

Trainees knüpfen Netzwerke

Die Plattform „TraineeNet“ veranstaltet am 26. Juni ihre zweite Convention.

Es gibt unterschiedliche Wege, eine Karriere zu beginnen. Einer davon ist, in ein Trainee-programm einzusteigen und so den Job von der Pike auf zu erlernen: Denn Trainees, Hochschulabsolventen, die in einem Unternehmen systematisch zu einer vielfältig einsetzbaren Nachwuchskraft aufgebaut werden, durchlaufen üblicherweise eine Ausbildung mit aufeinander abgestimmten Einsätzen in verschiedenen Abteilungen.

Aber auch wenn die Absolventen in den Firmen bereits Fuß gefasst haben, ist es für deren Weiterentwicklung wichtig, vernetzt zu sein. Deshalb eröffnet die österreichweite Plattform „TraineeNet“, die seit 2008 besteht, die Möglichkeit, Kontakte außerhalb der eigenen Firmen und Branchen zu pflegen oder auf andere Leute zu treffen, die denselben beruflichen Einstieg gewählt haben. Regelmäßig finden Stammtische, Exkursionen oder Themenabende statt.

Am 26. Juni findet nun im Wiener Haus der Industrie die zweite „Trainee Convention“ statt. Neben Vorträgen zu individueller Karriereplanung und Networking, erwartet Besucher ein hochkarätig besetztes Podium, darunter Wolfgang Bretschko (Styria Medien AG), Jochen Borenich (T-Systems), Willi Opitz (Weingut Maria und Willi Opitz), Barbara Schalk-Steiner (Siemens) und Franz Nigl (ÖBB). Die Diskutanten hinterfragen unter anderem die Faktoren, die für den Erfolg im Job entscheidend und zeigen Karrierewege auf, die vielversprechend sind.

Die Trainee Convention 2009 findet am Freitag, den 26. Juni, im Haus der Industrie, Schwarzenbergplatz 4, 1030 Wien, statt. Dauer: 15.30 bis 19.15 Uhr, danach „Speednetting“, ab 22 Uhr After-Show-Party. Nähere Informationen zur Plattform „TraineeNet“ und Anmeldung zur Veranstaltung unter www.trainee.net



„In den letzten 15 Jahren hat sich so viel verändert – der Einkauf ist zum Erlebnis geworden. Man denke an die ganzen Benefits.“ **Peter Panwinkler**



„Bei Castings kann man gut erkennen, was bei Mitarbeitern am wichtigsten ist: Freundlichkeit im Umgang mit anderen.“ **E. Feizelmeier**

Im Handel stehen die Chancen gut

Gönnen sich die Kunden Qualität oder wird billig gekauft? Worauf setzt man derzeit im Handel und welche Mitarbeiter sind gefragt? Ein Themenabend der *Kleinen Zeitung*.

Wie geht es dem Handel respektive Ihren Unternehmen momentan?

PETER PANWINKLER: Das Sprichwort „Handel ist Wandel“ passt zur Zeit sehr gut. Wir haben allerdings das Wort „Krise“ gestrichen. Unsere Diktion lautet: Wir haben eine neue Situation, die als Aufgabe gesehen und gelöst werden muss. Rückblickend auf 2008 muss ich allerdings sagen, dass noch keine Krise zu spüren war. Wir hatten eine ausgeglichene Einzelhandelsbilanz, sogar Zuwachs. Das erste Quartal heuer war natürlich für alle nicht einfach, man spürt die Zurückhaltung im

Kaufverhalten. Aber man sollte die Situation als Chance sehen, Neukunden zu gewinnen, sich etwa mit Kundenneupositionierung beschäftigen.

WALTER MAIRHOFER: Es ist immer Teil der Wirtschaft gewesen, dass sich die Tüchtigen durchgesetzt haben. Auch in schwierigen Zeiten. Wir wollen bei den Tüchtigen dabei sein.

Gönnen sich die Kunden noch Qualität oder wird generell günstiger gekauft?

ELISABETH FEIZELMEIER: Qualität zählt nach wie vor. Bis dato ist unser Unternehmen nur marginal betroffen, teilweise gehen die Umsätze nach oben, man muss aber aufmerksam bleiben.

Ist es momentan ein Vorteil, in die Kundensicherheit eines Shoppingcenters eingebettet zu sein?

THOMAS HOPFGARTNER: An einem Samstag ist die Zugkraft in einem Shoppingcenter natürlich größer, aber wir merken den Unterschied eigentlich nicht so stark, das ist eher ausgewogen. Wir haben von der Wintersaison profitiert, ebenso davon, dass die Fernreisen abnehmen.

Kann es ein Rezept sein, auf Geschäfte zu setzen, die eher im niedrigen bis mittleren Preissegment beheimatet sind?

MAIRHOFER: Das ist insgesamt die Strategie der Leder & Schuh AG – im mittleren bis gehobenen, aber auch im mittleren bis unteren Preissegment präsent sein. Damit wird der Markt recht gut abgebildet und wir können gut auf die Entwicklungen reagieren.

Sie sind die „Großen“. Welchen Tipp können Sie denn den kleineren Unternehmen geben?

PANWINKLER: In den letzten 15 Jahren hat sich so viel verändert. Der Einkauf ist zum Erlebnis geworden, man denke an die ganzen Benefits – behindertengerechte Einrichtungen, Paketservice, „Personal Shopper“. Ob klein oder groß – gute Unternehmen werden sich durchsetzen und stärker werden.