

Jobs mit Zukunft bei Tchibo/Eduscho

Für das Cross-Channeling gewappnet: „Digitaler Verkauf“ ist einer der Bausteine der Lehre bei Tchibo/Eduscho.



© Klaus Tlzer

Digital fit

Tchibo/Eduscho-Chef Harald J. Mayer sieht „sein“ Unternehmen als Vorreiter in der nahtlosen Verzahnung der Online-Shopping-Welt mit den Filialen.

WIEN. „In einer so dynamischen und von Trends geprägten Branche wie dem Einzelhandel brauchen wir motivierte Mitarbeiter, die Freude am Kundenkontakt haben und sich eine zukunftsorientierte Ausbildung mit digitalen Inhalten wünschen“, erklärt Tchibo/Eduscho-Geschäftsführer Harald J. Mayer. Er stellt

damit in den Raum, dass ein Arbeitsplatz bei Tchibo/Eduscho heute bedeutet, bei der Zukunft des Handels – dem Cross-Channeling – vorn mit dabei zu sein.

Tchibo begreift sich als zukunftsorientiertes Unternehmen und mithin als Vorreiter in der nahtlosen Verzahnung der Online-Shopping-Welt mit den

Filialen. Die enge Verbindung der Filiale mit tchibo.at ist ein wichtiges Thema in der Ausbildung; der entsprechende Schwerpunkt dazu lautet auf ‚Digitaler Verkauf‘. Die Erkenntnis, dass die Zukunft des Handels nicht nur ‚offline‘ in den Filialen stattfindet, sondern ebenso im Online-Shop, ist bei Tchibo/Eduscho bestens implementiert.

Job mit Perspektive

Die Jugendlichen sind vom ersten Tag an in die Tchibo/Eduscho Familie integriert und lernen Woche für Woche eine andere Produktwelt kennen. Ein Coach steht während der gesamten Lehrzeit zur Seite.

Zusätzlich gibt es Erfolgsprämien bei sehr guter Leistung und überdurchschnittliche Bezahlung. „Nach dem erfolgreichen Lehrabschluss winken den Lehrlingen innerhalb des Unternehmens vielfältige Karriere-Möglichkeiten“, sagt Mayer. (red)



© Tchibo/Eduscho

Lehre Tchibo/Eduscho: Zukunftsorientierte Ausbildung mit digitalen Inhalten.

E-COMMERCE

100.000 Händler vertrauen Klarna

WIEN. Der Zahlungsanbieter Klarna zieht Bilanz über das Jahr 2018: 100.000 Händler in Europa und Nordamerika bieten in ihren Online-Shops Zahlungsmethoden von Klarna an. In Österreich, Deutschland und der Schweiz konnte der Zahlungsdienstleister 10 Mio. neue Nutzer dazugewinnen. Bereits 70% Prozent der Klarna-Nutzer bezahlen über ein mobiles Endgerät.

Finanzierung für KMU

Klarnas Kundenfokussierung kommt übrigens auch Händlern zugute: Für KMU bietet Klarna das Finanzierungsprogramm Klarna Boost an. „Mit dem einfachen Zugang zu Finanzmitteln über Klarna Boost wollen wir Shopanbietern helfen, ihr Geschäft schnell auszubauen“, sagt Robert Bueninck, DACH-Geschäftsführer bei Klarna. (red)



© Klarna

LUXUSARTIKEL

Richemont stark zu Weihnachten

GENÈVE. Der Schweizer Uhren- und Schmuckhersteller Richemont hat seinen Umsatz im dritten Quartal dank mehrerer Zukäufe erheblich steigern können. In den drei Monaten per Ende Dezember (Weihnachtsgeschäft) konnte der Konzern die Erlöse um 25% auf knapp 3,92 Mrd. € erhöhen. (APA)