

Ernährungswissenschaftler im Profil

Ernährungswissenschaftler im Profil – Arbeitgeber im Interview

Zwei erfolgreiche Kolleginnen analysieren die Qualitäten unserer Berufsgruppe und geben Neueinsteigern Tipps, welche Eigenschaften bei Bewerbungen gefragt sind und in welchen Bereichen Optimierungspotenzial besteht.

Ob in der Lebensmittelindustrie, Gemeinschaftsverpflegung, Kommunikation oder im Public-Health-Bereich – Ernährungswissenschaftler sind am Arbeitsmarkt durch ihre vielfältige Ausbildung und ihre wissenschaftliche Kompetenz durchaus gefragt. Der Einstieg ins Berufsleben fällt allerdings oft schwer. Nicht nur aufgrund der momentan schwierigen Wirtschaftslage, die einem Job-Boom im Weg steht, sondern auch, weil vielen Einsteigern ihr Berufsbild oft noch nicht klar ist. Viele Möglichkeiten stehen offen, doch in welche Richtung soll es konkret gehen? Wie schärft man sein Profil, um genau in dem Bereich gefragt zu sein, in dem man arbeiten möchte?

Die *Einblicke* haben sich ein wenig umgehört und zwei etablierte Kolleginnen, die schon lange im Geschäft stehen und ein ausführliches Curriculum Vitae aufweisen, um ihre Meinung gefragt. Was sollen Bewerber können und mitbringen, um für ein Unternehmen interessant zu sein? Was sind die Stärken und Schwächen unserer frischgebackenen Absolventen? Wie kann man Schwächen überwinden und was kann bereits während des Studiums getan werden, um sich auf die Jobsuche vorzubereiten?

Mach dein Ding und rede darüber

Mag. Marlies Gruber, wissenschaftliche Leiterin des *forum. ernährung heute*, sieht die Interdisziplinarität unserer Berufsgruppe als große Stärke und Schwäche zugleich. Die Ernährungswissenschaften würden sich damit zwar deutlich von anderen Studienrichtungen unterscheiden, doch sei jeder Einzelne gefordert, den Schwerpunkt selbst zu finden, zu stärken und das auch deutlich zu kommunizieren. „Vom Allrounder bis zum Spezialisten ist alles drin, doch beides braucht persönliches Engagement und Flexibilität. Gerade für einen Spezialistenstatus reicht das Curriculum nicht aus“, so Gruber. Wer seine Nische finde, sei häufig auch erfolgreich – oft auch in anderen naturwissenschaftlichen Berufsfeldern abseits des Ernährungskontexts.

Steh drauf!

Mag. Helga Cvitkovich-Steiner, Leiterin des Marketing- und Produktmanagements Education und Care Catering bei der *GMS GOURMET GmbH*, sieht das interdisziplinäre Denken ebenfalls als große Stärke der Ernährungswissenschaftler. Dieses sei auch in der beruflichen Praxis gut anwendbar. Als Bedingung für die Aufnahme nennt sie ein gewisses "Stehvermögen". „Bei Einstellungsgesprächen entscheide ich, ob ich es einer Kollegin/einem Kollegen zutraue, eine Meinung zu entwickeln und diese dann auch zu vertreten. Erfolgreiches Produktmanagement bedingt, Kundenbedürfnisse zu erkennen und andere Abteilungen bei der Umsetzung entsprechender Produktideen ins Boot zu holen.“ Kommunikationsfähigkeit und generelles

Interesse am Austausch mit der Kollegenschaft helfen dabei. "Gute Lösungen entstehen im Team. Außerdem ist es wichtig, praxistaugliche Lösungen zu suchen und bereit zu sein, Abstriche zu machen."

Marlies Gruber nennt wichtige Attribute für die Arbeit im Journalismus: fundiertes Fachwissen, Kritikfähigkeit, genauer und effizienter Arbeitsstil, eine offene Persönlichkeit sowie Freude am Kommunizieren seien gefragt. Man sollte in der Lage sein, komplexe Sachverhalte klar und leicht verständlich aufzubereiten. Zur Standardausrüstung zählen weiters gutes Sprachgefühl, Engagement, sorgfältiges Recherchieren, Ausdauer, gute Englischkenntnisse und die Motivation zur (journalistischen) Weiterbildung.

Luft nach oben

Marlies Gruber empfiehlt Neueinsteigern: „Mehr über den Tellerrand blicken, unterschiedliche Praxiserfahrungen während des Studiums sammeln und sich mehr mit anderen Berufsgruppen austauschen.“ Sie hat oft den Eindruck, dass Ideologie mehr im Vordergrund steht als eine wissenschaftsbasierte und praxisrelevante Haltung.

Helga Cvitkovich-Steiner nennt einen weiteren Startvorteil: „Wer tiefes Wirtschaftswissen mitbringt, kann im Produktmanagement punkten.“ Dieses sei aber etwa für den Bereich Produktmanagement nötig. Einen Teil könne man sich aneignen, aber auch Ausbildungen zusätzlich zum Studium seien ratsam. Für das Marketing wiederum braucht es die Fähigkeit, Botschaften pointiert zu artikulieren. Auch wenn mit externen Agenturen gearbeitet wird. „Ohne internes Pendant sind die Ergebnisse oft unbefriedigend. Ich sehe aber selten junge BewerberInnen, die hier einschlägige Fortbildungen mitbringen.“

Abschließende Tipps

Helga Cvitkovich-Steiner legt Kollegen nahe, sich für die Bewerbung genau zu überlegen, was man in das Unternehmen einbringen könne und wo es Möglichkeiten zum Andocken gebe. „Ich will erkennen, ob sich jemand mit den geforderten Fähigkeiten auseinandergesetzt hat. Nur wer ehrliches Interesse zum Ausdruck bringt, schafft es in die Auswahl.“

Marlies Gruber empfiehlt, während des Studiums vielfältige – auch extramurale – Erfahrungen zu sammeln, sich gut zu vernetzen, offen und mutig zu sein: „Auslandserfahrungen machen, Praktika in unterschiedlichen Bereichen absolvieren, Veranstaltungen besuchen, Weiterbildung außerhalb der Uni – einfach am Ball bleiben!“

Vielen Dank für das Interview an Helga Cvitkovich-Steiner und Marlies Gruber!

von Mag. Martin Schiller
martin.schiller@chello.at