



„Das vereinte Europa
ist und bleibt ein
weltweit einmaliges
Projekt der
gemeinsamen Werte
und des Friedens.“

Interview mit David McAllister
(Seite 8)

EDITORIAL

Seite 02

Abgrenzung versus Offenheit – Internationalität als Lösungsansatz
Von Florian Koenen

SOCIAL MEDIA-
RECRUITING

Seite 04

Trend der Zukunft oder doch schon ein alter Hut?
Bericht von: Susanne Gipp

NIEDERLANDE

Seite 12

Ökonomische Leistungsfähigkeit hinterm Deich
Bericht von: Dr. Achim Moraw



EDITORIAL

Abgrenzung versus Offenheit – Internationalität als Lösungsansatz

Ich heiße Sie herzlich willkommen zur letzten Ausgabe unseres TOPOS-Kundenmagazins im Jahr 2016! Das Jahresende nähert sich (für mich mal wieder überraschend) mit großen Schritten und so beginne auch ich beim Schreiben dieses Editorials bereits eine erste Bilanz zu ziehen. Was war gut in diesem Jahr? Was muss noch besser werden? Und vor Allem: worauf müssen wir uns für die Zukunft einstellen? Welche Faktoren werden die Wirtschaft im Allgemeinen und den HR-Bereich im Besonderen vor neue Herausforderungen stellen?

Wir haben uns daher in dieser Ausgabe einmal den Brexit aus der Vielzahl an Ereignissen herausgegriffen, da er sicherlich für Deutschland eine ganz besondere Bedeutung hat. Er beinhaltet viele Risiken und Unwägbarkeiten und wurde von einigen Analysten noch zu Beginn des Jahres für unmöglich gehalten. Andererseits spüren viele Branchen (und auch die Personalberater), dass der Weg in die Zukunft eigentlich nicht über Abschottung, sondern nur über das Aufheben von Grenzen, internationale Zusammenarbeit und Kooperation führen kann. Aber vielleicht ist es ja auch wie so oft? In jedem Risiko steckt auch wieder eine neue Chance. Die EU mag den Weckruf hören und wieder zu alter Stärke zurückfinden, auch wenn der Weg dorthin steinig ist. Hierüber und auch über die anderen Herausforderungen des Brexit konnten wir ein Interview mit David McAllister führen, der aufgrund seines eigenen Lebenslaufs und seines politischen Werdegangs sicherlich wie kaum ein Zweiter Zugang und Insiderinformationen

zu diesem Thema hat.

Neben diesem Meta-Thema sehen wir aber auch ganz konkrete Herausforderungen für das Recruiting der Zukunft, die zwar anders gelagert, aber nicht minder wichtig sind. Wir haben ja bereits in früheren Ausgaben beispielsweise über die besonderen Anforderungen des Social Media Recruitings geschrieben. Vielen mittelständischen Firmen fehlt es hier an Ressourcen, Detail-Know-how und Zeit, um sich mit diesem Thema intensiv zu beschäftigen. Gleichzeitig schwirrt dieses „Buzzword“ über viele Konferenzen und wird oft auch seitens Geschäftsführung vom HR-Bereich eingefordert. Wir stellen daher mit Joblisher.de einmal ganz pragmatisch eine Lösung vor, die in der Lage ist, schnelle und praxisnahe Lösungen für Unternehmen zu schaffen und das Social Media Recruiting z.B. für Spezialistenpositionen, Trainees und Berufseinsteiger stark zu vereinfachen.

Ein anderes konkretes Thema, welches auch 2017 weiter an Wichtigkeit gewinnen wird, ist die stetige Internationalisierung von Suchen nach Führungskräften und hochwertigen Experten. Sei es, dass Unternehmen im Ausland Standorte aufbauen wollen oder dass sich bestimmte Fähigkeiten auf dem leeren deutschen Arbeitsmarkt nicht mehr finden lassen. Gerade in letzterem Fall richtet sich der Blick in der Direktansprache immer mehr nach Außen und dabei natürlich ganz besonders auf die an Deutschland angrenzenden Länder, wo es sprachliche, ausbildungsseitige und kulturelle Nähe gibt. In unserer Serie, in der wir bereits

seit einiger Zeit unsere Partner im internationalen Executive-Search-Netzwerk IESF vorstellen, präsentieren wir Ihnen daher diesmal den Arbeitsmarkt in den Niederlanden. Dieser ist mittlerweile eine wichtige Quelle von hochqualifizierten Arbeitskräften und wird sicherlich weiter an Relevanz für Deutschland gewinnen.

Abschließend berichten wir dann noch in eigener Sache über unseren neuen Standort in Hannover, der mit Dr. Bernd Althusmann an der Spitze prominent besetzt ist. Bereits seit Juni stärkt er den Auftritt von TOPOS insbesondere in Niedersachsen und Bremen und steht für alle entsprechenden Themen jederzeit für Gespräche bereit.

Sie sehen also: weder in der Welt noch in der Personalberatung wird es in 2017 und darüber hinaus langweilig werden! Wir freuen uns darauf, mit unseren Klienten die Herausforderungen aktiv anzugehen und gemeinsam Lösungen zu finden. Bis es so weit ist, wünsche ich Ihnen viel Spaß mit unserem Magazin und gute Geschäfte!

TOPOS® 



SOCIAL MEDIA RECRUITING – TREND DER ZUKUNFT ODER DOCH SCHON WIEDER EIN ALTER HUT?

Social Media Recruiting ist wohl DAS Buzzword der letzten Jahre in der Personalwelt. Doch was steckt eigentlich dahinter und wie haben sich die deutschen Personalabteilungen auf diesen Trend eingestellt? Wenn Sie sich jetzt besorgt unter Ihrem Schreibtisch verstecken möchten, weil dieses Thema immer zu kurz kommt und in der Chefetage die Notwendigkeit noch nicht manifestiert werden konnte – keine Sorge, damit reihen Sie sich genau in die Aufstellung der meisten Unternehmen ein. Eine Studie* aus dem Jahr 2015 zu diesem Thema gibt sehr deutlich wieder, dass soziale Netzwerke wie Facebook, Twitter, Instagram & Co. in der Realität für das Recruiting nur wenig genutzt werden.

In den Business-Netzwerken wie Xing und LinkedIn sind Unternehmen jedoch schon deutlich präsenter vertreten und nutzen sie aktiver. Dennoch sind die klassischen Online-Jobportale und Karrierewebsites immer noch die am häufigsten genutzten Online-Kanäle zur Personalsuche.

Woran liegt's? Zeit? Geld? Fakt ist, die Präsenz in den sozialen Netzwerken kostet Zeit und somit Geld. Ein gut gepflegtes Unternehmensprofil hält die Follower immer auf dem neuesten Stand und gibt vor allem Einblicke in das Unternehmen. Kommunikationsfreudige Menschen möchten hierzu interagieren, mit dem Unternehmen auf Tuchfühlung gehen. Andere konsumieren über diesen Weg ausschließlich die angebotenen Informationen und machen sich ihr eigenes Bild über die Unternehmenskultur des potenziellen neuen Arbeitgebers. Und können diese hoffentlich positive Erfahrungen dann wiederum teilen. Manch einer, der eigentlich nur etwas über die Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens erfahren wollte, als er auf das entsprechende Profil surfte, wird möglicherweise überhaupt erst auf die Idee kommen, das Unternehmen auch als möglichen Arbeitgeber zu sehen, wenn er online auf entsprechende Ausschreibung in den sozialen Medien trifft. Über diesen Kanal können sich Unternehmen somit eine ungeahnt große Zielgruppe erschließen, die als Marken- und Arbeitgeber-Botschafter jeden Tag aufs Neue kostenfrei für ihr Unternehmen Marketing betreiben. Letztlich stimmt das aber so natürlich nicht, da diese Botschafter ja den Output des vorher in Social Media investierte Budget beschreiben. Dennoch lässt sich nicht von der Hand weisen, dass die Möglichkeiten vielfältig sind und man mit geschickten Maßnahmen auch mit einem kleinen Budget bereits gute Ergebnisse erzielen kann. Für die Zahlengetriebenen unter uns – laut Studie verfügen 54% der befragten Unternehmen über kein definiertes Budget für

Social Media Recruiting. Lediglich 3% der Teilnehmer stehen bereits mehr als 50.000,- € pro Jahr zur Verfügung. Einige wenige Unternehmen haben den Trend also bereits im Personalbereich etabliert. Andere legen sich aktuell noch die Karten, ob dieses „Social Media“ überhaupt zur Unternehmenskultur passt.

Social Media Recruiting gehört heute definitiv zur Positionierung der Arbeitgebermarke und ist ein wichtiges Instrument des Personalmarketings. Aktuell werden die Bedeutung und das Potenzial in der deutschen HR-Landschaft jedoch noch unterschätzt. Richtig ist, dass ein Unternehmen hierfür jemanden benötigt, der sich regelmäßig mit dem Thema Social Media beschäftigt und die gewählten Plattformen kontinuierlich bespielt. Für eine deutliche Verinfachung in der Veröffentlichung, Verteilung und Erfolgsmessung von Stellenanzeigen in sozialen Medien kann z.B. ein Multipostingtool wie joblisher genutzt werden. Mit wenigen Klicks verbreiten Sie hierüber Ihre Online-Stellenanzeige zusätzlich in den gewünschten sozialen Netzwerken, gewinnen neue Interessenten und halten somit Ihre Follower auf dem Laufenden. Die wiederum werden Ihre Stellenanzeigen an Freunde weiterempfehlen, wodurch sich die Zielgruppe eines Job-Posts noch weiter vergrößert. Gleichzeitig hat die HR-Abteilung die Chance, sich als Innovator im Unternehmen zu etablieren und mittels entsprechender Auswertungen eigene Kenntnisse darüber aufzubauen, wie und wo Social Media Recruiting für das eigene Unternehmen zum Erfolg führt. Die entsprechenden Statistiken lassen sich ideal intern reporten und bauen bei den operativ Verantwortlichen des Unternehmens ein besseres Verständnis für die Herausforderungen des modernen Recruitings auf.

Fazit: Ja, Social Media Recruiting bindet Kapazitäten. Aber die breite Zielgruppe der sozialen Netzwerke für sich zu nutzen, um die eigene Arbeitgebermarke

Social Media Recruiting gehört heute definitiv zur Positionierung der Arbeitgebermarke.

Susanne Gipp

noch besser zu positionieren und um in den direkten Kontakt mit den Kandidaten von Morgen zu treten. Die Diskussion ob Social Media wirklich notwendig ist, wird sich zukünftig nicht mehr stellen. Es ist eher die Frage, ob ein Unternehmen gewillt ist, Personal-

marketing zukunftsorientiert zu betreiben und da gehört Social Media bereits heute eindeutig dazu!

*Social Media Recruiting Studie 2015
online-recruiting.net

DEN IM SPIEGEL KENNE ICH NICHT!

In 25 Jahren Executive Search habe ich mehrere Tausend Interviews mit Kandidatinnen und Kandidaten unterschiedlichster Branchen, Ausbildungen, Funktionen und Hierarchiestufen geführt. Irgendwann während des jeweiligen Gespräches habe ich dann ganz offen und neugierig folgende Frage gestellt: „Beschreiben Sie sich doch mal. Was sind Sie denn so für ein Mensch?“

Nur einige, wenige Gesprächspartner waren in der Lage, ein wirklich differenziertes Eigenbild zu formulieren. Noch weniger hatten sich damit auseinandergesetzt, welches Fremdbild von ihnen existiert.

Gern gegebene Antworten – von fachlich durchaus sehr gut qualifizierten Gesprächspartnern mit beeindruckenden Lebensläufen – waren: „Meinen Sie beruflich oder privat?“, „Eine sehr gute Frage!“, „Da habe ich noch gar nicht drüber nachgedacht“ oder aber auch eine Aufzählung von einer Handvoll Adjektive, die als sozial erwünscht und karrierefördernd angesehen wurden.

Diese Antworten waren in großem Umfang von wenig Differenziertheit über mangelnde Reflexion bis hin zur Hilflosigkeit geprägt. Wobei Überschätzung der eigenen Person häufiger anzutreffen war als Unterschätzung. Dies wohl Ausdruck der Forderung unserer Gesellschaft zu marktschreierischer Eigendarstellung. Aber wie wollen diese Führungskräfte ihre Mitarbeiter einschätzen und führen, wenn sie sich über ihre urei-

gene Struktur nicht im Klaren sind?

Es war aber nicht so, dass die Mehrheit keine Vorstellung, Ahnung oder Gefühl dafür hatten, wie sie denn „ticken“. Es fehlte ihnen an einem Instrument und der Notwendigkeit, sich einer konkreten Selbstreflexion systematisch und pragmatisch zu nähern.

In der handwerklich soliden Menschenführung, aber auch in der Entwicklung der eigenen Karriere, ist es für eine verantwortungsvolle Führungskraft unabdingbar, ein klares Bild von der eigenen Persönlichkeitsstruktur, den Motiven und Verhaltensweisen zu haben. Dies ist eine wesentliche Voraussetzung dafür, zunächst die eigene Individualität und auch die Individualität von Mitarbeitern zu erkennen und zu managen.

Die zur Erfassung eines individuellen Verhaltensrepertoires notwendige professionelle Kenntnis beruht auf folgenden Grunderfordernissen:

- Schaffung einer theoretischen Basis - Kenntnisse über Gruppendynamik, Kommunikationswissenschaft, Motivpsychologie, Typenlehre etc.
- Planmäßige Fremdbeobachtung in vielen und unterschiedlichen Situationen
- Gezielte Selbstbeobachtung zur Ausschaltung bestimmter Störquellen.

Was also vielen Menschen fehlt, ist zunächst eine systematische Selbstreflexion vor dem Hintergrund

einer psychologischen Landkarte zur Verortung der eigenen Person und eine Sprache, ein System zur Beschreibung ihrer Persönlichkeitsfacetten.

Gerade im Umgang mit der Komplexität menschlichen Verhaltens gibt es keine schnellen Lösungen. Es bedarf schon einiger zielgerichteter Anstrengungen sich hier ein Grundwissen anzueignen und Fähigkeiten im Umgang damit kontinuierlich zu trainieren. Wer die Einschätzung von Menschen und die darauf basierende Kommunikation beherrschen will, kann diese Fähigkeit gezielt trainieren – wie eine Sportart.

Und gerade hier setzt ein zielgerichtetes Coaching an. Coaching ist kein Entertainment oder oberflächliches „Gut zureden“, sondern solide Wissensvermittlung und wiederholendes Einüben. Durch Wissen, Übung und Diskussion wird der Klient in die Lage versetzt, eigene, individuelle Lösungsansätze für die jeweilige Problemstellung zu entwickeln.

Führungskräfte, die diese Kunst beherrschen, werden heute und auch künftig auf dem Arbeitsmarkt gesucht und brauchen auch keine Angst davor zu haben, von Maschinen mit künstlicher Intelligenz ersetzt zu werden. Faktisches Expertenwissen ist schnell auszulagern, das Wissen um die komplexen Zusammenhänge menschlichen Verhaltens eher nicht.

Die so gewonnenen Erkenntnisse können Sie dann flexibel und vielfältig einsetzen, egal ob

- Sie erfolgreich kommunizieren,
- Sie wirksam überzeugen,
- Sie hohe Akzeptanz erzielen,
- Sie Ihre Ziele erreichen,
- Sie Konflikte lösen und Reibungsverluste reduzieren,
- Sie die richtigen Mitarbeiter auswählen und damit letztendlich Ihren persönlichen Erfolgsweg gestalten wollen!

Wie es schon eine vielzitierte Inschrift am Apollotempel von Delphi, als deren Urheber Chilon von Sparta, einer der „Sieben Weisen“, angesehen wird, sagt: Gnothi seauton („Erkenne dich selbst!“)

----- TOPOS-NEWTICKER -----

TOPOS BAUT NEUES COMPETENCE CENTER AUF

Die Niederlassung Hamburg hat sich mit Ihren Beratern Thomas Hölzchen und Thomas Wilde das Thema Corporate Security auf die Fahnen geschrieben. Speziell Positionen, die sich im Umfeld der Unternehmenssicherheit ansiedeln, werden durch die beiden Partner betreut.

HAMBURG VERSTÄRKT SICH MIT NEUER KOLLEGIN

In Hamburg können wir mit Barbara Bodenhausen eine erfahrene Beraterin begrüßen, die sich im Wesentlichen auf die Kundenbetreuung fokussieren wird.

NEUE TOPOS-STUDIE

Die TOPOS Personalberatung gibt in unregelmäßigen Abständen wissenschaftliche Studien zu aktuellen Themen des Personalwesens in Auftrag. Eine Zusammenfassung dieser Studien stellt sie ihren Geschäftspartnern kostenlos zur Verfügung. Falls Sie Interesse an der vollständigen Studie haben, oder auch künftig über aktuelle Entwicklungen im Management auf dem Laufenden gehalten werden möchten, schreiben Sie bitte eine E-Mail an info@topos-consult.de. Die neue Studie erscheint in Kürze und beschäftigt sich mit „transformationaler Führung in mittelständischen Unternehmen“. Auch wenn der Titel etwas sperrig klingt, so verbirgt sich dahinter doch ein bemerkenswerter Ansatz für KMU's gut qualifizierte Arbeitnehmer für sich zu gewinnen bzw. an sich zu binden. Seien Sie gespannt.



THOMAS WILDE



INTERVIEW MIT DAVID MCALLISTER:

„DAS **VEREINTE EUROPA** IST
UND BLEIBT EIN **WELTWEIT**
EINMALIGES PROJEKT
DER GEMEINSAMEN **WERTE** UND DES
FRIEDENS.“

Wie erleben Sie den Alltag in Brüssel? Viel Aufbruch und Begeisterung oder viel bürokratisches Klein/Klein?
In der Europäischen Union leben 500 Millionen Menschen. Sie ist der größte Binnenmarkt der Welt. Das erfordert einen erheblichen Aufwand. Trotzdem ist manche Kritik an zu viel unnötiger Bürokratie zutreffend. Die Initiative von Jean-Claude Juncker für eine bessere und effizientere Rechtssetzung

geht deshalb in die richtige Richtung. Europa darf sich nicht verzetteln, sondern muss sich auf die großen und wesentlichen Aufgaben konzentrieren, die gesamteuropäisch besser bewältigt werden können.

Sie haben sich entschlossen, Ihre politische Zukunft in Europa zu suchen. Warum?

Ich war sehr gerne Niedersächsischer Ministerpräsident. Aber alles hat seine Zeit. Das Europaparlament in Straßburg und Brüssel mit 751 Abgeordneten aus 28 Nationen und 24 Sprachen mit sehr unterschiedlichen politischen Haltungen ist faszinierend. Die politische Arbeit in Brüssel und Straßburg ist spannend und arbeitsintensiv. Die Themen sind unglaublich vielfältig.

Kann Europa als Idee heute noch begeistern?

Ja, natürlich! Das vereinte Europa ist und bleibt ein weltweit einmaliges Projekt der gemeinsamen Werte und des Friedens. Die anstehenden Herausforderungen einer sich immer stärker verzahnenden Welt werden wir nur gemeinsam bewältigen. Nur wenn wir Europäer mit einer Stimme sprechen, werden wir auch zukünftig weltweit gehört.

Sie haben sich gegen den Brexit stark gemacht. Nun ist er doch gekommen. Was waren aus Ihrer Sicht die Gründe und fühlt es sich für Sie wie eine Niederlage an?

Den Ausgang des Referendums habe ich sehr bedauert. Das ist ein sehr schwerer Rückschlag für die europäische Integration mit weitreichenden Konsequenzen. Gleichwohl gilt es, die demokratische Entscheidung einer knappen Mehrheit im Vereinigten Königreich zu akzeptieren, auch wenn ich sie für vollkommen falsch halte.

Die Brexit-Kampagne hat vor dem Referendum versprochen, dass man die EU unkompliziert verlassen kann, aber gleichzeitig vollen Zugang zum Binnenmarkt behält, die Arbeitnehmerfreizügigkeit erheblich

einschränken und die finanziellen Beiträge erheblich reduzieren kann. Das gleicht der Quadratur des Kreises. Gleichzeitig ist es den Vertretern der Remain-Kampagne ganz offensichtlich vor allem in England nicht gelungen, die Menschen von den Vorzügen einer britischen EU-Mitgliedschaft zu überzeugen.

Warum gibt es in Europa so viele separatistische Strömungen und wie soll man damit umgehen?

Unbestritten macht die EU derzeit bei nicht wenigen Menschen eine Vertrauenskrise durch. Das Vertrauen können wir zurückgewinnen, wenn wir besser erklären, was wir tun – und in Brüssel und Straßburg dann auch das tun, was wir angekündigt haben.

Wir alle sind gefordert, uns gegen den aufkommenden Nationalismus und Populismus zu stellen. Es gilt deutlich zu machen, wie wertvoll die europäische Einigung ist und welche konkreten Vorteile die EU im Lebensalltag eines jeden Bürgers bringt. Die europäischen Staaten sind im 21. Jahrhundert besser aufgestellt, wenn sie gemeinsam die großen Herausforderungen angehen.

**UNBESTRITTEN
MACHT DIE EU DERZEIT
BEI NICHT WENIGEN
MENSCHEN EINE
VERTRAUENSKRISE
DURCH.**

David McAllister

Wie geht es nach dem Brexit weiter? Business as usual?

Die EU zu verlassen, ist sicher ein historischer Einschnitt mit einer Fülle von Konsequenzen, die auch jetzt noch nicht vollständig überblickt werden können. Die verbleibenden 27 Mitgliedstaaten müssen jetzt auf der Basis der bestehenden Verträge europäische Politik besser machen. Es geht um Wachstum und Wettbewerbsfähigkeit, den Binnenmarkt zu vollenden, mehr Gemeinsamkeit in der Außen- und Sicherheitspolitik und bei der Bewältigung der Migrationskrise. Die großen Projekte der Juncker-Kommission, wie der digitale Binnenmarkt und die Energieunion, sollten weiter vorangebracht werden.

Ihre Schottischen Landsleute haben mit Mehrheit gegen den Brexit gestimmt. Werden sie jetzt aus dem UK austre-

ten und zur EU zurückkehren?

62 Prozent der Schotten haben am 23. Juni für den Verbleib in der EU gestimmt. Die Regierung in Edinburgh lotet gegenwärtig alle Möglichkeiten aus, wie Schottland auch künftig an die EU gebunden werden kann. Für First Minister Nicola Sturgeon ist ein neues Unabhängigkeitsreferendum die ultima ratio. Darum geht es jetzt aber nicht vorrangig. Entscheidend ist vielmehr, wie das eindeutige Votum der Schotten in den Verhandlungen berücksichtigt werden kann.

Wie sehen Sie die gesellschaftliche Entwicklung im Vereinigten Königreich? Sind dort Gräben entstanden und wie geht man damit um?

Das Vereinigte Königreich hat wohl selten eine so politisch turbulente Situation erlebt wie jetzt. Die britische Gesellschaft ist geografisch und nach Gene-

rationen gespalten. Der Zusammenhalt ist belastet. Die EU-Befürworter haben ihre Landsleute immer vor dem „Sprung ins Ungewisse“ gewarnt. Jetzt ist er da. Bisher scheint man in London nicht umfassend zu wissen, wie es weitergehen soll. Die neue britische Regierung hat bislang klar gemacht, dass es kein zweites Referendum geben wird, die offizielle Austrittserklärung gemäß Artikel 50 EU-Vertrag bis Ende März 2017 erfolgen soll sowie dass keine Vetorechte für die Parlamente in den Landesteilen Schottland, Nordirland und Wales vorgesehen sind.

Sie geben eine Vielzahl von Interviews. Welche Frage wurde Ihnen noch nie gestellt, obwohl Sie diese gerne einmal beantworten würden?

That's a good question and it's a difficult one to answer...



DAVID MCALLISTER MDEP, DR. BERND ALTHUSMANN,
WERNER MICHAEL BAHLSEN UND DR. VOLKER MÜLLER GEMEINSAM
AUF DEM SOMMERFEST DER NIEDERSÄCHSISCHEN WIRTSCHAFT

SEIT JUNI AUCH IN HANNOVER

Mitte des Jahres hat TOPOS am Standort Hannover sein insgesamt sechstes Büro eröffnet. Desessen Leiter wird Dr. Bernd Althusmann (49), der nach knapp drei Jahren als Leiter der Auslandsvertretung der Konrad-Adenauer-Stiftung für Namibia und Angola zum 1. Juni nach Deutschland zurückgekehrt ist. Althusmann hatte sich zuvor vor allem als CDU-Politiker einen Namen gemacht, zuletzt bis 2013 als niedersächsischer Kultusminister.

TOPOS-Geschäftsführer Stephan Löw freut sich doppelt: „Wir wollten schon lange einen zweiten norddeutschen Standort entwickeln, am liebsten

in der EXPO-Stadt Hannover. Dass wir dies nun mit Bernd Althusmann realisieren können, freut uns sehr.“

Mit dem neuen Standort in Hannover wird eine geografische Brücke nach West- und Süddeutschland gebaut, die dem umfassenden Beratungsansatz von TOPOS entspricht.



NIEDERLANDE

Im Jahr 2002 war die TOPOS Personalberatung eines der Gründungsmitglieder der International Executive Search Federation (IESF), einem internationalen Netzwerk von Personalberatungen mit heute mehr als 70 Niederlassungen in 30 Ländern. Seitdem sind wir in der Lage, unsere Kunden auch außerhalb Deutschlands bei der Suche und Gewinnung von Führungskräften und Fachspezialisten zu unterstützen. Gerade in Märkten, die vielleicht nicht so vertraut sind wie der jeweilige Heimatmarkt, ist der Beratungsbedarf noch größer als im Inland. Kunden mit diesem Bedürfnis wollen wir einen vertrauten Ansprechpartner bieten, der für einen weltweiten Service steht, der die gleichen Qualitätsstandards erfüllt, die die Unternehmen aus Deutschland gewohnt sind.

In unserem Kundenmagazin stellen wir in loser Reihenfolge unsere IESF-Partner in den verschiedenen Regionen der Welt und die von ihnen bearbeiteten Märkte vor. In dieser Ausgabe präsentieren wir unseren niederländischen Partner Van de Groep & Olsthoorn Consultants BV.

NIEDERLANDE: ÖKONOMISCHE LEISTUNGSFÄHIGKEIT HINTERM DEICH

VAN DE GROEP & OLSHOORN CONSULTANTS NIEDERLANDE AUF EINEN BLICK

Gegründet:
1979 von Wim van de Groep

Standort:
Utrecht

Geschäftsführer / Managing Director:
Gertjan van de Groep

Mitarbeiter:
10 Mitarbeiter, davon 6 Berater

Anzahl der Suchprojekte:
60 im Jahr 2015

Service:
Suche von Führungskräften
(Top- und Mittelmanagement)
sowie von Fachspezialisten und
Interim Management



Gertjan van de Groep
Managing Director

Die Niederlande sind bekannt als Land der Deiche, als das Land, das zu Teilen dem Meer abgerungen wurde, das so flach ist, dass Teile davon unter dem Meeresspiegel liegen, als das Land der Tulpen und der Windmühlen. Aber die Niederlande sind mehr. Sie sind auch eines der Gründungsmitglieder der EWG, aus der später die EU hervorging. Sie sind damit einer der Grundpfeiler der europäischen Einigung. Auch während der Turbulenzen der letzten Jahre im Rahmen der Euro-Krise, die einige der südlichen EU-Mitgliedsstaaten wie Griechenland, Spanien und Portugal sowie Irland in Bedrängnis brachten, standen die Niederlande stets für Stabilität, Solidität und wirtschaftliche Leistungsfähigkeit. Worauf gründet dieser Ruf und was kennzeichnet die niederländische Ökonomie?

Mit einer Fläche von 41.500 km² und einer Einwohnerzahl von knapp 17 Millionen, das entspricht in etwa einem Neuntel der Fläche und einem Fünftel der Einwohnerzahl der Bundesrepublik Deutschland, sind die Niederlande das am dichtesten besiedelte



DR. ACHIM MORAW

Land Europas. Mit einem Bruttoinlandsprodukt (BIP) von US\$ 752,5 Milliarden im Jahre 2015 liegt man nach den Angaben der Weltbank im weltweiten Ranking der Nationen auf Platz 17 noch vor der Türkei und der Schweiz. Beim BIP pro Kopf übertrafen die Niederlande im Jahr 2015 mit US\$ 43.603 klar die Bundesrepublik Deutschland mit US\$ 40.996. Was die wirtschaftliche Leistungsfähigkeit betrifft, gehören die Niederlande also eindeutig zu den führenden Nationen des Globus. Diese Tatsache spiegelt sich auch darin wieder, dass einige der in ihren jeweiligen Branchen führenden Unternehmen ihren Hauptsitz in den Niederlanden haben, wie zum Beispiel Royal Dutch Shell (Öl & Gas), ING Groep (Finanzdienstleistungen), Unilever (Nahrungsmittel), Lyondellbasell und Akzo Nobel (beide Chemie), Philips (Technologie), NXP Semiconductors (Halbleiter), Heineken (Getränke) und Randstad (Personaldienstleistungen).

Die geographische Lage der Niederlande im Zentrum Europas und ihre traditionell enge Anbindung an die europäischen und interkontinentalen Märkte bieten erhebliche Vorteile. Das Land ist eine logistische Drehscheibe für den europäischen und globalen Warenverkehr. Viele auf dem Seeweg angelieferte Waren werden über den Hafen Rotterdam (Güterumschlag 2015: 466 Millionen t) in das europäische Hinterland transportiert. 350 Millionen Konsumenten werden in Europa mit Waren des viertgrößten Hafens der Welt versorgt. Der Güterumschlag ist höher als an allen deutschen Seehäfen zusammen. Der Amsterdamer Flughafen Schiphol ist der fünftgrößte Flughafen Europas. Die Logistiksektoren in Deutschland und den Niederlanden sind auf das engste miteinander verflochten.

Die treibenden Säulen der niederländischen Wirtschaft sind die Sektoren Dienstleistung, Handel, Industrie und Landwirtschaft. Mit einem Anteil von fast 62 % des BIP bildet der Dienstleistungssektor, der zudem fast vier Fünftel aller Erwerbstätigen beschäftigt, den wichtigsten Bereich. Ihm folgen die Industrie mit rund 25 %, der Staat mit 11 % und schließlich Landwirtschaft und Fischerei mit einem Anteil von

etwas weniger als 2 % am BIP. Die Niederlande sind eine der größten Agrarexportnationen der Welt (momentan auf Platz 2 nach den USA). Der Agrarexport stieg im Jahr 2015 um fast 1 % auf € 82,4 Milliarden. Rund 56 % der Gesamtfläche der Niederlande wird landwirtschaftlich genutzt. Deutschland ist für den niederländischen Agrarsektor das wichtigste Abnehmerland. 25 % der Agrarprodukte gingen 2015 nach Deutschland, es wurden damit im Jahr 2015 Waren im Wert von € 20,9 Milliarden nach Deutschland exportiert.

Weitere Vorteile des Wirtschaftsstandortes Niederlande liegen in seiner leistungsfähigen Infrastruktur, den unternehmerfreundlichen Genehmigungsverfahren und günstigen rechtlichen Rahmenbedingungen, vor allem bezüglich der aufgeschlossenen Steuergesetzgebung gegenüber ausländischen Unternehmen. Darüber hinaus punkten die Niederlande mit einer herausragenden Logistik, kostengünstigen gewerblichen Immobilien und hochqualifizierten, mehrsprachigen und flexiblen Arbeitskräften. Das Bruttogehaltsniveau liegt nach wie vor unter dem deutschen. Im „Global Competitiveness Report“ des Weltwirtschaftsforums (WEF) von 2014/15 liegen die Niederlande auf dem achten Platz.

Deutschland ist schon seit Jahren mit Abstand der wichtigste Handelspartner der Niederlande, sowohl was Import, als auch Export betrifft. Laut dem Auswärtigen Amt sind weltweit lediglich die wirtschaftlichen Verbindungen zwischen den USA und Kanada intensiver als diejenigen zwischen Deutschland und den Niederlanden. Das Handelsvolumen zwischen beiden Ländern ist mit etwa € 167 Milliarden in 2015 eines der größten weltweit. Die Gründe dafür sind nicht zuletzt die geographische Nähe und die Größe des deutschen Marktes. Die Niederlande belegen derzeit nach China Platz 2 der wichtigsten Lieferländer Deutschlands und sind nach den USA, Frankreich und Großbritannien das viertwichtigste Abnehmerland deutscher Waren. Umgekehrt aus Sicht der Niederlande ist Deutschland mit Abstand sowohl der wichtigste Importeur als auch der größte

Exportmarkt. In 2015 kamen 17,2 % aller Importe aus Deutschland, es folgten mit Abstand China mit einem Anteil von 9,1 % und die USA mit 8,7 %. Beim Export ist das Übergewicht Deutschlands noch größer. 23,2 % aller exportierten Waren der Niederlande gehen nach Deutschland, danach folgen Belgien mit 10,4 % und Großbritannien mit 8,9 %.

In dem aus deutscher Sicht so bedeutsamen niederländischen Markt hat IESF 2015 einen neuen Executive Search Partner gewinnen können: Van de Groep & Olsthoorn Consultants BV. „Finding Excellence“ so lautet das Motto unseres neuen Partners aus Soesterberg bei Utrecht. Diesem Ziel fühlt man sich seit der Gründung des Unternehmens im Jahre 1979 verpflichtet. Der Gründer Wim van de Groep startete die Firma in den frühen Tagen des Headhuntings als One-Man-Show. Von Beginn an ging es ihm darum, Top-Talente für seine Auftraggeber zu identifizieren und zu gewinnen.

Heute genießt Wim van de Groep seinen wohlverdienten Ruhestand und die von ihm gegründete Beratungsgesellschaft wird von seinem Sohn Gertjan van de Groep geführt, der 1997 in das Unternehmen seines Vaters eintrat und 2007 dessen Führung übernahm. Van de Groep & Olsthoorn ist inzwischen zu einer der mittelgroßen Personalberatungen mit 6 Senior Consultants herangewachsen. Im niederländischen Markt wird man aufgrund der Expertise bei der Besetzung von Top- und Mittelmanagement-Positionen als auch von Fachspezialistenfunktionen geschätzt. Den Kundenschwerpunkt bilden Unternehmen der produzierenden Industrie sowie der Technologie- und Logistikbranche. In diesen Segmenten ist man bestens vernetzt und mit dem Pool der potenziellen Kandidaten vertraut.

Eines hat sich gegenüber den Anfangstagen jedoch nicht geändert: „Finding Excellence“ steht weiterhin im Mittelpunkt. Das gilt nicht nur für die Qualität der präsentierten Kandidaten, sondern auch für die Qualität des gesamten Prozesses. Dies findet seinen Niederschlag in den über die gesamte Prozesskette

erzielten Ergebnissen. 7 Wochen nach Start eines Suchprojekts präsentiert Van de Groep & Olsthoorn in der Regel die Shortlist und bereits nach etwa 15 Wochen wird das Projekt mit der Platzierung eines Kandidaten abgeschlossen. Von den insgesamt 60 Suchprojekten im Jahr 2015 wurden 58 erfolgreich zu Ende geführt, was einer Erfolgsquote von 97 % entspricht. 70 % aller Suchprojekte erfolgen mit Kunden die mindestens zum zweiten Male mit Van de Groep & Olsthoorn zusammenarbeiten. Regelmäßige Kundenbefragungen bestätigen die hohe Wertschätzung durch die Kunden. Gelobt werden „die ausgezeichneten Ergebnisse und die angenehme Zusammenarbeit“, „schnelle Reaktionszeiten“ sowie die „100-prozentige Einhaltung von Zusagen“.

Um in Zukunft die eigenen Klienten noch besser bei internationalen Suchprojekten unterstützen zu können, hat sich Van de Groep & Olsthoorn 2015 der International Executive Search Federation (IESF), einem der führenden internationalen Personalberatungsnetzwerke, angeschlossen. Schon seit langem unterstützt man internationale Kunden bei der Gewinnung von Führungskräften für deren niederländische Aktivitäten. In diesem Zusammenhang kann man auf umfangreiche Erfahrungen in der Zusammenarbeit mit deutschen Unternehmen zurückblicken.

Deutsche unterschätzen häufig die kulturellen Un-

terschiede zwischen Deutschland und den Niederlanden. „Wer das Gespräch mit seinem niederländischen Gesprächspartner einfach auf Deutsch beginnt, sein Gegenüber unterschätzt und meint, mit Titeln und persönlichen Errungenschaften um sich werfen zu müssen, hinterlässt bei seinen niederländischen Geschäftspartnern keinen guten Eindruck“, betont Gertjan van de Groep. Die meisten Niederländer sind längst nicht so vertraut mit der deutschen Sprache und bewerten die gegenteiligen Erwartungen ihres deutschen Gegenübers häufig als „typisch deutsche“ Überheblichkeit. In den Niederlanden ist es außerdem nicht üblich, mit Titeln um sich zu werfen. Auch das offensive Vorzeigen von Statussymbolen und der ausführliche Bericht über die eigene Expertise und die großartigen eigenen Erfolge lässt einen in den Niederlanden schnell als Wichtigtuer dastehen. Deutsche verkennen häufig auch die Bedeutung des Duzens in den Niederlanden. Arbeitskollegen duzen sich meist und auch bei Geschäftspartnern ist das in der Regel schon nach der ersten oder zweiten Begegnung der Fall. Deutsche denken dann oft irrtümlich, sie hätten eine persönliche Beziehung oder gar Freundschaft aufgebaut. Neben den kulturellen Unterschieden gibt es auch viele Ähnlichkeiten zwischen Deutschen und Niederländern. Beide kommen bei Diskussionen gerne schnell und direkt zur Sache und gelten als verlässlich.



IMPRESSUM

Herausgeber:

TOPOS Personalberatung GmbH

V. i. S. d. P.:

Thomas Wilde

Layout:

www.kanebley.de

Bildnachweis:

© Rawpixel.com, JEGAS RA, Rawpixel.com,
M.V. Photography / fotolia.com

Auflage:

2.500

Kontakt:

Hans-Henny-Jahnn-Weg 35, 22085 Hamburg,
Tel.: +49 (0)40 278499-60, Fax: +49 (0)40 278499-99
wilde@topos-consult.de, www.topos-consult.de

TOPOS ●

Hamburg (Head Office)

Hans-Henny-Jahnn-Weg 35
22085 Hamburg
Tel.: +49 (0)40 278499-0
Fax: +49 (0)40 278499-99
E-Mail: hamburg@topos-consult.de

Hannover

Bahnhofstrasse 8
30159 Hannover
Tel: +49 (0)511 93639-454
Fax: +49 (0)511 93639-300
E-Mail: hannover@topos-consult.de

Frankfurt

Bockenheimer Landstraße 17-19
60325 Frankfurt a.M.
Tel.: +49 (0)69 710455-528
Fax: +49 (0)69 710455-450
E-Mail: frankfurt@topos-consult.de

München

Gottfried-Keller-Str. 20
81245 München
Tel.: +49 (0)89 452237-800
Fax: +49 (0)89 452237-829
E-Mail: muenchen@topos-consult.de

Nürnberg

Theodorstraße 9
90489 Nürnberg
Tel.: +49 (0)911 9996994-0
Fax: +49 (0)911 9996994-44
E-Mail: nuernberg@topos-consult.de

Stuttgart

Kreuznacher Straße 60 (Cannstatter Carré)
70372 Stuttgart
Tel.: +49 (0)711 954654-0
Fax: +49 (0)711 954654-6
E-Mail: stuttgart@topos-consult.de