Career@Heidelberger Druckmaschinen

Polyglotte Praktiker haben gute Karten

Der weltweit größte Hersteller von Druckmaschinen und Lösungspartner für die gesamte Druck- und Verlagsindustrie rekrutiert jährlich etwa 100 Hochschulabsolventen. Ambitionierten Wirtschaftsingenieuren bietet der Technologiekonzern vielfältige Einstiegs- und Entwicklungsmöglichkeiten.

Zwar klingt der erste Teil des Firmennamens nach der Beschaulichkeit der romantischen Universitätsstadt am Neckar – doch ist Heidelberg überall: An weltweit 250 Stützpunkten, von Antigua bis Vietnam, von Äthiopien bis Weißrussland, versorgen rund 26.000 „Heidelberger" zehn Mal so viele Kunden.

Wirtschaftsingenieure finden bei Heidelberger Druckmaschinen ein breites und globales Betätigungsfeld. Ob im Controlling, Marketing, der IT oder im Personalwesen – der internationale Bezug ist allgegenwärtig. Erste Kontakte entstehen oft bereits in einem Praxissemester oder während einer Diplomarbeit. Mit dem Abschlusszeugnis in der Tasche können die Absolventen des Wirtschaftsingenieurwesens dann beispielsweise als Management Trainee einsteigen: 15 Monate lang lernen sie alle Facetten ihres Fachbereichs kennen – der Einsatz in einer der Vertriebsgesellschaften im Ausland ist inklusive. Doch auch der Direkteinstieg mit der Bewerbung auf eine Stellenanzeige oder einer Initiativbewerbung kann zum Erfolg führen. Welchen Weg auch immer man zu Heidelberg nimmt – mitbringen sollte man Spaß an verantwortungsvoller Arbeit im Team, erste Projekterfahrungen sowie ausgezeichnete Fremdsprachenkenntnisse. Besonders gute Karten haben Absolventen mit Auslandserfahrungen.

Berufeinstieg und Erfahrungen:

Drei Wirtschaftsingenieure bei Heidelberg berichten

Jörg Gamlien

Jörg Gamlien, 33, ist seit März 2000 Personalreferent bei der Heidelberger Druckmaschinen AG und betreut die Bereiche Beschaffung/Logistik, Controlling Services sowie das Traineeprogramm. Er selbst ist auch Wirtschaftsingenieur, sein Studium absolvierte er an der FH/TU/Uni Hamburg. In das Personalwesen stieg er beim Automobilzulieferer LuK ein, wo er über zwei Jahre als Personalreferent für den Bereich Forschung & Entwicklung tätig war.

Marc Klaschka, 32, Area Sales Manager, sammelte während seines Studiums mit dem Schwerpunkt Elektrotechnik an der TU Darmstadt Auslandserfahrungen am Worcester Polytechnic Institute in den USA sowie an der TU Eindhoven, Niederlande. Kennen gelernt hat er Heidelberg bei einer Studienarbeit. Im Gespräch mit den Kollegen überzeugte ihn deren Professionalität und Kompetenz. Sein erster Eindruck: "Dort kann man etwas bewegen!" 1998 kam er als Management Trainee im Marketing zu Heidelberg und war unter anderem bei der Vertriebsgesellschaft in Atlanta tätig. Sein Ziel ist es, die Sicht der Kunden zu ergründen und in seine Arbeit einzubeziehen: "Nur wer weiß, wo die Bedürfnisse der Kunden liegen, kann im Marketing dauerhaft erfolgreich sein."

Worauf haben Sie Wert gelegt, als Sie Ihren ersten Job suchten?

Wichtig war mir, in kurzer Zeit und ganz fokussiert einen Überblick über den Bereich Marketing zu bekommen. Deshalb das Traineeprogramm zur Orientierung, bevor man ins Unternehmen abtaucht. Und dann gibt es Lernfelder, die man an der Uni nicht einmal streift – Stichwort soziale Kompetenz: Das heißt zum Beispiel, Veränderungen so kommunizieren, dass alle dahinter stehen, sie gemeinsam umsetzen und langfristig verankern.

Hat sich das bei Heidelberg bewahrheitet?

Ja! Als Area Sales Manager sind wir für die Vermarktung der Produktlinien in den Weltregionen verantwortlich. Wir vermitteln den Vertriebsmannschaften Informationen über unsere Produkte und Alleinstellungsmerkmale. Wir machen also aus technischen Funktionen Verkaufsargumente. Nicht jeder Markt ist gleich: Während wir in vielen bereits gut eingeführt sind, gilt es, in anderen Aufbauhilfe zu leisten und viel vor Ort zu sein.

Welche Kenntnisse aus dem Studium konnten Sie bei Ihrem Job einsetzen?

Auch wenn man immer wieder hört, das Studium bringe wenig für die Praxis: Ohne das Grundlagenwissen, die Methodenkenntnisse und erste Projekterfahrung wären die Berührungsängste mit der Technik größer und die Akzeptanz im Unternehmen geringer.

Was war ein besonderes Highlight Ihrer bisherigen Karriere?

Es sind meist die unsichtbaren Hindernisse, die man aus dem Weg räumen muss, um das Geschäft weiter voran zu bringen: Beispielsweise, als der Vertrieb in Südamerika wegen angeblich zu teurer Verbrauchsmaterialien stagnierte. Wir fanden uns damit nicht ab, sondern gingen der Sache mit der dortigen Vertriebsmannschaft auf den Grund. Tatsächlich fanden wir eine Lösung, die wir zusammen umsetzen konnten.

Ihre Botschaft an angehende Wirtschaftsingenieure?

Im Grundstudium Basiswissen sammeln und vor allem ein gutes Vordiplom machen! Das ist wichtig, denn Praktikumsgeber und Unis im Ausland achten darauf. Im Hauptstudium empfiehlt sich ein Engagement in Hochschulgruppen, ein Auslandssemester – nicht zuletzt, um eine Fremdsprache sicher zu beherrschen, und die Teilnahme an Planspielen, die Unternehmen immer wieder anbieten.

Kerstin Seidenschwann, 32, DV-Koordinatorin Einkauf, studierte Wirtschaftsingenieurwesen mit Schwerpunkt Maschinenbau an der Universität Kaiserslautern. Sie war fünf Monate über das Erasmus-Austauschprogramm in Spanien und absolvierte ein zweimonatiges Praktikum in Togo. Nach Abschluss ihres Studiums arbeitete sie drei Jahre lang in einem Forschungsinstitut. Als sie 1997 eine Initiativbewerbung an Heidelberg richtete, bot man ihr eine Schnittstelle zwischen IT und Einkauf an.

Worauf haben Sie beim Wechsel aus der Forschung in die Industrie Wert gelegt?

Da ich nicht mehr in der Forschung arbeiten wollte, hielt ich Ausschau nach einer Tätigkeit bei einem global agierenden Maschinenbauunternehmen mit praxisbezogenen Aufgabenstellungen, möglichst im Bereich Einkauf/Logistik.

Was ist an Ihrem Job besonders reizvoll?

Die Abwechslung: Gegenwärtig migrieren wir den Einkauf auf SAP R/3, aber es laufen immer noch kleinere Projekte nebenher, zum Beispiel die Umstellung der Lieferanten auf den Euro oder damals der Jahr-2000-Wechsel. Ich habe viel mit Menschen zu tun, denn ich vertrete die Interessen des Einkaufs und sorge dafür, dass die EDV die jeweils beste Lösung bereitstellt. Unsere Teams sind jung und aufgeschlossen, jeder übernimmt für seine Projekte die Verantwortung. Das Schöne bei Heidelberg ist auch die Förderung der Mitarbeiter. Zurzeit mache

ich, übrigens zusammen mit meinem Kollegen Marc Klaschka, bei unserem Unternehmensplanspiel mit.

Und woran arbeiten Sie gerade?
Bei unserer SAP-Umstellung standardisieren wir derzeit unsere Kennzahlen im Einkauf. Und zwar unternehmensweit. Das bedeutet Tüftelarbeit wie Codes aufstellen und zuordnen, aber auch Überzeugungsarbeit leisten, alle Standorte zusammenbringen und dafür sorgen, dass es überall eingeführt wird.

Wo soll es hingehen – Pläne und Ziele für die künftige Karriere?
Weniger in die Höhe als in die Breite! Nach der SAP-Einführung könnte ich mir auch eine Tätigkeit im Marketing vorstellen oder in der internen Weiterbildung im Organisationsbereich.

Ihre Botschaft an angehende Wirtschaftsingenieure?
Viel Praxiserfahrung sammeln, also mehr als die Pflichtpraktika, und das bei möglichst großen Unternehmen, auch im Ausland.

Jürgen Grimm, 30, ist heute Vice President Marketing Communication für Bogen-Offset-Druckmaschinen. Er studierte an der TU Darmstadt und verbrachte währenddessen vier Monate in der Türkei und acht Monate in New York. Das Wichtigste für ihn: "Perfektes Englisch. Also weg aus Deutschland und Erfahrungen sammeln!", rät er allen angehenden Wirtschaftsingenieuren. Zu Heidelberg kam er über seine Diplomarbeit. Während er sein Thema im Servicebereich bearbeitete, bewarb er sich auf interne Stellenausschreibungen. Der erste Job war im Produktmanagement.

Worauf haben Sie Wert gelegt, als Sie Ihren ersten Job suchten?
Ganz klar war, dass ich ins Marketing wollte. Da schon im Studium mein wirtschaftlicher Schwerpunkt im Marketing lag und ich mich im technischen Bereich auf Druckmaschinen konzentriert hatte, war ein Druckmaschinenhersteller als Arbeitgeber naheliegend. Am besten natürlich einer mit internationaler Ausrichtung, und da kam dann nur noch Heidelberg in Frage.

Was ist an Ihrem Job besonders reizvoll?
Gegenwärtig vollzieht sich bei unseren überwiegend mittelständischen Abnehmern ein Generationswechsel. Wir haben es auf einmal mit einer neuen Zielgruppe zu tun, der wir den Kundennutzen völlig anders vermitteln müssen. Das ist ziemlich spannend.

Welche Kenntnisse aus dem Studium konnten Sie bei Ihrem Job einsetzen?
Meine Kenntnisse im technischen Bereich verschafften mir sofort Akzeptanz. Und natürlich die Fähigkeit, Sachverhalte schnell und strukturiert zu erfassen und abzuarbeiten.

Was war ein besonderes Highlight in Ihrer bisherigen Karriere?
Mein erster Messeauftritt 1998 auf der Ipex in Birmingham! Das erste Mal mit Verantwortung, eigenem Produkt und eigener Show! Überhaupt sind Auftritte auf der Ipex und der drupa, den wichtigsten internationalen Messen für das Druckgewerbe, immer eine aufregende Sache: die ganze Vorbereitung, die noch engere Zusammenarbeit mit den Vertriebsgesellschaften im Ausland...

Wie sehen Ihre Pläne und Ziele für die künftige Karriere aus?
In Kürze werde ich zwei weitere Abteilungen betreuen, und meine Mitarbeiterzahl wird von 14 auf 29 steigen. 29 Menschen zu führen, das ist meine organisatorische und soziale Herausforderung. Und nach der drupa 2004 werde ich mich entscheiden, ob ich auch einmal für Heidelberg ins Ausland gehe. ▮

Heidelberger Druckmaschinen AG
Geschäftsfeld: Lösungsanbieter für die gesamte Druck- und Verlagsindustrie von der Druckvorstufe bis zur Weiterverarbeitung.
Branche: Maschinenbau, Printsysteme.
Standorte: Amstetten, Brandenburg, Heidelberg, Kiel, Leipzig, Ludwigsburg, Mühlhausen, Wiesloch, weitere Standorte weltweit in den USA, Mexiko, Frankreich, Großbritannien, den Niederlanden, 250 Vertretungen in 170 Ländern.
Umsatz: 4,6 Mrd. Euro (Geschäftsjahr 1999/2000).
Mitarbeiterzahl: ca. 26.000 (gesamte Heidelberg-Gruppe).
Bedarf an Hochschulabsolventen im Geschäftsjahr: ca. 100
Gesuchte Fachrichtungen: Maschinenbau, Elektrotechnik, Informatik, Wirtschaftsingenieurwesen, Wirtschaftsinformatik, Wirtschaftswissenschaften, Drucktechnik.
Zusatzqualifikationen: Fremdsprachen, Projekterfahrung, EDV-Kenntnisse, Spaß an verantwortungsvoller Arbeit im Team, Auslandserfahrung erwünscht.
Bewerberauswahl: Gespräche mit Fach- und Personalabteilung.
Einstiegsmöglichkeiten: Direkteinstieg, Internationales Trainee-Programm.
Einstiegsgehalt: ca. 80.000 DM
Praktika und Diplomarbeiten: für alle o.g. Fachrichtungen möglich, Themen nach Absprache.
Ansprechpartner für Bewerber:
Praktika und Diplomarbeiten: Personalentwicklung, Ilona Oliva, Tel.: 06222/82-2706, E-Mail: ilona.oliva@de.heidelberg.com
Direkteinstieg: Service Center Personal, Karl-Heinz Fuchs, Tel.: 06222/82-3635, E-Mail: karl-heinz.fuchs@de.heidelberg.com
Internationales Trainee-Programm: Service Center Personal, Jörg Gamlien, Tel.: 06222/82-3639, E-Mail: joerg.gamlien@de.heidelberg.com
Anschrift: Heidelberger Druckmaschinen AG, Gutenbergstraße, 69168 Wiesloch
Aktueller Stellenmarkt im Internet: www.heidelberg.com