

OECOTROPHOLOGEN UND ERNÄHRUNGSINDUSTRIE

Gegessen wird immer

Mit knapp 6.000 Betrieben, mehr als 0,5 Mio. Beschäftigten und einem Umsatz von rund 140 Mrd. Euro ist die Ernährungsindustrie eine Schlüsselindustrie in Deutschland. Lediglich Autohersteller, Anlagen- und Maschinenbau, Chemieindustrie und Lebensmittelhandel erzielen höhere Umsätze. Gleichzeitig gehört die Lebensmittelbranche zu den wenigen Wirtschaftszweigen, die die Krise bisher fast unbeschadet überstanden haben. Gegessen wird immer. Das ist ein Grund dafür, dass die Ernährungsindustrie selbst in der Krise wie ein Fels in der Brandung steht. Die Produktionsleistung blieb auch 2009 mengenmäßig stabil, die Arbeitsplätze in der Branche sind nach wie vor weitgehend sicher. Damit leistet die Ernährungsindustrie einen wichtigen Beitrag für Wohlstand und Beschäftigung.

Auch für Oecotrophologen ist die Lebensmittelbranche eine Schlüsselindustrie: Sie ist ihr wichtigster Arbeitgeber, was ein Blick in die Stellen-Infothek des VDOe bestätigt. Seit Jahren bietet die Lebensmittelindustrie fast die Hälfte aller Stellen an, die von der Infothek erfasst werden. Unter den 650 Angeboten, die 2008 ermittelt wurden, bezog sich ein Drittel auf Positionen im Bereich der Qualitätssicherung (QS). Produktmanager, Marketing-spezialisten und Vertriebler waren in jeweils 11 % der Anzeigen gefragt, Produktentwickler in 14 %. Über diese klassischen Einsatzbereiche hinaus bieten sich für Allrounder, wie sie die bisherige Ausbildung der Oecotrophologen entlässt, in Zukunft auch ganz neue Einsatzbereiche. In den größeren Unternehmen wächst nicht nur die Bedeutung der QS. Es werden auch immer mehr Schnittstellen zwischen QS und Marketing geschaffen. Oecotrophologen sind eine ideale Besetzung für diese Positionen. Die Ernährungsindustrie wird immer europäischer, internationaler und ist heute schon stark exportorientiert. Unternehmen brauchen zunehmend Führungskräfte, die sich unter dem Label „Regulatory Affairs“ mit den Fragen der Europäisierung und Internationalisierung beschäftigen. Oecotrophologen bringen bei der Breite der Grundkenntnisse, die gebraucht werden, ebenfalls die besten Voraussetzungen mit (siehe auch Proträt S. Kettler, S. 25).

In vielen Unternehmen der Ernährungswirtschaft steht das Thema „Issue-Management“ ganz oben auf der Agenda. Aufgabe von Issue-Managern ist es, – in

Kurzform ausgedrückt – sich schon heute mit den Problemen von morgen zu beschäftigen, und die gehen der Branche nicht aus. Tierschutz, Gentechnologie, Produktqualität, Nachhaltigkeit, Corporate Social Responsibility sind nur einige Aspekte aus der langen Liste der Themen, die hier zu bearbeiten sind. Es wäre an den Oecotrophologen, sich bei der Ausschreibung und Besetzung solcher Positionen stärker anzubieten.

KARRIEREN AUCH IM MARKETING

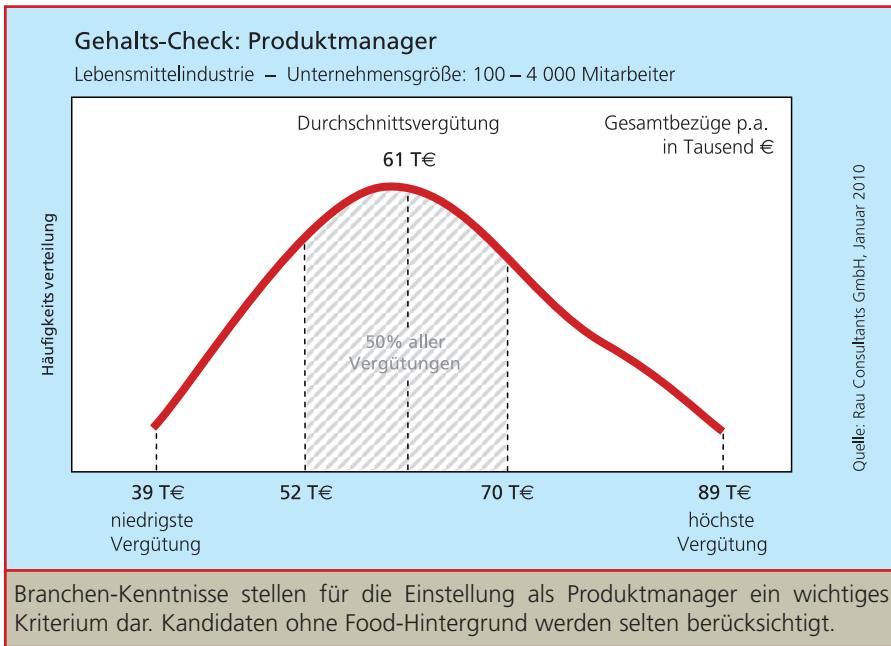
Ein weiterer Faktor, der die Ernährungsindustrie prägt, kommt den Oecotrophologen ebenfalls zugute: Die Konzentration der Unternehmen der Ernährungsindustrie hat zwar weiter zugenommen, ist aber im Vergleich zum Lebensmitteleinzelhandel oder zu anderen Wirtschaftsbereichen

nach wie vor gering. Die Ernährungsindustrie ist traditionell mittelständisch geprägt – mit einem Umsatzdurchschnitt je Betrieb von etwa 25 Mio. Euro. Zwar haben die Weltmarktführer der Ernährungsindustrie (Nestlé, Unilever und Kraft Foods) ihre Position auf dem deutschen Markt ausbauen können. Allein diese drei Firmengruppen erzielten im Jahr 2007 gemeinsam einen Umsatz von rund 8 Mrd. Euro. Trotzdem vereinen die 10 größten Unternehmen lediglich knapp 14 % des Branchenumsatzes auf sich. Nur 10 % der Unternehmen in der Ernährungswirtschaft erzielen einen Jahresumsatz von mehr als 50 Mio. Euro.

Während in den großen Unternehmen Oecotrophologen vorwiegend in den Bereichen QS, Verbraucherservice und Öffentlichkeitsarbeit eingesetzt werden und dort auf ihren definierten Bereich spezialisiert sind, suchen vor allem die mittelständischen Unternehmen Allrounder, die im Marketing angesiedelt sind und sich als „Mädchen für alles“ um mehrere Themenbereiche kümmern. Apropos Marketing: Prinzipiell stehen Karrieren in Marketing und Vertrieb auch Oecotrophologen offen. Sie konkurrieren hier vor allem mit Absolventen betriebswirtschaftlicher Studiengänge.



Die Ernährungsindustrie sorgt dafür, dass die Regale immer gut gefüllt sind.



Doch ganz gleich in welchem Unternehmensbereich Oecotrophologen arbeiten: Die Verdienstmöglichkeiten in der Ernährungsindustrie gehören sicher generell zu den besten, die sich der Berufsgruppe bieten. Sie dürften wesentlich über dem liegen, was an Einkommen in Bereichen wie Beratung, Wissenschaft, Verbände oder Agenturen (Öffentlichkeitsarbeit) erzielt wird. So geht aus dem „Gehalts-Check“ des Beratungsunternehmens Rau Consultants GmbH (www.rau-consultants.de) hervor, dass Leiter der QS in einem mittelständischen Unternehmen der Ernährungsindustrie im Schnitt um die 75.000 Euro verdienen, ein Produktmanager bringt es im Schnitt auf knapp 60.000 Euro, ein Marketingleiter geht mit durchschnittlich 115.000 Euro nach Hause.

Absolventen von Studiengängen mit klassischer Ausrichtung auf Industriekarrieren wie BWL und Wirtschaftsingenieur besitzen dabei speziell in der Ernährungsindustrie nicht unbedingt die besseren fachlichen Voraussetzungen. Betriebswirte, die bei einem Unternehmen einsteigen, haben schon bei ihrer Einstellung die Geschäftsführung als Ziel der Berufskarriere im Blick. Oecotrophologen freuen sich erst einmal, dass man ihnen die Gnade eines Jobs gewährt. Gerd Harzer, Senior Director Global Nutrition bei der Kraft Foods Deutschland GmbH und Oecotrophologe, sieht die Karrierechancen von Ernährungswissenschaftlern dabei ausgesprochen

optimistisch. „Es macht keinen Sinn, Lebensmittel vermarkten zu wollen, von denen man nichts versteht“, betont er.

OECOTROPHOLOGEN SOLLTEN KRITISCHE HALTUNG ÜBERDENKEN

Harzer ist selbst das beste Beispiel dafür, was Oecotrophologen erreichen können. Er verantwortet heute alle gesundheits- und ernährungsrelevanten Initiativen der Unternehmensgruppe in Europa, im Nahen Osten und in Afrika. Ob im Marketing, in der Produktentwicklung oder QS: „Man muss immer auch Leute da sitzen haben,

die ernährungswissenschaftliche Sachverhalte einschätzen können und wissen, ob Omega-3-Fettsäuren in einer Schokolade nun sinnvoll sind oder nicht.“ In seinem Umfeld sind etliche Führungspositionen mit Ernährungswissenschaftlern besetzt.

„Wahrscheinlich kann ich in der Industrie mehr Einfluss auf die Gesundheit einer Gesellschaft nehmen als in der Ernährungsberatung“, stellt der Senior Director fest. Nach wie vor gehört der Berufswunsch „Ernährungsberatung“ zu den präferierten Zielen vieler Studierenden – gegenüber der Industrie dominiert eine kritische Haltung. Dabei sollte Harzers Überlegung auch Oecotrophologen mit Berufswunsch „Beratung“ zu denken geben. Schließlich leistet die Ernährungsindustrie auch in dieser Richtung Enormes. Für die Verbraucher ist es selbstverständlich geworden, dass die Teller voll mit unbedenklichen und gesunden Lebensmitteln sind. Die Wertschätzung für das, was darauf liegt, ist gesunken, während die Ansprüche an die Hersteller immer weiter steigen. Die Lebensmittelwirtschaft hat sich dieser Herausforderung immer gestellt und wird es auch in Zukunft tun. Das bietet gerade Oecotrophologen ein ungeheuer breites und ausgesprochen spannendes Arbeitsfeld – auch denen, die am Ernährungswohl der Verbraucher im Sinne der Beratung interessiert sind.

Dr. Friedhelm Mühleib

