



Liebe Leserinnen und Leser,

herzlich willkommen zu unserem neuen Newsletter.

In dieser Ausgabe widmen wir uns der Frage, wie „schräg“ wohl die kommende Kandidatengeneration aussieht und was das über sie aussagt. Außerdem stellen wir ein interessantes Berufsfeld vor und geben Tipps, wie neue Mitarbeiter die Probezeit am besten bewältigen.

Wir wünschen Ihnen eine angenehme Lektüre,

Ihr HiTec Team

DER NEUE KANDIDATENMARKT FÜR DEUTSCHLANDS MANAGEMENT

40 Prozent der 26- bis 40-jährigen US-Bürger haben ein Tattoo – das entspricht 45 Millionen Menschen in den USA (Quelle: Pew Research Center, Tattoo Finder, Vanishing Tattoo, Research/12.11.2013). 73 Prozent der Befragten einer weiteren Studie sagen, sie würden einen Mitarbeiter mit Tattoo einstellen (Anderson Robbins Research und Shaw & Company Research, durchgeführt im März 2014).

In Deutschland sind es immerhin kolportierte sechs bis acht Millionen Menschen mit einem Tattoo. Laut GfK, Dermatologen der Universität Bochum sowie Tattoo- und Piercingverbänden sind die 25- bis 34-Jährigen mit etwa 22 Prozent die stärkste Gruppe der Tattooträger in Deutschland. Ein Zusammenhang zwischen Schulbildung, Einkommen oder Beruf bestehe dabei

nicht. Damit wird die Generation Y zur Tattoo-Generation. Das ist aber bekanntlich auch die Generation, um die sich derzeit alle Arbeitgeber reißen. „Die Zeiten, in denen Personalverantwortliche sagen, Körperschmuck sei zu verdecken, weil das unseriös ist und Kunden irritieren könnte, sind so gut wie vorbei“, sagt Lutz-Martin Busch von HiTec Consult, einer auf den medizintechnischen Markt spezialisierten Personalberatung. „Wir haben jüngst in den von uns betreuten Projekten die Erfahrung gemacht, dass sich langsam aber sicher „Typen“ durchsetzen, die früher undenkbar gewesen wären, und das über alle Hierarchieebenen hinweg“. (In einem vertraulichen Fragebogen gaben von 100 interviewten Kandidaten im Alter zwischen 25 und 35 Jahren acht Befragte aus dem Sales- und Marketingmanagement an, eine sogenannte Körpermodifikation zu

tragen). „Das kann im Außendienst oder der Personalabteilung sein, und Körpermodifikationen sind da nur ein Beispiel. Hinzu kommen sehr „casual“ gehaltene Outfits wie Jeans zu Bluse oder Hemd und Frisuren, die Charakter zeigen. Das ist zwar noch nicht die Regel, nimmt aber zu, auch wenn es nicht immer unseren Vorstellungen entspricht. Derzeit ist ein ungewöhnlicher Look sogar meistens noch ein Synonym für Stärke. Sehr häufig stehen dahinter außergewöhnlich gute Mitarbeiter mit einem ausgeprägten, aber angenehmen Selbstbewusstsein“, so Busch weiter.

In Zukunft könnte dies zum Mainstream werden, wenn man sich zumindest die Statistiken anschaut. Die Wachstumszahlen bei Tattoos sprechen für sich, der Wandel ist in vollem Gange. Es werden die letzten Jahrgänge der Generation Y



und die Generation Z sein, die dieses Tabu endgültig aufbrechen.

„Manager in Nadelstreifen“ wird über kurz oder lang kein Thema mehr sein. Schon heute zeigen die Websites vieler Markentextilhersteller den männlichen Business-Kunden eher im saloppen, aber stilvollen Kombinations-Outfit = lässig, leger (Jeans, Hemd, Sakko). Und das zieht sich durch alle Ebenen. „Auch die Mitarbeitertypen im Firstline-Management und auf Kundenseite ändern sich im Zusammenhang mit dem Umbruch zur Y- und Z-Generation. Irgendwann wird die Tattoogeneration

das Management erreichen“, sagt Lutz-Martin Busch.

Fazit: HR-Verantwortliche müssen zukünftig genauer hinschauen und aufpassen, keine gravierenden Rekrutierungsfehler zu begehen. Mitarbeiter können extravagant aussehen, aber trotzdem richtig gute Leistung erbringen. Das muss auch in konservativen Geschäftsfeldern angenommen werden. Das Ablehnen eines guten Bewerbers aufgrund seines Stils, wegen einer Tätowierung oder eines Piercings, unabhängig davon, ob es diskriminierend ist oder nicht, kann ein Fehler im Sinne des Geschäftserfolgs

sein. „Es ist nicht nur die Toleranz, sondern vor allem die Vernunft, die man hier walten lassen muss“, so Lutz-Martin Busch. Je früher Entscheider das annehmen, umso besser ist es für das Unternehmen. Die Personalentwicklung wird damit auch dem Muster zunehmender Individualität bei persönlichen Alleinstellungsmerkmalen folgen. So wie man sein Handy oder sein Profil auf sozialen Netzwerken „customized“, wird die Selbstdarstellung zunehmend inszenierter verlaufen. Diese Veränderung tut der Gesellschaft eigentlich sehr gut und damit trennt sich die zukünftige Bewerbergeneration deutlich von den

vorhergehenden Generationen ab, denn es geht weg vom uniformierten Mitarbeiter hin zu den Inhalten. Das Risiko für das neue Modell liegt dann eigentlich eher darin, dass ein Bewerber, der im konservativen Outfit daherkommt, als bieder und wenig kreativ gelten könnte. Es ist ein interessantes Phänomen, das sich da auftut. Die klugen Personaler werden sich schnell an die veränderten Rahmenbedingungen anpassen, und vielleicht können gerade clevere Mittelständler dem einen oder anderen Konzern einen Top-Mitarbeiter „wegnehmen“, weil dieser im Konzern noch zu sehr als Exot gelten würde.

BERUFSBILD „KOL-MANAGER“: KEY OPINION LEADER-MANAGER

Übersetzt man es ganz banal, so managt der Key Opinion Leader (KOL)-Manager die Hauptmeinungsbildner.

Das Management von KOL's gehört zu den innovativen Ansätzen der Marketingkommunikation. Gerade in der Medizintechnik sind die KOL (Key Opinion Leader), wie zum Beispiel Wissenschaftler, Professoren, Ärzte, Ärztgemeinschaften, Verbände und Krankenkassen, oft die entscheidenden Multiplikatoren, die den Erfolg eines Produktes beeinflussen. Dieser identifizierte Personenkreis verfügt über eine anerkannte Expertise auf einem Gebiet und nimmt häufig eine führende Stellung in der Forschung ein. Der KOL-Manager beschäftigt sich intensiv mit der Suche, dem Aufbau und der Netzwerkpflge der Meinungsbildner und trägt somit zum langfristigen Erfolg des Unternehmens bei.

AUFGABEN UND INHALTE:

- Identifikation von Meinungsbildnern/KOL's
- Enge Zusammenarbeit mit dem Marketing und Vertrieb
- Wissenschaftliche Lobbyarbeit zwischen Unternehmen und Experten



- Unterstützung medizinischer Fortbildungen
- Teilnahme an nationalen und internationalen Kongressen
- Konzeption, Budgetierung, Initiierung und Betreuung überregionaler Projekte und wissenschaftlicher Fortbildungsveranstaltungen

PROFIL UND WERDEGANG:

- Betriebswirtschaftliches Studium oder naturwissenschaftlich-technisches Studium
- Erfahrung aus einer vergleich-

baren Aufgabe, z. B. im Marketing eines medizintechnologischen Unternehmens in einem vergleichbaren Produktumfeld (empfohlen)

- Geschick und Expertise, um auf hohem wissenschaftlichen Niveau mit Entscheidern, Meinungsbildnern und Mitgliedern von Gremien, Arzneimittelkommissionen und Qualitätszirkeln zu kommunizieren
- Ausgeprägte Service- und Kundenorientierung
- Präsentations- und Kommunikationsstärke
- Englischkenntnisse

CHANCEN:

- Karriereperspektiven in leitenden Marketing- oder Produktmanagementfunktionen
- Je nach technischer/medizinischer Ausprägung auch leitende Funktionen im Bereich Forschung & Entwicklung, Medical Affairs/Medical & Scientific Liaison Management
- In der Regel relativ eigenständige, aber stark interdisziplinäre Arbeitsweise
- Arbeiten auf technischem und wissenschaftlichem Höchststand

BEWÄHRUNGSPROBE PROBEZEIT

Die erste Hürde ist genommen, das Bewerbungsverfahren hat man positiv für sich entschieden. Doch die wahre Bewährung folgt erst in den kommenden Monaten. Statistiken zeigen, dass etwa jedes fünfte Arbeitsverhältnis innerhalb der Probezeit beendet wird. Deshalb ist es unvermeidbar, sich mit der neuen Situation im Vorfeld genau auseinander zu setzen, um zahlreiche mögliche Fehler zu vermeiden. Einige dieser Fehler sind im Folgenden aufgelistet.

Ein entscheidendes Problem ist es, mit einer falschen Erwartungshaltung in ein neues Arbeitsumfeld einzusteigen. Die ersten Wochen sollten gezielt dazu genutzt werden, die Unterschiede zwischen Wunsch und Realität zu erkennen. Eine gewisse Frustrationstoleranz sollte hierzu gerade in den ersten Wochen vorhanden sein. Wichtig ist es jedoch, trotzdem noch mit sehr gutem Einsatz zu überzeugen. Die ersten Wochen sind nicht dafür gedacht, perfekte Leistungen abzuliefern, sondern sich mit den Arbeitsweisen des Unternehmens vertraut zu machen und diese für sich anzunehmen. Kritik ist kaum vermeidbar, umso wichtiger ist es, diese konstruktiv umzusetzen. Unsicherheiten und auftretende Fragen sollte man mit Bedacht äußern und – wenn möglich – eigeninitiativ lösen. Eine gewisse Lernbereitschaft ist im Rahmen einer neuen Arbeitsaufgabe dringend erforderlich.

Es ist unentbehrlich, den positiven Eindruck aus den Bewerbungsgesprächen zu erhalten und zu vertiefen. Dies ist vor allem gegenüber den neuen Kollegen relevant, die noch keinen Eindruck gewinnen konnten. Man sollte den Kollegen und Vorgesetzten offen begegnen, sich jedoch in Zurückhaltung üben. Das bedeutet, sein Wissen vorerst nicht in Szene zu setzen, aber Augen und Ohren offen zu halten und sich interessiert zu zeigen. In den ersten Wochen ist die Selbstpräsentation der entscheidendste Punkt. Hier kommt es auf kommunikative Fähigkeiten, Beob-



achtungs- und Auffassungsgabe und soziale Kompetenz an. Zudem ist es erforderlich, sich in vorhandene Strukturen zu integrieren und an bestimmte Verhaltensweisen anzupassen.

Die häufigsten Fehler in der Probezeit sind schlechte Arbeitsleistung, Unpünktlichkeit und unangebrachte Kritik und Besserwisserei. Beim Kennenlernen der neuen Kollegen sollte man zudem darauf achten, dass man die Zuständigkeiten der einzelnen Mitarbeiter akzeptiert und annimmt. Zudem ist arrogantes Auftreten und das Äußern von lockerer Sprüche unangebracht.

Fehler sind menschlich und der offene Umgang mit eigenen Fehlern zeugt von Charakterstärke. Hilfreich für die Integration in das Unternehmen ist deshalb auch das Einholen

eines regelmäßigen Feedbacks zur besseren Selbstreflexion. Urlaubswünsche und Fehlzeiten in den ersten Monaten tragen ebenfalls nicht zu einem guten ersten Eindruck bei. Aber nicht nur von Seiten des neuen Arbeitnehmers werden Fehler gemacht. Auch der Arbeitgeber hat die Aufgabe, dafür zu sorgen, dass der Neuling eine Chance hat, sich gut in das neue Unternehmen einzufinden. Angefangen bei einer freundlichen Begrüßung mit einem Willkommensspräsent und der offenen Wertschätzung, indem man wichtige Arbeitsvorkehrungen (Namensschild, Userkennung für PC etc.) bereits im Vorfeld eingerichtet hat. Einige große Unternehmen haben mittlerweile sogar ein festes Integrationsprogramm für neue Mitarbeiter eingeführt.

Viel wichtiger ist es jedoch, versprochene Arbeitsinhalte und Verantwortungs-

bereiche, die dem Kandidaten im Bewerbungsprozess zugesichert wurden, einzuhalten. Nicht selten kommt es vor, dass die Arbeitsaufgabe sich stark von der eigentlich vereinbarten unterscheidet, weil das Unternehmen gerade an anderer Stelle dringender eine Arbeitskraft benötigt. Auch diverse Verantwortungsbereiche wie Personalführung, selbstständiges Arbeiten etc. sind unbedingt im Vorfeld festzulegen. Ansonsten kann das zu einer starken Unzufriedenheit und nicht selten zu einer Kündigung innerhalb der ersten sechs Monate führen. Das Unternehmen sollte den Arbeits- und Verantwortungsbereich des neuen Mitarbeiters im Vorfeld klar definieren und dessen Rolle im Unternehmen festlegen, um zum Schluss nicht eine wichtige Arbeitskraft zu verlieren und den eigenen Ruf nicht zu gefährden.

WAS SIND DIE TOP-FEHLER BEIM JOBWECHSEL?

TEIL 2 » ICH HÖRTE NICHT AUF MEIN BAUCHGEFÜHL «

THEMENSERIE JOBWECHSEL TEIL 2



Schon im Vorstellungsgespräch kann das Gefühl aufkommen, dass man irgendwie nicht zusammenpasst. Es können der potenzielle Vorgesetzte, Kollegen, Mitarbeiter sein, die ein komisches Bauchgefühl hinterlassen. Dem sollte man im Zweifelsfall folgen, denn nach dem Wechsel bleibt nur die Kündigung als Ausweg, wenn man sich nicht wohlfühlt.

Beispiel: Nach dem erfolgreichen Vorstellungsgespräch bekommt man die Möglichkeit, einen Tag im Team mitzuwirken. Früher nannte man

das Probearbeiten, heute werden im Vertrieb häufig die Bezeichnungen Co-Travel oder Fieldride gewählt, insbesondere für den Außendienst. Stellt man an diesem Tag fest, dass der Vertrieb unter Druck steht und Kunden argwöhnisch reagieren oder die Kommunikation im Unternehmen von Kontrolle und Misstrauen geprägt ist, dann sollte man im Zweifelsfall nochmals die Entscheidung hinterfragen.

Wie merke ich so etwas? Ein einfaches mitgehörtes Telefonat im Auto des zukünftigen Kollegen mit seinem Vorgesetzten oder anderen

Mitarbeitern kann hier schon Aufschluss geben über die Zusammenarbeit im gesamten Team. Nicht nur die Unternehmen schauen an einem solchen Tag genauer hin, auch Sie sollten die Chance zum intensiven Einblick nutzen. Haben Sie ein schlechtes Gefühl danach, unterschreiben Sie den Arbeitsvertrag nicht und bleiben besser bei ihrem aktuellen Arbeitgeber.

Unsere Erfahrung hat uns gelehrt: Es gibt keine zweite Chance für den ersten Eindruck. Es bleibt, wie es ist.

IMPRESSUM

HERAUSGEBER:

HiTec Consult GmbH
Ludwigstr. 5
61231 Bad Nauheim
Telefon: 06032 92865-0
Internet: www.hitec-consult.de
E-Mail: ht@hitec-consult.de

REDAKTION:

Fabian Brücher,
Lutz-Martin Busch,
Martin Conrad,
Nadja Deinert,
Susanne Ikemann,
Sebastian Kniep,
Judith Kosin,
Ursula Mieller-Mellein,
Andreas Zimmermann

Uns vertrauen mehr als 100 Unternehmen innerhalb der Medizintechnik den Executive Search von Führungskräften an. Darunter befinden sich mehrere Unternehmen, die laut „Capital“ zu den besten Arbeitgebern Deutschlands zählen, ebenfalls einige werden von der „Wirtschaftswoche“ in der gleichen Kategorie unter den Top-Unternehmen Deutschlands aufgeführt, und „Fortune“ zählt drei unserer Kunden zu den „angesehensten Unternehmen der Medizintechnik weltweit“.

Sollten Sie Fragen oder Anregungen zu unserem Newsletter haben, stehen wir Ihnen gerne telefonisch unter 06032 92865-0 oder per E-Mail unter ht@hitec-consult.de zur Verfügung.

©2015 HiTec Consult GmbH.
Das Copyright unserer Texte und Bilder verbleibt ausschließlich bei HiTec Consult GmbH. Wir sind bestrebt, in allen Publikationen auf lizenzfreie Grafiken zurückzugreifen und keine Urheberrechte Dritter zu verletzen. Eine Vervielfältigung oder Verwendung unserer Inhalte ist ohne die schriftliche Zustimmung der HiTec Consult GmbH nicht zulässig.

SAVE — THE — DATE

PerForMed Personalleiter Forum Medizintechnik in 2015

Wir würden uns freuen, Sie beim Personalleiterforum am 7. Mai 2015 begrüßen zu dürfen.

Ort: Schlosshotel Kronberg (www.schlosshotel-kronberg.de)

Referent: Herr Dr. Rüdiger Hossiep

Thema: Psychopathen im Management

Weitere Infos unter: www.performed.net



Folgen Sie uns auf Facebook! facebook.com/pages/HiTec-Consult-GmbH



Scannen Sie den Code, um weitere Informationen zu erhalten.