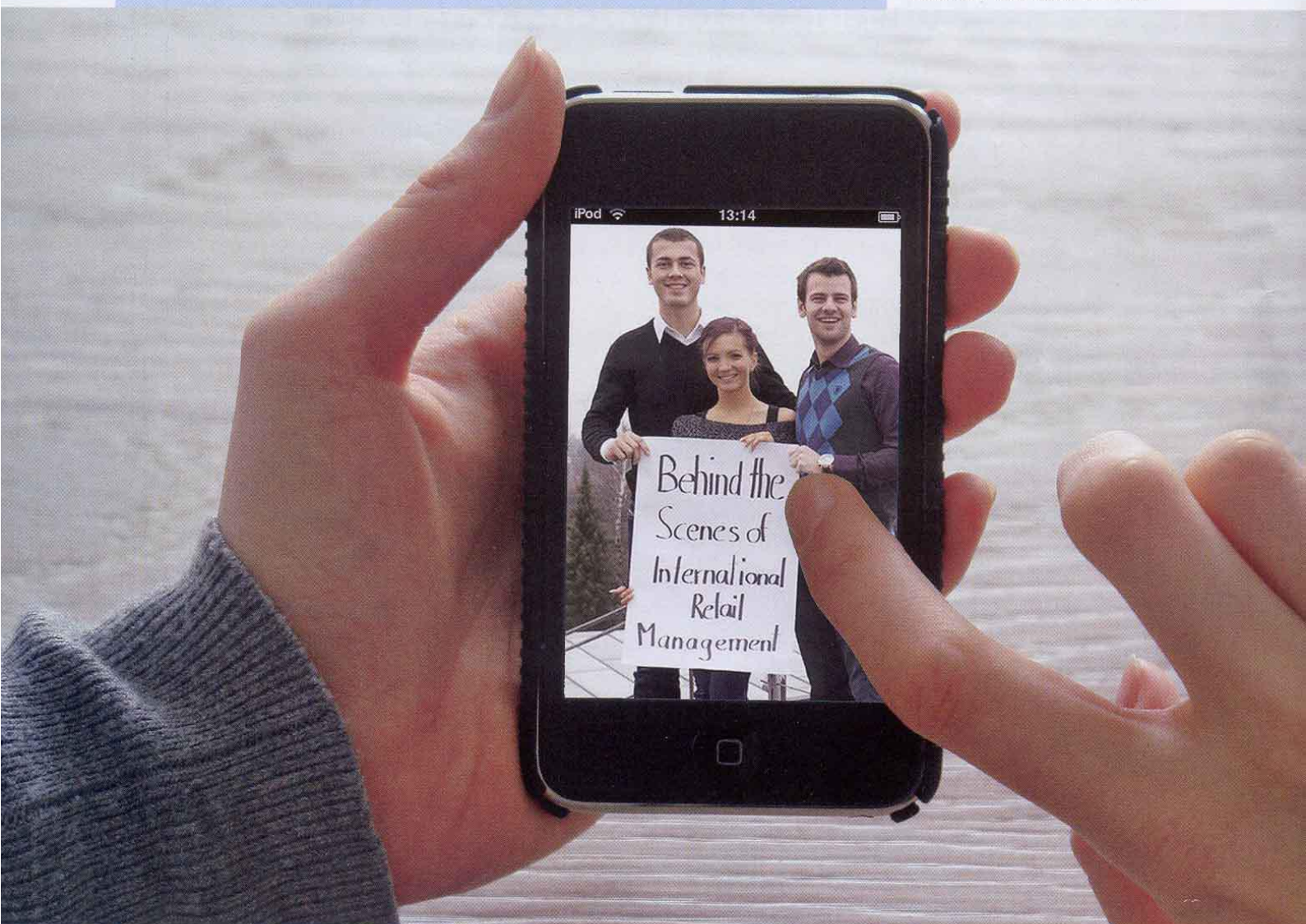


# Per Handy zum Handel

Media-Saturn sucht begeisterte junge Menschen aus aller Welt. Das Fachwissen vermittelt die Metro-Vertriebsgesellschaft ihnen in Kooperation mit der Uni Ingolstadt.

Virtueller Rundgang: Die I-Phone-App führt durch Uni und Studentenleben.



**N**atalia kommt aus Russland, Alexander aus Kanada, Chrysovalantis aus Griechenland. Die drei gehören zu den 29 jungen Leuten aus elf Ländern im zweiten Semester des dualen Studiengangs

International Retail Management, den Media-Saturn in Kooperation mit der Hochschule für angewandte Wissenschaften in Ingolstadt vergangenes Jahr aus der Taufe gehoben hat. Und sie sind Hauptdarsteller der I-Phone-App, mit

der das Elektronikunternehmen nun für den Start des nächsten Jahrgangs im Oktober 2010 mit 35 Plätzen die Trommel rührt. Sie nehmen abiturnahe Jugendliche aus aller Welt mit auf eine englischsprachige, interaktive Foto- und

Audiotour durch Unternehmen, Hochschule und Studentenleben, nennen Ansprechpartner, zeigen Campus, Hörsäle und Wohnheime, gehen auf Streifzüge durch die Stadt. Dabei kommen auch Verantwortliche auf Unternehmens- und FH-Seite zu Wort.

„Mit dieser Form des Recruitings sind wir Pioniere im Handel“, unterstreicht Horst Maiwald, Vice President Group HR der Media-Saturn-Holding GmbH, den innovativen Charakter des Konzepts. Die Protagonisten seien „wirklich echt“. Man habe sich bewusst für einen authentischen Auftritt „auf Augenhöhe“ entschieden. „Die Applikation wurde gemeinsam mit den Studenten entwickelt, konzipiert und umgesetzt“, so Maiwald, der vor zweieinhalb Jahren von Cisco zu Media-Saturn kam und sich selbst als ausgesprochen „technikaffin“ beschreibt.

Mit der Fachhochschule Ingolstadt arbeitet Media-Saturn seit 2005 zusammen. Damals ging der deutschsprachige duale Studiengang „Internationales Handelsmanagement“ ins Rennen, dessen internationales Pendant im Oktober 2009 folgte. Insgesamt stellt die Unternehmensgruppe jährlich weltweit etwa 500 Hochschulabsolventen ein. Media-Saturn ist eine Vertriebsmarke der Metro Group und in 16 Ländern mit mehr als 800 Media-Märkten und Saturn-Häusern tätig. Gut 60.000 Mitarbeiter arbeiten in diesem internationalen Netzwerk.

Bei der Muttergesellschaft Metro Group sind es sogar 290.000 – und sie kommen aus 150 Nationen. Der im Dax-30 notierte Handelskonzern mit seiner Zentrale in Düsseldorf betreibt 2.100 Standorte in 33 Ländern. Nach dem US-Retailriesen Walmart und dem französischen Branchenschwergewicht Carrefour steht Metro auf Platz drei der Liste der größten Händler der Welt. Den vierten Platz hält Tesco aus Großbritannien.

Im vergangenen Jahr machte Metro insgesamt 65,5 Milliarden Euro Umsatz, davon 26,5 Milliarden im Inland. Nach Edeka ist das Unternehmen damit der zweitgrößte Handelskonzern in Deutschland. Knapp 60 Prozent erzielt

die Gruppe im Nonfood-Bereich. Sie betreibt verschiedene Vertriebslinien. Die Elektronikmärkte mit Media Markt und Saturn sowie das Cash+Carry-Geschäft sind europabeziehungsweise weltweit unangefochten Marktführer in ihrem jeweiligen Segment. Daneben konzentriert sich Metro auf SB-Warenhäuser (Real). Das Warenhaussegment (Kaufhof) gehört nicht mehr zum Kerngeschäft und soll mittelfristig verkauft werden.

Berufseinsteigern stehen bei der Metro viele Wege offen. Und wer sich bewährt, kann Karriere machen: Drei Viertel aller Führungspositionen besetzt das Unternehmen mit Nachwuchs aus den eigenen Reihen. Wer erst mal ein Praktikum machen will, sollte sein Grundstudium schon abgeschlossen und ein wenig Praxisluft geschnuppert haben, möglichst drei Monate Zeit, PC- und Englischkenntnisse mitbringen. Ein duales Studium bietet nicht nur Media-Saturn an – auch in anderen Vertriebslinien gibt es diese Möglichkeit. Metro arbeitet seit Jahren mit mehreren Berufsakademien und Fachhochschulen zusammen.

Für die Traineeprogramme sind ebenfalls die einzelnen Vertriebsgesellschaften zuständig. Im Cash+Carry-Business etwa locken „anspruchsvolle Aufgaben und eine steigende Verantwortung“, verspricht Personalgeschäftsführer Kai-Uwe Weitz. Fester Bestandteil des Traineeprogramms, das es im Category Management und im Vertrieb gibt, ist ein vierwöchiger Auslandsaufenthalt, bei dem man in einem Metro-Großmarkt arbeitet. „So können unsere Trainees zusätzlich einen internationalen Blick über den Tellerrand werfen und ihre interkulturelle Kompetenz stärken“, sagt Weitz. Nach erfolgreichem Abschluss starten die Jungmanager ihre Karriere je nach Schwerpunkt zum Beispiel als Betriebsleiter in einem der Märkte oder als Assistant Category Manager in der Zentrale.

Um in die engere Auswahl zu kommen, wird ein zügig abgeschlossenes Studium mit überdurchschnittlichem Abschluss vorausgesetzt. Vor allem Wirtschaftswissenschaftler mit Schwerpunk-

ten wie Handel, Marketing, Controlling oder Personalmanagement haben gute Karten. Englisch ist Pflicht, eine weitere Fremdsprache gern gesehen. Außerdem legt Metro viel Wert auf die passende Persönlichkeit und bevorzugt positive, flexible Naturen, für die Eigeninitiative und Teamgeist keine Fremdworte sind. Begeisterung für den Handel wird auf jeden Fall vorausgesetzt.

Jedes Jahr im November kann man sich beim Recruiting-Event des Konzerns selbst ein Bild vom „Spirit of



Wachstumsregion Asien: 1996 wagte die Metro den Schritt nach China.

Meeting Metro: 700 Studenten lernten 2009 den Handelskonzern kennen.



Commerce“ machen, den der Händler verbreiten will. Rund 700 Studierende, ausgewählt aus 2.000 Bewerbungen, waren 2009 bei „Meeting Metro“ im Rahmen des Kölner Absolventenkongresses dabei.

CHRISTIANE DÜTHMANN