

Die Kundenverstehler



Text: Hanna Ziegler

Sie kennen uns besser als wir selbst und beeinflussen, was im Einkaufswagen landet. Trotzdem weiß kaum jemand, was Category Manager eigentlich machen.

Muna Sueifan (36)
arbeitet seit eineinhalb Jahren als Category Managerin bei Metro Cash & Carry.

Muna Sueifan lebt am Äquator, genauer gesagt am Salat-Äquator. Der liegt im Rheinland, genau dort, wo sich die Geschmäcker der Deutschen teilen. Mit Mayonnaise und einem extra Löffel Zucker als Dressing schmeckt Salat den Norddeutschen am besten, während die Geschmacksknospen weiter südlich bevorzugt auf Essig und Öl reagieren. Das zu wissen ist der Job der 36-Jährigen, die für die Metro in Düsseldorf arbeitet.

Verbessern, verhandeln, verkosten. Das sind die täglichen Grundpfeiler ihrer Arbeit in der Zentrale des Handelskonzerns. Seit eineinhalb Jahren arbeitet Sueifan dort als Category Managerin. Sie ist dafür verantwortlich, dass die Waren einer Produktgruppe im Geschäft so zusammengestellt werden, dass sie die Bedürfnisse der Kunden erfüllen - und dadurch möglichst viele Produkte verkauft werden. Etwa beim Salat. Damit manche Sorten nicht zu

Foto: privat



Woher weiß ich, was bei diesem Job für mich drin ist?

Teampayer werden überrascht sein,
was bei uns alles möglich ist.



JETZT BEWERBEN

FERRERO
LEARN. ACT. GROW.

Wer Marktführer bleiben will, muss es jeden Tag aufs Neue werden. Deshalb sucht Ferrero Mitarbeiter, die von erfahrenen Kollegen lernen und die Zukunft von 27 starken Marken mitgestalten wollen. Werden Sie Teil eines hochprofessionellen Teams im Familienunternehmen Ferrero: www.ferrero.de/learnactgrow

Kinder

nutella



**MON
CHERI**
PIEMONTE-KIRSCHEN





Echte Genießer gesucht!

Junior Einkäufer (w/m)

Strategischer Produktmanager, cleverer Einkäufer oder kreativer Verpackungsmanager? Vielleicht steckt auch ein bisschen von allem in Ihnen. Dann sind Sie als **Junior Einkäufer (w/m)** bei uns genau richtig.

Von der Idee bis zum fertigen Produkt liegt es in Ihrer Hand was in fast 10.000 Filialen in ganz Europa in den Regalen steht.

Mehr Infos unter www.karriere-bei-lidl.com/Einkauf



EINSTIEG BEI LIDL
INTERNATIONAL

Lidl lohnt sich

Category Management

Ladenhütern werden, wird das Sortiment unter anderem speziell für die Geschmäcker jeder Region ausgewählt.

Der Job von Muna Sueifan boomt. Laut Studie des EHI Retail Institut, ein wissenschaftliches Institut des Handels, ist das Category Management inzwischen Tagesgeschäft für fast jeden zweiten Hersteller wie Händler. Denn in keiner anderen Branche wird so erbittert um die Gunst des Kunden gekämpft wie im Handel. Heute steht keine Keksschachtel mehr zufällig an ihrem Platz im Supermarkt. Um den Absatz zu steigern, wird das Sortiment maßgeschneidert. Grundlage dafür sind regelrechte Datenfluten, die Category Manager sammeln, sichten und sich für die Platzierung der Produkte zunutze machen.

Ständig wird das Sortiment verändert

Sueifan etwa verblüfft mit der Zahl 2 775. Die schwäbelnde Düsseldorferin braucht weniger als eine Sekunde, um die exakte Anzahl der Artikel zu nennen, die sie verwaltet, um die Gunst der Kunden zu gewinnen. Die lange, kühle Feinkost-Schlucht beim Großhändler Metro Cash & Carry ist ihr Revier. Von Pasta über Kaviar bis zu Rührei im Tetrapak. „Jeder Tag ist spannend - es passiert immer irgendetwas“, sagt Sueifan. Gerade etwa ist eine Lieferung Pasta von einem neuen Hersteller angekommen, die sie mit Kollegen neben der Kühlwarenabteilung in einem kleinen Büro des riesigen Marktes für Gewerbekunden verkostet. „Der Einkauf ist bei uns im Category Management eingebettet“, sagt Sueifan. Ihre Aufgabe ist es nicht nur, die Waren im Regal so anzuordnen, dass sie genügend Aufmerksamkeit bekommen. Sie kennt auch ihre Lieferanten bundesweit, ordert bei ihnen die Ware und ergründet mit ihnen gemeinsam, was die Metro-Kunden wollen.

„Wir Händler versuchen mit unseren Lieferanten Trends zu setzen und kreieren auch gemeinsam Produkte“, sagt sie. Ihr aktueller Liebling: Schoko-Ravioli mit Vanillefüllung. „Wir brauchen ständig neue Produkte, weil unsere Kunden in der Gastronomie um jeden Gast kämpfen.“ Diese Abwechslung neben dem ständigen Sortiment nennt sie Spielerei. Eine, die sie liebt. Dabei geht es natürlich auch um Umsatz. Regelmäßig wird das Sortiment bereinigt: Was zu lange im Regal steht, muss Platz für Neues machen. Darüber entscheiden sie und ihre Kollegen gemeinsam mit dem Vertrieb. Angefangen hat sie bereits vor mehr als 17 Jahren in dem Handelskonzern. Damals jobbte sie während ihres Biologiestudiums als Kassiererin in einem Markt der Metro. Auch heute zögert sie nicht lange, wenn es darum geht, im Markt mit anzupacken. „Das gehört eben dazu. Wenn ich etwa sehe, dass etwas nicht richtig steht, mache ich es selbst.“ Und das tut sie auch, wenn sie privat einkauft. „Es ist schon ein bisschen peinlich, aber ich kann Unordnung nicht ertragen. Wenn leere Kartons im Regal herumliegen, muss ich sie einfach wegräumen.“

Mitarbeiter wie Muna Sueifan sind schwer zu finden. Vornehmlich werden für den Job Wirtschaftsabsolventen gesucht. Doch bei ihnen haben es Personaler aus dem Handel schwer, da er mit vielen - vermeintlich attraktiveren - Branchen konkurriert. Zudem wissen viele Absolventen schlicht gar nicht, was sich hinter Category Management verbirgt.

Dabei begleitet die Arbeit von Handlungsexperten wie Muna Sueifan Kunden bei jedem ihrer Einkäufe - ob im Online-Shop oder im Supermarkt um die Ecke. „In einer Kategorie werden die Produkte zusammengefasst, die aus Kundensicht zusammengehören“, sagt Professor Hendrik Schröder von der Universität Duisburg-Essen. Schröder leitet den Lehrstuhl für Marketing und Handel sowie das Forschungszentrum für Category Management. Damit am Ende eines Einkaufs möglichst viel Ware über den Barcode-Scanner der Kasse geschoben wird, müssen die Kundenbedürfnisse im Markt erfüllt werden. Das kann gute Orientierung sein oder eine gute Produktauswahl. „Händler müssen sich auf die Logik der Kunden einstellen. Sie wollen beispielsweise die Filtertüten in der Nähe des Kaffeepulvers finden und nicht noch zu den Haushaltswaren laufen müssen. Auch ist es sicher wenig sinnvoll, jedes



„Das gehört eben dazu. Wenn ich etwa sehe, dass etwas nicht richtig steht, mache ich es selbst.“

Muna Sueifan,
Category Managerin bei der Metro

EINSTEIGEN BEI HAYS

HAYS Recruiting experts
worldwide

ERFOLG IST EINSTELLUNGSSACHE DU HAST ES IN DER HAND

Bereit für echte Verantwortung?

Dein Herz schlägt schneller. Das erste Meeting beim Kunden. Selbstbewusst erklärst Du dem Geschäftsführer und Personalchef, wie wir von Hays helfen können: die passenden Experten finden, neue Projekte flexibel besetzen ... Überzeugt. Wow, drei neue Anfragen! Ein fester Händedruck zum Abschied. Zurück im Büro gemeinsam mit den Recruiting-Kollegen die Ärmel hochkrempeln und Kandidaten auswählen. Der Kunde wartet schon auf Vorschläge. Und abends dann entspannt mit dem Team anstoßen.

Könnte das zu Dir passen? Dann bewirb Dich jetzt unter:
www.hayscareer.net

Besuche uns auch auf: facebook.com/hayscareer.net



Verschaffe Dir einen persönlichen Eindruck mit unseren Videos!

ACCOUNTANCY & TAX/CONSTRUCTION CONTACT CENTERS/OPERATIONS/EDUCATION/TECHNOLOGY/LEGAL/REGULATORY/POLICY/SOURCES & MINING/ENGINEERING/HUMAN RESOURCES/LOGISTICS/FACILITIES MANAGEMENT/FINANCIAL SERVICES/SOCIAL CARE/SALES & MARKETING/ENERGY/OFFICE SUPPORT/RESPONSE MANAGEMENT/HEALTHCARE/OIL & GAS/ARCHITECTURE/ASSESSMENT & DEVELOPMENT/PUBLIC SERVICES/ACCOUNTANCY & FINANCE/EDUCATION/PHARMA/CONSTRUCTION & PROPERTY/RESOURCE MANAGEMENT/MANUFACTURING & OPERATIONS/RETAIL/INFORMATION TECHNOLOGY/SALES & MARKETING/RATES/REVENUE PUBLIC SERVICES MARKETING/ENGINEERING/TELECOMS/HUMAN RESOURCES/PHARMA/PHARMACEUTICALS/HEALTHCARE/HEALTHCARE/PROCUREMENT/H

UCATION/PHARMACY/CONTACT CENTERING & OPERATIONS/TECHNOLOGY/HEALTH & SAFETY/HUMAN RESOURCES/INSURANCE/ENGINEERING/LOGISTICS/FACILITIES MANAGEMENT/FINANCIAL SERVICES/SOCIAL CARE/SALES & MARKETING/ENERGY/OFFICE SUPPORT/RESPONSE MANAGEMENT/HEALTHCARE/OIL & GAS/ARCHITECTURE/ASSESSMENT & DEVELOPMENT/PUBLIC SERVICES/ACCOUNTANCY & FINANCE/EDUCATION/PHARMA/CONSTRUCTION & PROPERTY/RESOURCE MANAGEMENT/MANUFACTURING & OPERATIONS/RETAIL/INFORMATION TECHNOLOGY/SALES & MARKETING/RATES/REVENUE PUBLIC SERVICES MARKETING/ENGINEERING/TELECOMS/HUMAN RESOURCES/PHARMA/PHARMACEUTICALS/HEALTHCARE/HEALTHCARE/PROCUREMENT/H



Philipp aus Frankfurt

Category Management

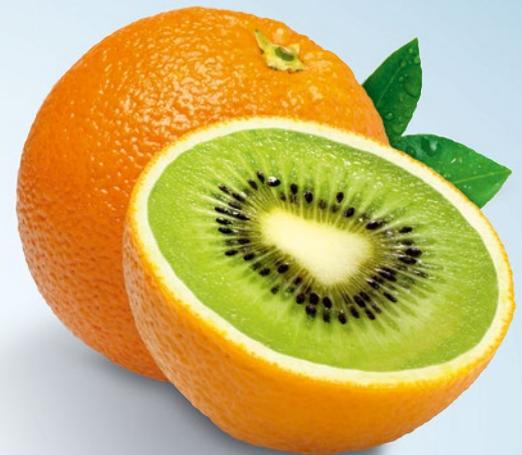


Liebe zu Lebensmitteln:
Muna Sueifan zeigt neue Pasta-Variationen in der Feinkostabteilung des Metro-Marktes in Düsseldorf.

Foto: privat

Alles außer gewöhnlich.

Verkaufsleiter bei Lidl:
www.karriere-bei-lidl.de/verkaufsleiter



Ihr Einstieg zum Aufstieg

Sie haben Ihr Studium abgeschlossen und möchten schnell Führungsverantwortung übernehmen? Als Verkaufsleiter (w/m) planen Sie einen Großteil der geschäftlichen Aktivitäten von fünf bis sechs unserer Filialen und sind für 80 bis 100 Mitarbeiter verantwortlich. Bei diesen Herausforderungen lassen wir Sie jedoch nie allein: In der Einarbeitungsphase werden Sie von uns auf Ihre nächsten Schritte vorbereitet und intensiv gefördert. Individuelle Seminare vermitteln Ihnen wichtiges Know-how, das Sie für Ihre Laufbahn perfekt einsetzen können. Und weil wir langfristig mit Ihnen zusammenarbeiten möchten, erhalten Sie bei uns vom ersten Tag an einen unbefristeten Vertrag und ein überdurchschnittliches Gehalt.

Interesse geweckt? Mehr Informationen: www.karriere-bei-lidl.de/verkaufsleiter



EINSTIEG BEI LIDL

Molkereiprodukt anzubieten, das verfügbar ist.“ Zu viel Auswahl überfordere die Kunden, so Schröder, und führe damit zu Frust. Allen Kunden wird es ein Händler allerdings nie recht machen können. „Er muss abwägen, was den größten Umsatz bringt, und sich im extrem harten Wettbewerb durchsetzen.“

Handel kämpft mit schlechtem Image

Aus Sicht des Professors ist es schwer, das Interesse der Studenten für dieses Berufsbild zu wecken. „Handel klingt in ihren Ohren wenig sexy.“ Noch immer werden Informationen über schlechte Arbeitsbedingungen kolportiert – „obwohl das gar nicht stimmt“, sagt er. Denn auch im Handel setzen viele Arbeitgeber inzwischen verstärkt auf akademischen Nachwuchs. Die beste Einstiegsmöglichkeit ist ein mehrmonatiges Praktikum. „Leider nehmen sich die Bachelor-Studenten heute zu wenig Zeit dafür. Dabei ist es unerheblich für die Unternehmen, ob das Studium in der Regelzeit absolviert wurde oder nicht. Praktische Erfahrung ist für sie entscheidend.“ Spezielle Studiengänge mit der Ausrichtung Category Management sind selten in Deutschland. „Aber viele Lehrstühle beschäftigen sich mit Inhalten wie Marktforschung, Käuferverhaltenstheorien, Marketing oder Kooperationsmodellen“, weiß der Essener Professor. All dies seien Themen, die in das Berufsbild hineinspielen.

Obwohl das Berufsbild auch nach mehr als zehn Jahren in der Praxis noch immer ein Nischendasein fristet, beurteilt Thorsten Pollmüller, Bereichsleiter Category Management und Training beim Beratungsunternehmen GSI Germany, einen Einstieg als lohnenswert. Gerade weil das Feld so vielfältig sei. „Neben den persönlichen Qualitäten eines klassischen Vertriebsmitarbeiters - zum Beispiel auf Menschen zugehen und verhandeln zu

„Händler müssen sich auf die Logik der Kunden einstellen. Zu viel Auswahl überfordert sie.“

Hendrik Schröder,
Professor für Marketing und Handel

können – gehören auch Analysestärke sowie der Umgang mit Daten und Kennzahlen dazu“, sagt Pollmüller. Deshalb werden vor allem Absolventen gesucht, die sich in den Feldern Marketing, Marktforschung und Statistik gut auskennen. Bislang bieten vor allem größere Unternehmen Einstiegschancen, da die Analyse und Befriedigung der Kundenbedürfnisse mit relativ hohem Aufwand verbunden ist. Das können sowohl Handelsunternehmen als auch Markenartikelhersteller sein.



Praktikanten und Trainees gesucht!

**Top Karrieren-
made by OBI.**

Für Absolventen und Studenten ist OBI ein besonders attraktives Unternehmen. Nicht nur aufgrund unserer Größe, Vielfaltigkeit und Internationalität haben wir viel für erfolgreiche Berufseinstiege zu bieten. Ob als Trainee, Direkteinsteiger oder Praktikant in unserer Zentrale in Wermelskirchen – OBI bietet viele Chancen für eine Top Karriere.



OBI steht auf dem 3. Platz der „Top Arbeitgeber 2014“ in Deutschland. Das bedeutet für die Mitarbeiter: Beste Voraussetzungen für eine Top-Karriere bei OBI!

www.obide/jobs

OBI

Category Management

„Weniger Konkurrenten machen den Einstieg natürlich einfacher.“

Thorsten Pollmüller,
Bereichsleiter Category Management bei GSI Germany

GSI Germany hilft diesen Firmen, die Kommunikation und Prozesse im Handel zu verbessern. Weil nur eine geringe Zahl Studenten etwas mit dem Berufsbild anfangen kann, landen entsprechend weniger Bewerbungen dafür in den Personalabteilungen der Handelsunternehmen und Hersteller. „Weniger Konkurrenten machen den Einstieg natürlich einfacher“, sagt Pollmüller. Un-

ternehmen wie Metro Cash & Carry bieten spezielle Trainee-Programme an, um das Berufsbild bekannter zu machen.

Hersteller beraten Händler

Unterstützung bekommt der Handel dabei auch von den Herstellern. Was ziemlich paradox klingt, ist für Christina Schmitt unerlässlich: Neutralität. Paradox, weil die 28-jährige als Category Managerin beim Süßwarenhersteller Ferrero arbeitet. „Erst der Markt, dann die Kategorie, dann Ferrero - so lautet unser Credo. Ziel ist es, gemeinsam mit unseren Handelspartnern das gesamte Layout eines Marktes zu optimieren. Dabei verstehen wir uns eher als neutrale Berater und nicht als Markenhersteller.“ Für Pollmüller ist dieser Ansatz essenziell: „Der vertrauensvolle Umgang mit dem Händler ist unerlässlich, sonst wendet er sich von dem Hersteller ab. Ginge es nur darum, die eigenen Produkte besser zu platzieren, würde schnell ein Konflikt entstehen.“ Für Hersteller lohnt es sich. Wenn beispielsweise das Schokoladenregal mit den richtigen Produkten gefüllt und sinnvoll platziert ist, steigt auch insgesamt der Absatz in dieser Kategorie. Eines der Konzepte ist das der Ankermarken. Studien haben gezeigt, dass die Blicke von



Immer ein Thema: unsere einzigartige E-Commerce-Plattform.

Wenn unsere Mitarbeiter von Tchibo erzählen, wird es schnell einzigartig. Denn seit mehr als 60 Jahren finden wir immer neue Wege, um unsere Kunden auf den Geschmack zu bringen: mit unseren hochwertigen Kaffees und unserer einmaligen Artikelvielfalt. Kein Wunder, dass wir es im E-Commerce inzwischen auf über 500 Millionen Umsatz bringen. Und dass wir nicht nur bei Coffee to go, sondern auch bei Shopping to go top sind: Schon mehr als 20% unserer Online-Umsätze kommen über mobile Endgeräte. Da geht noch mehr? In der Tat. Und das ist nur eine von vielen Herausforderungen, denen wir uns täglich stellen. Wollen auch Sie mitreden und Innovationen den Weg bereiten? Dann kommen Sie ins Tchibo Team!



www.tchibo.com

„Ein führender Online-Händler in Europa – und du schaffst neues Wachstum?“

„Ja, das gibt es nur bei Tchibo!“

Foto: Christian Belz

Praktische Übung bei GS1 Germany: Lehrgangsteilnehmer üben, wie ein Schokoladenregal richtig bestückt wird.



„Damals habe ich meine Schwester mit einer selbst zusammengestellten HARIBO-Geburtstagstüte beglückt. Heute setze ich meine eigenen Produktideen als Produktmanagerin im Bereich Neuproduktentwicklung um.“

Sonja Sachlevni
Junior-Produktmanagerin
Ehem. Trainee im Marketing



AUTHENTISCHE MARKEN BRAUCHEN ECHTE MENSCHEN

Die ganze Welt liebt HARIBO. Ob GOLDBÄREN, LAKRITZ SCHNECKEN oder COLOR-RADO – die Leckereien unseres weltweit führenden Familienunternehmens sind in aller Munde: bei Groß und Klein. Damit das so bleibt, bieten wir Ihnen mit unseren internationalen Traineeprogrammen einen perfekten Berufsstart in einem weltweit führenden Familienunternehmen.

Bei HARIBO erhalten Sie durch unsere modular aufgebauten kaufmännischen und technischen Einstiegsprogramme Einblicke in alle relevanten Fachbereiche. Ergreifen Sie die Chance und starten Sie Ihre Karriere mit einer internationalen Kultmarke.

Bewerben Sie sich jetzt: www.haribo.com/trainee



Karrierevideo starten >

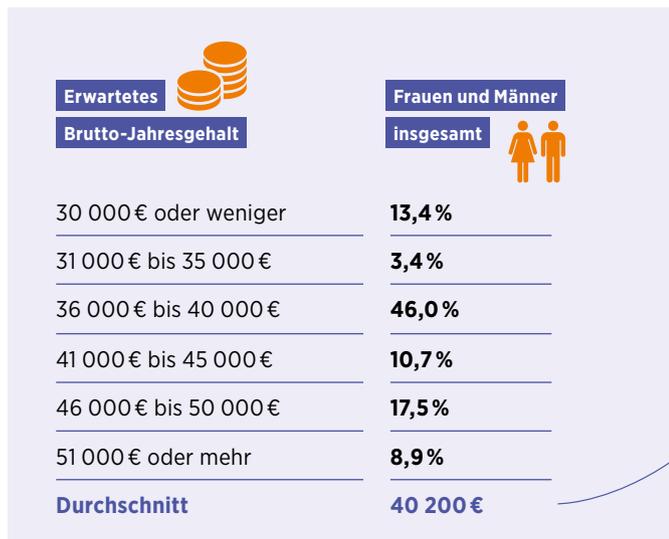
HARIBO

HARIBO MACHT KINDER FROH UND ERWACHSENE EBENSO

Category Management

Gehaltsvorstellungen und tatsächliche Gehälter

Diese Jahresgehälter erwarten Studenten beim Berufseinstieg im Handel.



Quelle: trendence Graduate Barometer 2014 – Business Edition, Studierende mit Branchenpräferenz Handel

Kunden zunächst horizontal am Regal entlang verlaufen. Je Warengruppe muss Christina Schmitt herausfinden, welches Produkt in einer Kategorie für die Konsumenten repräsentativ ist. „Die Ankermarke steht repräsentativ für eine Warengruppe und gehört auf Augenhöhe ins Regal, damit sie dem Kunden Orientierung bietet. Bei der Tafelschokolade ist das beispielsweise Milka.“

Trainee-Programm im Vertrieb

Wie im klassischen Beratungsgeschäft beschaffen sich die 28-jährige und ihre Kollegen Informationen und Daten, die sie analysieren, um Empfehlungen zu geben. Sie sind ihre verlässliche Währung - im Gegensatz zu ihrem Bauchgefühl. „Am Anfang habe ich gelernt, dass mein Einkaufsverhalten nicht unbedingt repräsentativ ist.“ Im zweiten Schritt wird dann ein Konzept erarbeitet. „Hier beginnt der schwierigste Part - nämlich die Theorie in die Praxis umzusetzen. Dafür ist ein gewisses Maß an Pragmatismus nötig“, sagt die 28-Jährige, die in Mannheim BWL studiert hat. Bei Ferrero ist sie über ein Praktikum eingestiegen. Die meisten ihrer Kollegen absolvieren hingegen ein Vertriebs-Trainee-Programm.

Längst geht es im Category Management um mehr als einzelne Warenkategorien, sondern um Gesamtkonzepte. „Mittlerweile werden ganze Flächen optimiert“, sagt Pollmüller. „Süßwaren etwa sind Impulskäufe. Weil sie nicht auf dem Einkaufszettel stehen, werden möglichst viele Kunden daran vorbeigeführt. Ganz anders ist das bei Konserven. Sie müssen nicht in das Blickfeld gerückt werden.“ Sie kauft man immer, wenn man sie braucht. Egal, ob im Norden oder im Süden der Republik.

