



BEGEISTERUNG IDEEN PERSÖNLICHKEIT  
ERFOLG HERAUSFORDERUNGEN SPASS  
KREATIVITÄT VERANTWORTUNG  
MARKEN LEBENSQUALITÄT FREIRÄUME  
POTENZIAL CHANCEN LEISTUNG  
VIELFALT FÜHRUNGSSTÄRKE VORBILDER

In der Welt von Unilever spielen viele Dinge eine wichtige Rolle.  
Allen voran: unsere MitarbeiterInnen.



# Wenn Sie uns fragen „Warum gerade Unilever?“, geben wir Ihnen fünf Antworten.

## Bei uns finden Sie ein Arbeitsumfeld voller Chancen und spannender Herausforderungen.

Bei Unilever müssen Sie nicht lange warten – von Anfang an haben Sie die Möglichkeit, Projekte zu meistern, bei denen Sie Ihr ganzes Können anwenden dürfen.

## Wir geben Ihnen Raum, Ihr Potenzial zu entfalten.

Wer etwas bewegen will, muss sich selbst bewegen können. Deshalb sorgen wir für Freiräume, damit Sie all das einsetzen können, was in Ihnen steckt.

## Bei uns lernen Sie von den Besten.

Wir möchten Sie aktiv fördern. Deshalb geben wir Ihnen immer wieder die Gelegenheit, sich von großen Erfolgsgeschichten und deren Müttern und Vätern inspirieren zu lassen.

## Wir sorgen dafür, dass Sie sich wohl fühlen und Ihnen die Arbeit Spaß macht.

Erst die Arbeit, dann das Vergnügen – mit diesem Wahlspruch können wir nicht viel anfangen. Wir glauben, dass Arbeit Freude bringen muss, wenn sie erfolgreich sein soll.

## Wir sind das Zuhause starker Marken.

Die Namen unserer Produkte kennt jedes Kind – und Sie haben die Chance, die Zukunft dieser Markenprodukte entscheidend mitzuprägen.



# Inhalt

|  |                 |
|--|-----------------|
| <b>Unsere Marken</b>                                 | <b>Seite 4</b>  |
| <b>Unsere Mission</b>                                | <b>Seite 5</b>  |
| <b>Unsere Werte</b>                                  | <b>Seite 6</b>  |
| <b>Unilever Future Leaders Programme</b>             | <b>Seite 8</b>  |
| <b>Absatzmanagement – Marketing</b>                  | <b>Seite 9</b>  |
| <b>Absatzmanagement – Customer Development/Sales</b> | <b>Seite 10</b> |
| <b>Controlling/Finanzmanagement</b>                  | <b>Seite 11</b> |
| <b>Research &amp; Development</b>                    | <b>Seite 12</b> |
| <b>Technisches Management</b>                        | <b>Seite 13</b> |
| <b>Supply Chain Management</b>                       | <b>Seite 14</b> |
| <b>Personalmanagement</b>                            | <b>Seite 15</b> |
| <b>Constant Development</b>                          | <b>Seite 16</b> |
| <b>Praktika und Abschlussarbeiten</b>                | <b>Seite 17</b> |
| <b>Ihr Weg zu Unilever</b>                           | <b>Seite 18</b> |



# Erfolg hat einen Namen. Manchmal auch gleich mehrere.

**AXE***Dove*  
**LÄTTA**

In über 100 Ländern auf der ganzen Welt wird Unilever ausnahmslos durch starke, gesunde Marken repräsentiert – ein erfolg- und potenzialreiches Produktportfolio aus den Bereichen Nahrungsmittel, Körperpflege und Haushaltspflege.

Im Nahrungsmittelsegment arbeiten wir in den Kategorien ■ Eiskrem (z. B. Magnum, Cremissimo) ■ Fertiggerichte und Suppen (z. B. Knorr) ■ Margarine (z. B. Rama oder Lätta) sowie kategorieübergreifend z. B. mit Marken wie Du darfst, Bertolli oder Becel.

Bei Körperpflege sorgen starke Marken wie Axe, Rexona oder Dove (die wachstumsstärkste Körperpflegemarke in Deutschland, Österreich und der Schweiz) für Erfolg. Im Bereich Haushaltspflege gehören Waschmittel wie Coral und Reinigungsmittel wie Viss oder Domestos zu unserem Portfolio.



## Jede Frau kann natürlich schön sein: die Geschichte eines Erfolgs.

Die Körperpflegemarke Dove hat 2004 einen neuen Trend gesetzt. Mit einer Strategie, die ebenso einfach wie genial ist: In der Dove Werbung präsentieren sich von nun an ganz normale Frauen. Sie sind keineswegs perfekt, aber trotzdem selbstbewusst, fröhlich – und schön. Die Kampagne löste ein unglaubliches Medienecho aus. Weltweit wurde das gängige Schönheitsideal diskutiert und in Frage gestellt. Es war vielleicht das erste Mal, dass sich Frauen von einer Kosmetikmarke ernst genommen und verstanden fühlten. Dementsprechend übertrafen auch die Abverkäufe der beworbenen Dove Produkte sämtliche Erwartungen. Nach diesem erfolgreichen Kampagnen-Start hat Dove die „Dove Aktion für mehr Selbstwertgefühl“ ins Leben gerufen. Darunter vereint sind unterschiedliche pädagogische Projekte mit dem Ziel, Kinder und Jugendliche in ihrem Selbstwertgefühl zu stärken und negativen Folgen, wie z. B. Ess-Störungen, vorzubeugen. Unter anderem werden in Kooperation mit verschiedenen Organisationen, wie dem Frankfurter Zentrum für Ess-Störungen in Deutschland, BodyTalk Workshops an Schulen durchgeführt, aber auch interaktive Programme im Internet bereitgestellt. Seit 2007 greift Dove ein weiteres gesellschaftlich relevantes Thema auf und zeigt, dass Schönheit keine Frage des Alters ist. Mit einem beeindruckenden TV-Spot startete die pro.age-Kampagne und zeigte erstmals Frauen im Alter von 54–63 Jahren – schön, selbstbewusst und unbekleidet. Dass diese Kampagnen überaus positiven Anklang finden, zeigt sich in zahlreichen internen und externen Auszeichnungen, die die Marke seither erhält. Und auch in Zukunft wird Dove ihrer Philosophie treu bleiben und sich dafür einsetzen, dass sich immer mehr Frauen schön fühlen – jeden Tag!

# Erst die Arbeit, dann das Vergnügen. Oder doch lieber beides gleichzeitig?



**„Wir haben uns zum Ziel gesetzt, Lebensqualität zu steigern. Wir erfüllen das tägliche Bedürfnis nach Ernährung, Hygiene und Körperpflege mit Marken, die den Menschen helfen, sich gut zu fühlen, gut auszusehen und mehr vom Leben zu haben.“**

Unilever Produkte machen das Leben angenehmer. Danach richten wir sie aus – von der Wahl der Inhaltsstoffe bis zur Werbebotschaft. Dieses Bestreben erkennen Sie übrigens auch an unserem Logo – wenn Sie einmal genauer hinsehen, finden Sie viele kleine Sinnbilder für unsere verschiedenen Produktkategorien. Mit ihrer Fröhlichkeit und Dynamik sind sie gleichzeitig auch Symbole für die Haltung von Unilever insgesamt. Doch das Ziel „mehr Lebensqualität“ gilt nicht nur für die Konsumentinnen und Konsumenten – es wirkt auch nach innen, auf das Arbeitsleben bei Unilever. Denn wir sind überzeugt davon, dass nur diejenigen, die mit Begeisterung und Spaß zu Werke gehen, nachhaltig erfolgreich sein können.

**Dafür, dass die Arbeit bei uns zum Vergnügen wird, sorgen viele Faktoren:**

- Starke Marken, die durch immer neue Ideen lebendig und wachstumsstark bleiben
- Reizvolle Produkte, die den KonsumentInnen das Leben erleichtern und damit auch unsere MitarbeiterInnen in ihrer Arbeit täglich neu bestätigen
- Die Möglichkeiten einer individuellen und optimal begleiteten Karriere, die sich nach den persönlichen Schwerpunkten und Zielen ausrichtet
- Spannende und herausfordernde Arbeitsaufgaben
- KollegInnen, bei denen das Miteinander im Team besonders groß geschrieben wird
- Aktivitäten, die über die Arbeit hinausgehen, wie Sport oder gesundheitsorientierte Angebote

Spaß bei der Arbeit kommt schließlich nicht von ungefähr: Unser gutes Arbeitsumfeld ist dafür die beste Voraussetzung. Arbeit und Vergnügen gehören einfach zusammen.

## Damit die Zukunft eine saubere Zukunft hat: unsere Vitality-Mission.

Der Kern unserer Mission lässt sich in einem Wort zusammenfassen: „Vitality“, das wir in Deutschland, Österreich und der Schweiz mit „Lebensqualität“ übersetzen.

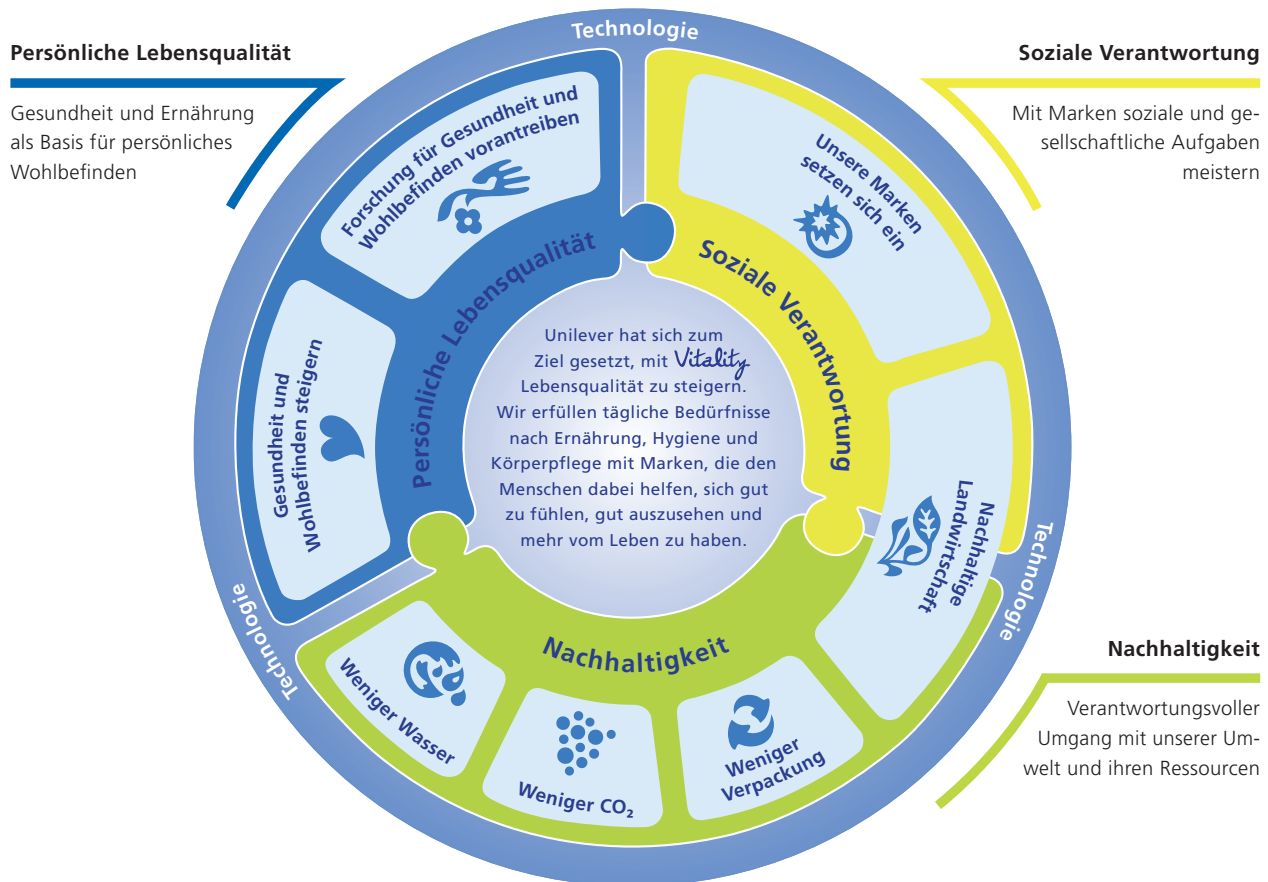
Lebensqualität ist bei Unilever überall präsent: in unseren Produkten, bei unseren MitarbeiterInnen und in unserem Verhältnis gegenüber Umwelt und Gesellschaft. Gerade diesen letzten Punkt sollten wir etwas näher betrachten, denn er stellt eine wichtige Verbindung her: zur CSR, zur „Corporate Social Responsibility“.

Was ist CSR? Der Begriff kann mit „unternehmerischer Sozialverantwortung“ übersetzt werden. CSR ist ein Unternehmenskonzept, soziale Umweltbelange auf freiwilliger Basis und über die gesetzlichen Vorgaben hinaus in der eigenen Geschäftstätigkeit zu berücksichtigen. Wir verwenden hierfür den Begriff „Verantwortung“.

Verantwortliches Handeln ist seit jeher in unseren Unternehmensgrundsätzen verankert. Denn Voraussetzung für unseren Erfolg sind höchste Ansprüche an unser Verhalten gegenüber allen, mit denen wir zusammenarbeiten, den Gemeinwesen, in denen wir tätig sind, und der Umwelt, die wir beeinflussen. Dies ist unser Weg zu nachhaltigem, profitabilem Wachstum und zur langfristigen Wertschöpfung für unsere Aktionäre, Mitarbeiter und Geschäftspartner.

Verantwortung für Menschen, Umwelt und Gesellschaft lebt von unseren MitarbeiterInnen, die alle ihren Beitrag leisten. Im Kern unserer Marken und im Bewusstsein unserer MitarbeiterInnen verankert, ist verantwortliches Handeln die Basis unseres täglichen Geschäfts.





**Verantwortung als Teil unserer Vitality-Mission: persönliche Lebensqualität steigern, soziale Verantwortung übernehmen, Nachhaltigkeit leben.**

Verantwortung lässt sich in drei Dimensionen gliedern, die Teil unserer Vitality-Mission sind. Wir übernehmen Verantwortung für die persönliche Lebensqualität der Menschen, wir leisten einen sozialen Beitrag für die Gesellschaft und wir engagieren uns für den nachhaltigen Umgang mit unserer Umwelt und ihren Ressourcen.

Diese drei Bereiche unserer Verantwortung spielen für uns gleichermaßen eine bedeutende Rolle für unser oberstes Ziel, die Lebensqualität zu steigern. Dabei orientieren wir uns an modernsten Technologien, um unser Engagement in den verschiedenen Bereichen umzusetzen.

Wir engagieren uns international sowie regional und arbeiten eng mit lokalen Behörden und Organisationen zusammen. Unter dem Titel „Together for Child Vitality“ setzen sich Unilever und das Welternährungsprogramm der Vereinten Nationen „WFP“ gemeinsam gegen den Hunger in der Welt ein. In Deutschland engagieren wir uns für „Die Arche“, ein christliches Kinder- und Jugendnetzwerk, das sich besonders gegen Kinderarmut einsetzt.

# Verantwortung ab dem Einstieg ist bei uns Programm.

Alle reden vom Fördern – wir nicht. Wir tun es einfach. Dafür sorgt unser zweijähriges Management-Nachwuchsprogramm Unilever Future Leaders Programme. Bei diesem Einstieg mit strukturierter Weiterbildung werden Sie von uns ganz gezielt an Herausforderungen herangeführt. Und Sie bekommen immer wieder Feedback darüber, wo Sie gerade stehen. Ein Prinzip, das Sie auch im weiteren Verlauf Ihrer Karriere dort hinbringen wird, wo Sie himöchten: nach vorn.

Sie übernehmen als Assistant Manager in Ihrer Abteilung von Anfang an Verantwortung für einen konkreten Job. Ihre Vorgesetzte oder Ihr Vorgesetzter begleitet Sie dabei mit einem regelmäßigen Feedback über Ihre Leistungen, Stärken und Ihr Potenzial. Die Tätigkeit on the job wird ergänzt durch Seminare, in denen Sie konsequent die Möglichkeit bekommen, z. B. durch Softskill-Trainings, an Ihrer persönlichen Weiterentwicklung zu arbeiten. Parallel dazu bekommen Sie relevante fachliche Trainings, die Ihnen die nötigen Fachkenntnisse in Ihrem Bereich vermitteln. Im Laufe der 24 Monate übernehmen Sie verschiedene Aufgaben und Funktionen. Im Anschluss an das Traineeprogramm haben Sie das erste große Etappenziel Ihrer Karriere erreicht und übernehmen Ihre erste Managementfunktion.

In folgenden Bereichen können Sie einsteigen:

- Absatzmanagement
- Controlling/Finanzmanagement
- Research & Development
- Technisches Management
- Supply Chain Management
- Personalmanagement



## Die Zutaten für einen guten Karrierestart? Eier, Mehl und neue Ideen.

„Ein Pfannkuchenteig in einer Shakerflasche? Das war etwas völlig Neues. Alle Marktforschungstests haben gezeigt: Die Verbraucher lieben diese Idee. Allerdings mussten einige Hürden überwunden werden. So gab es im Foodbereich keine Maschinen, die pulverförmige Zutaten in eine Plastikflasche füllen konnten. Als Assistant Manager war ich für die Teilprojektleitung der Verpackungsgestaltung, der Produktentwicklung und der Marktforschungskoordination zuständig. Eine Menge Verantwortung für eine Einsteigerin. Aber die Begeisterung für das Produkt hat uns alle beflügelt. Das Ergebnis: Innerhalb eines Jahres wurden fast 6 Mio. Stück verkauft.“

Susanna Obermair, Customer Development A/CH



# Wie vermarktet man seine fünf Sinne in ganz Europa?



„Bei Unilever haben Marketeers eine Schlüsselposition im Unternehmen. Als Brand Manager Ice Cream koordinierte ich zum Beispiel die Entwicklung und Einführung neuer Produkte, zum Teil als Projektleiterin und zum Teil auch als Teammitglied in einem internationalen Team. In jedem Fall bedeutete es die Zusammenarbeit mit den unterschiedlichsten Abteilungen (wie bspw. Entwicklungsabteilung im Werk, Einkauf, Finanzen) und Agenturen (wie bspw. Werbeagentur, Verpackungsagentur, PR-Agentur), was sehr spannend und abwechslungsreich war. So war ich bei der Entwicklung der limitierten Auflage ‚Magnum 5 Sinne‘ von Anfang an Mitglied im internationalen Magnum Team. Wir haben gemeinsam den Namen, die Produkte, die Verpackung bis hin zur Werbung entwickelt. Schließlich ist ‚Magnum 5 Sinne‘ 2005 in ganz Europa eingeführt worden.“

**Ann-Kristin Breloh, Senior European Brand Manager**

Auch wenn wir einige der weltbesten Marken haben: Die Märkte sind heute härter umkämpft als je zuvor. Wer erfolgreich verkaufen will, muss Marken und Produkte bei Endverbraucherinnen und Endverbrauchern, Großkunden und Handelspartnern kreativ inszenieren. Es sind innovative Konzepte zu entwickeln und so die Gesetze des Marketings Tag für Tag immer wieder neu zu schreiben.

**Sie werden** bei uns in den gesamten Absatzprozess integriert: von Markenpositionierung und Launchmanagement über Customer Marketing bis hin zum Key Account Management. Bei Ihrem Einstieg mit Schwerpunkt Marketing (Entry Option Marketing) lernen Sie zwölf Monate lang als Assistant eines Brand Managers alle Bestandteile der lokalen Markenbildung (Brand Building) kennen. Danach arbeiten Sie für sechs Monate im Bereich Brand Development an der internationalen Marketingstrategie mit. Alles in engem Kontakt mit den entsprechenden Teams des Supply Chain-, Finanz- und Kundenmanagements. In weiteren sechs Monaten erweitern Sie Ihre Kenntnisse im Bereich Customer Development.

**Sie sind** ein Mensch, der analytisch scharf und zugleich kreativ seine Ziele ansteuert. Mit der idealen Mischung aus Instinkt und glasklarer Vision. Ein Typ, der sich leidenschaftlich für eine Marke begeistert und damit die Menschen um sich herum inspiriert. Kurz: Sie sind bereit, mit neuen Herausforderungen bei uns ein- und aufzusteigen.



## Wie beweist man in jeder Beziehung ein erfolgreiches Händchen?



„Nach Abschluss des Traineeprogramms bin ich als Category Manager eingestiegen und durfte dabei sofort Verantwortung übernehmen – für die Betreuung unserer Kunden, aber auch für ein kleines Team. Das ist eine ganz schöne Herausforderung – und macht riesig Spaß! Die Arbeit im Category Management ist sehr abwechslungsreich – ich bin in viele übergreifende Prozesse eingebunden und arbeite eng zusammen mit dem Key Account, aber auch mit den Marketingteams. Dies ermöglicht einen ganzheitlichen Blick auf die Marketing- und Verkaufsaktivitäten der Marken. Toll finde ich auch, dass die Firma großen Wert auf die fachliche Weiterbildung auch nach dem Ende des Traineeprogramms legt – ich werde gerade zum ‚Zertifizierten ECR D-A-CH Category Manager‘ ausgebildet.“

**Joanna Codogni, Trade Category Manager**

Ebenso wichtig wie übergreifende Marketingkonzepte sind kundenspezifische Vertriebsstrategien. Und das in jeder Beziehung: in der Zusammenarbeit mit Store Managern verschiedener Märkte, mit Zentralen großer Handelsunternehmen oder im Key Account Management mit großen Kunden. Immer geht es um die eine Frage: „Wie optimiere ich das Angebot im Handel jeweils entsprechend der jeweiligen Kundenbedürfnisse?“ Gefragt sind neue, kreative, überraschende Lösungen, die den Vertrieb unserer Produkte im hart umkämpften globalen Markt sichern.

**Sie werden** bei uns in den gesamten Absatzprozess integriert. Bei Ihrem Einstieg mit Schwerpunkt Customer Development/Sales (Entry Option Customer Development) erweitern Sie zunächst zwölf Monate lang Ihre Kenntnisse im Customer Management (Account & Field) und werden dann sechs Monate entweder im Customer Marketing oder im Trade Category Management eingesetzt. Schließlich lernen Sie sechs weitere Monate lang den lokalen Marketingbereich (Brand Building) kennen.

**Sie sind** ein Mensch, der Zahlen und große Datenmengen ebenso liebt wie den Umgang mit Menschen. Der strukturell und kreativ nach vorn sieht, scharf analysiert, wo's langgeht – und das klar und eindrucksvoll anderen vermitteln kann. Kurz: Sie sind bereit, mit uns neue Wege in die Zukunft zu gehen.

## Kann man durch intensives Nachrechnen exakte Voraussagen machen?



„Jede Aktivität, die Menschen in einem Unternehmen ausführen oder unterlassen, spiegelt sich letztendlich im finanziellen Ergebnis wider. Unvorstellbar war es für mich, einen Bürojob nach Plan zu haben, bei dem das Highlight der täglichen Routine das Mittagessen ist. Auf der Suche nach Herausforderungen bin ich auf das Traineeprogramm von Unilever gestoßen. Es begann für mich im Werk Buxtehude, in dem Duschgels, Body Lotions und Cremes hergestellt werden. Anschließend war ich als Finance Business Partner für Home- und Oral Care-Produkte in Deutschland zuständig. Heute arbeite ich als Supply Chain Finance Manager Ice Cream Europe. Hier gilt es, Transparenz darüber zu erlangen, wie kosteneffizient unsere neun europäischen Eiskrem-Werke arbeiten. Darüber hinaus müssen unsere fast 20 europäischen Vertriebsorganisationen wissen, mit welchen Kosten sie für unsere Produkte rechnen können. Ich etablierte einen Prozess, welcher uns erlaubt, innerhalb kurzer Zeit auf Basis existierender Produkte zukünftige Materialpreisentwicklungen zu projizieren. Dies wurde jetzt von allen Kategorien übernommen und hilft nun Kollegen in ganz Europa, mit unseren Kunden genauer planen zu können.“

**Roman Köhler, Supply Chain Finance Manager Ice Cream Europe**

Controlling/Finanzmanagement bei Unilever – das ist mehr als Zahlen, Daten, Fakten. Sie sind mittendrin, wenn es um Geschäftsprognosen, Produktentwicklungen oder Preisstrategien geht. Große Marken erfordern große Entscheidungen und eine ganzheitliche Sichtweise, die erkennt, was hinter den Zahlen steht. Das gilt für die Bereiche Controlling und Financial Accounting ebenso wie für Corporate Audit.

**Sie werden** innerhalb des Finance-Traineeprogramms Controlling/Finanzmanagement zunächst ein Jahr lang Ihre Fachkenntnisse in den Bereichen Financial Accounting (z. B. Monatsabschlüsse) und Management Reporting (z. B. Aufbereitung der Geschäftszahlen für die Geschäftsleitung) erweitern.

Im zweiten Jahr begleiten Sie als Business Partner die finanzielle Steuerung eines unserer Marketing- bzw. Kundenteams. Oder Sie unterstützen einen der internationalen Produktionsstandorte.

**Sie sind** mehr als nur analytisch stark. Sie sind besessen davon, das große Ganze am Business strukturell zu durchdringen und strategisch zu fixieren. Stimmt? Dann können Sie auf uns zählen.

# Ist es möglich, in einem Forschungslabor so richtig auf den Geschmack zu kommen?



„Bereits während meines Ökotrophologiestudiums war für mich klar: Ich will in die Lebensmittelindustrie! Großartige Produkte für große Marken entwickeln! Sehen, was man braucht, um die Innovationen von morgen zu kreieren. Lernen, wie ein Rezept aus der Versuchsküche auf eine große Werksanlage kommt. Verstehen, wie globale Forschung und Entwicklung funktionieren. Schnell nach meinem Einstieg bei Unilever konnte ich die Vielfalt der Möglichkeiten in der Forschung und Entwicklung selbst erleben. Während

meines R&D Traineeprogramms lernte ich verschiedene Ebenen der globalen Unilever R&D Organisation kennen: Im Heilbronner Center of Excellence übernahm ich die Leitung für ein europäisches Innovationsprojekt für Suppen, während ich im Local Technical Management in Hamburg für Deutschland die Implementierung von neuen Produkten durch technische und regulatorische Expertise unterstützte. Mich persönlich begeistert besonders die Vielfalt der Technologien, Funktionen und Produktkategorien bei Unilever – diese Vielfalt macht die Unilever R&D vor allem für Naturwissenschaftler besonders spannend.“

**Kerstin Böning, Technical Manager Home Care**

Neue kreative Produkte entwickeln, das ist die Herausforderung, die im R&D tagtäglich auf Sie wartet. Dabei stehen Sie bei Unilever stets an vorderster Front des technologischen Fortschritts.

**Sie werden** im Rahmen des Traineeprogramms von Anfang an mit spannenden Aufgaben in einem europäischen Entwicklungszentrum, in einer Produktionsstätte bzw. bei einem Business-Partner betraut. Sie entwickeln neue Produkte und Verfahrenstechniken, implementieren Produkte und Prozesse – und Sie lernen, wie man in Expertenteams mitarbeitet und Innovationsprojekte leitet.

**Sie sind** geradezu manisch neugierig, wenn es um technische Problemstellungen geht. Immer auf dem Sprung, mit kreativem Gespür Neuland zu betreten und neue Wege zu erforschen. Genau die richtige Mischung für eine Karriere bei Unilever.

## Haben Sie genug Energie für ein ganzes Kraftwerk?



„Jeder kennt unsere Kartoffelprodukte, wie zum Beispiel die berühmten Pfanni Knödel. Weniger bekannt ist, dass sie immer wieder für eine technische Herausforderung gut sind. Denn für die Produktion aus dem Rohstoff Kartoffel wird sehr viel Energie benötigt. Deshalb wurde in Stavenhagen ein eigenes umweltfreundliches Kraftwerk gebaut, um langfristig Energie- und Produktionskosten zu senken. Ich war dabei Koordinator und Schnittstelle zugleich. Alle technischen Fragen von Pfanni, dem beauftragten Planungsbüro, dem Versorgungsunternehmen und den durchführenden Baufirmen sind bei mir zusammengelaufen. Ein ganz und gar nicht alltäglicher Job.“

**Björn Elskamp, Sourcing Unit Logistic Manager**

Zentrale Aufgabe des Technischen Managements ist es, kosteneffizient höchste Qualität zu produzieren. Eine wichtige Fragestellung, die sich dabei ergibt, ist zum Beispiel: Wie lässt sich die Massenproduktion einer Innovation technisch umsetzen und wie können prozessorientierte Arbeitsstrukturen optimiert werden?

**Sie werden** bei uns schon früh mit einer Projekt- und Linienverantwortung betraut. Innerhalb des zweijährigen Traineeprogramms bereiten wir Sie jeweils ca. ein Jahr in einem der Bereiche Produktion, Engineering oder Qualitätssicherung auf Ihre erste Managementfunktion vor. Ihr Ziel wird es sein, unsere Produktionsstätten – die schon jetzt zu den besten gehören – noch besser, noch effizienter, noch hochwertiger zu machen.

**Sie sind** ein Mensch, der sich niemals mit dem Zweitbesten zufriedengibt. Der fordert, analysiert, optimiert und Lösungen findet, wo andere nur Probleme sehen. Willkommen bei Unilever.



# Wie schickt man 100 Millionen Liter Eiskrem gefroren durch einen Jahrhundertsommer?



„Unilever hat mich als ein multinationales Unternehmen mit europäischem Herzstück gereizt. Bereits während meiner Traineezeit hatte ich die Möglichkeit, Grenzen zu überschreiten, das macht das Traineeprogramm so einzigartig. Dabei wurden meine Fähigkeiten ständig erprobt und weiterentwickelt. Als Supply Chain Trainee habe ich mich mit dem Materialfluss der Versorgungskette vertraut gemacht und konnte aktiv daran teilhaben: von der Beschaffung bei fernen Zulieferern bis hin zu den Regalen der lokalen

Supermärkte. Kurzum: Das Unilever Future Leaders Programme ermöglicht Erfahrungen, die kein Supply Chain-Begeisterter verpassen sollte.“

**Damodar Hegde, Planning and Export Manager**

Beschaffen, koordinieren, liefern – so kann man in wenigen Worten die Aufgabe des Supply Chain Managers umreißen. Aber wenn zum Beispiel im Sommer 100 Millionen Liter Eiskrem durch Deutschland zu transportieren sind, dann wird diese Aufgabe zu einer echten Herausforderung. Wo weltweit Tag für Tag 150 Millionen hochwertige Markenartikel produziert werden, ist die Logistik von entscheidender Bedeutung. Stimmen Qualität und Kosten der Lieferanten? Ist der Transport gesichert und damit die rechtzeitige Versorgung des Konsumenten? Kurzum: Ist der gesamte Warenfluss von der Beschaffung bis zum Kunden koordiniert?

**Sie werden** diese Herausforderungen in unserer Hauptverwaltung oder einem unserer Produktionsstandorte annehmen. Dabei haben Sie die Möglichkeit, je nach Interesse und Bedarf in den Bereichen Planung, Beschaffung, Herstellung und Lieferung Verantwortung zu übernehmen.

**Sie sind** ein Mensch, der begeistert in die Zukunft blickt. Sie erkennen messerscharf detaillierte Strukturen und logistische Abläufe. Sie sind ein Fall für uns? Logisch.

## Könnten Sie sich vorstellen, dass es Sie plötzlich zweimal gibt?



„Personalarbeit muss der Zeit immer ein Stück voraus sein. Das Stichwort für eines meiner spannendsten Projekte der letzten Zeit hieß: Recruitainment. In Zusammenarbeit mit einer Agentur haben wir ein Online-Testverfahren für das Recruiting von Hochschulabsolventinnen und -absolventen entwickelt. In einem virtuellen Verfahren schlüpfen die Testkandidaten dabei in die Rolle von realen Unilever Mitarbeitern im Werk der Unilever Company Ben & Jerry's in Vermont/USA. Der Vorteil dabei ist, dass die Begleitung durch echte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und eine realistische Aufgabenstellung einen ziemlich guten Eindruck des Unternehmens vermitteln. Und: Der Test macht auch noch Spaß. Somit kommt die Unilever Philosophie, dass Arbeit auch Freude bringen muss, schon beim Testing rüber. Wir sind übrigens eine der ersten Firmen in Deutschland, die mit Online-Testing arbeiten.“

**Dagmar Fresenius, HR Business Partner**

Kein Mensch ist wie der andere, jeder hat seine eigene Geschichte, seine eigene Persönlichkeit, seine eigenen Fähigkeiten. Und das ist gut so. Unser Erfolg ist getrieben von neuen Ideen, frischen Perspektiven und unterschiedlichen Herangehensweisen. Hier liegt Ihre Herausforderung. Finden Sie diese Bandbreite an Menschen. Bringen Sie individuelle Ansprüche und unternehmerische Notwendigkeiten unter einen Hut. Und vor allem: Schaffen Sie eine Umgebung, in der diese unterschiedlichen Menschen erfolgreich zusammenarbeiten.

**Sie werden** von uns im Head-Office oder in einem unserer Werke gründlich auf diese Herausforderungen vorbereitet. Als strategischer HR Business Partner unterstützen Sie Führungskräfte und deren Teams dabei, die Geschäftsziele zu erreichen. Menschen führen, Talente entwickeln, Veränderungen und eine leistungsfördernde Unternehmenskultur gestalten – all das fördern Sie durch Ihre Arbeit. Denn Coaching, Feedback und Teamentwicklungsmaßnahmen liegen in Ihrer Hand. Sie sind Impulsgeber für Organisationsentwicklung, diagnostizieren Verbesserungspotenziale, schlagen nachhaltige Lösungen vor und implementieren sie auch. Ihr Erfolg ist sichtbar – sie messen ihn selbst durch Leistungsindikatoren.

**Sie sind** nicht nur versiert im Umgang mit Menschen, sondern verstehen auch die Erfolgsfaktoren für ein effektives Business. Sie erkennen individuelle Stärken, fördern sie und setzen sie zu starken Teams zusammen. Kurzum: Sie sind ein Mensch, der weiß, wo und wie Fähigkeiten und Funktionen erfolgreich ineinandergreifen. Passt alles? Dann passen Sie zu uns.

# Wer zu den Besten gehören will, muss von den Besten lernen.

Nur wer immer wieder neue Herausforderungen annimmt und Neues kennen lernt, kann Außergewöhnliches leisten. Deshalb endet die Begleitung Ihrer Karriere nicht einfach mit unserem Einstiegsprogramm. Wir bleiben an Ihrer Seite und geben Ihnen immer wieder die Gelegenheit, große Erfolge und ihre Macher kennen zu lernen. Damit Sie täglich neu inspiriert werden, das Beste aus sich herauszuholen.

## **Das Lernen geht weiter: Constant Development.**

Auch nach dem Einstieg als Manager sorgen wir dafür, dass Sie für Ihre Management-Aufgaben optimal gerüstet sind. Ihre kontinuierliche Weiterentwicklung wird durch nationale und internationale Seminare und Workshops mit den besten Trainern und Instituten sowie internationale Aufstiegsprogramme gewährleistet. Darüber hinaus haben wir mit unseren „Unilever Academies“ Lernforen für verschiedene Fachbereiche geschaffen, in denen Sie sich mit Kolleginnen und Kollegen aus aller Welt fachlich auf den neuesten Stand bringen können. Auch die Zusammenarbeit mit den besten externen Partnern und das Vorbild inspirierender Führungspersönlichkeiten befördern Ihre Weiterentwicklung.

Ein Beispiel für die Exklusivität unserer Seminare sind die globalen Unilever Leadership Development-Programme. Ausgewählte High Potential Unilever Manager werden hier auf größere unternehmerische Aufgaben vorbereitet. Der Aufbau eigener Visionen und die Gestaltung persönlicher und geschäftlicher Veränderungsprozesse stehen im Mittelpunkt. Unilever Top Manager treffen unsere High Potentials an einem besonderen Ort, um im lebendigen Diskurs und in aktiver Auseinandersetzung Visionen, Strategien und Erwartungen an das Top Management, aber auch Entwicklungsmöglichkeiten zu besprechen. Dabei sollen unsere High Potentials ihre neue Rolle in größerer Führungsverantwortung begreifen, Klarheit und Konsequenz in der Umsetzung entwickeln und erfahren, wie sie durch professionelles Change Management andere Menschen auf diesem Weg mit einbeziehen können.

**Nichts ist so inspirierend wie das Vorbild der Besten.**



## Die Theorie ist grau, Unilever bekennt Farbe.

Wer jahrelang Bücher gewälzt und fleißig Scheine oder Credit Points gesammelt hat, der möchte sein Wissen natürlich auch einmal durch praktische Erfahrungen ergänzen. Dafür bieten wir überdurchschnittlich motivierten Studierenden attraktive und außerdem gut honorierte Praktika an. So können Sie schon während des fortgeschrittenen Studiums herausfinden, ob Sie auch in Zukunft Ihr Arbeitsleben mit viel Herausforderungen, Begeisterung und Spaß verbringen wollen.

In einem Praktikum bei uns bekommen Sie Einblicke in die Organisation, die Abläufe, Produktionsprozesse und Kundenstruktur unseres Unternehmens. Auf diese Weise gewinnen Sie nicht nur wertvolle praktische Erfahrungen, Sie können auch leicht feststellen, ob Unilever zu Ihnen passt.

Unsere Praktika sind für Studierende im fortgeschrittenen Studium gedacht. Außerdem brauchen wir von Ihnen: einen ausführlichen tabellarischen Lebenslauf, das Zeugnis des letzten Schulabschlusses, alle Zeugnisse über Ausbildungen nach dem letzten Schulabschluss, über qualifizierte praktische Erfahrungen und andere Tätigkeiten während des Studiums (wie zum Beispiel Auslandserfahrungen). Eigeninitiative, unternehmerisches Denken, sehr gute Englischkenntnisse und räumliche Mobilität setzen wir voraus. Ein Praktikum dauert zwei bis sechs Monate und ist die beste Möglichkeit, das Tagesgeschäft bei uns kennen zu lernen.

Wir fördern die Betreuung von Abschlussarbeiten, insbesondere im Anschluss an ein Praktikum bei uns. Auch Bacheloranden, die sich schon für ihren Master qualifiziert haben, sind herzlich willkommen.



Übrigens: Unilever trägt das Gütesiegel „Fair Company“ der Zeitschrift „karriere“. Damit verpflichten wir uns, unsere Praktikastellen als das zu vergeben, was sie sind: eine interessante und erfahrungsreiche Zeit zur beruflichen Orientierung während des Studiums. Daher vergeben wir Praktika nur an StudentInnen und nicht an AbsolventInnen, es sei denn, es dient zur Überbrückung bis zum Masterstudium. Darüber hinaus erhalten Praktikantinnen und Praktikanten bei uns eine angemessene Vergütung.



# Selbst die größten Karrieren beginnen mit dem ersten Schritt.

Als international führender Konsumgüterhersteller suchen wir außergewöhnliche Talente, die ihre persönliche und berufliche Weiterentwicklung vorantreiben und damit auch uns weiterbringen. Denn unsere MitarbeiterInnen spielen bei uns eine besondere Rolle. Sie sind es, die immer wieder neue Wege gehen und damit unser Geschäft vorantreiben. Die mit Tatkraft und Begeisterung etwas bewegen. Und die ihr Können und ihre Persönlichkeit einsetzen, um scheinbar Unmögliches möglich zu machen.

Wir sind interessiert an StudentInnen und AbsolventInnen aus Bachelor-, Master- und Diplomstudiengängen, die Spaß an wirtschaftlichen Zusammenhängen haben und ihr wirtschaftliches Interesse durch entsprechende Praktika, Studienschwerpunkte o. Ä. nachweisen können, insbesondere BWL, Verfahrenstechnik, Lebensmitteltechnologie, Maschinenbau, Wirtschaftsingenieurwesen, Chemieingenieurwesen und artverwandte Studiengänge. Im Bewerbungsverfahren achten wir auf fachliche Qualifikationen und absolvierte Praktika, aber darüber hinaus auch auf Ihr Engagement und Ihre Initiative jenseits des Studiums. Auf Ihren Teamgeist und Ihre Passionen. Ihre Kreativität und Ihre Ausstrahlung – kurz: auf alles, was Ihre Persönlichkeit ausmacht. Für unser Unilever Future Leaders Programme nutzen wir ein vierstufiges Auswahlverfahren:

1. Sie bewerben sich online.
2. Bei Interesse werden wir Sie zu einem Online-Test einladen.
3. Haben Sie diesen Test gut gemeistert, suchen wir das persönliche Gespräch mit Ihnen im Rahmen eines Telefon-Interviews.
4. Am Ende des Verfahrens steht ein Assessment Center.

Sie sind interessiert? Sie möchten mehr wissen oder sich für ein Praktikum, eine Abschlussarbeit oder unser Unilever Future Leaders Programme bewerben? Machen Sie Ihren ersten Schritt auf dem Weg zu uns:  
[www.unilever.de](http://www.unilever.de), [www.unilever.at](http://www.unilever.at), [www.unilever.ch](http://www.unilever.ch)



Could it be



Unilever



# Unilever auf einen Blick.

- Branche: Fast Moving Consumer Goods ■ Produkte: Nahrungsmittel, Wasch- und Reinigungsmittel, Körperpflegemittel
- Hauptsitz: London und Rotterdam (weltweit), Hamburg (D-A-CH) ■ Mitarbeiter: 174.000
- Umsatz: € 40,5 Mrd. ■ Angebote an Studierende: Praktika und Abschlussarbeiten
- Einstiegsmöglichkeiten: Traineeprogramm (Einstieg mit strukturierter Weiterbildung)



## ■ Deutschland

### **Unilever Deutschland PeopleLink**

Telefon: 0800 000 7530

(kostenlos aus dem deutschen Festnetz)

E-Mail: [recruitment.de@unileverservices.com](mailto:recruitment.de@unileverservices.com)

(für allgemeine Anfragen)

## ■ Schweiz

### **Unilever Schweiz PeopleLink**

Telefon: 0800 551 734

(kostenlos aus dem Schweizer Festnetz)

E-Mail: [recruitment.ch@unileverservices.com](mailto:recruitment.ch@unileverservices.com)

(für allgemeine Anfragen)

## ■ Österreich

### **Unilever Austria GmbH**

Telefon: +43 (0)1 605 35

E-Mail für StudentInnen:

[praktikum.austria@unilever.com](mailto:praktikum.austria@unilever.com)

E-Mail für AbsolventInnen:

[management.recruitment-austria@unilever.com](mailto:management.recruitment-austria@unilever.com)

[www.unilever.at](http://www.unilever.at)

In Deutschland und der Schweiz bewerben Sie sich bitte ausschließlich über die Online-Datenbank der jeweiligen Homepage **[www.unilever.de](http://www.unilever.de)** bzw. **[www.unilever.ch](http://www.unilever.ch)**. Bewerbungen an Unilever Österreich senden Sie bitte an folgende E-Mail-Adresse: **[bewerbung@zBp.at](mailto:bewerbung@zBp.at)**