

TVjournal

Das Magazin der Tina Voß GmbH für Kunden und Mitarbeiter



Active Sourcing –
dann klappt es auch
mit den IT-Mitarbeitern



Liebe Leserinnen und Leser,

als Tina mich gefragt hat, ob ich ein Vorwort für dieses Magazin mit einem Ausblick auf ein digitales 2022 schreiben sollte, habe ich spontan zugesagt. "Zum Glück kein Rückblick" habe ich pandemisch verstrahlt (und unbegründet) kurz gedacht. In meinen Vorträgen rede ich gerne davon, dass in uns allen Raketenforscher:innen stecken. Und diese Bereitschaft wird in diesem Jahr auch an vielen Stellen gefragt sein. Zwei Beispiele gefällig?

Big Data und künstliche Intelligenz sind bei nahezu all meinen Kunden ein Thema. Aus einem Buzzword haben sich dort Initiativen gebildet, Prozesse sind erkannt und bewertet worden und es entstehen an vielen Stellen Fortbildungsbedarfe. Doch Achtung: Technologie bietet uns hierfür nur die Basis. Gefragt sind aber vielmehr die Idee, die Motivation und die Kreativität. Für was wollen wir diese Technologien nutzen?

Meta – auch dieses Stichwort überlagerte die letzten Monate. Facebook nennt sich jetzt sogar so, arbeitet an digitalen Avataren und auch Microsoft sieht in dieser Technologie seine Zukunft. Meine Empfehlung an alle Raketenforscher:innen: verfolgt diese Entwicklungen und leitet daraus Erkenntnisse für Euer Geschäft ab.

Bleibt dran, wach und interessiert. Veränderungen werden uns stets begleiten und es kommt darauf an, dass wir Technologie und deren Nutzen für unser tägliches Tun verstehen und mit diesem Verständnis spannende Gamechanger sichern.

Euer

Christian Bredlow

Geschäftsführender Lotse der Digital Mindset GmbH



Inhalt

Vorwort

Neue Technologien als Basis für neue Ideen 2

TV Titel

Wir verbinden Menschen 3

In jedem IT-ler steckt auch ein Mensch 4

Kundenportrait: Delticom AG 6

Erfolgreiche IT-Vermittlung: André Bartnik 7

Fachthema Personal: Typisch IT-ler? 8

TV Aktuell

Nächste Stufe gezündet 2

Start-up: Blumixx 9

maesh: Stoff für Perspektiven 10

Wie wird man eigentlich: Business-Futurist? 12

Femotion Radio: Der erste Radiosender für Frauen 13

TV Intern

Motto-Mittwoch gegen Corona-Blues 14

5 Fragen an: Kirstin Witte 15

Neue Vertriebsleitung: Katharina Heinemann 15

Nächste Stufe gezündet

In der Unternehmensführung ist nicht nur die Gründung und der Aufbau einer Firma eine spannende Zeit, sondern auch das Loslassen, selbst wenn es nur teilweise ist. So manche Firma scheitert an der geordneten, langfristig geplanten Übergabe an einen Nachfolger (m/w/d).

Aus meiner Sicht gehört aber nicht nur die Übertragung von Verantwortung dazu, sondern in einem späteren Schritt auch der Verkauf von Anteilen an der eigenen Firma. Ich hatte viel Glück, da ich die geeignete Nachfolgerin schon viele Jahre in der Firma hatte, und wir das Teilen von Verantwortung länger üben durften. So konnte jede von uns in ihre neue Rolle finden. Eine ist auf Zukunft ausgerichtet und die andere hat den Job als Seniorchefin und Mentorin.

Vor drei Jahren hat Julia Wohlfeld bereits die operative Geschäftsführung übernommen und nun auch 20 % der GmbH-Anteile erworben. So habe ich nach genau 25 Jahren nicht nur eine Kollegin in der Geschäftsführung, sondern auch jemand, mit dem ich Gesellschafterversammlungen machen darf. Das war vorher für mich immer eine sehr einsame Veranstaltung.

Liebe Julia, herzlichen Glückwunsch zu 20 % des Ganzen.
Auf eine spannende Zukunft!





Wir verbinden Menschen

Für den Start unserer IT-Abteilung müssen wir mindestens 17 Jahre zurückreisen. Im Jahr 2005 war Google schon am deutschsprachigen Markt aktiv, aber ein iPhone und die alles verändernde mobile Suche nach Inhalten im Web kannte noch niemand.

Der Trend zu immer mehr IT nahm Fahrt auf und wir fanden seinerzeit, dass es wichtig wäre, entsprechend qualifizierte Mitarbeiter in Zeitarbeit für Kunden zu finden.

Zum Glück saß damals in einer Vorstellungsrunde eine Kollegin, die bei uns eine IT-Abteilung für Zeitarbeit aufbauen wollte und langjährige Erfahrung in und mit Systemhäusern mitbrachte. Sie hat diese Abteilung über zehn Jahre erfolgreich geleitet.

Unseren IT-Bereich haben wir heute noch. Der wird mittlerweile von zwei Kollegen betreut, aber die Arbeit hat sich komplett gewandelt. Andrea Häusler und Mark Hornig agieren im Gegensatz zu früher sehr aktiv am Markt und suchen für unsere Kundenanfragen, die überwiegend in Personalvermittlung reinkommen, die passenden Bewerber auf allen Portalen, wo sich ITler gerne tummeln.

Eingehende Bewerbungen sichten, eine Vorauswahl treffen und dem Kunden dann vier bis fünf geeignete Kandidaten vorschlagen war einmal. Ein Kandidat/eine Kandidatin mit guten IT-Kenntnissen muss sich nirgendwo mehr bewerben, sondern nur in einschlägigen Netzwerken sichtbar sein. Alles andere passiert quasi von alleine.

Wir werden gezielt aktiv und streuen die Kundenanfragen in unserem IT-Netzwerk, das sich die Kollegen über ihre langjährige Arbeit aufgebaut haben. So können wir oftmals Jobs besetzen, bei denen unsere Kunden mit eigenen Stellenanzeigen wenig Erfolg hatten. Die Art und Weise des Suchens und Findens hat sich zwar verändert, aber in den allermeisten Fällen haben wir uns so angepasst, dass wir auch heute noch den passgenauen neuen Mitarbeiter aufspüren.

Sie haben Fragen zur Personalvermittlung im IT-Bereich?

Kontaktieren Sie unsere Experten:

andrea-haeusler@tina-voss.de oder mark-hornig@tina-voss.de

In jedem IT-ler steckt auch ein Mensch

Das IT-Kundenmanagement wird bei Tina Voß von Andrea Häusler und Mark Hornig betreut. Sie bezeichnen sich gegenseitig als der Rationale und die Emotionale. Beide machen im Prinzip die gleiche Arbeit, sie aber „in hübsch“, sagt Mark. Wie meint er das?

Also Mark, wie meinst Du das mit dem „hübsch“?

Mark (lacht): Andrea geht auf unsere Kandidaten anders zu als ich. Während ich Stellen und Bewerber fachlich ganz gut einschätzen kann, ist Andrea sofort emotional dabei, legt ganz viel Herz in die Gespräche und überhaupt in die Vermittlungen. Man hat den Eindruck: Viele IT-ler erleben das zum ersten Mal, sind erst überrascht und dann positiv beeindruckt. Auf jeden Fall ist das ein Teil unseres Erfolgs.

Andrea: Als ich hier angefangen habe, war mir schnell klar: Nur mit einer Stellenausschreibung kommen wir nicht weit. IT-ler wollen wie ein Partner geschätzt werden. So ein Gespräch, das muss ein bisschen so sein, als ob man eine Seele streichelt.

Mark: Als sie ins Team kam, hatten wir einen Fall, dass einer meiner Kunden Kontakt mit Andrea hatte und sie die Vermittlung einer Kandidatin dann recht schnell eingetütet hat. Das war ihr Start bei uns. Ich merkte, dass Andrea anders funktioniert als Eins und Null. Und ich dachte mir: Ah, so macht man das.

Andrea: Wir ergänzen uns einfach sehr gut.

Wie kam es dazu, dass ihr beide den IT-Bereich betreut?

Mark: Den Bereich gibt es bei Tina ja schon seit 2005. Als ich dann vor über fünf Jahren in die Firma kam, hielt man es für eine gute Idee, jemanden die Betreuung der IT zu überlassen, der mit einer eigenen IT-Historie aufwarten kann. Ich bin gelernter Elektromechaniker, aber bereits mit 14 habe ich mein gesamtes Konfirmationsgeld in der Langen Laube auf den Kopf gehauen – damals gab es da haufenweise Computerläden. 1.400 D-Mark für einen PC 386 SX 33 mit Turbotaste. Nach der Bundeswehrzeit habe ich mich selbstständig gemacht und Firmenkunden betreut, später dann in einem IT-Systemhaus gearbeitet. Das Thema zieht sich durch mein ganzes Leben. Ich habe hier meinen Traumjob gefunden.

Andrea: Ich bin ja erst ein Jahr dabei, war vorher im Recruiting eines mittelständischen IT-Unternehmens. Eine Eigenschaft von mir: Ich möchte alles wissen. Also habe ich jeden zweiten Tag in der IT-Abteilung gesessen und den Fachbereich mit Fragen gelöchert. Anfangs fand ich den Markt der IT nur herausfordernd, jetzt ist es mir eine echte Herzensangelegenheit geworden.

Mark: Als ich das noch mehr oder weniger alleine gemacht habe, fand ich die Ergebnisse nicht zufriedenstellend. Es war klar, dass ich Verstärkung brauche. Mit Andrea kam dann Struktur in die kleine Abteilung, seitdem stellen wir uns strategisch auf.

Andrea: Ich habe gesehen, dass ein IT-Bewerbermarkt praktisch nicht vorhanden war. Da kommen nicht 15 Bewerbungen am Tag rein. Also mussten wir ein bisschen vertrieblicher denken. Da geht es um die Ansprache. Wenn wir uns gut verkaufen, dann kommen auch die Kandidaten, da war ich mir sicher.

”

Wir bringen die richtigen Menschen zusammen.
Wir sind so ein bisschen ein Parship für IT-ler.

Was könnt ihr, was ein Unternehmen auf Personalsuche nicht kann?

Mark: Wir machen eine entscheidende Sache mehr – wir gehen auf die IT-ler zu. Ein Unternehmen stellt nach einem Jahr zumeist passiver Suche fest, da tut sich nichts und gibt auf. Aber wir kennen den Markt, und wir identifizieren die Kandidaten.

Andrea: IT-ler müssen nicht nach Jobs suchen, sie müssen auf den entsprechenden Plattformen nur sichtbar sein. Viele bekommen ständig Stellenangebote. Wenn wir da erfolgreich sein wollen, dann müssen wir anders sein.

Anders, in welcher Hinsicht?

Andrea: Wenn wir sie anschreiben, dann nicht mit Copy-Paste-Texten, sondern mit individuellen, nahbaren Texten, in die wir viel Herz legen.

Da ist eine ganze Menge Bauchgefühl dabei. Das ist anders, sticht heraus und lässt viele Bewerber aufhören.

Mark: Seit Andrea da ist, gucken wir nicht nur auf das Fachliche, wir gucken verstärkt auch aufs Menschliche. Nur wenn beides passt, ist allen Seiten geholfen.

Andrea: Genau, wir bringen die richtigen Menschen zusammen. Wir sind so ein bisschen ein Parship für IT-ler (lacht). Und selbst wenn wir mit einer Vermittlung nicht erfolgreich sind, hat es immer Spaß gemacht und die Kandidaten behalten uns im Hinterkopf. Nicht selten kommen sie dann wieder auf uns zu.

”

Am liebsten arbeiten wir mit Kunden, von denen wir wissen, die wollen Talente entwickeln. Das macht richtig Spaß.

Woran scheitert eine Vermittlung?

Mark: Das kann natürlich eine Reihe von Gründen haben. Aber immer wieder kommt es vor, dass die Kunden zu langsam reagieren. Das Angebot liegt auf dem Tisch, alles passt aus unserer Sicht, aber nach fünf Tagen kann der Kandidat weg sein. Das Business ist extrem schnelllebig.

Macht ihr eher Zeitarbeit oder Personalvermittlung?

Andrea: Zeitarbeit spielt bei Bewerbern aus der IT kaum eine Rolle, da sagen wir Anfragen auch schon mal ab. Wir konzentrieren uns auf Personalvermittlung, wir wollen Menschen dauerhaft zusammenbringen.

Mark: Am liebsten arbeiten wir mit Kunden, von denen wir wissen, die wollen Talente entwickeln. Das macht richtig Spaß.

Wo seid ihr vor allem aktiv?

Andrea: Primär in Hannover und in der Region. Wir schauen mittlerweile aber auch darüber hinaus.

Mark: Wenn man wie wir hauptsächlich in der Region Hannover vermittelt, dann schwingt da für uns und speziell für mich auch eine gewisse Verantwortung mit. Die IT in Hannover, das ist ein Dorf. Da kennt jeder jeden. Und wenn ich einem Bewerber einen neuen Job besorge, dann muss ich überzeugt davon sein. Der Kandidat und ich müssen uns auch noch in zehn Jahren in die Augen gucken können. Wir haben jetzt auch einen ersten Großkunden deutschlandweit, das sollte unsere Perspektive sein.

Was glaubt ihr, wie sieht die Zukunft in eurem Job aus?

Andrea: Der Markt wird noch größer, es wird noch schneller. Und auf diesem Markt, vor allem in der Personalvermittlung, wollen wir präsent sein! Alle IT-ler und auch die Kunden sollen wissen: Wir haben das Know-how, das Herz und den Spirit.

Mark: Wir haben vielleicht nicht die Schlagzahl an Vermittlungen wie im kaufmännischen Bereich, aber wir können uns über mangelnde Arbeit wahrlich nicht beschweren.

”

Alle IT-ler und auch die Kunden sollen wissen: Wir haben das Know-how, das Herz und den Spirit.



Dreamteam:
Andrea Häusler und Mark Hornig



Der Reifen-Riese aus Hannover

Mit der Marke ReifenDirekt ist die Delticom AG Europas größter Online-Reifenhändler. Das Unternehmen betreibt weltweit über 350 Onlineshops für Endkunden. Delticom war 1999 einer der ersten Händler, der sich zugetraut hat, Reifen online zu verkaufen. Ge-gründet von den beiden ehemaligen Conti-Managern Rainer Binder und Andreas Prüfer, hat die Delticom inzwischen über 600 Marken und mehr als 40.000 Reifenmodelle im Angebot, über die Onlinevertriebsplattformen werden mehr als 16 Millionen Kunden betreut, die aus rund 38.000 Werkstattpartnern wählen können. Heute ist Delticom Marktführer im europäischen Onlinereifenhandel. Ein Teil der Erfolgsformel: „Die Delticom erfindet sich immer wieder neu.“

Das sagt Kerstin Krause, Personalleiterin bei Delticom. Sie gehört seit 2014 zum Unternehmen und begleitet die dynamischen Prozesse des Reifen-Riesens auf der Personalseite. Rund 180 Mitarbeiter steuern die weltweiten Geschäfte aus der Firmenzentrale in Hannover. Ein nicht unbeträchtlicher Teil der Belegschaft kümmert sich um den IT-Bereich, um den Aufbau und Betrieb der Onlineshops. „Wir wollen immer dem aktuellen Anspruch an Moderne und Zeitgeist gerecht werden, deshalb wird bei uns intern regelmäßig an Strukturen und Prozessen gearbeitet. Wenn wir zum Beispiel eine neue Programmiersprache nutzen – Java statt Perl – oder sich das Marketing neu aufstellt oder neue Shops angebunden werden sollen, wir Bezahlfunktionen anpassen und diese dann wieder an unsere Geschäftsprozesse anbinden, immer dann lastet ein großer Teil der Arbeitsaufgaben typischerweise auf der IT-Abteilung“, sagt Kerstin Krause.

Für so viele IT-basierte Prozesse bedarf es vieler qualifizierter Fachleute. Delticom schule kontinuierlich das eigene Personal, bilde unter anderem auch Fachinformatiker aus und arbeite auf der Suche nach den IT-Experten von morgen mit Universitäten zusammen. Aber man habe gezielt den Bewerber-Markt im Auge, so die Personalchefin. Krause kennt die Tina Voß GmbH noch von ihrem vorherigen Arbeitgeber, und schon seinerzeit hat sie gern mit dem Büro am Tintengraben zusammengearbeitet. „Damals waren wir eher auf der Suche nach kaufmännischem Personal, aber auch Lagerfachkräfte hatten wir dann und

wann auf der Liste. Tina Voß hat immer charmante Lösungen gefunden. Direkte Ansprechpartner, ein offener Austausch, Diskretion und auch damals schon ein gutes Matching – das hat mir gefallen“, beschreibt die gebürtige Sächsin aus ihrer Sicht die positiven Seiten der Geschäftsbeziehung.

Daran habe sich bis heute nichts geändert. „Man hat das Gefühl, dass dort Leute im Team arbeiten, die die richtigen Fragen stellen und ein Händchen für Vermittlungen haben. Außerdem habe ich sehr gute Erfahrungen mit der gezielten Vernetzung der Vermittler von Tina Voß mit Ansprechpartnern unserer Fachabteilungen gemacht. Da treffen Experten auf Experten. Das zeichnet die Qualität der Zusammenarbeit aus.“

Über André Bartnik, einem der jüngsten Vermittlungen über Tina Voß, findet Kerstin Krause nur lobende Worte. Bartnik zunächst zeitweise zu beschäftigen, habe laut Krause nie zur Debatte gestanden: „Überlassungen spielen bei uns ohnehin eine geringe Rolle, vor allem in der Besetzung längerfristig angelegter Vakanzen. Wir wollen die Menschen dauerhaft von uns und unserer Arbeit überzeugen. So viel Selbstvertrauen haben wir.“





André Bartnik (43) ist seit September 2021 IT-Supporter und Systemadministrator bei der Delticom AG, von uns vermittelt. Ein Gespräch über Erwartungen und Erfahrungen.

„Ich kann mich in Anwender reinversetzen“

Herr Bartnik, was machen Sie in Ihrem neuen Job?

Ich bin so eine Art IT-Mädchen für alles. Dazu gehören Erstinstallationen für neues Personal, Sondersoftwareinstallationen, das Einrichten von Mobilgeräten und die Verwaltung von Nutzerdaten. Das ist Anwenderbetreuung, ich mache den Job unglaublich gerne. Ich kann mich in Anwender reinversetzen. Es gibt für mich auch keine schlimmen User. Mir macht das Helfen Spaß.

Welche Erwartungen hatten Sie an Ihre Tätigkeit bei der Delticom?

Zwei: Zum einen musste es unbedingt ein Job im Support sein. Nicht im Einkauf, das kenne ich aus der Vergangenheit, kann ich bei Bedarf, aber ich wollte Menschen helfen. Und dann sollte es menschlich passen. Hier hatte ich sofort ein klasse Verhältnis zu den Kollegen. Nach einem Tag war für mich klar: Das ist es.

Wie sind Sie zur IT gekommen?

Ich beschäftige mich seit 1987 mit Computern. Wobei mein Werdegang eher keine klassische IT-Karriere ist. Das begann bei mir mit einer Ausbildung zum Industriemechaniker, später dann wurde ich Fluggerätme-

chaniker-Meister. Ich war zwölf Jahre bei der Bundeswehr, gegen Ende als Abteilungsleiter in der Betriebssteuerung. Den Dienst verlassen habe ich 2011 als Betriebswirt mit Schwerpunkt Controlling. Anschließend habe ich ganz bewusst Jobs über Zeitarbeit gesucht, um mich selbst auszuprobieren und möglichst viele Aspekte der Wirtschaft kennenzulernen. Vielleicht ist das der Grund, warum ich mich heute so gut in Mitarbeiter reinversetzen kann.

Computer waren immer Teil Ihrer Arbeit, richtig?

Genau. Unterschiedliche Jobs, unterschiedliche Branchen, aber IT war immer Teil der Stellenbeschreibung.

Wie würden Sie die Zusammenarbeit mit uns beschreiben?

Da ist man zu jedem Zeitpunkt der Vermittlung ein Mensch und keine Nummer. Man hat immer das gute Gefühl: Die sind mit Herzblut dabei. Als Kandidat war ich permanent in den Prozess eingebunden und über die nächsten Schritte stets im Vorfeld informiert. Aus meiner langjährigen Erfahrung kann ich sagen: Das ist nicht bei allen Personalvermittlungen so.



vorgestellt von

Dr. Melanie Cordini

systemischer Management Coach
Expertin für Führung und
Kommunikation
www.fuehrunggeber.de

Kontakt: cordini@fuehrunggeber.de



Typisch IT-ler: Was ist dran an Stereotypen?

Der Informatiker lebt in seiner eigenen Welt, redet kaum, legt keinen Wert auf Äußeres, hat keine Freunde, isst Fastfood, wohnt im Keller und zockt. Sein Bewegungsradius erstreckt sich etwa zwei Meter um sein digitales Endgerät. Ansonsten ist ihm die analoge Welt relativ egal. „Das würde Brehms Tierleben über meine Spezies schieben“, sagt Bernd (Informatiker). „Wie kann man einen extrovertierten Informatiker von einem Introvertierten unterscheiden? Der Extrovertierte schaut Dir auf die Füße.“ Bernd grinst, während er mir direkt in die Augen schaut. „So läuft es mit den Vorurteilen.“ Zur Faktenrecherche begeben wir uns jetzt in Bernds Zuhause – das Internet.

Das Netz führt mich als erstes zu diversen lustigen Schlagwörtern, dann auf eine Witzeseite. Alles Schublade oder ist doch was dran? Ich schaue mal auf etwas seriösere Stimmen im Netz und finde Forschungsergebnisse von Partneragenturen, Akademikerbörsen und Unternehmensberatungen.

Informatiker? Schwer vermittelbare, introvertierte Techniker. Die Datingplattformen Elite Partner (Erhebung mit der Uni Bremen) und Parship (Auswertung von 8.200 Infos ihrer Datenbank) haben sich bereits ausführlich mit den ITlern beschäftigt. Sie zeichnen das Bild einer wenig an finanziellem Status interessierten hardrockliebenden, internetsurfenden Berufsgruppe, die in der Kommunikation eher zurückhaltend sei, aber ansonsten zuverlässig und pragmatisch. Die Jobplattform Absolventa beschreibt ITler als kleine Teams und schnelle Entscheidungswege liebend, denen Werte über Karriere gehen. Ein Beratungsunternehmen warnt davor, ITler in den Vertrieb zu nehmen mangels ausreichenden Einfühlungsvermögens und kommunikativer Fähigkeiten. Ist da was dran?

Das Informatik Studium...

...hat einen hohen wissenschaftlichen Anspruch. Ohne die Fähigkeit zu genauer Beobachtung und Analyse wird es schwierig. Informati-

ker sind quasi Architekten und Konstrukteure in einem. Ohne Kreativität geht da genauso wenig wie ohne Mathe und Logik. Das ist nichts für Freigeister oder Ungeduldige, die bei langer Tüftelei an kniffligen Problemen die Lust verlieren. Auch nicht für eloquente Vertriebler, die lieber mit Worten überzeugen. Ein guter Informatiker liebt seinen Rechner, denn er weiß nie, wie lange es ihn heute an den Bildschirm fesseln wird, bis alles funktioniert. Natürlich macht es ihm nichts aus, mal länger vor dem PC zu sitzen, sonst hätte er sein Studium längst abgebrochen.

In der IT Abteilung...

...entwickeln, pflegen oder rollen sie groß angelegte IT-Systeme aus. Das bedeutet laufende Optimierung, Fehlerbehebung und Präsentation neuer Anwendungen. Im Problemfall sind alle auf den IT-Menschen angewiesen, weil vermutlich niemand aus den anderen Abteilungen irgendeinen Plan hat, was zu tun ist. Leider kann auch keiner weiterarbeiten, bis es behoben ist. In so einem Fall sind alle gefrustet. Etwas Schnodderigkeit und ein dickes Fell sind da quasi überlebenswichtig. Natürlich kann die Lösung knifflig und langwierig sein. Klar, dass der ITler dabei keine bürokratischen Hürden oder Kommentare im Großraumbüro braucht. Wäre Bernd übrigens nicht zuverlässig und pragmatisch, hätte sich sein Arbeitgeber längst von ihm getrennt.

Je mehr Bernd über seine typischen Eigenschaften nachdenkt, desto klarer wird ihm: Nicht alles ist Quatsch, sondern an einigem auch was dran. Es ist eine einfache Schlussfolgerung nach gleichem Prinzip, wie man auch BWler, Juristen oder Archäologen beschreiben würde. „Ich bin nicht in diesem Job, trotz meiner Eigenschaften, sondern, weil der genau solche Leute wie mich braucht.“ sagt Bernd und ist dabei sehr überzeugend.

Sie wundern sich ja auch nicht, wenn eine Krankenschwester gerne hilft, oder ein Vertriebler gerne redet. Oder?

Genuss ab dem ersten Guss



Blumixx ist ein Start-Up aus Hannover. Das Ziel: Die für den Kunden einfachste Balkonbegrünung der Welt. Der Blumenfreund soll nur noch drei Dinge tun: Bestellen. Gießen. Genießen. Wie kommt man auf die Idee, Balkonpflanzen durch ganz Deutschland zu schicken?

Seine Existenz verdankt Blumixx einem Scheitern, und das ging so: Die Studenten Heinrich und Jan, beide Mitte Zwanzig, studieren in Flensburg. Sie leben in einem Altbau, 3. OG mit Balkon. Das einzig Grüne auf dem Balkon der Männer-WG sind die leeren Flaschen einer friesischen Brauerei. Jans Freundin Sarah ist gelernte Zierpflanzengärtnerin, sie animiert die beiden, die Tristesse auf dem Balkon zu beenden. Euphorisch geht man ans Werk. Viele Tage und viele Gänge zum Baumarkt später merken Heinrich und Jan: Das ist gar nicht so einfach, wenn man keine Ahnung von Pflanzen hat. Es kostet Zeit, Geld, Nerven und macht viel Dreck. Und das Ergebnis ist so – naja.

„Wir haben dann nachgeschaut, ob man Balkonblumen nicht irgendwo komplett zukaufen kann, aber das konnte man nicht. Das war dann der Moment, wo Blumixx in unseren Köpfen entstand“, erzählt

GEWINNSPIEL

Wir verlosen zwei Sets bestehend aus jeweils einem Frühlingsblumen-Bag und einem Blumenkasten.

Einfach eine Mail mit dem Betreff „Blumixx“ bis zum 28.02.22 an gewinnspiel@tina-voss.de senden. Der Versand an die Gewinner erfolgt ab März. Viel Glück.

Heinrich Gräbig heute rückblickend. Gemeinsam mit Sarah und Jan Fendel entwickeln sie ein Geschäftsmodell, es soll die einfachste Balkonbegrünung der Welt werden, zusammengestellt von Experten, zugeschickt per Post. Aber wie transportiert man Pflanzen und Erde im Karton? Das Gründerteam entwickelt unterschiedliche Ansätze, schickt etliche Pakete durch Deutschland, eine krümelfreie Lösung ist nicht dabei. Die entsteht beim Besuch einer Damenstrumpfabteilung von Karstadt. „Jan hat eine Strumpfhose gesehen und gedacht, in einem Strumpf Bein müsste sich Erde doch gut transportieren lassen“, sagt Gräbig.

Die Idee für den Blumixx-Bag ist geboren. Plug and Play auf dem Balkon, einfacher geht Begrünen nicht. Noch im Studium, 2013, gründen sie ihr Start-Up und verkaufen über einen selbstgebauten Online-Shop die ersten vier, auf Jahreszeiten abgestimmten Bags. Heute hat das Unternehmen mit Standorten im Süden Hannover und Laatzen

rund 4.000 Artikel im Angebot und beschäftigt je nach Jahreszeit zwischen 20 und 40 Angestellte. „Wir wollen Freund und Berater sein, nicht einfach nur ein Händler. Der Kunde beschreibt uns die Größe seines Blumenkastens, die Lage des Balkons, äußert seinen Farbwunsch und wir fertigen ihm in Manufaktur und neuerdings auch mit einer Produktionsmaschine die perfekt passende Begrünung“, so Geschäftsführer Heinrich Gräbig.

Seit Blumixx in Hannover ansässig ist, beraten wir das Start-Up. Für den Aufbau der Logistik wurden zum Beispiel Kontakte zu Fachleuten hergestellt, die dem jungen Unternehmen bei der Organisation der Abläufe zur Seite standen.

Die Kunden von Blumixx kommen eher aus größeren Städten, rund zwei Drittel sind weiblich. Es sind Menschen, die entweder zu wenig Zeit oder keinen grünen Daumen haben. „Wir sehen auch, dass die Bags häufig von älteren Menschen gekauft werden, die den Beschaffungs- und Arbeitsaufwand nicht mehr stemmen können oder wollen“, sagt Gräbig. Neben dem Endkundengeschäft beliefert Blumixx auch Hotels und Gemeinden, die so zum Beispiel die Fensterbänke von Verwaltungsgebäuden verschönern. Das Geschäft mit Blumenkasteneinsätzen sei mittlerweile mehr als eine Nische, die Nachfrage sei groß. „Wir wachsen“, freut sich Gräbig. Wer hätte das vor knapp zehn Jahren mit Blick auf den Balkon einer Männer-WG in Flensburg zu träumen gewagt.

www.blumixx.de



Jan Fendel (links), Sarah Fendel, Heinrich Gräbig



maesh: Stoff für Perspektiven

Lokal, nachhaltig, sozial. Es gibt ein Taschenlabel in Hannover, das anders ist und ziemlich genauso heißt, wie das Material, das es verarbeitet: „maesh“. Das Newcomer-Label macht aus gebrauchten Werbebannern große und kleine Taschen.

Das, was „maesh“ in erster Linie erreichen möchte, hat mit Taschen und Design nur am Rande zu tun: Die kleine Nähwerkstatt in Hannover möchte Menschen, die neu in Deutschland sind, ein selbstbestimmtes Leben ermöglichen und Perspektiven aufzeigen. Denn beim gemeinsamen Nähen werden handwerkliche Fähigkeiten zu einem Produktions- und Erfolgsfaktor – die Herkunft der Näherinnen ist nebensächlich.

Aktuell sind es 14 Frauen aus acht Nationen, die in der Nordstadt „einen Beitrag zur Umgestaltung der Textilindustrie leisten“, wie es das gemeinnützige Unternehmen „Unter einem Dach“ als Initiator des Projekts formuliert. Geschäftsführerin Iyabo Kaczmarek, seit vielen Jahren freischaffende Kulturmanagerin in Hannover und politisch aktiv, sieht das im Oktober 2020 offiziell eröffnete Modelabel auf einem guten Weg. Im September 2021 ist das Projekt als GmbH ausgegründet worden, die Website wurde fit für den Online-Verkauf gemacht, so Kaczmarek. Das Netzwerk rund um „maesh“ werde immer dichter, so gebe es Fördermittel für feste Stellen, zum Beispiel von der N-Bank, der Förderbank Niedersachsens. Für die nicht fest angestellten Näherinnen zahle man „faire Löhne, weit über den Mindeststundenlohn“, sagt Kaczmarek.

After Work Shopping:

Jeden 3. Donnerstag im Monat
ist Werkverkauf
Lilienstraße 16 B
30167 Hannover/Hinterhof 2

Die „maesh Bags“ bestehen zu 90 Prozent aus upgecyclten Werbebannern, Material also, das normalerweise entsorgt werden würde. Alle Elemente der Taschen kommen aus Deutschland, kurze Wege, Regionalität, das ist das Motto. In der Nähwerkstatt werden daraus große und kleine Taschen-Unikate, selbst Stoffreste verwerten die Näherinnen zu Mini-Geldbörsen. Mittlerweile sei man mit dem Ausgangsmaterial sehr gut versorgt, sagt Iyabo Kaczmarek. Industriekletterer und Messebauer würden immer wieder für Nachschub sorgen, jüngst habe man die Bannerwerbung einer Fitnesskette verarbeitet. Wo es hakt, das seien Lkw-Planen, die für wasserdichte Innensäcke benötigt würden. „Da gibt es einen Wettbewerb um diese Planen, das ist nicht so einfach“, erzählt Kaczmarek.

Das Label „maesh“ bewegt sich in Hannover in einem illustren Umfeld. Was kaum bekannt ist: Hannover ist Modestadt. Vier Modeschulen, 14.500 Beschäftigte, 860 Millionen Euro Umsatz pro Jahr – Hannover zählt zu den Top-5 der Fashion-Hotspots in Deutschland. In einer Rangliste der „Vogue“ belegt Hannover deutschlandweit den vierten Platz, wenn es um den Online-Bestellwert bei Bekleidung geht, weit vor München oder Hamburg. Als Zielgruppe für „maesh“ habe man bewusste Konsumenten im Auge, Menschen also, denen das Thema Umweltschutz durch Recycling ganz wichtig ist, sagt Iyabo Kaczmarek.

„maesh“ gibt es im Internet unter www.maesh.de



Aftikar Asmar (links) und Mirvat Alshawane



„Das Look und Feel ist enorm wichtig“

Taschenexperte Axel Bree unterstützt „maesh“ mit Know-how und Material

Unterstützung erfährt die Initiative anfangs aus dem Rhein-Main-Gebiet. Zu Beginn des „maesh“-Projekts hat der 1946 gegründete Reisegepäckhersteller „Stratic“ seinen Firmensitz noch in Rodgau. Geschäftsführender Gesellschafter ist dort seit Oktober 2019 ein alter Bekannter: Axel Bree, der ehemalige Eigentümer der gleichnamigen Taschenmarke mit Sitz in Langenhagen. Bree findet die integrative Idee hinter „maesh“ einen „super Ansatz“ und steht mit seiner jahrelangen Erfahrung im Taschengeschäft gern mit Rat und Tat zur Seite. Die Firma Bree hatte in der Vergangenheit selbst mit innovativen Materialien experimentiert, zum Beispiel mit Nylon oder 1996 mit Lkw-Plane. „Wenn wir mit maesh Arbeitsplätze schaffen, damit Menschen sich selbst finanzieren können, dann ist das doch eine tolle Sache“, betont der Geschäftsmann, dessen Unternehmen in der Zwischenzeit in den Norden der Region Hannover zurückgekehrt ist.

Vertreterinnen von „maesh“ waren – gerade in der Anfangszeit – mehrfach in Rodgau, um über Fertigungsaspekte zu reden und sich praktische Tipps zu holen. „Stratic“ verfügt über eine Musterabteilung, die bei der Produktion der 0-Serie von „maesh“ unterstützte. „Wir konnten ein bisschen was erklären, haben Nähmaschinen zur Verfügung gestellt, haben dort unterstützt, wo es möglich und sinnvoll war“, sagt Bree. Der Plan, dem jungen Label auf der Taschenmesse eine Plattform zu bieten, fiel dagegen der Corona-Pandemie zum Opfer. Dafür hat „Stratic“ auf seiner Webseite einen Platz für die Näh-Initiative aus Hannover freigeräumt.

Axel Bree traut dem Projekt mit seinen Taschenprodukten zu, am Markt bestehen zu können. „Das ist ein sehr spezielles Produkt, das seine Stärken rauskehren muss. Also: Upcycling, die soziale Komponente, dazu individuelle Designs, trendige Farben – das Look und Feel ist für den Erfolg enorm wichtig.“ Für die Zukunft könnte sich Bree eine Intensivierung der Kooperation durchaus vorstellen, „weil das gut zusammen passt“.

„Abwarten ist die schlechteste Strategie!“

Sven Göth ist Business-Futurist, Keynote Speaker und Autor. Er ist Experte für die Lebens- und Arbeitswelten von morgen. Er öffnet Unternehmen ein Fenster in die Zukunft. Wie weit reicht der Blick aus diesem Fenster, Sven Göth?

Seriös könne man die künftigen Trends und Treiber in der Wirtschaft für die nächsten zwei bis vier Jahre skizzieren, schätzt Sven Göth. „Alles darüber hinaus ist Hokusfokus.“ Wie schnell sich Dinge ändern können, hat der gebürtige Stuttgarter wiederholt am eigenen Leib erfahren. Als Junge gab es für ihn nur ein Ziel: Profifußballer. Viele Jungs haben diesen Traum, aber Göth war im Gegensatz zur Masse auf einem erfolgversprechenden Weg: Fußball-Internat beim SC Freiburg, U16-Jugendnationalmannschaft, später der Wechsel zu Hannover 96. Seine Position, die 10, das zentrale Mittelfeld, wo die Fäden auf dem Platz gezogen werden. „Ich habe schon als Junge das Spiel ganz gut verstanden, strategisches Denken lag mir offensichtlich damals schon.“

Dann kam die Verletzung und mit ihr das Ende des Traums. „Ich musste mich neu orientieren.“ Er macht ein Wirtschaftsabitur in Hannover und merkt, dass es neben Sport noch etwas anderes gibt, das ihm Spaß macht: Wirtschaft. Er studiert an der Sporthochschule in Köln Sportwissenschaften in Kombination mit Ökonomie/Management. Seine Diplom-Arbeit schreibt er bei Volkswagen über die Wahrnehmung von

Unternehmensleitbildern durch Sportsponsoring. Volkswagen möchte ihn im Anschluss anstellen, der Arbeitsvertrag liegt auf dem Tisch, aber Sven Göth lehnt ab und geht 2008 direkt in die Selbstständigkeit. Eine Entscheidung gegen vorgegebene Strukturen und für freies Handeln.

Es lief danach nicht immer reibungslos, gibt Göth zu. Aber auch die Niederlagen hätten ihn dahin gebracht, wo er heute ist. Das prägt. „Ich weiß, wie es ist, ein Risiko einzugehen und damit wider Erwarten nicht erfolgreich zu sein.“ Der heute 39-Jährige macht Markenberatung, Unternehmensberatung und Strategieberatung – er wird Berater. Mit der Zeit wird immer deutlicher, wo sein Talent liegt: gemeinsam mit Unternehmen Ideen für die Zukunft zu entwickeln.

Daten und Menschen, sagt Sven Göth. Digitalisierung und die vorausschauende Qualifizierung von Mitarbeitern, das mache zirka 80 Prozent dessen aus, was Unternehmen für künftige Herausforderungen leisten müssten. Sven Göth sieht sich als jemand, der theoretische Zukunftsforschung in die praktische Welt der Unternehmen transferiert. Das Interesse an diesen Themen sei in Deutschland durchaus da, aber oft nähmen sich die Firmen im Alltagsgeschäft nicht die Zeit, sich den wichtigen Perspektivthemen zu widmen und Prioritäten zu setzen. Oder sie reagieren erst, wenn es zu spät sei. Das größte Defizit bei Unternehmenslenkern sei mangelnde Entscheidungsfähigkeit. „Abwarten ist die schlechteste Strategie. Mit dem Rücken zur Wand wird der Handlungsspielraum geringer.“

Seit etwa viereinhalb Jahren geht Sven Göth auf die Bühne, als Keynote-Speaker. Keynote-Speaker sind Menschen, die andere Menschen von der Bühne herab mit ihrem Wissen und ihrer Persönlichkeit begeistern können. Der Erfolg von Apple ist nicht unwesentlich darauf zurückzuführen, wie Steve Jobs seine Produkte in den Live-Präsentationen verkauft hat. Ein bisschen Steve Jobs steckt auch in Sven Göth. Er könne Leute inspirieren, bringe Leidenschaft mit, sagt er. 60 bis 70 Prozent des Erfolgs auf der Bühne sei die Performance, das Storytelling. Die richtig guten Speaker seien nicht unbedingt die inhaltsstärksten. Man müsse herausfinden, welcher Archetyp man auf der Bühne sei: Rebell, Magier, Entdecker? Und das dann unterstützen.

Das Leben als Business-Futurist und Keynote-Speaker, ihm mache das sehr viel Spaß, sagt Sven Göth. Die Themenvielfalt, der Zugang zur Forschung, das Entwerfen von Szenarien und der stete Blick nach vorn. Auf der anderen Seite ist Zukunft stets etwas Ungewisses, man kann nie sicher sein. Göth kann damit leben, aber: „Muss man ein bisschen dafür gemacht sein.“



„Frauen entscheiden, welcher Sender läuft“



Ina Tenz

Seit Mai 2021 ist Femotion Radio auf Sendung, das erste via DAB+ und IP deutschlandweit empfangbare Frauenradio. Was unterscheidet den Sender von der Konkurrenz? Und warum gibt es ihn überhaupt?

Seit einem Jahr wird Ina Tenz von Journalisten gefragt, warum Deutschland neuerdings einen Sender für Frauen braucht. Geduldig antwortet Ina Tenz: „Weil es ihn noch nicht gibt.“ Seit dem 13. Mai 2021 ist das anders, an diesem

Tag ging Femotion Radio auf Sendung, das erste Frauenradio für ganz Deutschland. Technische Reichweite: rund 22,7 Millionen Frauen im Alter bis 49 Jahre. „Das ist die Zielgruppe“, sagt Ina Tenz. Zumindest theoretisch.

Die 50-Jährige ist eine der am besten vernetzten Radiomacherinnen der Republik. In Hannover war sie zum Beispiel zwischen 2004 bis 2016 Programmdirektorin bei Radio ffn. Jetzt ist sie Aushängeschild und Sprachrohr von Femotion Radio, offiziell „Head of Content & Strategy“. Frage: Der 80-jährige Geburtstag von Alice Schwarzer in diesem Jahr, sicher ein Muss-Thema für ein erklärtes Frauenradio, oder? Sie könne sich vorstellen, dass die Redaktion die Lebensleistung Schwarzers sicherlich würdigen werde, antwortet Ina Tenz diplomatisch. Aber – Femotion Radio stehe für einen modernen Feminismus, für selbstbewusste Frauen aller Altersstufen. Das Programm richte sich nicht gegen Männer, sondern konzentriere sich eben auf Frauen in deren Lebenswelten. Alice Schwarzer will da nicht so recht ins Programmschema von Femotion Radio passen.

Das vielfältige Themenspektrum von Femotion Radio reicht von Gesundheit, Fitness, Well-Being, Ernährung, Sexualität und Partnerschaft, Benachteiligung und Versorgungssicherheit bis zu Nachhaltigkeit und Karriere. Femotion Radio will die Hörerinnen in drei Lebensphasen ansprechen: Erwachsenwerden, Kind und Karriere und schließlich die Zeit danach, wenn das Leben sich neu sortiert. Beim beliebten Mitmachthema Gendern geht die Redaktion ihren



eigenen Weg, man wolle keine Stolperformen, erklärt Tenz. Also Lehrerinnen und Lehrer statt Lehrende. Flexibel handhabt man die Frage nach der Ansprache der Hörerinnen. Da haben die Radiomacherinnen laut Tenz einen Kompromiss gefunden. Duzen oder Siezen? „Wir euchzen. Interviewgäste duzen wir, Expertinnen werden gesiezt, aber bei unseren Zuhörerinnen verwenden wir das Euch.“

Moderiert wird das Programm von mehreren Moderatorinnen, von denen nur eine am Sendestandort Leipzig arbeitet. Die anderen gehen momentan aus familiären Gründen von zu Hause auf Sendung, was für Ina Tenz überhaupt kein Problem ist, im Gegenteil. „Um gute

Moderatorinnen gewinnen zu können, müssen wir flexibel sein – zumal uns dies die moderne Technik ohne Weiteres erlaubt.“ Männer moderieren auch bei Femotion: Wetter und Nachrichten. Was nicht böse gemeint aber in dieser Arbeitsteilung nötig sei. Denn Frauenthemen müssten aus Frauensicht besprochen werden. „Aus Glaubwürdigkeitsgründen“, sagt Tenz.

Femotion ist von vornherein als Audio-Plattform konzipiert worden. Neben dem linearen Radioprogramm über DAB+ und Web sind auf der Internetseite Podcasts des Anbieters

Podimo abrufbar, zum Beispiel mit Ilka Bessin, die mal Cindy aus Marzahn war. Das Format „Takeover“ verknüpft zudem das Radio mit dem Internet. Influencerinnen erzählen, was sie auf ihren Kanälen berichten, die medialen Welten fließen so ineinander. Die Macherinnen von Femotion sehen darin eine Chance für beide Seiten, neue Hörerinnen und Leserinnen für sich zu interessieren und zu gewinnen.

Rap oder Heavy Metal wird man im Programm von Femotion Radio selten hören – Männermusik. Aber auch auf Balladen oder Oldies verzichtet der Leipziger Sender. Stattdessen soll es ein junges, frisches Musikprogramm sein, auf Frauen zugeschnitten. „Es sind ohnehin die Frauen, die entscheiden, welcher Sender läuft“, weiß Ina Tenz aus ihrer langjährigen Tätigkeit. Und endlich könne die Redaktion Musik nur für Frauen auswählen, unabhängig davon, was die Marktforschung empfiehlt. „Wir müssen keine Kompromisse mehr machen. Wir dürfen einseitig sein. Ist das nicht herrlich?“

“
Femotion Radio steht
für einen modernen
Feminismus, für selbst-
bewusste Frauen aller
Altersstufen.

Motto-Mittwoch gegen Corona-Blues

Okay, wir geben es zu: Unsere Business-Outfits sind während der Corona-Pandemie ziemlich eingestaubt und das kleine Schwarze wurde in der Freizeit auch nicht mehr ausgeführt. Stattdessen waren wir mit Jeans und Pulli am Start, oder wie man in Mailand sagt: casual. Als wir dann nach und nach wieder ins Büro zurückgekehrt sind, wurde jeder gefeiert, der sich schick gemacht hatte. Daraus entstand unsere Idee des Motto-Mittwochs. Jeden Mittwoch ein neues Klamotten-Motto, neue schräge, lustige Outfits für jeden, der Lust hatte, sich zu verkleiden. Wir hatten schon Leder, Flowerpower, Kleidungs-tausch, High Heels, Jogginganzüge, Urlaub, Après-Ski und Jeans. Aber seht selbst!



Auch in schwierigen Zeiten den Spaß an der Arbeit erhalten – wir wissen, wie das geht.



5 Fragen an Kirstin Witte (49)

... seit Februar 2021 bei uns Mitarbeiterin
in der Mitarbeiterbetreuung.

Kirstin, was hast Du gemacht, bevor Du zu uns gekommen bist?

Zunächst ganz klassisch eine Ausbildung zur Bürokauffrau. Beruflich hatte ich anschließend fast ausschließlich in Personalabteilungen zu tun. Zwischenzeitlich habe ich eine Weiterbildung zur Personalfachkauffrau und ein berufsbegleitendes Studium der Interdisziplinären Arbeitswissenschaft an der Uni Hannover absolviert.

Und wie bist Du dann zu uns gekommen?

Ich hatte schon bei meinem früheren Arbeitgeber mit Tina Voß Kontakt. Wir haben neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter vorzugsweise über sie eingestellt. Vor einigen Jahren bin ich sogar selbst von der Tina Voß GmbH vermittelt worden. Das ist so gut gelaufen, dass ich gesagt habe: beim nächsten Mal ganz sicher wieder. 2020 stand bei mir dann erneut ein Wechsel an. Ich melde mich, und dann heißt es: Willst Du nicht bei uns anfangen? Ich habe sofort Ja gesagt, weil ich wusste, was für ein tolles Unternehmen das ist.

Du bist bei uns in der Personalverwaltung – was gefällt Dir an Deiner Arbeit?

Es ist sehr abwechslungsreich, man lernt neue Dinge und hat viel mit sehr netten Menschen zu tun. Das ist genau mein Ding. Ich war vorher in Personalabteilungen sehr unterschiedlicher

Unternehmen tätig, von der Industrie über Hilfsverbänden und Ämtern bis hin zu einer gemeinnützigen Gesellschaft. Jetzt, hier in der Arbeitnehmerüberlassung, läuft vieles ganz anders, zumal wir uns nicht als die klassische Personalabteilung verstehen. Ich finde, wir sind ein super Team. Ich stehe jeden Morgen gerne auf, um zur Arbeit zu gehen.

Was machst Du in Deiner Freizeit?

Mit meinem Mann und meiner Tochter gehe ich viel raus, außerdem lese ich gern. Und wir mögen Städtetouren, da reicht schon ein verlängertes Wochenende. Im September waren wir zum Beispiel in Rom – 25 Grad, nicht so viele Touristen, das war optimal. Ich mag die mediterrane Küche.

Wenn Du ein Buntstift wärst – welche Farbe?

Gelb. Wie mein Gemüt, so sonnig (lacht).

„Ich freue mich natürlich riesig“

Kathi Heinemann ist ab März neue Teamleiterin im Vertrieb. Wie sieht sie die neue Aufgabe?

Ich bin seit 2019 dabei und in einer spannenden Zeit zum Vertriebsteam gestoßen. Das Unternehmen hatte gerade ein paar Jahre des Wandels hinter sich und nahm zu dieser Zeit wieder richtig Fahrt auf. Das hieß für uns im Neukundenmanagement, dass wir super intensiv im Austausch mit Groß- und Kleinkunden standen: Welche Engpässe gab und gibt es in den Unternehmen, wie wird mit Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern umgegangen, wie beeinflusst Unwissenheit über den Bewerbermarkt die Personalentscheidungen?

Als Julia Wohlfeld mich fragte, ob ich mir die Leitung der Abteilung vorstellen könnte, sagte sie unter anderem, ich sei die Richtige, um im Neukundenmanagement strategisch wichtige Akzente für die Zukunft zu setzen. Ich freue mich natürlich riesig über das Vertrauen in meine Person. Außerdem bin ich davon überzeugt, zusammen mit meinem unfassbar schlagkräftigem Team und dem Erkenntnisgewinn der zurückliegenden Jahre, die Weichen in die richtige Richtung (mit-)stellen zu können. Ich hab auf jeden Fall richtig Lust drauf!



PERSONAL IST UNSER JOB

- Personalvermittlung
- Zeitarbeit
- Vorträge
- Personalmarketing
- Outplacement
- Business-Coaching
- On-Site Management
- Zeugniserstellung

SIND SIE SEXY FÜR BEWERBER?

- Bewerbermarketing
- Mitarbeiterbindung
- Bewerberprozessanalyse
- Trennungsmanagement

VERSTÄRKUNG AUF JEDER POSITION

- kaufmännisches Personal
- IT-Fachkräfte
- gewerblich-technisches Personal

IMPRESSUM

TVjournal Ausgabe 1 | 2022

Herausgeber:

Tina Voß GmbH

Tintengraben 6 – 9

30177 Hannover

Tel.: 0511/69 68 48-0

www.tina-voss.de

akademie.tina-voss.de

V.i.S.d.P.:

Bruno Brauer (bb)

Redaktionsbüro bb-kontor

Redaktionsteam:

Tina Voß, Daniela Klemp

Fotos:

envato elements, Isabel Winarsch (maesh), privat

Gestaltung und Produktion:

novum! Werbemedien GmbH & Co. KG

Auflage:

1.350 Exemplare



Zugunsten des Leseflusses wird in den Beiträgen meist nur eine Geschlechtsform verwandt. Wir bitten, dies nicht als Zeichen einer geschlechtsspezifischen Wertung zu deuten.