



Fotos: Oess

Die Praxis zählt

Wie schaut der Berufsalltag im Handel aus? Welche **Karriere-Chancen** gibt es? Antworten liefert „Handel trifft Hochschule“. Diesmal ging es um Digital Signage.

Text: **Markus Oess**



Karstadt lebt - auch wenn die Rettung nicht ganz in trockenen Tüchern ist. Der Warenhauskonzern ist auf der Suche nach Managementnachwuchs und hatte in Essen bei „Handel trifft Hochschule“ ein Heimspiel, auch wenn Johanna Korhaus, Referentin Personalentwicklung /Führungskräfteentwicklung zum konkreten Fortgang der Sanierungsmaßnahmen nichts sagen konnte. Man arbeite normal weiter und solche Kontaktbörsen gehörten eben dazu.

Prof. Hendrik Schröder vom Lehrstuhl für Marketing an der Uni Essen-Duisburg, mit der die Gemeinschaftsveranstaltung nunmehr vor fünf Jahren aus der Taufe gehoben wurde, zieht eine positive Bilanz: „Die Initiative hat sich an der Universität etabliert. Die Händler ziehen mit.“ Allerdings wünscht sich der Marketing-Fachmann mehr Eigeninitiative seiner Studenten. Die Händler bieten die Chance auf erste berufliche Erfahrungen, allein es fehlt derzeit an Bewerbungen. Auch aus diesem Grunde sei die persönliche Kontaktabahnung wichtig, würde „Handel trifft Hochschule“ zur Pflicht für seine Studenten. Die wiederum wollten nicht nur Reinhören, was der Handel als Arbeitgeber zu bieten hat, sondern „den Handel in seinen vielfältigen Facetten besser verstehen“, so die BWL-Studentin Constanze Vi-



al. Diesmal stand Digital Signage im Vordergrund (vgl. LP 12/10), wie Kunden gezielt über elektronische Medien im Markt angesprochen werden können. Ralf Kluth, Senior Principal im Bereich New Technology/Marketing bei Sovato, einem Beratungsunternehmen für Instore-Medien, beleuchtete die neuesten technologischen Möglichkeiten der Kundenansprache am PoS (Beispiele: Leonardo im Berliner Alex, Rewe Nüsken, einer der Nominierten für den Supermarktes des Jahres 2009). Es gehe darum, möglichst alle Sinne der Kunden positiv zu stimulieren und eine schnelle Orientierung zu bieten, wie etwa mit intelligenten Regallösungen (mit interaktiven Touchscreen) für Großflächen, die derzeit im Praxistest laufen. Dass die Ware dann auch in den Regalen steht, sollte eigentlich klar sein.

Wie mit modernen Daten-Management-Methoden Out-of-Stock-Situationen für komplette Filial-Netze vermieden werden können, indem Daten aus dem Haushaltspanel, dem Panel aus dem LEH und EMS-Daten gezielt miteinander kombiniert und ausgewertet werden, erläuterte Thorsten Scholl, Director New Business Symphony IRI Group. Die „Logik der Discounter“ nach Lesart von Lidl erläuterte schließlich Tobias Eßlage, Vertriebsleiter Herne. Auch Discounter suchen nach Managementnachwuchs.



Referenten



Prof. Hendrik Schröder
Universität
Essen-Duisburg



Ralf Kluth
Sovato



Simone Seifert
Brenntag



Thorsten Scholl
Symphony
IRI Group



Roya Wenning
Metro C&C



Tobias Eßlage
Lidl



Katja Urbanek
Malzer's
Backstube



Holger Jöhnk
Obi



- 1 ZUGEWANDT** Nadine Wiegatz berichtet über Trainee-Programme bei Metro
2 ZUGESCHAUT Die Studenten folgen interessiert den Präsentationen
3 ZUGEHÖRT Obi-Personaler Holger Jöhnk spricht über Karriere-Chancen
4 ZUGETAN Vertriebsleiter Tobias Eßlage erklärt den Karrierestart bei Lidl

AB SEPTEMBER
2010!

Für Ihren Markt-Erfolg!

DIE GROSSE ZENTIS-DACHMARKENPROMOTION:

- Impulsstarke Großplatzierung in aufmerksamkeitsstarker Marktstand-Optik
- Abwechslungsreich sortiert mit den starken Marken Belfrutta Auslese, 75 % Frucht und FeinCremig
- Für eine breite Käuferansprache und maximalen Abverkauf – flächeneffizient präsentiert
- Vorkonfektionierte Module – kinderleichter Aufbau am POS
- Nutzen Sie die Zentis Fruchtkompetenz – für Ihren Erfolg!

Als 1/1- und 1/2-Europalette verfügbar

www.zentis.de