

Unilever nutzt KI für Millenials-Ansprache

London. Bis zum Jahr 2020 sollen 60 Prozent der Unilever-Mitarbeiter Millennials sein. Um die Zielgruppe der 16 bis 30-Jährigen adäquat anzusprechen, werde vermehrt künstliche Intelligenz im Recruitingprozess eingesetzt, schreibt das Personaljournal der FAZ und zitiert dabei HR-Direktorin Melissa Mc Gees Vortrag auf einer Konferenz. So screent die KI-Anwendung Pymetrics Kandidaten vor allem daraufhin, ob sie ins Team passen. Die Software Hirevue lässt Bewerber mobilfunkbasierte Videointerviews aufzeichnen, die automatisch anhand von Mimik oder Körpersprache Kandidaten filtert. Über 80 Prozent der Kandidaten fänden die Software-Tools gut, weil sie schnell und transparent seien, heißt es. *lz 33-18*

Coop entdeckt das Wanderjahr

Basel. Zum ersten Mal ermöglicht Coop fünf jungen „Lehrabgängern“ ein Wanderjahr. Seit Anfang August dürfen vier junge Frauen und ein junger Mann individuell ihre Route durch die Schweiz planen und in jedem Coop-Supermarkt ihrer Wahl arbeiten. Einzige Vorgabe ist, ihre Tour soll sie durch alle vier Verkaufsregionen und auch alle vier Sprachregionen führen. Die Einsatzdauer pro Standort liegt zwischen vier Wochen und drei Monaten. „Ich freue mich darauf, selbstständig zu entscheiden, wohin ich gehe und was ich tue“, erklärte eine der Privilegierten, Jasmin Siegenthaler. Das Wanderjahr steht nach Ausbildungsende grundsätzlich jedem offen, aber die Anzahl der Teilnehmer ist begrenzt. *lw/lz 33-18*

Handel bleibt größter Ausbilder der Nation

Berlin. Aktuelle Zahlen des Statistischen Bundesamtes belegen, dass der Handel erneut an der Spitze der beliebtesten Ausbildungsberufe steht. Auf Platz eins liegt mit rund 28 500 neu abgeschlossenen Ausbildungsverträgen der Beruf Kaufmann im Einzelhandel. Auf Platz drei stehen Verkäufer mit 22 100 Verträgen. Für den neuen Beruf Kaufmann im E-Commerce wurden rund 1000 Azubis eingestellt. Auch bei ausländischen Jugendlichen stehen Einzelhandelsberufe hoch im Kurs, betont der Handelsverband Deutschland (HDE). Mehr als 3000 junge Ausländer starteten die Ausbildung zum Verkäufer und 2800 weitere wollen Kaufleute im Einzelhandel werden. Vor dem aktuellen Hintergrund der Abschiebung von Flüchtlingen in Ausbildung fordert der HDE, mehr Rechtssicherheit und eine Bleibeperspektive und Duldung ab der Unterzeichnung des Vertrags. *lz 33-18*

„Gierige Manager sind out“

Unternehmertum und soziale Verantwortung als Leitbild der Wirtschaft – Abschied vom Egoismus – Aufsichtsgremien in der Pflicht

Stuttgart. Der Corporate-Governance-Experte Rudolf X. Ruter ist überzeugt, dass die Masse der Unternehmenslenker ordentlich wirtschaftet. Dennoch sieht er Handlungsbedarf. Im Gespräch mit der LZ plädiert er gegen Gehalts-Exzesse und für mehr Präsenz der ehrbaren Kaufleute in der öffentlichen Diskussion.

Herr Ruter, Manager haben in der Öffentlichkeit keinen guten Ruf. Ihnen wird nachgesagt, sie arbeiten an der eigenen Karriere statt im Sinne der Unternehmen oder gar der Gesellschaft. Wie sehen Sie das?

In den Medien wird dieses Bild verbreitet. Dort stehen Skandale im Fokus, bei denen die verantwortlichen Entscheider oftmals schadlos bleiben. Doch dies ist nur ein kleiner Teil der Wirtschaftsrealität. Es gibt immer irgendwelche Ausreißer. Aber ich glaube, wir sind auf dem richtigen Weg.

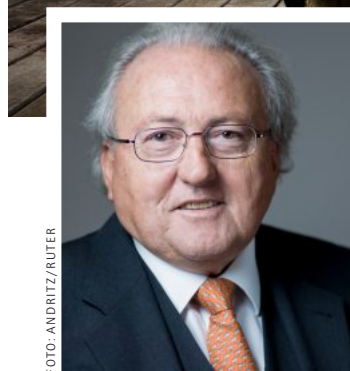
Auf dem richtigen Weg? Wie kommen Sie darauf?

Zukunftsfähiges Führungsverhalten ist in aller Munde. Es gibt immer mehr Organisationen und Interessensgruppen, die sich mit der Verantwortung von Unternehmenslenkern befassen. Überall wird über nachhaltige Führung diskutiert. Die Kommunikation explodiert regelrecht. Auch im Privaten ist die Geiz-geil-Mentalität nicht mehr angesagt. Die Gesellschaft akzeptiert das immer weniger. Die meisten haben erkannt, dass dieser Egoismus eine fehlerhafte Entwicklung war. Gemeinschaft, Nachhaltigkeit und Wertschätzung gewinnen dagegen wieder an Bedeutung. Ethik und Moral sind bereits an den Universitäten und bei jungen Führungskräften ein Thema. Das wird den Managern von morgen also von Anfang an mit auf den Weg gegeben. Corporate Governance bestimmt die Leitsätze zahlreicher Unternehmen. Das macht mich sehr zuversichtlich.

Werden solche Leitsätze denn gelebt?

Natürlich ist die Umsetzung unterschiedlich konsequent. Aber in jedem Fall ist es wichtig, sich damit zu befassen und die Werte zunächst erstmal zu formulieren, nach denen die Führung handeln möchte und sollte. Selbst wenn dann punktuell dieser Pfad verlassen werden sollte, hat man sich diese Leitplanken einmal gesetzt und findet leichter auf den richtigen Weg zurück. Dass sich das Top-Management intensiv mit den Werten auseinandersetzen muss, um solche Leitsätze zu formulieren, ist nur die eine Seite. Darüber hinaus bekommen auch Führungskräfte der zweiten Ebene und Mitarbeiter etwas zur Orientierung an die Hand. Darauf können sie sich berufen. Gierige Manager sind nicht mehr angesagt. Die Masse strebt danach, anständig und fair zu handeln.

PERSÖNLICHKEIT ODER MACHTMENSCH?



Rudolf X. Ruter: „In Zukunft sind Glaubwürdigkeit und Reputation Voraussetzung für Erfolg.“

Der Diplom-Ökonom Rudolf X. Ruter nennt Corporate Governance seine „Leidenschaft“. Als Unternehmensberater, Keynote-Speaker und Autor befasst er sich mit Führung, Verantwortung und Nachhaltigkeit. „Wie Sie Beirat oder Aufsichtsrat werden“, „Tugenden eines ehrbaren Aufsichtsrats“ und „Grundsätze nachhaltiger Unternehmensführung – Erfolg durch verantwortungsvolles Management“ heißen seine aktuellen Bücher.

Erst kürzlich ging durch die Medien, dass Vorstände mehr als 200-mal so viel verdienen können, wie ihre Mitarbeiter im Schnitt. Das wirkt schon irgendwie gierig.

Sicher, das sind genau die Fälle, die das Manager-Bild in der Öffentlichkeit prägen. Zahlenmäßig sind diese Vorstandsbezüge dennoch Ausnahmefälle. Das betrifft nur ganz wenige Prozent der Wirtschaft. Aber es sind die einzigen, über die wir reden. Und es stört die Gesellschaft. Deshalb muss dafür gesorgt werden, dass diese Gehalts- und auch Abfindungs-Exzesse ein Ende haben.

Wo soll man den Hebel dazu ansetzen?

Wir müssen sehen, dass wir bessere Aufsichtsorgane für die Verhinderung von Wirtschaftsskandalen bekommen. Und wenn ein Skandal offensichtlich wird, dann muss er auch verfolgt werden, ohne Ansehen der Personen. Es ist wichtig, die systemrelevante Elitenverwahrlosung zu stoppen. Denn nicht alles, was legal ist, ist auch legitim. Inzwischen haben aber viele erkannt, dass es einen Nachholbedarf gibt: Aufsichtämter sind keine Ehrenämter! Das müssen nicht nur kompetente, sondern auch mit Persönlichkeit und Charakter ausgestattete Menschen sein.

Wie findet man die Richtigen?

Zwei Gramm Persönlichkeit und Charakter sind wichtiger als Tausend Gramm Fachkompetenz. Es kommt auf die Unabhängigkeit, Mut und Tapferkeit an. Aufseher müssen die

Dinge konsequent hinterfragen und verstehen wollen. Sie müssen widersprechen, im Interesse des Unternehmens. Natürlich sind alle Beteiligten nur Menschen. Aber sie müssen die eigene Agenda hinten an stellen zum Wohle des Unternehmens. Das fällt nicht allen leicht.

Haben Aufsichtsräte keine eigene Agenda? Da gibt es ebenfalls exorbitante Vergütungen – manchmal für überschaubaren Arbeitsaufwand, was es ermöglicht, gleich eine ganze Reihe solcher Ämter anzunehmen.

Ich möchte widersprechen, dass man als Aufsichtsrat reich wird. Ein Dax-30-Aufsichtsrat mag seine drei- oder vierhunderttausend Euro verdienen. Aber davon gibt es nicht viele. Wir haben in Deutschland 150 000 Aufsichtsräte. 80 Prozent der Wirtschaft sind mittelständische Unternehmen. Wenn dort ein Beiratsmitglied im Jahr 20 000 Euro bekommt, zählt er zu den gut bezahlten Beiräten. Meine These ist deshalb: Du kannst nur Beirat werden, wenn du es dir finanziell leisten kannst. Die Wenigsten haben drei oder vier Mandate – wenn überhaupt. Was wir im Kopf haben und was unser Denken prägt, sind die negativen Beispiele, die ihre Positionen und Machtbefugnisse im persönlichen Interesse ausgenutzt haben. Aber das ist nicht die Masse. Die meisten sind ehrbar und vorzeigbar.

Sie meinen, der Management-Zeitgeist ist in der Gesamtheit ein anderer?

Es ist eine Renaissance des ehrbaren Kaufmanns zu beobachten. Dieser aus dem Mittelalter stammende Begriff wird beispielsweise in der Präambel des Corporate Governance Codex genutzt. Auch in den neuen Gesetzen der Industrie- und Handelskammer, die vor zwei Jahren verabschiedet wurden, steht ausdrücklich, dass ausschließlich ehrbare Mitglieder erwünscht sind.

Ehrbare Mitglieder? Was soll man darunter verstehen?

Der ehrbare Kaufmann steht für Unternehmertum, Innovationskraft, Internationalität und soziale Verantwortung. Das basiert auf Ehrlichkeit. Lügen ist verpönt – egal wem gegenüber. Produkte sollen die versprochene Qualität haben, Lieferversprechen eingehalten werden und Mitarbeiter dürfen nicht ausgebeutet werden. Dieses Leitbild ist verknüpft mit Leidenschaft, Unabhängigkeit, Transparenz und Lust zum Dienen. Das kann die deutsche Wirtschaft nur weiter antreiben. In Zukunft sind Glaubwürdigkeit und Reputation Voraussetzung für Erfolg. Ich persönlich bin überzeugt, dass die hiesigen Unternehmen überwiegend von ehrbaren Kaufleuten, Managern und Führungspersönlichkeiten gelenkt werden. Sonst wären wir in der Summe und im internationalen Vergleich nicht so erfolgreich.

Aus Ihrer Sicht scheint also alles gut zu sein, oder?

Nicht ganz. Ich möchte all diesen ehrbaren Kaufleuten durchaus den Vorwurf machen, dass sie nicht das Wort erheben, zu wenig in die Öffentlichkeit gehen und dafür einstehen, dass man sein Unternehmen genauso nach vorne bringen und zugleich Geld verdienen und für die zukünftige Enkelgeneration sicher machen kann. Schauen Sie sich die Vielzahl an Familienunternehmen an, die über Generationen hinweg zeigen, wie es funktioniert. Aber sie sollten mehr Mut haben, dies in der Öffentlichkeit zu sagen. Die große ehrbare Masse schweigt leider zu oft.

Familienunternehmen denken traditionell eher langfristig und nachhaltig, auch im Sinne der nachfolgenden Generationen. Wo sehen Sie dagegen die Verantwortung in kapitalmarkt-orientierten Systemen?

Zuallererst sind die Eigentümer und dann der Aufsichtsrat in der Pflicht, dann kommt der Vorstand. Dabei ist es natürlich eine Frage, ob man es mit Menschen zu tun hat, die im Sinne des Unternehmens handeln, oder die eine eigene Agenda verfolgen. Entsprechende Konsequenzen muss der Aufsichtsrat ziehen. Er stellt die Vorstände ein. Und wenn diese mehr für sich selbst als für das Unternehmen sorgen, dann muss er handeln und diesen Personen auch kündigen. Die Verantwortung liegt eindeutig bei den Aufsichtsgremien, also Aufsichtsräten, Beiräten, Stiftungsräten. *sb/lz 33-18*

HSBA HAMBURG SCHOOL OF BUSINESS ADMINISTRATION

LZ-STIPENDIUM KEY ACCOUNT MANAGEMENT

Sie wollen Jahresgespräche und Preisverhandlungen erfolgreich führen? Dann sichern Sie sich das Stipendium der Lebensmittel Zeitung für den Zertifikatslehrgang „Key Account Management“ an der HSBA.

www.lebensmittelzeitung.net/stipendium-hsba

JETZT BEWERBEN! FRIST: 30. AUGUST 2018

Lebensmittel
Zeitung

