. B. von Rohstoffen, Zutaten und Futtermitteln ist ein schnell und stetig wachsender Markt.

Veränderte Einkaufsgewohnheiten

Waren die Verbraucher in den letzten Jahren noch eher skeptisch gegenüber dem Onlineshopping von Lebensmitteln und wollten gerade bei frischen Produkten die Qualität der Ware vor dem Kauf noch mit den eigenen Sinnen optisch und haptisch prüfen, so scheint sich aktuell ein Wandel zu vollziehen. Zudem haben sich große Anbieter und auch eine Vielzahl von Start-ups bzw. ehemaligen Start-ups digital engagiert und so die Konsumenten motiviert, die eigenen Einkaufsgewohnheiten zu verändern. Insbesondere letztere bauen ihr Onlineangebot permanent aus, nutzen Crowdfunding zur Finanzierung ihrer Expansion und erreichen über diesen Weg ggf. auch einen Platz in den Einkaufsregalen des stationären Lebensmitteleinzelhandels.

Wesentlich und damit kennzeichnend für den Erfolg ist, dass Onlinehändler gut durchdachte, im Höchstmaß standardisierte und fachlich den zum Onlineverkauf und Versand angebotenen Lebensmitteln und Getränken angepasste Logistik- und Transportprozesse etablieren, die Rechtssicherheit garantieren und dem Verbraucher ein Höchstmaß an



©Pirman Khrutmuang - stock.adobe.com

Transparenz gewährleisten. Denn nur dann kann nachhaltiges Vertrauen aufgebaut und ein erfolgreicher Onlinevertrieb etabliert werden, der entweder einen bestehenden traditionellen stationären Verkauf ergänzt oder den Aufbau eines komplett neuen Dienstleistungsbereiches ermöglicht. Lebensmittel- und Getränkehersteller müssen sich mit diesem Thema auseinandersetzen, um sich den sich bietenden wertvollen Wettbewerbsvorteilen nicht zu verschließen.

Der Onlinehandel mit Lebensmitteln und Getränken wird – verschiedenen Studien zufolge – als einer der am stärksten wachsenden Bereiche im E-Commerce in Deutschland und auch darüber hinaus gesehen. Wengleich der aktuelle Anteil im

DLG-Expertenwissen

Kompakte Informationen zu aktuellen Themen der Lebensmittelbranche

Expertenwissen, Trends und Strategien aus erster Hand. In zahlreichen Publikationen informiert die DLG regelmäßig über aktuelle Themen und Entwicklungen in den Bereichen Lebensmitteltechnologie, Qualitätsmanagement, Sensorik und Lebensmittelqualität. In der Reihe „DLG-Expertenwissen“ greifen Experten aktuelle Fragestellungen auf und geben kompakte Informationen und Hilfestellungen. Die einzelnen Ausgaben der DLG-Expertenwissen stehen als Download zur Verfügung unter: www.DLG.org/Publikationen.html



Vergleich zum gesamten Umsatz mit Lebensmitteln in Deutschland noch auf einem relativ geringen Niveau liegt, so werden die fortschreiten-

de Digitalisierung und insbesondere auch der demografische Wandel die Entwicklung und das Wachstum in diesem Sektor forcieren.

foodjobs.de

Für die Menschen hinter den Lebensmitteln



**Zeige was in Dir steckt.
Den passenden Job findest
Du auf www.foodjobs.de**

Internationale Karriere bei ADM

„Wir arbeiten global eng zusammen“

So vielfältig das Spektrum der natürlichen Zutaten weltweit ist, so unterschiedlich sind auch die Rezepte und Produktideen, die sich damit kreieren lassen. Von Marcel Schmidt, Manager Product & Development Global Key Accounts in der Produktentwicklung und Applikation (PD&A) bei ADM, haben wir erfahren, welche Möglichkeiten der global aufgestellte Ingredientspezialist Absolventen bietet, international einzusteigen.

Herr Schmidt, Sie arbeiten in der Produktentwicklung und Applikation bei einem Unternehmen, das weltweit tätig ist. Welche Rolle spielt in Ihrem Job das internationale Geschäft?

Wir agieren weltweit und haben Produktionsstätten, Labore und Vertriebsgesellschaften rund um den Globus. Dadurch ist es auch im Bereich PD&A sehr wichtig, gut mit den Standorten in anderen Regionen vernetzt zu sein. So können Ressourcen und Rohstoffe global eingesetzt werden, um unsere Kunden auf der ganzen Welt bestmöglich zu unterstützen und zu beliefern.

Welche Aufgabe haben Sie dabei?

Ich betreue unsere Kunden bei allen technischen Fragen rund um das Thema Innovation, Produktentwicklung und Abfüllung.

... das klingt nach Reisen und interessanten Projekten mit internationalen Fachkräften.

Absolut. Ich bin normalerweise mehrere Male im Jahr im Ausland unter-

wegs und war zuletzt in Brasilien. Bei dieser Geschäftsreise ging es darum, das lokale Team bei neuen Applikationen zu unterstützen und die technischen Möglichkeiten vor Ort zu evaluieren. Bedingt durch die Situation



©ADM

*Vom Trainee zum Manager:
Marcel Schmidt, Manager Product & Development Global Key Accounts in der Produktentwicklung und Applikation (PD&A) bei ADM*



um Covid-19 finden derzeit allerdings keine Reisen statt.

Können Sie uns dennoch einen Einblick in Ihren Arbeitsalltag geben?

Wir bearbeiten in der Regel mehrere Projekte, die parallel mit Durchlaufzeiten von einer Woche bis sechs Monaten ablaufen. Meistens geht es um unterschiedliche Produkte. Dabei wird individuell nach Kundenanforderung ein neues Produkt entwickelt, eine bestehende Rezeptur optimiert oder auf spezifische rechtliche Grundlagen der jeweils relevanten Länder angepasst. Zudem wird der Kunde auch bei weiterführenden Fragen bezüglich Entwicklung und Abfüllung betreut.

Was schätzen Sie an dieser Arbeit am meisten?

Dass sie sehr abwechslungsreich ist. Von der Neuentwicklung an der Laborbank bis zur Unterstützung bei der Abfüllung des fertigen Produktes bin ich in allen Schritten involviert. Außerdem habe ich regelmäßigen Kontakt



©New Africa - stock.adobe.com

zu anderen Abteilungen wie Sales, Product Management, Regulatory Affairs, Qualitätssicherung und Supply Chain, wodurch man einen sehr guten Einblick in andere Geschäftsbereiche erlangt.

Wie beeinflussen aktuelle Markt-anforderungen das internationale Geschäft? Oder anders gefragt: Welche Fragestellungen spielen hier aktuell eine Rolle?

Megatrends wie Plant-Based-Food oder Clean Label haben heute häufig eine globale Ausbreitung. Die Herausforderung liegt darin, diese Strömungen frühzeitig zu erkennen, sowie Relevanz und Ausprägung in den verschiedenen Regionen zu verstehen. Nur so kann ein Unternehmen die richtigen Lösungen am Markt anbieten. Unsere Market & Consumer Insights Teams arbeiten auf globaler Ebene eng zusammen, um hier den richtigen Input zu generieren.

Welche Fachkräfte sind bei ADM angesichts dieser Anforderungen besonders gefragt und wo werden sie eingesetzt?

Bei ADM sind alle Fachkräfte und Hochschulabschlüsse gefragt. Je nach Qualifikation und Berufserfahrung hat man in der Produktentwicklung die Chance als Entwickler, Trainee

oder eventuell auch direkt als Projekt Manager einzusteigen. Die beste Einstiegsmöglichkeit bieten die Traineeprogramme in den Bereichen Product Development & Application oder Sales & Marketing. Ansonsten kann man sich aber auch über das Karriere-Portal direkt auf offene Stellen bewerben.

Wie haben Sie den Einstieg ins Unternehmen geschafft?

Ich habe zwischen meinem Bachelor und Master ein sechsmonatiges Praktikum bei ADM absolviert. Das hat mir nach meinem Studienabschluss den Karriereeinstieg ermöglicht.

Werden die internationalen Niederlassungen in die Trainee-programme eingebunden?

Innerhalb des PD&A-Traineeprogramms ist eine Tätigkeit in einer internationalen Niederlassung nach individueller Absprache möglich. Bei dem Traineeprogramm Sales & Marketing ist die Rotation an unterschiedlichen europäischen Standorten ohnehin ein fester Programmbestandteil.

Welche Chancen bestehen nach einem Traineeprogramm an einem Standort im Ausland übernommen zu werden?

Generell hat man sehr gute Chancen, von ADM übernommen zu werden,

und Übernahmen an einem Standort im Ausland sind möglich. Im vergangenen Jahr haben mehrere Kollegen die Gelegenheit bekommen, für einige Monate in ADM-Werken in Ungarn, Australien und Singapur zu arbeiten.

Abschließend für angehende Produktentwickler: Haben Sie Tipps, worauf man sich im Job einstellen sollte?

Das Wichtigste ist, dass man motiviert und mit einer positiven Einstellung an das Ganze herangeht. Für mich war zudem das Praktikum sehr hilfreich, da es mir den Einstieg erleichtert hat. Ich konnte mir während dieser sechs Monate ein gutes Bild der Firma und Abteilung machen, aber auch meine Betreuer konnten schauen, ob ich in die Abteilung passen würde.

Welche Eigenschaften muss man mitbringen, um als Mitarbeiter mit internationalen Aufgaben erfolgreich zu sein?

Man sollte auf jeden Fall flexibel sowie ein guter Teamplayer sein. Zudem ist ein gutes Verständnis über den Bereich der Produktentwicklung hinaus wichtig, um verschiedenste Fragestellungen abdecken zu können. Grundlegend ist auch, dass man immer offen für Neues ist und mindestens Englisch als Fremdsprache sehr gut beherrscht.

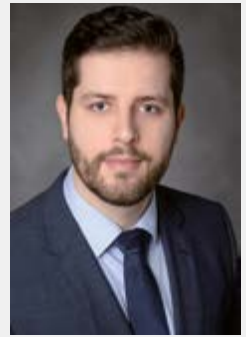
Info

ADM ist ein weltweit führendes Unternehmen in der Erzeugung und Verarbeitung landwirtschaftlicher Produkte und der Ernährung von Mensch und Tier. In Heidelberg, dem größten ADM Standort in Deutschland, dreht sich alles um die Entwicklung, Produktion und Vermarktung von Lebensmittel- und Getränkezutaten. Das Portfolio reicht von natürlichen Aromen, Extrakten und Farben über Getränkegrundstoffe und Fruchtzubereitungen bis hin zu funktionalen Inhaltsstoffen und Food Service-Lösungen. Weitere Informationen unter www.adm.com // www.wildflavors.com

Westfleisch

Große Dinge anpacken

„Wer Gas gibt, bekommt die Chance, schnell viel Verantwortung zu übernehmen“, sagt Tobias Tonfeld. Der Ingenieur startete vor vier Jahren als Trainee bei Westfleisch. Heute hat er die stellvertretende Leitung des Energie- und Umweltmanagements inne.



Tobias Tonfeld

Westfleisch gehört zu den führenden Fleischproduzenten Europas und beschäftigt rund 5.000 Mitarbeiter. Das Unternehmen, das seit mehr als 90 Jahren regional im Münsterland verwurzelt ist und als europäische Genossenschaft international erfolgreich agiert, bietet zukunftssichere Arbeitsplätze. Das ist attraktiv für junge Talente, die in der Fleischbranche mit den Schwerpunkten Landwirtschaft und Lebensmittelerzeugung starten und sich gezielt weiterentwickeln möchten. Das empfindet auch Tobias Tonfeld so. Er kam vor vier Jahren zu Westfleisch und begann seine berufliche Laufbahn als Trainee. „Dabei hatte ich mich bewusst gegen eine Promotion und für ein Traineeprogramm in einem Unternehmen mit internationaler Ausrichtung entschieden, da ich möglichst zügig eine Führungsposition erreichen wollte.“ Dass seine Entscheidung für Westfleisch die richtige war, merkte der ehrgeizige junge Mann sehr schnell: Bereits nach einem sehr abwechslungsreichen und interessanten Jahr wurde der Ingenieur der Energie- und Verfahrenstechnik fest in das Team Energie- und Umweltmanagement übernommen und nach weiteren sechs Monaten zum stellvertretenden Leiter befördert.

Junge Kollegen gestalten aktiv mit

„Dass mich mein Chef bereits nach einem Jahr in die Festanstellung übernahm, freute mich sehr“, so Tonfeld. Während seines Traineeprogramms im Bereich Energie- und Umweltmanagement konnte sich der heute Dreißigjährige, aufgrund der engen Zusammenarbeit mit den verschiedenen Fachbereichen, gut im Unternehmen vernetzen und in Erfahrung bringen, was ihm am meisten liegt. Besonders lernte er nach seinen Angaben die offene, ehrliche Kommunikation und Bodenständigkeit zu schätzen. „Wir sind der Region

sehr verbunden und dennoch international gut aufgestellt. Das gefällt mir, wie auch, dass wir uns momentan stark im Umbruch befinden. Mehrere Standorte werden modernisiert und umgebaut, diese technischen Anforderungen gilt es anzugehen.“ Tonfeld ist überzeugt davon, dass Westfleisch alle anstehenden Herausforderungen gut meistern wird, zumal interdisziplinäres Arbeiten und ein besonderer Zusammenhalt unter den Kollegen die Unternehmenskultur prägen. „Dass die jüngere Generation engagiert mitgestaltet, sieht die oberste Führungsebene gerne. Sie lässt uns kreativen und konstruktiven Spielraum“, sagt er. Das Thema stehe dabei immer im Vordergrund. Die operativen Teams bekämen Leitplanken und einen Zeithorizont vorgegeben, wie sie allerdings ans Ziel kämen, können sie in diesem Rahmen selbst bestimmen und umsetzen.

Vertrauensvorschuss, der motiviert

„In so einem vertrauensvollen Arbeitsumfeld kann man sich persönlich bestens weiterentwickeln. Das möchte ich auch: Verantwortung übernehmen, etwas im Unternehmen bewegen und weiter aufsteigen.“ Gut könne er sich beispielsweise vorstellen, eines Tages Abteilungs- oder Standortleiter zu werden. „Einmal hat es auch schon ein Trainee bis in den Vorstand geschafft. Demnach wäre sogar

das denkbar“, so Tonfeld. Da sein Arbeitgeber Wert auf hervorragend ausgebildete Mitarbeiter lege, seien individuelle Schulungen und Weiterbildungen mit Blick auf die Unternehmensinteressen nie ein Problem. Zudem könne er sich, dank flacher Hierarchien und, weil die Tür seines Vorgesetzten in der Regel offen stehe, bei Problemen, Ideen, Kritik oder Denkanstößen jederzeit an diesen wenden. „Wir verstehen uns gut, diskutieren verschiedenste Vorgehensweisen und entscheiden uns gemeinsam für die ökologisch sowie ökonomisch sinnvollste Lösung.“ Abschließend erklärt Tonfeld, dass das Corona-Management bei Westfleisch aktuell ein sehr relevantes Thema sei. „Es muss gewährleistet sein, dass auf Anfrage des Gesundheitsamtes oder anderer Interessengruppen zu jedem Zeitpunkt von jedem Mitarbeiter ein tagesaktueller Gesundheitsnachweis vorliegt. Das ist bei der Anzahl an Mitarbeitern ein organisatorisches Riesenprojekt.“ Auch hierfür wurde ihm an seinem Hauptstandort, zusammen mit einer weiteren Kollegin, die Verantwortung übertragen worden. Wie viel Vertrauensvorschuss das bedeute, sei ihm durchaus bewusst. Aber genau das ist es, was ihn reizt und ihm Spaß macht: große Dinge anpacken.



Früh einsteigen und aufsteigen

Selbstvermarktung in Social-Media-Kanälen



**Theresa Grüner, foodjobs
Partner Talent Acquisition**

Diplom-Soziologin Theresa Grüner ist Spezialistin für Personalvermittlung und Recruiting. Mit viel Engagement, Leidenschaft und Expertise berät sie sowohl Kandidaten als auch Unternehmen, um Arbeitnehmer und Arbeitgeber erfolgreich miteinander zu vernetzen.

Die meisten Menschen nutzen Social-Media-Plattformen vorwiegend für private Zwecke. Dabei bieten die Business-Netzwerke XING und LinkedIn exzellente Möglichkeiten für die eigene Karriere. Was man bei der Erstellung eines Profils beachten sollte, verrät Expertin Theresa Grüner.

Wir leben in einer komplexen und sich stetig ändernden Welt, in der immer mehr digitalisiert wird – so auch Bewerbungsprozesse. Deshalb ist es für Berufseinsteiger und Jobsuchende von Vorteil, sich früh mit der Thematik auseinanderzusetzen und sich selbst gut im Netz aufzustellen. Talent Acquisition-Partnerin Theresa Grüner von foodjobs weiß, worauf es bei der erfolgreichen Selbstvermarktung in Social-Media-Kanälen ankommt. Als Active Sourcerin für die Lebensmittelbranche spürt sie für Unternehmen Kandidaten im Netz auf und tritt mit ihnen in Kontakt. Im Interview gibt sie Tipps, wie man als Kandidat gut gefunden wird und sich in den Business-Netzwerken clever verhält.

haltend, wirst du dich nicht so offen präsentieren. Bedenke jedoch immer, dass du in allen Netzwerken einen digitalen Fußabdruck hinterlässt. Sei dir ebenso bewusst, dass auch deine „private“ Post entdeckt werden kann. Darum solltest du folgende Dinge berücksichtigen:

- Lade keine unseriösen Fotos hoch.
- Achte auf deine Sprache.
- Bestimme selbst deine Privatsphäre-Einstellungen.

Was mache ich, damit mich Active Sourcer finden?

Um gefunden zu werden, ist es besonders wichtig, das eigene Pro-

fil zu verschlagworten, sprich, alle Studiengänge, Kenntnisse, Sprachen usw. aufzuzählen, da Recruiter gezielt hiernach suchen. Active Sourcer verwenden die sogenannte „Boolesche Suche“ nach Stichwörtern wie Jobtiteln oder aktuellem Arbeitgeber. Stichwörter zu Skills, Labormethoden, Produkt- bzw. Warengruppen und Verfahren wären beispielsweise HACCP, IFS oder Gaschromatographie. Je spezifischer deine Angaben sind, desto besser. Das macht es für den Re-

Wie sollte ich mich in den Social-Media-Kanälen verhalten?

Grundsätzlich solltest du dich in den sozialen Netzwerken so verhalten, wie du dich auch in der Öffentlichkeit verhältst, frei nach dem Motto: Bleib du selbst und sei authentisch. Bist du extrovertiert, wirst und kannst du auch mehr Beiträge über dich und dein Leben posten. Bist du eher zurück-



cruiter einfacher, dich einzuschätzen. Darüber hinaus hat es für dich als Kandidat den Vorteil, dass dir eher ein Job angeboten wird, der auch zu dir passt.

Wie verhalte ich mich, wenn ich kontaktiert werde?

In der Regel wirst du in XING, LinkedIn oder anderen Netzwerken direkt angeschrieben und nach einem Termin zum telefonischen Austausch gefragt. Als erstes solltest du freundlich antworten, egal, ob deiner-

seits Interesse an dem Angebot besteht oder nicht. Bei Interesse kannst du natürlich gerne deinen CV senden oder zumindest eine Telefonnummer angeben. Im Falle dessen, dass du eine neue Herausforderung suchst und bereit bist, deinen Arbeitsplatz zu wechseln, solltest du möglichst schnell antworten, da die ersten geeigneten Kandidaten weiterempfohlen werden. Die Faustregel lautet: Innerhalb von einer Woche antworten, sonst erscheint das Interesse unglaubwürdig.

Gibt es Unterschiede zwischen XING, LinkedIn oder Facebook?

Die Beiträge, die auf Facebook erscheinen, sind grundsätzlich eher privater Natur. Im Gegensatz dazu handelt es sich bei XING und LinkedIn um berufliche Netzwerke. Diese sind genau dazu da, dich selbst als potenziellen Mitarbeiter zu vermarkten, indem du neben deinem aktuellen Arbeitgeber und Jobtitel eben auch besondere Kenntnisse und Fähigkeiten angeben kannst. Hier lassen sich beispielsweise spezielle Projekte auflisten, die du geleitet hast bzw. an denen du beteiligt warst. Ebenso solltest du bestimmte Referenzen angeben oder deine Fähigkeiten bestätigen lassen, beispielsweise von Kollegen oder Vorgesetzten.


XING wird besonders im deutschsprachigen Raum verwendet und eignet sich gut für den KMU-Bereich, also für kleine und mittlere Unternehmen. Bei LinkedIn handelt es sich um ein internationales Netzwerk, sodass hier Kontakt zu großen Unternehmen weltweit hergestellt werden kann. In beiden Netzwerken kannst du deine beruflichen Erfahrungen und Fähigkeiten sehr gut selbst vermarkten.

Gibt es noch andere hilfreiche Netzwerke?

Tatsächlich hast du mit XING und LinkedIn schon die beiden größten Netzwerke in Deutschland und weltweit abgedeckt. Wenn du auf der Suche nach einem neuen Job oder offen für einen Jobwechsel bist, kannst du dich auch bei foodjobs in den Kandidatenpool aufnehmen lassen. Wir nehmen deine Vorstellungen und Wünsche auf und können dir den passenden Job anbieten. Unser Service ist für dich kostenlos. Unter www.foodjobs.de/Kandidaten-Registrierung kannst du dich einfach registrieren und uns deinen Lebenslauf zusenden.

Checkliste für dein Profil auf Social-Media-Plattformen

- Erstelle ein vollständiges Profil. Da Recruiter besonders die Berufserfahrung interessiert, solltest du neben deinem Werdegang vor allem deine Erfolge, Projekte und Fachkompetenzen einbringen.
- Wähle ein professionelles Foto aus. Tipp: Da dein Bild links steht, solltest du darauf nach rechts schauen.
- Halte dein Profil immer auf dem neuesten Stand. Hierbei solltest du jedoch darauf achten, dass Änderungen deines Profils in deinem Aktivitätenprotokoll aufgezeigt werden, somit auch unter Umständen bei deinem Arbeitgeber. Damit deine Jobsuche möglichst privat bleibt, solltest du auf deine Privatsphäre-Einstellungen achten.
- Verschlagworte dein Profil mit passenden Keywords, also mit Stichwörtern zu deinen Fähigkeiten und Fertigkeiten.
- Lasse, wenn möglich, deine Kenntnisse und Skills bestätigen.
- Trete Gruppen bei, um so indirekt deine Interessen zu zeigen. Hierbei eignen sich vor allem Gruppen, die mit deiner Branche zu tun haben. Beteilige dich an Diskussionen zu deinem Spezialgebiet und deiner Erfahrung nur, wenn du magst. Achte hierbei auf deine Sprache und die Inhalte: Diese sollten sachlich und qualitativ überzeugend sein.
- Vernetze dich fortlaufend. Sammle jedoch nicht einfach blindlings Kontakte, sondern vernetze dich am besten mit Entscheidungsträgern in deiner Branche.
- Einen Premium-Account kannst du dir vorerst sparen. Die kostenfreien Mitgliedschaften sind als Student oder Berufseinsteiger völlig ausreichend, da man aufgrund seiner Schlagwörter gefunden und angesprochen wird.



JungeDLG Lebensmittel

**Ideen austauschen.
Impulse geben. Netzwerken.**

Jetzt Mitglied werden.

www.DLG.org/junge-dlg-food



Offen für Neues?

Was erwarten Unternehmen im Digitalzeitalter von künftigen Mitarbeitern? Welche Aspekte sollten Studierende bei ihrem Weg ins Berufsleben bedenken, welche Weichen gilt es frühzeitig zu stellen? Wir haben bei vier leitenden Personalmanagern aus der Lebensmittelbranche nachgefragt, worauf es heute bei der Karriereplanung ankommt.

„Die Zeiten der starren Karrierewege sind vorbei, es gilt neue Pfade zu erkunden und zu hinterfragen.“

Jens Bielmann, Senior Manager Talent Management & Employer Branding bei Coca-Cola European Partners Deutschland GmbH (CCEP DE)



Welche Eigenschaften wünschen Sie sich von Bewerbern? Werden sich die Skills im Hinblick auf die Arbeitswelt 4.0 ändern?

Unsere Maxime in der Rekrutierung: „Hire for attitude and train for perfection“ – also „sei du selbst“ ist die Devise. Für CCEP DE ist Vielfalt ein absolut wichtiger Aspekt, wir sind offen für die verschiedenen Lebensrealitäten der Menschen. Daher spielt für uns der Cultural Fit eine wesentliche Rolle bei den Eigenschaften von Bewerbern.

Ich denke, dass Engagement und Leidenschaft sowie ein offenes Mindset für Veränderungen wesentliche Erfolgsfaktoren für die eigene berufliche Weiterentwicklung in der Zukunft sein werden. Soft Skills wie Führungsfähigkeit – speziell das Führen auf Distanz – und Empathie sind bei der Besetzung von Fach- und Führungskräften essentiell. Selbstverständlich verändert sich durch die

Covid-19-Pandemie sehr viel und stellt nicht nur jeden Einzelnen, sondern auch Unternehmen vor neue Herausforderungen. Es gilt daher die verschiedenen Veränderungen in der neuen Normalität als Chancen auch für die Arbeitswelt zu begreifen. Sei es im Bereich der Digitalisierung, mit Blick auf die neu entstandene Kreativität oder das Verständnis und die Akzeptanz der verschiedenen Lebensrealitäten der Menschen.

Welche Tipps können Sie Berufseinsteigern geben, die eine Karriere in der Lebensmittelbranche anstreben?

Ich bin überzeugt davon, dass es generell darauf ankommt, den Realitäten im beruflichen wie privaten Bereich mit Offenheit, Flexibilität und Kreativität zu begegnen. Denn wir alle bewegen uns in einem sehr dynamischen und herausfordernden Umfeld. Wer authentisch ist,

Veränderung als Chance versteht und dabei die Fähigkeit besitzt, sich selbst zu reflektieren, kann langfristig erfolgreich sein. Die Zeiten der starren Karrierewege sind vorbei, es gilt neue Pfade zu erkunden und zu hinterfragen.

Warum sollten sich Berufseinsteiger gerade in Ihrem Unternehmen bewerben?

Wir produzieren, beschäftigen und investieren lokal. Unseren Mitarbeitenden bieten wir ein umfassendes Paket an attraktiven sozialen Leistungen, die für jeden eine gute Basis schaffen. Nicht weniger wichtig sind die verschiedenen Möglichkeiten einzusteigen und volle Fahrt aufzunehmen und unser Unternehmen mitzugestalten. Wir setzen auf flexible Arbeitszeitmodelle, flache Hierarchien, individuelle Entwicklungsmöglichkeiten und crossfunktionale Karrierewege.

Wie gestalten Sie in Ihrem Unternehmen die Personalentwicklung?

Wir setzen auf den Dialog mit unseren Mitarbeitenden und einen ganzheitlichen Talent-Management-Ansatz. Das Herzstück bilden hier die regelmäßigen crossfunktionalen

Talent-Reviews und unsere kontinuierlichen Feedback- und Entwicklungsgespräche über unseren Performance-Management-Zyklus. Neben einem breiten Curriculum an Trainingsangeboten, Workshops, Mentoring und Coaching können wir

für all unsere Talente eine maßgeschneiderte Entwicklung anbieten. Dabei gilt unsere Devise 70-20-10. Im Fokus steht die persönliche Entwicklung am Arbeitsplatz, die durch Mentorings und Coachings sowie spezifische Trainings ergänzt wird.

„Wir bieten nicht nur die klassischen vertikalen Karrierewege, sondern auch laterale über Funktionsbereiche, Business Units und Ländergrenzen hinweg.“

Burkhard Oesting, ADM, Director Human Resources für den Bereich Nutrition in der Region EMEA



© ADM

Welche Eigenschaften wünschen Sie sich von Bewerbern? Werden sich die Skills im Hinblick auf die Arbeitswelt 4.0 ändern?

Wir wünschen uns Bewerber, die sich für Lebensmittel, gesunde Ernährung und Foodtrends begeistern, die gerne im Team arbeiten und sich in einem dynamischen, internationalen Umfeld wohlfühlen und die für neue Herangehensweisen und lebenslanges Lernen offen sind. Gerade der letzte Punkt ist in der Arbeitswelt 4.0 entscheidend, um den technologischen Fortschritt voranzutreiben. Wir sind ein sehr agiles Unternehmen und suchen Bewerber, für die eigenverantwortliches Arbeiten, Flexibilität und gutes Zeitmanagement selbstverständlich sind.

Haltet die Augen offen, welche Innovationen und neue Trends es rund um die Ernährung und die Produktion von Nahrungsmitteln gibt.

Bringt Eure eigenen Ideen ein, bildet eine Netzwerk und seid offen für Neues. Schaut über den Tellerrand Eures Funktionsbereichs hinaus und lernt die globalen Zusammenhänge des Unternehmens kennen.

subventionierte Gesundheits- und Fitnessangebote.

Wie gestalten Sie in Ihrem Unternehmen die Personalentwicklung?

Personalentwicklung hat bei ADM einen sehr hohen Stellenwert. Sie startet mit einem maßgeschneiderten Onboarding, das den neuen Mitarbeiter rasch ins Unternehmen integriert. Jährliche Mitarbeitergespräche über die fachliche und persönliche Entwicklung des Mitarbeiters bilden die Basis für den persönlichen Entwicklungsplan und entsprechende Personalentwicklungsmaßnahmen. Wir bieten nicht nur die klassischen vertikalen Karrierewege, sondern auch laterale über Funktionsbereiche, Business Units und Ländergrenzen hinweg. Personalentwicklung umfasst auch die Traineeprogramme, internationale Austauschprogramme, Mentoring, Coaching und gegenseitiges Lernen. Eine Vielzahl an modernen Online- und Offline-Tools bieten die Möglichkeit sich persönlich und fachlich weiterzuentwickeln und so seinen individuellen Entwicklungspfad zu verfolgen.

Welche Tipps können Sie Berufseinsteigern geben, die eine Karriere in der Lebensmittelbranche anstreben?

Sammelt schon während des Studiums praktische Erfahrung im Bereich Lebensmittel – beispielsweise durch frühzeitige Praktika in Lebensmittelunternehmen, Gastronomie oder Lebensmittelhandel.

Warum sollten sich Berufseinsteiger gerade in Ihrem Unternehmen bewerben?

Als eines der weltweit führenden Unternehmen in der Ernährungsbranche eröffnet ADM Berufseinsteigern weltweit ausgezeichnete Karrierechancen. Wir bieten herausfordernde Aufgaben, kurze Entscheidungswege und hohe Eigenverantwortung in einem modernen Arbeitsumfeld mit flachen Hierarchien und flexiblen Arbeitszeitmodellen. Es gibt viel Raum für innovatives Denken und Wachstum. Vielfalt und kontinuierliches Lernen sind für uns selbstverständlich. Unsere Mitarbeiter erhalten eine attraktive Vergütung einschließlich einer Vielzahl von sozialen Leistungen wie

„Unser ambitioniertes Ziel ist es, 'Net Positive' zu werden, das heißt, wir wollen der Gesellschaft und der Umwelt mehr zurückgeben, als wir herausnehmen.“

*Simone Maaßen, Head of Global Talent & Organisational Development
Human Resources, SIG Combibloc*



SIG Combibloc

Welche Eigenschaften wünschen Sie sich von Bewerbern? Werden sich die Skills im Hinblick auf die Arbeitswelt 4.0 ändern?

Die Volatilität, Komplexität, Unsicherheit und Ambiguität der Rahmenbedingungen, in denen Unternehmen heute agieren, stellen neue Anforderungen an unsere Mitarbeitenden. Klare Strukturen, klare Aufgaben, klare Kompetenzbereiche brechen zunehmend weg und werden durch ein Mehr an Selbstverantwortung bei der Er- und Bearbeitung von kontinuierlich neuen, herausfordernden Themen bzw. durch flexible Arbeit in Projekten ersetzt. Um den Anforderungen gerecht zu werden, bedarf es hoher Eigeninitiative bei unseren SIG-Teammitgliedern bis hin zum Entdecken des eigenen Unternehmers in einem selbst. Wir suchen Mitarbeitende, die agieren anstatt zu reagieren und den Veränderungsprozess aktiv für sich und die SIG mitgestalten.

Welche Tipps können Sie Berufseinsteigern geben, die eine Karriere in der Lebensmittelbranche anstreben?

Zwei wichtige Botschaften sind: Erstens, die Lebensmittelbranche ist derzeit eine der zukunftsträchtigsten Branchen am Arbeitsmarkt und zweitens, es passiert viel! Auch zukünftig werden die Lagerung und Konservierung als auch die Bereitstellung von

Nahrung und Getränken eine zentrale und gesellschaftlich wegweisende Rolle einnehmen. Um bei SIG Zukunft mitgestalten zu können – egal ob im Bereich des Maschinenbaus, der Forschung und Entwicklung, der Produktion oder des Sales – ist es wichtig, dass neben dem exzellenten, fachlichen Know-how und dem Willen zum Querdenken, Bewerberinnen und Bewerber eine große Begeisterung für zukunftsrelevante, nachhaltige Lösungen und den Glauben an das eigene Potential mitbringen sowie die Lust daran, Lösungen für Kunden, Konsumenten und unseren Planeten zu gestalten und umzusetzen.

Warum sollten sich Berufseinsteiger gerade in Ihrem Unternehmen bewerben?

Jedes Unternehmen hat eine besondere „Persönlichkeit“, die einem sympathisch oder unsympathisch sein kann, mit der man sich verbunden oder von der man sich weit entfernt fühlen kann. Den Kern der „SIG-Persönlichkeit“ bilden unsere Teams von Individuen. Sie sind so unterschiedlich zusammengesetzt wie unsere Märkte und Endkonsumenten, für die wir mit unseren Verpackungsprodukten, quer über den Globus verteilt, einen Wert generieren.

Wir glauben an eine starke und unterstützende „Wir-Kultur“, in der sich Menschen befähigt fühlen, große

Träume zu leben, darüber hinauszugehen und das Unmögliche möglich zu machen. Dabei bildet unsere Soziale Unternehmensverantwortung eine relevante, gemeinsame Klammer: Die Mitarbeitenden teilen das gemeinsame Streben, SIG zu einem Net-positive Unternehmen zu entwickeln, indem mehr zur Gesellschaft und zur Umwelt beigetragen, als herausgenommen wird, und indem SIG Verpackungslösungen produziert, die auf dem Gesamtmarkt am nachhaltigsten für unsere Umwelt sind.

Wie gestalten Sie in Ihrem Unternehmen die Personalentwicklung?

Wir wissen, dass SIG wächst, wenn unsere Mitarbeitenden wachsen. Deshalb bieten wir eine Reihe von Möglichkeiten zur persönlichen Entwicklung und Weiterbildung an. Diese reichen von Gruppen-Workshops, Einzelschulungen, digitalem Lernen und Coaching bis hin zu Mentoring, Projekteinsätzen und maßgeschneiderten Führungsprogrammen. Alle Maßnahmen folgen einem individuellen Entwicklungs- und Karriereplan. Für Berufseinsteigerinnen und Berufseinsteiger bieten wir ein Trainee-programm als Einstieg an. Studierende verschiedenster Fachrichtungen können u.a. Praktika, Bachelor- oder Masterarbeiten bzw. Forschungsarbeiten bei SIG absolvieren.

„Vor dem Hintergrund einer zunehmenden Digitalisierung werden in vielen Bereichen sicherlich auch IT- bzw. Technikenntnisse wichtiger“.

Lulzim Gojani, Executive Vice President Corporate HR,
MULTIVAC Group



© MULTIVAC Group

Welche Eigenschaften wünschen Sie sich von Bewerbern? Werden sich die Skills im Hinblick auf die Arbeitswelt 4.0 ändern?

Wir sind grundsätzlich auf der Suche nach Mitarbeitern, die neben dem erforderlichen Fachwissen Begeisterung und Einsatzbereitschaft mitbringen, um Themen anzustoßen und voranzubringen. Ebenso wichtig sind uns Verlässlichkeit und die Flexibilität, sich immer wieder auf neue Themen einzulassen. Gerade aktuell und in Bezug auf die Arbeitswelt 4.0 gewinnen die Zusammenarbeit in interdisziplinären Teams, lebenslanges Lernen und die Offenheit für neue Arbeitsmethoden und -tools an Bedeutung. Sie zählen daher zu den wichtigsten Eigenschaften, um in einem volatilen Arbeitsumfeld und einem sich schnell ändernden Industriezweig erfolgreich zu sein. Vor dem Hintergrund einer zunehmenden Digitalisierung werden in vielen Bereichen sicherlich auch IT- bzw. Technikenntnisse wichtiger.

Welche Tipps können Sie Berufseinsteigern geben, die eine Karriere in der Lebensmittelbranche anstreben?

Die Lebensmittelindustrie ist stark von Trends und Innovationen geprägt. Als Berufseinsteiger im Maschinen- und Anlagenbau für den Einsatz in der Verpackungsbranche

ist es deshalb entscheidend, die Kundeninteressen in den Fokus der Entwicklungsarbeit zu stellen. Wer hierfür ein Gespür hat und dies im Auswahlprozess überzeugend darlegen kann, hat gute Chancen in diesem spannenden Umfeld Fuß zu fassen. Dabei sind unterschiedliche Karrierewege möglich, etwa ein Studium im Bereich Lebensmittel- und Verpackungstechnologie oder Maschinenbau. Für MULTIVAC hat auch die Ausbildung eigener Fachkräfte seit jeher eine hohe Priorität. Wir bilden junge Leute in 13 Berufen im gewerblich-technischen, kaufmännischen und IT-Bereich aus.

Warum sollten sich Berufseinsteiger gerade in Ihrem Unternehmen bewerben?

MULTIVAC ist ein weltweit führender Hersteller von integrierten Verpackungslösungen. Gehen wir als Verbraucher einkaufen oder als Patient zum Arzt oder in eine Klinik, kommen wir immer mit Produkten in Berührung, die mit Anlagen von MULTIVAC verarbeitet, verpackt, gekennzeichnet, geprüft, kartoniert oder palettiert wurden – überall auf der Welt. Unsere Marktposition basiert auf innovativer Spitzentechnologie, einem umfassenden Produktportfolio sowie langjähriger Expertise und Erfahrung. Als Familienunternehmen, das seit rund 60 Jahren fest im Allgäu verwurzelt

ist, zeichnet sich MULTIVAC durch ein nachhaltiges Wachstum aus. Zugleich bieten wir unseren Mitarbeitern vielfältige Aufgaben und Entwicklungsmöglichkeiten in einem internationalen Umfeld.

Wie gestalten Sie in Ihrem Unternehmen die Personalentwicklung?

Die Personalentwicklung ist schon immer ein fester Bestandteil unserer Personalarbeit gewesen. Alle neuen Mitarbeiter durchlaufen ein mehrstufiges Onboarding-Programm, um von Beginn an in der MULTIVAC-Welt durchstarten zu können. Regelmäßige Mitarbeitergespräche mit der Führungskraft fördern die persönliche Entwicklung. Ein umfangreiches internes Trainingsprogramm zu Soft Skills, Kommunikation und Sprachen steht allen Mitarbeitern zur Verfügung. Unser Programm ist dabei immer sehr nah am Puls der Zeit: Dies zeigt sich an zukunftsweisenden Trainingsinhalten und -programmen zu Digitalkompetenzen aber auch dem persönlichen Gesundheitsmanagement (z. B. „Design Thinking“, „Virtuelle Meetings leiten“, „Resilienz“). Für Leistungsträger stehen weitere Karriereschritte offen, die wir etwa mit unserem Führungskräfteprogramm oder einem weiterführenden Masterstudium unterstützen.

Mit Vollgas durchstarten



Sich abheben von anderen, seine Fähigkeiten und seine Persönlichkeit ins bestmögliche Licht rücken, wirkt sich auf die Karriereplanung bzw. den Erfolg eines Startup positiv aus. Welche Rolle können dabei Auszeichnungen spielen? Wir haben nachgefragt bei einer Nachwuchswissenschaftlerin und einer Start-up-Gründerin, die von der DLG beide für ihre innovativen, praxisnahen (Forschungs-) Arbeiten ausgezeichnet wurden.

Internationaler DLG-Sensorik Award 2020

Kathrin Heim (Bild rechts), wissenschaftliche Mitarbeiterin am Campus Wieselburg der FH Wiener Neustadt, hat den Internationalen DLG-Sensorik Award 2020 erhalten. Sie beschäftigt sich u. a. mit sensorischen Schnellmethoden, die insbesondere in kleinen und mittleren Unternehmen der Lebensmittelwirtschaft immer häufiger zum Einsatz kommen. Eine Schnellmethode stellt das sogenannte Napping dar, dessen Ziel ein sensorischer Vergleich von mehreren Lebensmitteln bezüglich ihrer relativen Ähnlichkeit zueinander ist.

Um welches Thema geht es in Ihrer Arbeit? Was begeistert Sie daran?

Das Forschungsprojekt fokussiert die Ermittlung einer idealen Stichprobengröße für Nappingstudien mit ungeschulten Probanden. Diese Forschungslücke wollten wir durch eine systematische Ermittlung der idealen Stichprobengröße für Nappingstudien schließen. Meine Begeisterung für dieses For-

schungsprojekt liegt insbesondere an der Möglichkeit, die wissenschaftlichen Forschungsergebnisse direkt in die Praxis implementieren und nachhaltig zu einer Zeit- und Kostenreduktion und so zu einer Effizienzsteigerung für Klein- und Mittelunternehmen beitragen zu können. Nappingstudien mit einem mengenmäßig überschaubaren Verbraucherpanel ermöglichen so wirtschaftliche Vorteile durch eine rasche Handlungsfähigkeit.

Welche Bedeutung hat der DLG-Sensorik Award für Sie?

Der DLG-Sensorik Award war in den letzten zwei Jahren eines meiner ganz großen Ziele. Den Award nun tatsächlich mit diesem Forschungsprojekt gewonnen zu haben, sehe ich als äußerst positives Feedback auf meine Arbeit und als Bestätigung für die Relevanz praxisorientierter Forschung. Persönlich motiviert mich der Award natürlich auch, in diesem Themengebiet gemeinsam mit meinem Forschungsteam weiter zu arbeiten



und die gewonnenen Ergebnisse durch vertiefende Studien weiter zu festigen.

Werden Sie die Auszeichnung in Ihrer Karriere-Planung nutzen? Wenn ja, wie und wo?

Als wissenschaftliche Mitarbeiterin am Campus Wieselburg der Fach-

hochschule Wiener Neustadt befindet sich mich aktuell in der Planung, den Sensorikbereich weiter auszubauen und praxisnah zu gestalten. Sowohl meine Ausbildung zur DLG-Sensorikmanagerin als auch der DLG-Sensorik Award ermöglichen mir, meine Fähigkeiten und Kompetenzen in der Lebensmittelensorik nach außen zu kommunizieren und so weitere Forschungsprojekte durchzuführen, Unternehmenskooperationen einzugehen aber auch eine qualitativ hoch-

wertige Lehre für unsere Studierenden zu vermitteln. Die Auszeichnung dient dabei als greifbarer Beleg für meine Qualifikation.

Würden Sie die Teilnahme an dem Wettbewerb weiterempfehlen?

Sehr gerne werde ich die Teilnahme am Wettbewerb weiterempfehlen, sowohl an Kolleg/innen, die sich mit Sensorik beschäftigen, aber auch an die Studierenden bei uns am Campus. Der Award dient als großer

Ansporn, sich in der Forschung neben den wissenschaftlichen Kriterien auch mit der praxisnahen Umsetzung zu beschäftigen, sich mit anderen zu messen, fundiertes Feedback zu erhalten und sich in der Branche zu etablieren und wertvolle Kontakte zu knüpfen. Zudem sehe ich die Möglichkeit, eigene Forschungsergebnisse vor einem Fachpublikum zu präsentieren als weitere Chance, sich beruflich als auch persönlich weiterzuentwickeln.

Klimaschutz auf den Teller bringen

Im Rahmen des Zukunftsforums der DLG-Food Industry wurde im vergangenen Jahr in der Kategorie „Food“ das von Lara Schuhwerk (Bild rechts) gegründete Startup Beneto mit dem „Innovation Spotlight“ ausgezeichnet. Firmensitz von Beneto ist die Technologiewerkstatt in Albstadt, Baden-Württemberg (www.benetofoods.com).

Um welches Thema geht es in Ihrer Arbeit? Was begeistert Sie an Insekten-Food?

Mit Beneto Foods bringe ich den Klimaschutz auf unsere Teller. Ich bin davon überzeugt, dass Insekten als nachhaltige Proteinquelle einen wesentlichen Beitrag zu einem gesünderen Planeten leisten. Deshalb entwickle, produziere und vertreibe ich proteinreiche Lebensmittel auf Basis

von Grillenmehl. Insekten begeistern mich mit ihrem enormen Potenzial endliche Ressourcen zu schonen.

Welche Bedeutung hat der DLG-Innovation Spotlight für Sie?

Es war ein Moment des reinen Glücks als Early Stage Startup und noch dazu als One-Woman-Show gegen hochkarätige und namhafte Wettbewerber zu gewinnen. Es war eine bedeutsame Anerkennung auf dem bisher steinigen Weg und für mich eine Bestätigung, dass ich für die richtige Sache kämpfe.

Wie und wo haben Sie die Auszeichnung eingesetzt?

Eine Auszeichnung wie diese hat natürlich eine starke Signalwirkung nach außen und belegt, dass auch andere an meine Idee glauben. Das motiviert mich auch jeden Morgen, wenn ich in meinem Büro die Urkunde sehe. Das Preisgeld habe ich dankend in die professionelle Neugestaltung meiner Webseite www.benetofoods.com investiert.



Würden Sie die Teilnahme an dem Wettbewerb weiterempfehlen?

Auf jeden Fall! Jeder Wettbewerb bietet die Chance, sich auf einer Bühne zu präsentieren und an sich zu arbeiten, um besser zu werden. Natürlich ist es ein fantastisches Gefühl, wenn die Mühe mit dem ersten Platz belohnt wird. Aber jeder, der an einem Wettbewerb teilnimmt, hat schon von vornherein gewonnen, weil man sich mutig einer Herausforderung stellt und seine Komfortzone verlässt. Wenn man dann wie in Berlin auch noch im Rahmen einer erstklassigen Veranstaltung etwas lernen und sich mit inspirierenden Menschen vernetzen darf, hat man doch gleich doppelt gewonnen.

Info

Der Name Beneto setzt sich aus dem italienischen Wort „bene“ für gut und der Insider-Abkürzung „to“ für Entomophagie (Humanverzehr von Insekten) zusammen. Damit steht Beneto Foods für gutes Insekten-Essen.

„Mach was Cooles!“

Komm zu Westfleisch.

Bewerben Sie sich als Trainee

- Schwerpunkt Fleischverarbeitung (gn)
- Schwerpunkt Qualitätsmanagement/
Agrarwissenschaften (gn)
- Schwerpunkt Prozesseffizienz(gn)
- Schwerpunkt Personal (gn)
- Management-Nachwuchskraft (gn)

Mehr Infos unter www.westfleisch.de

**Bewerben Sie sich gleich online oder
senden Sie Ihre Bewerbung an:**

Jasmin Brands

Telefon: 0251/493-1347

E-Mail: jasmin.brands@westfleisch.de

Westfleisch SCE mbH

Brockhoffstraße 11 | 48143 Münster

WEST FLEISCH
DIREKT VON BAUERN.