

TVjournal

Das Magazin der Tina Voß GmbH für Kunden und Mitarbeiter



Villa statt Valley

Mit der VentureVilla hat Hannover einen Ort für das eBay von morgen



Liebe Leserinnen und Leser,

hinter uns liegt das anstrengendste Jahr unserer Firmengeschichte. Viele Veränderungen kamen von außen durch neue Grundlagen in unserem maßgeblichen Gesetz, dem AÜG, aber auch intern gab es einen großen Berg von Umwälzungen.

Die Einführung einer neuen Software hat uns einige graue Haare gebracht und erleichtert uns erst langsam die Arbeit. Parallel dazu haben wir Aufgaben anders verteilt und sind zurück zu unseren Wurzeln statt prozessorientierte Vergleichbarkeit von Arbeiten anzustreben.

Ich habe jeden gefragt, was macht dich glücklich, wo siehst du dich und wie kann ich dich dabei unterstützen? Die Ergebnisse dieser Gespräche bildeten die Grundlagen eines Workshops. Danach haben wir u. a. die kaufmännischen und gewerblichen Anfragen wieder getrennt und unsere Abteilung Recruiting fast verdoppelt, damit wir für unsere Kunden die besten Bewerber am Markt finden.

Extern hat uns die Einführung der Höchstüberlassungsdauer von 18 Monaten beschäftigt, die leider auch bei uns dazu führte, dass Einsätze auslaufen mussten. Auch das sog. Equal Pay stiftete viel Verwirrung, weil die Berechnungsgrundlagen nicht so einfach zu ermitteln sind. Dazu haben wir unseren Haustarifvertrag verlassen und sind in den Branchentarifvertrag gewechselt. Nicht zu vergessen die neue DSGVO, die unsere Arbeit in vielen Teilen verändert hat.

Die größten Brocken haben wir abgearbeitet und die ersten Schritte in ein positiveres Jahr 2019 sind gemacht. Für den großartigen Einsatz danke ich allen Kollegen und Mitarbeitern der Tina Voß GmbH.

Ihre

Geschäftsführung Tina Voß GmbH

Inhalt

Vorwort

Tina Voß: Was für ein Jahr 2

TV Titel Start-up-Szene Hannover

Villa statt Valley 3

verlingo: "Das ist Coaching auf den Punkt!" 5

Connox: „Wir hätten uns diese Unterstützung gewünscht“ 6

TV Aktuell

Fachthema Personal: Generation Z 7

Wie wird man eigentlich: Direktorin für klinische Studien? 8

Kundenporträt: RFS Radio Frequency Systems 10

Dr. Gerhard Wohland: Baden mit Taylor 12

TV Tipp

Hannover sucht den Krökel-König 9

Plastik gegen Polio 11

Studie Azubi-Recruiting-Trends 13

TV Intern

Tina Voß sagt "Danke" 14

JETZT ANMELDEN

5.3.2019

Workshop „Mitarbeiterbindung“

Schaffen Sie beste Voraussetzungen, damit Ihre Talente im Unternehmen bleiben.

Infos: akademie.tina-voss.de



VILLA STATT VALLEY

START-UPS: MIT DER „VENTUREVILLA“ HAT HANNOVER EINEN ORT FÜR DAS EBAY VON MORGEN

Walderseestraße 7 – ein Hauch Silicon Valley auf 750 Quadratmetern an der Eilenriede. Hier residiert seit Mai 2018 die „VentureVilla“. Wirtschaftsförderung für Firmengründer, Start-ups sind die Zielgruppe. Das Unternehmen versteht sich als „Seed-Accelerator“, ein Ort, an dem Start-ups in einer sehr frühen Phase gecoacht und gleichzeitig finanziert werden. Der Clou: Die „VentureVilla“ unterstützt lediglich für 100 Tage – dann müssen die Start-ups auf eigenen Beinen stehen. Tobias Quebe (34), einer der beiden Villa-Geschäftsführer und Startup-Pionier, erklärt uns die Besonderheiten dieses Projekts und dessen Wert für die Gründerszene in Hannover.

Herr Quebe, was unterscheidet die „VentureVilla“ von Co-Working-Angeboten in Hannover wie beispielsweise dem „Hafven“?

Wir sind viel mehr als nur ein Platz zum Arbeiten. Das bieten wir zwar auch, inklusive einer Büro-Infrastruktur, aber zusätzlich coachen wir und externe Mentoren die Start-ups, und nicht zuletzt bieten wir eine erste Finanzierung für die Firmengründer.

Das gab es vorher in Hannover nicht?

Nein. Wirtschaftsförderung gibt es in Hannover selbstverständlich schon sehr lange. Wir schließen die Lücke zwischen der klassischen Beratung, wie sie zum Beispiel hannoverimpuls bietet, und der nötigen Finanzierung in einer sehr frühen Phase der Unternehmensgründung, in der sich viele Investoren mit Investitionen noch schwer tun. Als Seed-Accelerator bieten wir ein Rundum-Hilfspaket an, um Start-ups bei der Verwirklichung ihrer Ideen zu unterstützen.

Kann ein neu gegründeter Bäckerladen um die Ecke auch ein Start-up sein?

Eher nicht. Ein Start-up definiert sich im Wesentlichen durch die Kenngrößen Innovation und Skalierbarkeit. Also: Ist da ein klassisches Geschäftsmodell wie ein Bäckerladen oder entsteht etwas Neues,

was das Potential hat, den Markt zu verändern? Dann: Ist es ein skalierbares, also erweiterbares Geschäftsmodell mit Potential, definiert in einem Businessplan? Start-ups schaffen neue Märkte oder stellen bestehende auf den Kopf. Sie durchlaufen bei der Finanzierung mehrere Phasen der Kapitalgewinnung, die erste ist die Seed-Finanzierung, wie wir sie anbieten.

In welcher Höhe unterstützt die „VentureVilla“ die Start-ups finanziell?

Maximal können das 100.000 Euro Startkapital pro Start-up sein. Das Geld stammt von einem privaten Investor und dem Invest-Impuls, einem Produkt von hannoverimpuls, welches zwei regionale Beteiligungsfonds für innovative Start-ups in unterschiedlichen Phasen beinhaltet. Im Gegenzug geben die Start-ups sechs bis zehn Prozent der Anteile ab.



Tobias Quebe (links)

Warum die Beschränkung des Programms auf 100 Tage?

Wir verstehen uns als Accelerator, ein Verdichter, Beschleuniger. Geschwindigkeit ist eine Komponente für den Erfolg. Wir glauben, dass ein Geschäftsmodell – wir konzentrieren uns auf Software-Lösungen und Anwendungen – nach 100 Tagen rund sein sollte. Wenn das nicht gelingt, stimmt wahrscheinlich irgendwas nicht mit dem Start-up. Dann sollte man die Idee unter Umständen verwerfen.

Was passiert nach den 100 Tagen?

Da wird es ehrlicherweise noch einmal kritisch. Die Organisation der Anschlussfinanzierung ist die vielleicht schwierigste Hürde auf dem Weg zum gefestigten Unternehmen. Deshalb bringen wir innerhalb der 100 Tage die Start-ups auch mit Unterstützern zusammen. Das sind einerseits die Mentoren, die wertvolle Tipps geben können, andererseits Business Angels und andere Wagniskapitalgeber, die in Start-ups investieren. Dieses Netzwerk soll helfen, die Start-ups auch nach der Zeit in der Villa weiterzuentwickeln.

Weshalb scheitern einige Start-ups schon in der Frühphase?

Ich würde sagen, da ist ein Muster erkennbar. Der häufigste Fehler ist die falsche Zusammensetzung des Teams. Wer schon zu Beginn gut aufgestellt ist, hat bessere Erfolgsaussichten. Dann gibt es Gründer, die alles alleine machen möchten – auch das funktioniert in der Regel nicht. Man muss offen für Support sein. Wichtig ist es, sich rechtzeitig Unterstützung von erfahrenen Gründern zu holen, wie wir sie hier in der „VentureVilla“ haben.

Wie hoch ist die Erfolgsquote bei Start-ups im Allgemeinen?

Ich sage es mal andersherum: 80 Prozent der Start-ups scheitern erfahrungsgemäß. Also muss das Scheitern als Option mitgedacht werden. Deshalb mein Rat an die Gründer: Nicht alles auf eine Karte setzen! Am besten möglichst schnell den Kontakt mit potentiellen Abnehmern suchen, da merkt man als Start-up dann schnell, ob die Idee funktionieren könnte.

Und wie schlagen sich die Start-ups aus der „VentureVilla“?

Die Erfolgsquote ist bei uns ganz gut. Insgesamt sind hier seit 2016 innerhalb von fünf Bewerbungsrunden 16 Teams betreut worden. Aus der zweiten Runde kommt das Start-up Dresslife, ein sehr posi-

ves Beispiel, wie mit Hilfe der „VentureVilla“ eine Gründung auf dem Weg zum gefestigten Unternehmen ist. Dresslife ist mittlerweile Mitmieter der Villa.

So etwas wie das eBay von morgen?

Wer weiß. Aber die Idee von Dresslife, die Retouren-Quote – eine der größten Herausforderungen im Mode-Onlinehandel – mittels künstlicher Intelligenz um bis zu 70 Prozent zu reduzieren, hat auf jeden Fall Potential. Die Dresslife-App präsentiert Kunden nur Bekleidung, die zu Körpermaßen und persönlichem Style passt. Intelligente Fashion-Profile berücksichtigen unter anderem Passform, Style, Lieblingsmarken und viele weitere Parameter.

Gibt es in Deutschland einen Wettbewerb um die kreativen Köpfe?

Klar, der Standort-Wettbewerb existiert – und beschränkt sich nicht auf Deutschland. Aber vor Gründung der „VentureVilla“ wanderten viele potentielle Gründer nach Berlin, Hamburg, Köln oder München ab, wo es Accelerator-Angebote schon lange gibt.

Ist es nicht immer noch cooler, in Hamburg oder Berlin zu gründen?

Wir werden von der Gründerszene positiv wahrgenommen. Weil: Junge Unternehmer schauen ganz genau hin. Gibt es am Standort bezahlbares Personal? Gut ausgebildete technische Kräfte? Sehr wichtig ist der Austausch mit Hochschulen und Universitäten sowie bezahlbarer Wohn- und Büroraum. Ich glaube, wenn man diese Faktoren sieht, dann ist Hannover für Start-ups ein exzellenter Standort. Und ein Accelerator ist somit Pflichtprogramm.

Haben die Start-ups einen wahrnehmbaren Arbeitsplatzeffekt für Niedersachsen?

Sie haben sicherlich eine Relevanz, allerdings dauert es bei einem Start-up natürlich etwas länger, bis sich ein Erfolg nennenswert in Arbeitsplätzen widerspiegelt. Aber es ist spannend zu sehen, wie sich die jungen Unternehmen entwickeln.

Wo kommen die Investoren her? Hat Geld eine Heimat?

Erstaunlicherweise ja. Wir haben festgestellt, dass die meisten Risikokapitalgeber, die sich in der Gründerszene hier vor Ort engagieren, tatsächlich aus Hannover und der näheren Umgebung kommen. Auch das sollten Start-ups bei der Standortwahl im Blick haben. ■

Weitere Infos: www.venturevilla.de

” Wichtig ist es, sich rechtzeitig Unterstützung von erfahrenen Gründern zu holen.



„Das Coaching ist auf den Punkt!“

Das Start-up „verlingo“ hat den 4. Batch der „VentureVilla“ durchlaufen. Die drei Gründer hatten sich in der Standortfrage bewusst für Hannover entschieden. Aus guten Gründen.

Das Geschäftsmodell von „verlingo“ ist gut, das Start-up könnte langfristig den Umgang mit Arbeitszeugnissen in unserer Gesellschaft verändern. Gründer Stephan Akrong kam nach einer Jobabsage auf die Idee, eine Art „Google Translate für Zeugnisse“ zu entwickeln. Die Software entschlüsselt mit ihrer künstlichen Intelligenz die Chiffren der Zeugnissprache und übersetzt sie in allgemein verständliche Sätze und Noten. Wenn jemand beispielsweise „für die Arbeit Verständnis zeigte“, dann hat er schlicht und ergreifend nicht gearbeitet. Im B2B-Bereich hat „verlingo“ nach Auskunft von Mitgründer Philip Drengenberg bereits mehrere Kunden, die das verlingo-Tool in ihr Bewerbermanagementsystem einbinden. Im Endkundenbereich bietet die junge Firma seit Juli 2018 mit www.zeugnisprofi.com eine Plattform an, auf der jeder Nutzer zum Aktionspreis von 4,99 Euro sein Arbeitszeugnis analysieren lassen kann.

Noch 2017 waren Akrong und Drengenberg, die sich aus Studententagen an der TU Hamburg kennen, Teil der Hamburger Start-up-Szene. Thorsten Ramus, Mitinitiator der „VentureVilla“, überzeugte sie von den Vorzügen Hannovers, ab Mai 2018 waren die Zeugniserklärer dann für 100 Tage Teil des Accelerator-Programms der Villa. Ihre Bilanz? „Super“, findet Philip Drengenberg das Programm. Man habe das Geschäftsmodell signifikant weiterentwickeln können.

In Hannover stimme das ganze Paket, so der Eindruck Drengenbergs. Die finanzielle Förderung, Mentoring, Coaching und Co-Working in der Villa – das alles sei perfekt organisiert, sagt der 31-Jährige. Die Betreuung bekommt vom Jungunternehmer ein besonderes Lob: „Das Coaching ist auf den Punkt!“ Nach dem Demo-Day, an dem die mittlerweile fünf „verlingo“-Macher den aktuellen Stand ihrer Unternehmung Investoren und Interessierten vorstellen durften, konnten weitere Geldgeber überzeugt werden. Philip Drengenberg ist optimistisch, mit der geplanten Ausweitung der Lösung auf den gesamten Bewerbungsprozess, kurz- und mittelfristig weitere Kunden und Investoren gewinnen zu können. „Das Interesse ist definitiv da“, berichtet der Wirtschaftsingenieur. Aktuell plant das Unternehmen mit seinen zwei Standorten Hannover und Hamburg. Sein Eindruck: „Das Netzwerk in Hannover ist teilweise sogar noch enger gespannt als in Hamburg – weil Hannover einfach kleiner ist.“ ■

Mehr als nur Zeugnisse

Um Bewerbern zu ermöglichen, sich von jedem Ort und zeitunabhängig auf unsere ausgeschriebenen Stellen zu bewerben, haben wir bestehende Lösungen zum Thema One-Click-Bewerbung geprüft. Da uns keine dieser Lösungen überzeugen konnte, haben wir uns kurzentschlossen mit verlingo zusammengesetzt und gemeinsam schnell eine Variante gefunden, die es den Kandidaten ermöglicht, in weniger als zehn Sekunden ihre Bewerbung an uns zu schicken. Ein erster toller Erfolg der Zusammenarbeit – und das nächste Projekt ist auch schon in Arbeit.



Von links: Thilo Haas (Connox), Julia Wohlfeld (Tina Voß GmbH), Tobias Quebe (VentureVilla) und Philip Drengenberg (verlingo)



START-UP-MENTOREN: CONNOX

„Wir hätten uns diese Unterstützung gewünscht“

Start-up-Mentoren: Thilo Haas und Kristian Lenz von Connox unterstützen die Jungunternehmer in der „VentureVilla“. Es ist ein Austausch, von dem beide Seiten profitieren.

Als Thilo Haas und sein Partner Kristian Lenz 2005 ihre Firma Connox gründen, verbindet man mit dem Begriff Start-up in Hannover zu-

„
Jetzt möchten wir unsere Erfahrungen teilen und Wissen zur Verfügung stellen.

meist noch das Silicon Valley. Zwar unterstützt die Projektgesellschaft hannoverimpuls seit 2003 junge Unternehmer, „Plug & Work“ nennt sich die Start-up-Förderung auf dem ehemaligen Expo-Gelände. Aber Frühfinanzierung für Start-ups wie Connox? Fehlange-

ge. Haas und Lenz finanzieren ihr junges Unternehmen komplett aus Eigenmitteln, leihen sich sogar Geld bei den Eltern.
2019 ist Connox ein etablierter Online-Händler für Designmöbel und Wohnaccessoires mit mehr als 125 Mitarbeitern. Thilo Haas und sein Geschäftspartner gehören zu den Mentoren der ersten Stunde in der „VentureVilla“. Ihre Motivation? „Wir finden das Projekt einfach großartig“, schwärmt Thilo Haas. 2005 sei noch ganz anders gegründet worden, man sei im Wesentlichen auf sich allein gestellt gewesen. Heute

gebe es für Start-ups in Hannover Unterstützung auf allen Ebenen: Büros, Coaching und Finanzierung. „Wir hätten uns damals diese Unterstützung gewünscht. Jetzt möchten wir unsere Erfahrungen teilen und Wissen zur Verfügung stellen“, sagt Haas. Als Mentoren zeigen sie den jungen Unternehmern die Stolperfallen bei der Firmengründung und davon, so findet Thilo Haas, gebe es eine ganze Menge.

Dabei sei der Austausch keine Einbahnstraße, so Haas. Denn die Mentoren profitieren auch von ihrer Tätigkeit: „Wir bekommen Einblicke in neue Technologien, lernen viele junge Leute mit Ideen kennen. Es ist insgesamt sehr spannend, sich als eine Art Sparringspartner regelmäßig mit Vordenkern austauschen zu dürfen.“ Die Connox-Gründer engagieren sich neben der Mentoren-Tätigkeit in der „VentureVilla“ auch im Co-Working-Projekt Hafven, zudem sind sie mit Investments in zwei Start-ups involviert. Die „VentureVilla“ betrachten sie als „wichtiges Tool, um eine Start-up-Kultur in Hannover zu etablieren“.

Das Hauptproblem der meisten Start-ups? „Sie verzetteln sich. Da sind 1000 Ideen, aber man kann eben nicht alle gleichzeitig umsetzen. Mein Rat ist dann immer: Fokussierung“, betont Thilo Haas. Wenig Verständnis zeigt der 43-Jährige für die Kultur des Scheiterns in der Start-up-Szene. Es könne nicht sein, dass einige Gründer drei, vier Mal auf der Strecke bleiben und beim fünften Versuch weiter von der Szene gefeiert werden. Haas: „Am Ende muss man sich die Frage stellen: Was zeichnet einen guten Unternehmer tatsächlich aus? Es ist Erfolg!“



vorgestellt von

Dr. Melanie Cordini

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

Kontakt: cordini@fuehrungsgeber.de



Virtuelle Überflieger mit Unterstützungsbedarf – was erwartet uns mit der Generation Z?

Als ich mir kürzlich etwas in meinem Handy notierte, schaute eine Studentin mich mitleidig an: „Frau Cordini, wieso nehmen Sie noch die Tastatur? Ist doch voll umständlich. Nehmen Sie doch die Spracherkennung!“ Während sich die Babyboomer der Nachkriegsgeneration voller Motivation und Veränderungswillen in ihre Jobs stürzten, haben wir es mit der kommenden Generation Z der Geburtsjahre 1995-2010 mit ganz anderen Interessen und Kompetenzen zu tun.

Was können die Zs?

Während andere Generationen sich noch die Frage stellen: „Geht das digital vielleicht einfacher?“ fragen die Zs: „Geht das auch anders ALS digital?“ Die Z-Generation ist permanent online in sozialen Medien und findet und prüft alle Informationen, die im Netz verfügbar sind. Folglich sind sie gut informiert, aber auch sehr kritisch. Rasante Veränderung ist für sie Alltag, also völlig ok.

... und was können sie nicht so gut?

24 Stunden online sein hat auch eine Kehrseite: Die Zs werden tatsächlich später erwachsen, weil sie im realen Leben schlicht langsamer Erfahrungen sammeln. In praktischen Dingen sind sie unsicherer und brauchen mehr Unterstützung. Das gilt auch für die direkte face-to-face Interaktion und zeigt sich in geringerer emotionaler Kompetenz und Gruppenverhalten.

Was wollen die Zs?

Ein sicherer Arbeitsplatz ist wichtig. Was den allgemeinen Wohlstand betrifft sind Zs in einer finanziellen Komfortzone aufgewachsen. Keine Arbeit um jeden Preis, aber Sinn machen und Spaß bringen muss sie. Das Bedürfnis nach Work-Life-Trennung ist groß, jedoch aufgrund des permanenten Online-seins schwer zu verwirklichen. Kollegen spielen eine große Rolle, vielleicht, weil der direkte Kontakt beim virtuellen Aufwachsen etwas auf der Strecke geblieben ist.

Wie spricht man mit ihnen?

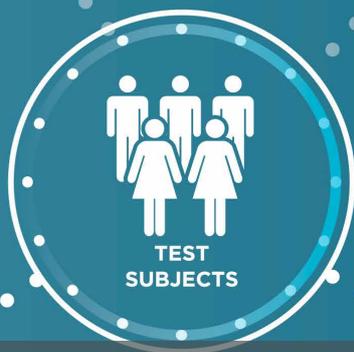
Die Generation Z kennt Kommunikation eher über Bilder als über Schrift. Recruiting macht vor allem über Influencer, soziale Netzwerke und mobile Anwendungen Sinn. Videobotschaften werden Anschreiben irgendwann ablösen. Für den Ton der Ansprache gilt dasselbe, wie für die direkte Führung: Auf Augenhöhe erzogene Menschen, die aus dem digitalen Netz keine Hierarchie kennen, erwarten das auch von ihrem Arbeitgeber.

Motivation – eine neue Herausforderung!

Für die Z-Generation ist Selbstverwirklichung wichtiger als Gehalt und Status. Anreize über Gehalt und Position funktionieren also nur bedingt. Erschwerend kommt hinzu, dass die Bereitschaft zur emotionalen Bindung an das Unternehmen grundsätzlich gering ist. Lassen Sie sich etwas einfallen!

Die große Herausforderung bringt die Digitalisierung mit sich. Schon jetzt berichten Personaler über eine gewisse Gleichgültigkeit bei den Bewerbern, aus gutem Grund: Die Generation Z ist die erste, die ihre Bedürfnisse nicht nur analog, sondern auch digital befriedigen kann. Anerkennung? Kreativität? Abwechslung? Oft ist alles schon über Internet-Portale und Videospiele versorgt. „Die haben gar keinen Hunger nach dem Job, die sind schon satt, wenn sie mir das erste Mal gegenüber sitzen“ erzählte neulich ein Personaler. Das Ziel von Personalmarketing wird sich verändern müssen: Attraktiver als der Markt? Attraktiver als das Netz! ■





WIE WIRD MAN EIGENTLICH ...
DIREKTORIN FÜR KLINISCHE STUDIEN?

Die Glückliche

Die Chefs? 18 Flugstunden entfernt. So gut wie immer. Ein Traum für so manchen genervten Arbeitnehmer. Für Anna Heile tägliche Realität. Heiles fester Standort ist Hannover, die Bosse ihres Arbeitgebers Vascular Dynamics haben ihre Büros in Mountain View, Kalifornien. Mountain View, das ist Silicon Valley mit Google, WhatsApp, Mozilla und LinkedIn – und eben Vascular Dynamics, ein Start-up für medizinische Produkte. Die regelmäßige Telefonkonferenz mit der Zentrale findet für Anna Heile in der Regel um sieben Uhr abends statt, dann ist es auf der Westseite der USA gerade einmal zehn Uhr am Vormittag.

Neun Stunden Zeitunterschied, persönliche Treffen vielleicht vier, fünf, sechs Mal im Jahr, und dann ganz sicher nicht in Hannover. Weil Hannover eben nicht Frankfurt ist. Oder London, wo man schnell mal aus San Francisco rüberjetten kann. Nein, Hannover ist eben Hannover, aber das ist für Anna Heile kein Problem. Im Gegenteil. „Ich finde das klasse. Amerikanische Arbeitgeber und ein amerikanisches Gehalt bei norddeutschen Lebenshaltungskosten – besser geht's nicht“, so beschreibt die promovierte Tiermedizinerin die Besonderheit ihres derzeitigen Jobs.

Dr. Anna Heile ist Europadirektorin für klinische Studien bei Vascular Dynamics. Sie kommt ursprünglich aus Cloppenburg und schloss ein Studium der Tiermedizin an der TiHo in Hannover ab – man könnte sagen: Das Silicon Valley war ihr wahrlich nicht in die Wiege gelegt. Wie sie dahin kam, wo sie heute ist? „Glück!“, kommt es wie aus der Pistole geschossen.

Die heute 39-Jährige promovierte im Anschluss an ihr Veterinärstudium am International Neuroscience Institute (INI) in Hannover. Ihre beiden PhD-Betreuer? Natürlich Neurochirurgen. Die Frau eines Betreuers gehört der Hydrozephalus-Gesellschaft an, die sich dem Phänomen Wasserkopf

widmet. Der jährliche Kongress der medizinischen Vereinigung fand seinerzeit in Hannover statt, Doktoranten wie Anna Heile durften Vorträge halten. Und jetzt kommen der Zufall und das Glück ins Spiel. Der weltweite klinische Direktor des Sponsors Codman, einer Tochter von Johnson & Johnson Medical, eines der größten Medizinunternehmen der Erde, ist unter den Gästen. Er ist ebenfalls Tierarzt. Anna Heile will längst raus aus der Tierversuchsschiene und in die Humanmedizin einsteigen. Man kommt in Kontakt, aber für eine gelernte Tierärztin sieht der US-Gast kaum Chancen in seinem Arbeitsumfeld. Wenige Wochen später eine E-Mail: Der amerikanische Stent-Hersteller Cordis sucht einen freiberuflichen Consultant. Heile, damals gerade promoviert, sagt: „Ich hatte nichts Besseres vor.“ Sie bewegt sich jahrelang als Selbstständige im Unternehmensnetzwerk von Johnson & Johnson, bis vor drei Jahren die Anfrage von Vascular Dynamics kam – die erste Festanstellung. Aber was heißt das schon.

”
Wie sie dahin kam,
wo sie heute ist?
„Glück!“



Dr. Anna Heile

Ihr Büro ist der Hafven, ein Coworking-Space in Hannover, günstig und flexibel, aber sicherlich nichts Repräsentatives. Sie betreut von dort aus die Studie CALM-2, die die Wirksamkeit des Implantats Mobius-HD belegen soll. Wenn's gut läuft, kennen unsere Enkel Bluthochdruck nur noch aus alten Büchern. Die klinische Studie ist in Europa in fünf Ländern aufgelegt, Anna Heile trifft sich regelmäßig mit den Studienmanagern und hält Kontakt zu den Kliniken. Sie koordiniert, muss das medizinische und organisatorische „big picture“ im Auge haben, wie sie sagt. Dafür ist sie viel unterwegs. Diese Mischung aus Schreibtischarbeit und Reisen gefällt ihr, die freie Zeiteinteilung trotz Festanstellung, die Balance aus Ruhe und Anspannung. Nur mit der Sportart für den körperlichen Ausgleich hadert sie, die ist ihr offensichtlich auch nicht in die Wiege gelegt worden. „Es braucht einen Sport, den man überall problemlos ausüben kann.“ Einen gefühlten Seufzer später: „Man sollte sich überreden, ein Läufer zu sein.“



CALM-2 – DIE STUDIE

Anna Heile betreut in Europa die CALM-2-Studie, die die Wirksamkeit des MobiusHD-Systems prüfen soll. Die Studie richtet sich ebenso wie das medizinische Implantat an multiresistente Bluthochdruckpatienten. Als multiresistent gilt ein Patient, wenn mindestens drei Medikamente oder Therapien nicht in der Lage waren, eine Besserung herbeizuführen. Die Studie ist auf eine Dauer von fünf Jahren angelegt, das Ziel sind 300 Teilnehmer weltweit. CALM-2 ist eine randomisierte Studie, das heißt, 50 Prozent der Patienten werden, ohne es zu wissen, nicht behandelt. Im besten Fall steht am Ende der Studie die Zulassung des Medizinprodukts durch die US-amerikanische Lebens- und Arzneimittelbehörde FDA sowie in Europa die Kassenzulassung.

MOBIUSHD – DAS SYSTEM

Im Anfangsteil der Halsschlagader sitzen sogenannte Barorezeptoren. Es handelt sich dabei um Sensoren zur Regelung des Blutdrucks. Messen diese Rezeptoren einen Anstieg des Blutdrucks in der Ader, senden sie dem Gehirn ein Signal. Als Antwort erfolgt reflektorisch eine Senkung des Blutdrucks. An diesem Punkt setzt das MobiusHD-System an. Das Implantat wird minimalinvasiv dauerhaft in der Halsschlagader platziert. Dort spannt das viereckige Mini-Metallgestell seine Streben auf und drückt damit auf die Gefäßwände und weitet sie. Für die Barorezeptoren wird erhöhter Blutdruck simuliert – der Körper fährt die Herzfrequenz runter, der Blutdruck sinkt real.

www.vascularynamics.com

Clinical Research

FIRMEN-KRÖKEL-CUP

SECHS FREUNDE müsst ihr sein

Hannover sucht den Krökel-König! Und zwar den Mannschafts-Krökel-König. Am 28. Mai 2019 findet in der HDI-Arena der „Firmen-Krökel-Cup“ statt. Organisator Frank Dörrie erwartet bis zu 300 Teilnehmer, die in zirka 50 Teams die lokale Firmenmeisterschaft untereinander auskrökeln werden. Mit dabei: das Team Tina Voß. Seit November wird trainiert. Unser Credo: Die Mannschaft ist der Star, sechs Freunde müsst ihr sein! Und: Wir holen uns den Cup!

Das Mitmachen beim „Firmen-Krökel-Cup“ lohnt sich in diesem Jahr besonders. Wer teilnimmt, unterstützt die Krebsabteilung der Medizinischen Hochschule Hannover (MHH). Das Motto heißt „Krökeln gegen Krebs“. Die Förderstiftung der MHH, der die Teilnahmegebühren zugutekommen werden, nutzt das Turnier, um Projekten der Onkologie finanziell unter die Arme zu greifen.

Irgendwer besser als das Team Tina? Kaum denkbar. Aber, man kann es ja mal versuchen. Dann tretet für den guten Zweck gegen uns an!

Einfach anmelden unter www.firmen-kroekel-cup.de





RFS – MEHR ALS NUR KABEL

Kabelkamp. In der Firmenadresse steckt die ganze Geschichte der RFS GmbH. Jedenfalls eines Teils der Gesellschaft. Das Kürzel RFS steht für Radio Frequency Systems, einem der weltweit führenden Hersteller von Hochfrequenzkabeln mit 1.500 Mitarbeitern weltweit und mehr als 35 Servicebüros in über 20 Ländern. Dass sich RFS als eines der ältesten Telekommunikationsunternehmen der Welt bezeichnen darf, hat seinen Ursprung in Hannover.

Im Jahr 1900 lässt der Ingenieur und Telegraphendirektor im Ruhestand Louis Hackethal den „Hackethal-Draht“ patentieren, den ersten isolierten Leitungsdraht. Die Isolation ist äußerst simpel – Papier, Baumwolle und Jute – aber das Telefonieren ist fortan weitgehend störungsfrei, ein echter Fortschritt. 1950 wird in Hannover der Wellmantel erfunden, die Voraussetzung für flexible Ummantelungen. Für den normalen Kunden ist RFS zumeist eine unbekanntere Größe, man muss schon sehr genau hingucken. Zum Beispiel auf die Mobilfunkbasisstationen in ganz Deutschland, die mit RFS-Technik bestückt sind. Hier liegt auch die nächste große Herausforderung für RFS: die Entwicklung der Sende- und Empfangstechnik für den neuen Mobilfunkstandard 5G.

Auf dem Dach des One World Trade Centers in New York – seit dem

Richtfest 2013 mit 541 Metern das höchste Gebäude der USA – steht das jüngste Referenzobjekt von RFS. Die Rundfunkantenne, die weithin sichtbar in den Himmel ragt, wurde von der RFS produziert, genauso wie die darunterliegende Technik. „Beides kommt aus unserem australischen Werk bei Melbourne“, erklärt Lea Gahl aus dem RFS-Bereich Communications. Welche Rolle der Standort Hannover im globalen Unternehmensverbund von RFS mit insgesamt acht Fertigungsfabriken spielt, ist ebenfalls sehr gut am New Yorker Referenzbeispiel zu erkennen. „Einige Kabelverbindungen der Sendeanlage im One WTC wurden in Hannover hergestellt. Hannover, das ist schon immer der Kabelstandort gewesen“, so Gahl.

Weniger in die Höhe denn in die Tiefe weist eine andere Spezialität von RFS. Das Unternehmen bietet funktechnische Sonderlösungen für Innenbereiche an, eine besondere Herausforderung stellt Mobilfunk in Tunnelverbindungen dar. Die Antwort auf die Frage, warum der Handyempfang auf den unterirdischen Abschnitten der Ustra-Linien so gut ist, heißt RFS. „Der Abschnitt zwischen den Haltestellen Hauptbahnhof und Werderstraße ist als Teststrecke ausgebaut worden“, erläutert Lea Gahl. Es ist einer der wenigen Orte, wo der Global Player in seiner Geburtsstadt für die Menschen sichtbar wird. Wenn man genauer hinschaut.

KORINA BERGMANN-SCHOLTZ: „DIE AUSWAHL IST SEHR PASSGENAU!“

Korina Bergmann-Scholtz ist seit 21 Jahren bei RFS, aktuell als Human Resources Advisor unter anderem verantwortlich für die Stellenbesetzung der gewerblichen Mitarbeiter bei RFS in Hannover. Seit mehreren Jahren ist RFS Kunde bei Tina Voß. Warum? Wir haben nachgefragt.

Frau Bergmann-Scholtz, wie viele Mitarbeiter beschäftigt RFS in Hannover?

Aktuell sind es rund 270 Mitarbeiter in der Verwaltung und Produktion. Wir haben im Vorjahr noch einmal personell aufgestockt und im Zuge dessen auch unsere Geschäftsbeziehungen zur Tina Voß GmbH intensiviert.

Warum die Aufstockung?

Wegen der Konkurrenz am Markt müssen wir auf schwankende Auftragseingänge unserer Kunden umgehend reagieren. Die Aufstockung erfolgte aufgrund der hohen Auslastung der Produktionsanlagen, als die Kapazitäten auf vollkontinuierlich 24/7 – den sogenannten 21-Schichtbetrieb – umgestellt wurden. Demzufolge benötigten wir natürlich mehr Personalkapazitäten.

Für welche Tätigkeiten suchten Sie?

Zunächst für die Produktion von Hochfrequenzkabeln, ungelernete Bewerber, die als Maschinenhelfer und Transportmitarbeiter für den innerbetrieblichen Werkverkehr eingesetzt werden, wenn ein Staplerschein

nachgewiesen werden kann. Des Weiteren für unsere drei Produktionsprozesse Schaum, Wellmantel und Mantel auch Maschinenführer. Diese sollten eine gewerbliche Ausbildung absolviert haben.

Inwieweit kann die Tina Voß GmbH Ihre Firma dabei unterstützen?

Durch Tina Voß sparen wir viel Zeit und Arbeit – dies entlastet uns erheblich. Das Besondere an Tina Voß aus meiner Sicht: Die Auswahl ist sehr passgenau! Die Bewerber, die von Tina Voß zu uns kommen, sind für die angebotenen Tätigkeiten oft überdurchschnittlich gut

„
Durch die Tina Voß
GmbH sparen wir viel
Zeit und Arbeit.“

geeignet. Das hat mit der präzisen Vorauswahl anhand der von uns zur Verfügung gestellten Anforderungsprofile zu tun. Bei Tina Voß wird sehr genau geschaut, welcher Mitarbeiter für die Position geeignet ist und zu uns passen könnte.

Gab es in jüngster Zeit erfolgreiche Vermittlungen?

Ja, da gab es zum Beispiel Herrn Tarraf. Der junge Mann wurde im März 2018 als Maschinenhelfer eingestellt und bewarb sich kurze

Zeit später über eine interne Stellenausschreibung auf einen freien Ausbildungsplatz als Maschinen- und Anlagenführer. Im Auswahlverfahren überzeugte er nicht nur durch seine gesammelten Erfahrungen, er bewies auch, dass er bestens für die gewerbliche Ausbildung in unserem Haus geeignet ist. Am 1. September begann er trotz der deutlich geringeren Bezahlung seine Ausbildung, um sich zu qualifizieren und damit seine Chancen am Arbeitsmarkt zu verbessern.

Oder der Herr Dahlmann ...

Der ist ebenfalls in der Ausbildung?

Nein, Herr Dahlmann ist gelernter Elektroniker für Energie- und Gebäudetechnik, mit solider Berufserfahrung und ebenfalls seit März 2018 bei RFS. Er ist das beste Beispiel für eine ausgezeichnete Vermittlung. Für seine Stelle wurde ein Entwicklungsplan erstellt, durch den er systematisch in den verschiedenen Bereichen der weltweit einzigartigen robotergesteuerten Produktionsanlage qualifiziert wird. Herr Dahlmann unternahm auch schon eine Dienstreise in unser neues Werk nach China, wo er wichtige Details über die halbautomatische Jumperproduktionsanlage sammeln konnte. Sehr positiv ist auch, dass wir ihn bereits nach kurzer Zeit in ein unbefristetes Arbeitsverhältnis übernehmen konnten. Wir freuen uns auf die weitere, sehr gute Zusammenarbeit mit ihm. ■

Plastik gegen Polio

Plastikdeckel sammeln und Kinderlähmung bekämpfen – Tina Voß macht mit!

„500 Deckel für ein Leben ohne Kinderlähmung“ – mit dieser einprägsamen Formel wirbt der Verein „Deckel drauf“ seit vier Jahren für seine Sammelaktion, mit der Polio-Schutzimpfungen finanziert werden. Franzisca Zedler aus der Verwaltung hat über ihren Bruder Oliver von der Hilfsaktion erfahren und sammelt seitdem gemeinsam mit ihrem Lebensgefährten Deckel von Softdrink-Flaschen und Tetra-Packs. „Ein wirklich großartiges soziales Projekt“, findet die 32-Jährige. Vor gut einem halben Jahr hat sie dieses Projekt in die Firma getragen. Kurzerhand wurde die Losbox der Firma beklebt und zur Sammelbox umfunktioniert – mit Erfolg. Bis zu 1.200 Kunststoffdeckel (HDPE oder PP) sind bislang zusammengekommen und es werden täglich mehr. Rechnerisch haben Franzisca Zedler und ihre Mitstreiter also schon zwei Impfungen gegen Kinderlähmung ermöglicht. Eine große Hilfe war unser Mitarbeiter Amir Ayesh, der in der TUI-Arena zwei große Tüten mit Deckeln füllte und in der Firma abgab. Immer mehr Menschen erfahren von der Initiative und unterstützen das Projekt. Sogar der Sohn der Kollegin Kasia Schiereck hat mit Klassenkameraden begonnen, an seiner Grundschule Deckel zu sammeln. „Darüber freue ich mich total!“, sagt Franzisca Zedler. Neuerdings ist Tina Voß auf der Webseite www.deckel-gegen-polio.de offiziell als eine von bundesweit fast 1.400 Sammelstellen registriert und ausgewiesen. Daher wird die Losbox als Sammelbehälter demnächst gegen eine ausrangierte Mülltonne ausgetauscht.

Den Verein „Deckel drauf“ gibt es seit etwas mehr als vier Jahren. Die Initiatoren verkaufen die Kunststoff-Deckel an externe Verwerter, die Erlöse aus dem Deckelverkauf fließen dann in das Rotary-Projekt „End Polio now“. Nach eigenen Angaben wurden bislang rund 300 Millionen De-

ckel gesammelt und verkauft und damit weltweit über 600.000 Schluckimpfungen in die Wege geleitet.

Poliomyelitis, kurz Polio oder auch Kinderlähmung, betrifft überwiegend Kinder im Alter zwischen drei und acht Jahren. In Deutschland ist der Virusreger aufgrund der intensiven Impfungen nicht mehr nachzuweisen, die letzte Ansteckung erfolgte 1990. Weltweit sind lediglich die Länder Nigeria, Pakistan und Afghanistan nicht polio-frei. Polio-frei ist ein Land, wenn drei Jahre in Folge keine Neuankömmlinge registriert worden ist. In Nigeria wäre dies am 16. August 2019 der Fall. ■

Mehr Infos zur Aktion „Deckel gegen Polio“ gibt es auf der Internetseite www.deckel-gegen-polio.de oder bei unserer Kollegin Franzisca Zedler unter 0511/696848-39.



Baden mit Taylor



Autor: Dr. Gerhard Wohland

Vor 15 Jahren sind mir zum ersten Mal Unternehmen aufgefallen, die sich von anderen unterschieden. Sie beklagten sich nicht über die schon damals hohe Dynamik, sondern nahmen sie in Gebrauch. Für sie war Dynamik eine willkommene Umgebung, in der sie ihre Stärken entwickeln und nutzen konnten. Wir haben zwölf dieser Unternehmen in einer Studie näher untersucht. Diese besonderen Unternehmen nannten wir „Höchstleister“.

Die Taylorwanne – ab und auf der Dynamik

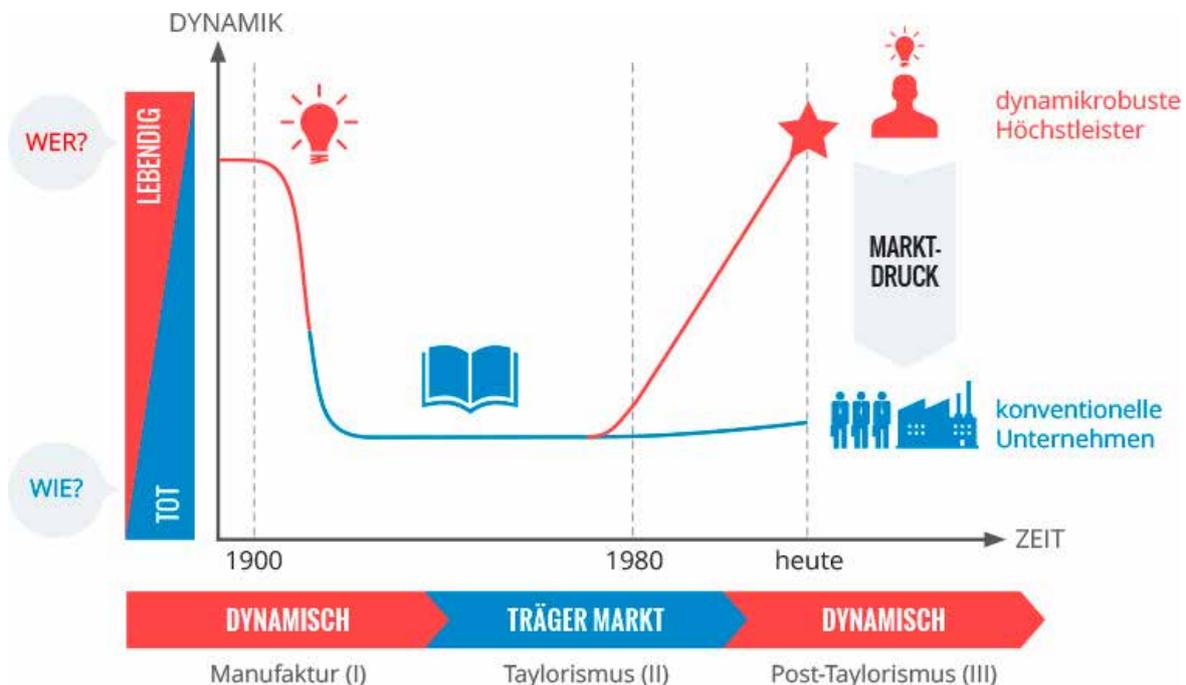
Eine erste Erkenntnis war, dass die Dynamik der Wirtschaft und damit die Art der Wertschöpfung in Unternehmen einen historischen Verlauf hat. Als Dynamik definierten wir die Menge der Überraschungen, die Unternehmen aushalten, beziehungsweise erzeugen müssen, um bestehen zu können. Als Überraschungen zählten wir nur Ereignisse, die durch Ideen erzeugt werden. Solche, die aus Unwissenheit entstehen, erzeugen nicht Dynamik, sondern nur Chaos. Diese Dynamik begann vor etwa 120 Jahren stark abzusinken, vor etwa 50 Jahren begann sie wieder stark anzusteigen. Dieser historische Verlauf der Marktdynamik und die zugehörigen Typen der Wertschöpfung

haben wir in einer Grafik dargestellt. Wegen ihres Ab-und-Auf-Verlaufs nennen wir sie „Taylorwanne“.

Unser „Baden“ in dieser Wanne beginnt um 1900. Damals war die Manufaktur die dominierende Form materieller Wertschöpfung. Sie bestand aus vielen kleinen Gruppen bestehend aus Meister nebst Gesellen und Lehrlingen. Jede dieser Gruppen hatte eigene Methoden und Werkzeuge. Man folgte dem Prinzip: Jeder so, wie er am besten kann. Beispiele für langfristig erfolgreiche Manufakturen sind die Porzellanmanufaktur in Meißen oder die Glasmanufaktur Murano bei Venedig. Sonderwünsche, Flexibilität und Dynamik waren kein Problem. Planung, Steuerung und Prozesse waren noch unbekannt. Heute würde man das „agil“ nennen. Die damaligen Märkte waren durch hohe Transportkosten lokal begrenzt, eng und damit dynamisch.

Taylorismus – eine geniale Idee

Ende des 19. Jahrhunderts sanken durch Bahn und Schifffahrt die Transportkosten für industrielle Güter. Es wurde möglich, große und leere Märkte mit Massengütern zu beliefern. Für diese Massenmärkte



waren die Tugenden der Manufaktur hinderlich, weil unnötig und damit teuer. Die neuen Massenmärkte hatten nur geringe Dynamik, sie benötigten weder Flexibilität noch ständige Kreativität.

Den notwendigen Denkhintergrund für diese damals innovative Form der Wertschöpfung lieferte der amerikanische Ingenieur Frederick Winslow Taylor (1856-1915). Er plädierte für eine wissenschaftliche Betriebsführung und begründete damit die Betriebswirtschaftslehre. Das Ergebnis war eine zentral steuerbare und planbare Wertschöpfung, die mit wenig qualifizierten und billigen Werkern zu organisieren war – der Autoproduzent Henry Ford nutzt diese Chance spektakulär. Die neue Produktion war zwar dynamikempfindlich, konnte aber bei niedrigen Kosten Masse und Qualität verbinden.

Der „Taylorismus“ war perfekt angepasst an die damals neuen Märkte. In der Grafik ist diese Veränderung der Wirtschaft durch den absteigenden Ast der Taylorwanne dargestellt. Die Dynamik von Markt und Produktion sinkt ab, die Organisation wird einer Maschine ähnlich.

Post-Taylorismus – die Dynamik kehrt zurück

Bis in die 1990er-Jahre waren tayloristische Prinzipien der Wertschöpfung unschlagbar. Dies änderte sich erst, als die Globalisierung der Märkte ihr Ende erreichte. Ein Wachstum in der Fläche war kaum noch möglich. Die ganze Erdoberfläche war Markt. Wie zur Zeit der Manufaktur wird es von da an wieder dynamisch, in der Taylorwanne zu sehen ab 1980. Der Marktdruck kommt nun von Unternehmen, in denen sich die Tugenden der Manufaktur mit tayloristischer Fertigung zu einer dynamikrobusten Massenfertigung verbinden – die schon erwähnten Höchstleister. Sie lösen ihre Probleme nicht mehr nur mit der Suche nach Wissen und fragen: „Wie geht es richtig?“, sondern sie nutzen zudem ihre Talente und fragen: „Wer von uns könnte mit dieser Überraschung fertig werden?“. Höchstleister ergänzen ihr Wissen durch ihr Können.

Der erste dynamikrobuste Industriebetrieb war der Autobau bei Toyota, wo die Flexibilität der Manufaktur mit der Kostenorientierung des Taylorismus zu einer dynamikrobusten Massenfertigung verschmolzen. Heute gibt es diese neuen Höchstleister überall auf der Welt. Aktuelle Beispiele sind Unternehmen wie Google, Apple, dm, W. L. Gore (Gore-Tex), Southwest Airlines, Svenska Handelsbanken oder auch Aldi.

Doch die neuen Anforderungen werden nicht überall verstanden. Und so wird der ehemals erfolgreiche Taylorismus weiter propagiert, lediglich unter anderen, wechselnden Namen. Aktuell nennt er sich „Industrie 4.0“ oder er versteckt sich hinter der „Digitalisierung“. Ich empfehle vielen Unternehmen zwecks Erkenntnisgewinn ein Bad in der Taylorwanne! Im aufsteigenden Ast verbirgt sich mehr Innovation im Denken, als die meisten vermuten. ■

Erfahren Sie mehr in der nächsten TVJournal. >>

Dr. Gerhard Wohland

war „guter Physikstudent“ im Tübingen der 68er Zeit.

Diplom und Promotion über die Dialektik von Welle und Teilchen im Grenzland zwischen Philosophie und Physik. Acht Jahre als Software-Ingenieur brachten die Erkenntnis, dass die Kunden mit Software oft mehr Probleme bekamen als ohne. Dann Management-Berater durch Beobachten von „Höchstleistern“, die keine Havarien kennen. Dabei entstehen die Denkerwerkzeuge und ein moderner Beratungsansatz.



Antworten zur Ausbildung

Studie „Azubi-Recruiting Trends“ fragt Ausbilder und Auszubildende und ist offen für neue Teilnehmer

Was erwarten künftige Azubis von ihren Ausbildungsbetrieben? Wie begeistern Ausbilder potentielle Bewerber für ihr Unternehmen? Der Solinger Ausbildungsspezialist „u-form Testsysteme“ sucht nach Antworten zur Ausbildung von heute. Im Januar ist die deutschlandweite Studie „Azubi-Recruiting Trends 2019“ gestartet, übrigens bereits zum zehnten Mal. Die Online-Befragung richtet sich an Azubis und Schüler sowie Ausbildungsbetriebe, es ist die größte doppelerspektivische Untersuchung ihrer Art in Deutschland. 2018 haben über 5.000 Azubi-Bewerber an der Umfrage teilgenommen, für 2019 möchte „u-form“ diese Zahl übertreffen. Teilnehmende Betriebe erhalten selbstverständlich die Auswertung der aktuellen Umfrage, zusätzlich stellt der Verlag die Erkenntnisse der vorangegangenen Studienjahre zur Verfügung.

2019 stehen bislang unbeleuchtete Aspekte im Bereich des Ausbildungsmarktes im Fokus, zum Beispiel regionale Unterschiede in der

Bewerberansprache, Arbeitszeitmodelle und die Wirksamkeit von Arbeitgeberseiegeln. Darüber hinaus geht es um die Grundfrage, wie Ausbildungsbetriebe ihre Zielgruppen am besten erreichen. ■

Und hier kann man mitmachen:

Online-Zugang für Ausbildungsbetriebe unter:
www.testsysteme.de/studie

Online-Zugang für Azubis und Schüler unter:
www.ausbildungsstudie.de

Seien Sie
dabei!

15 JAHRE
TEAM TINA VOß GMBH



Sarah Wolkow

Nachdem Sarah 2013 nach 10 Jahren ihre Probezeit erfolgreich beendet hatte, darf ich ihr nun zum 15-jährigen Durchhalten gratulieren.

Sarah hat im Unternehmen anfangs einige Stationen durchlaufen, bis sie 2005 die Teamleitung der gewerblichen Disposition übernahm und diese viele Jahre innehatte. 2016 übernahm sie als Teil einer Doppelspitze dann die Leitung des kaufmännischen, gewerblichen und IT-Managements. Diese Abteilung haben wir dann in 2018 im Zuge unserer neuen Verteilung verschlankt, Teile ins Recruiting ausgelagert und Sarah wurde die alleinige Teamleiterin unseres Personalmanagements.

Wenn wir gemeinsam an Ausschreibungen oder Gesetzesthemen arbeiten ist sie meine Ansprechpartnerin, die akribisch vorbereitet ist und mir bis zur Unterschriftsreife, die Themen vorlegt oder einfach in ihrer Eigenschaft als Prokuristin gleich selber freigibt.

In vielen Themen ist Sarah eine tolle Ansprechpartnerin, die Aspekte zur Sprache bringt, an die ich im Traum nicht gedacht hätte.

Von daher bin ich stolz und froh, dass ich mit Sarah eine langjährige Vertraute und tolle Führungskraft habe.

DANKE FÜR DIE LANGE ZEIT,
DIE WIR NUN SCHON GEMEINSAM
VERBRINGEN.



Julia Marić

In unserem Führungsteam arbeite ich seit vielen Jahren mit den gleichen Kolleginnen zusammen. Von daher freue ich mich, dass das zweite 15-Jahres-Jubiläum, das in 2018 zu feiern war, auch aus diesem Gremium stammt.

Julia Marić war von Anfang an in den Aufbau unserer Recruiting-Abteilung involviert und leitet sie seit der Entstehung ohne Unterbrechung. Vor vielen Jahren hatten wir schon gemeinsam erkannt, dass dies später mal ein wichtiger Baustein für den Erfolg unserer Firma wird. Während die Abteilung anfangs administrativ stark eingebunden war, veränderte sich die Arbeit im Laufe der Jahre hin zu Active Sourcing, Vorträgen bei Bildungsträgern, immer mehr Messen und viel mehr Kandidatenansprache im Social-Media-Bereich.

Julia und ihr Team probieren viel aus, um die passenden Bewerber für unser Business zu gewinnen. Von daher war das Recruiting der Treiber für unsere neue Software und folgerichtig übernahm Julia Marić auch die Leitung der Umstellung. Großer Dank gebührt ihr aber für die freiwillige Übernahme des DSGVO-Projektes. Da haben alle kollektiv aufgeatmet, dass der Kelch vorbeigezogen ist. Außer Julia. Aber auch das hat sie zu einem guten Ende geführt und leitet nun eine nahezu doppelt so große Recruitingabteilung wie vor unserem internen Umbau.

ICH FREUE MICH AUF DIE
NÄCHSTEN SPANNENDEN HERAUS-
FORDERUNGEN MIT DIR.

PERSONAL IST UNSER JOB

- Personalvermittlung
- Zeitarbeit
- Recruiting
- Trennungsmanagement
- key4you-Persönlichkeitsanalyse
- Outplacement
- Business-Coaching
- On-Site Management
- Zeugniserstellung

SIND SIE SEXY FÜR BEWERBER?

- Bewerbermarketing
- Mitarbeiterbindung
- Bewerberprozessanalyse

VERSTÄRKUNG AUF JEDER POSITION

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

IMPRESSUM

TVjournal Ausgabe 1 | 2019

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, Julia Wohlfeld

Fotos:

shutterstock, Kevin Munkel, G. Wohland, RFS GmbH

Tina Voß GmbH, privat

Gestaltung und Produktion:

novum! Werbemedien GmbH & Co. KG

Auflage:

2.500 Exemplare

