

Editorial

Unsere Leitmotive –
die Basis unserer Arbeit

Fokus

Distant Profiling –
Erstellung von Persönlichkeitsprofilen

Beitrag

Renaissance des Syndikus –
Rechtsabteilungen gewinnen innerhalb
von Unternehmen wieder an Bedeutung

Interview

Dirk Sass von Brown-Forman –
„Die Mitarbeiter sind das Herz
des Unternehmens und Teil der Strategie“

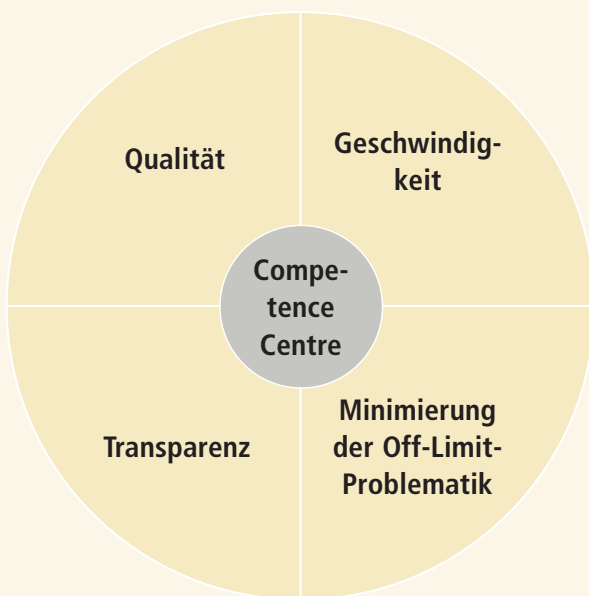


True Faces

Unsere Leitmotive – die Basis unserer Arbeit

Wir bitten unsere Klienten regelmäßig um Feedback und erfahren so, was ihnen wichtig ist: **Qualität, Geschwindigkeit, Minimierung der Off-Limit-Problematik und Transparenz.** Darauf sind unsere Prozesse und unser Handeln ausgerichtet, denn die Zufriedenheit unserer Klienten ist unser Maßstab.

Unsere Berater und ihre Teams (Research-Consultants und Assistenz) sind branchenbezogen in **Competence Centren** organisiert und setzen professionell und engagiert unsere Leitmotive um:



Qualität

Know-how, Erfahrung und hoher Qualitätsanspruch bestimmen unsere Projektergebnisse:

Die Berater des jeweiligen Competence Centres verfügen über langjährige Berufs- und Branchenerfahrung. Sie fokussieren ihre Tätigkeit auf maximal 2 Competence Centres und verfügen so über erstklassiges Know-how und über aufgezeichnete, gewachsene Netzwerke.

Für jedes Projekt wird ein Client Partner definiert, der das Briefing entgegennimmt, das Projekt steuert und bei nationalen Einzelprojekten alle Interviews führt. Bei internationalen/komplexeren Projekten koordiniert der Client Partner die am Projekt beteiligten Berater und stellt eine einheitliche Vorgehensweise auf einem definierten Standard sicher.

Wir übernehmen Aufträge ausschließlich exklusiv und arbeiten ohne zeitliche oder andere Limits. Für von uns empfohlene Kandidaten übernehmen wir eine 6-monatige Garantie.

Die Qualität unserer Arbeit wird durch unsere Klienten bestätigt: Über 70 % unserer Honorare generieren wir durch Folgeaufträge zufriedener Klienten.

Geschwindigkeit

Spezialisierung führt zu Know-how, Marktdurchdringung und einem umfangreichen Beziehungsnetz der Berater. So können neue Aufträge schnell in gezielte und strukturierte Projekte umgesetzt werden. Je nach Projektumfang können mehrere Berater und Researcher zu einem nationalen/internationalen Projektteam formiert und so Kapazitäten gebündelt werden (siehe auch oben).

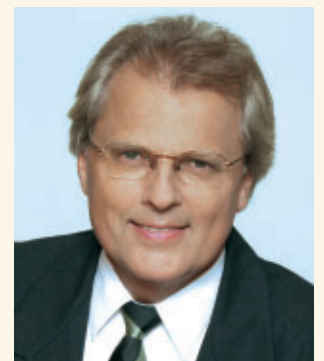
Eine umfangreiche Kandidatendatenbank ermöglicht Synergien aus vorangegangenen Projekten/Kontakten und beschleunigt den Prozess.

Minimierung der Off-Limit-Problematik

Wir konzentrieren uns auf ausgewählte Klienten, denen wir „Full Service“ sowie eine ganzheitliche Betreuung und intensive Zusammenarbeit bieten, oft auch auf der Basis von Rahmenverträgen. Mit dieser Konzentration vermeiden wir potenzielle Interessenskonflikte, indem wir nicht für mehrere, unmittelbar im Wettbewerb stehende Unternehmen einer Branche tätig werden. Dies ist uns wichtig, denn wir wollen für unsere Klienten das Marktpotenzial mit möglichst geringen Restriktionen ausschöpfen und das bestmögliche Ergebnis erzielen.

Transparenz

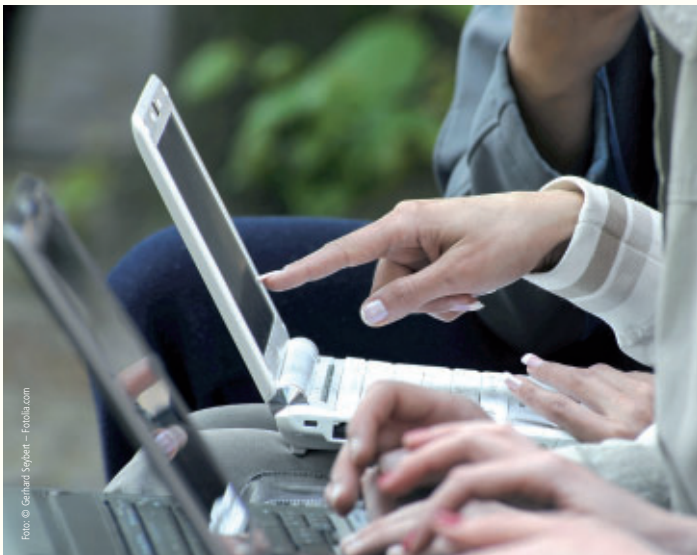
Wir verfügen über eine integrierte, branchenspezifisch entwickelte Datenbank (FileFinder). FileFinder ist das zentrale Organisations- und Dokumentationstool für alle Projekte. So besteht zu jeder Zeit absolute Transparenz über den Stand eines Projektes. Nach individueller Absprache mit dem Klienten bieten wir ein Reporting, das Transparenz in jedem gewünschten Umfang und zu jedem Zeitpunkt sicherstellt.



Rudolf Müller,
Geschäftsführer NeumannPartners

Distant Profiling

Studie über Möglichkeiten der Erstellung von Persönlichkeitsprofilen ohne persönlichen Kontakt



Hauptmedium Internet – die Suche nach relevanten Daten stützt sich beim Distant Profiling ausschließlich auf frei zugängliche Online-Quellen.

Die Frankfurter Rundschau berichtete im vergangenen Jahr, dass mittlerweile mehr als die Hälfte aller Personalentscheider in Deutschland das Internet nutzen, um online nach Informationen über Bewerber zu suchen. Dahinter steckt die Hoffnung, sich bereits vor einem möglichen Gespräch über den Kandidaten informieren und ein Bild machen zu können. Diese Informationen können entweder zum sofortigen Ausschluss des Kandidaten aus dem Bewerbungsprozess führen – nach Informationen der Marktforschungsfirma „Cross Tab Marketing“ geschieht dies heute in rund einem Sechstel aller Fälle – oder Anknüpfungspunkte für das persönliche Bewerbungsgespräch liefern.

Kooperation mit Hochschule

Aber ist es überhaupt möglich, mithilfe frei zugänglicher Online-Quellen valide Informationen über eine Person zu sammeln? Neumann Partners Deutschland hat hierzu gemeinsam mit der Fakultät für Wirtschaftspsychologie der Hochschule Hannover ein Projekt initiiert: Unter der Leitung von Professor Dr. Sven H. Litzcke untersuchte ein Team von sieben Studentinnen

und Studenten die Möglichkeit, ein entsprechendes Persönlichkeitsprofil zu erstellen, ohne den Kandidaten persönlich zu kennen.

Als zentrales Modell für die Erarbeitung der Persönlichkeitsprofile wurde das so genannte „Big 5-Modell“ angewendet, welches

Aussagen über **emotionale Stabilität, Extraversion, Offenheit für Neues, Verträglichkeit und Gewissenhaftigkeit** ermöglicht. Das Modell wurde um die Dimensionen **strategisches Handeln** und **kognitive Leistungsfähigkeit** ergänzt, da diese Merkmale während der Auswertung mehrmals vorkamen und dadurch für die Erstellung der Persönlichkeitsprofile relevant erschienen.

Internet ist Hauptmedium

Während der Studie versuchte sich das Projektteam auf verschiedenste Weisen über vier vorgegebene, reale Personen zu informieren – als Kategorien dienten objektive bzw. subjektive Merkmale der Personen. Objektive Merkmale sind zum Beispiel Schulabschluss, Studiengang, ehrenamtliche Aktivitäten oder auch Publikationen. Subjektive Merkmale sind unter anderem Eindrücke, die Dritte, zum Beispiel in Interviews, über die untersuchte Person geäußert haben.

Danach wurden jeweils Hypothesen und Begründungen erarbeitet und den sieben Persönlichkeitsdimensionen zugeordnet. Nach

einer entsprechenden Auswertung erfolgte die Erstellung eines Persönlichkeitsprofils. Das Internet war hier eindeutig das Hauptmedium, um an relevante Daten zu gelangen. Die Forscher recherchierten hauptsächlich in Portalen von Wirtschafts- oder Tageszeitungen, suchten aber auch in sozialen Netzwerken nach verwertbaren Hinweisen.

Sehr gute Vorbereitung

Das Projektfazit: Je nach Menge der verfügbaren Informationen ist es durchaus möglich, Persönlichkeitsprofile zu erstellen, deren Richtigkeit jedoch in persönlichen Gesprächen überprüft werden muss. Die Aussagen aus dem „Distant Profiling“ bieten dennoch eine sehr gute Vorbereitungsbasis; beispielsweise für Einstellungs- oder Konfliktlösungsgespräche sowie für Verhandlungen.

Die Zusammenarbeit von NeumannPartners Deutschland und der Hochschule Hannover – insbesondere mit Professor Litzcke – gestaltete sich so positiv, dass bereits an einem zweiten gemeinsamen Projekt zur Dokumentation von Expertenwissen in der Personalauswahl gearbeitet wird.

In der kommenden Ausgabe der True Faces erfahren Sie in einem Interview mit Professor Litzcke mehr über dieses Projekt.

Info

Sollten Sie Fragen zum „Distant Profiling“ als Vorbereitung zu Einstellungs-, Verhandlungs- oder Konfliktgesprächen haben, so wenden Sie sich bitte an Thomas Hölzchen oder Thomas Wilde (Telefon: +49 40 37 47 20-0.)

Renaissance des Syndikus

Rechtsabteilungen gewinnen innerhalb von Unternehmen wieder an Bedeutung



Gary Mackney ist seit 2004 als Partner bei Neumann Legal tätig. Er verfügt inzwischen über fast 20 Jahre Erfahrung in der juristischen Personalberatung.

Als Absolvent der Sheffield Hallam University mit den Fächern Moderne Sprachen, Politikwissenschaften und Jura studierte er auch an den Universitäten in Bonn und Bordeaux. Nach seinem Studium trat er in eine juristische Personalberatung in Birmingham ein, wo er bereits drei Jahre später zum Partner ernannt wurde. Ende 2000 wechselte er von TMP Morgan & Banks in Australien zu TMP QD Consulting in Deutschland (später umbenannt in Hudson Global Resources). In Australien war Gary Mackney für den Auf- und Ausbau der juristischen Personalberatung von TMP verantwortlich.

Der noch frische und teilweise auch noch deutlich spürbare Eindruck der Finanzkrise lässt zahlreiche Unternehmensleiter zwar wieder darüber nachdenken, wie und bei wem sie zukünftig Support-Dienstleistungen beziehen sollen. Dabei spielen „messbare“ Beiträge zum Unternehmenserfolg eine große Rolle. Und so werden selbstverständlich auch die Beziehungen zu externen Professional-Service-Dienstleistern genauer überprüft.

In den vergangenen Jahren haben sich einige erkennbare Trends herausgebildet, die vielfach zu einer Senkung externer Beraterkosten in Bezug auf juristische Belange, Steuerwesen sowie Buchführung und Controlling geführt haben. Durch die verschärfte Wettbewerbssituation infolge von Kostensenkungen sahen sich viele Berater genötigt, hinsichtlich ihrer Konditionen neue Wege zu beschreiten, so dass Caps, Pauschalvereinbarungen oder ähnliches mittlerweile eher Regel denn Ausnahme sind.

Für die Personalberatungsbranche macht sich diese anhaltende Tendenz seit etwa zwei Jahren in einer deutlich stärkeren Nachfrage nach Spezialisten mit den Schwerpunkten Recht, Compliance und Steuern für den Industrie- und Dienstleistungssektor bemerkbar. Die Geschäftsführungen zahlreicher Unternehmen der DACH-Region Deutschland, Österreich und der Schweiz entschließen sich zunehmend, interne Spezialisten dauerhaft anzustellen, statt externe Beratungsdienstleistungen einzukaufen – nicht zuletzt, um die entsprechenden Kosten planungssicher kalkulieren zu können.

Eine aktuelle Umfrage einer führenden britischen Wirtschaftskanzlei ergab, dass mehr als die Hälfte der befragten Unternehmen zur Senkung ihres entsprechenden Kostenblocks Neueinstellungen in den genannten Bereichen entweder bereits vorgenommen haben oder zumindest planen. Diese nicht nur in Großbritannien und der DACH-Region erkennbare Entwicklung setzt die Professional Service Firms betreffend ihrer Abrechnungsmodalitäten unter Zugzwang.

*Die Tendenz geht dahin,
interne Spezialisten dauerhaft
anzustellen, statt externe
Beratungsdienstleistungen
einzukaufen.*

Das Standing der Support-Abteilungen innerhalb der Unternehmen hat sich vielfach deutlich verbessert. Wurden die Unternehmensjuristen früher oft als kostenintensive „Bedenkenträger“ gesehen, die keinen messbaren Anteil zum Unternehmenserfolg beitrugen, so wird mittlerweile zunehmend der doch erhebliche Wert interner Rechtsberatung erkannt. Besondere Bedeutung findet so beispielsweise der Beitrag von Unternehmensjuristen zum frühzeitigen Erkennen eventueller Risiken und deren Vermeidung, was sich sowohl unmittelbar auf den wirtschaftlichen Erfolg als auch auf das Marken- und Unternehmensimage auswirkt. Die internen Rechts- wie auch Compliance-Abteilungen gewinnen also zunehmend an Wichtigkeit.

Vorausschauende Unternehmensleiter führen bereits seit einigen Jahren ständige Überprüfungen ihrer internen Abteilungen für Recht, Compliance, Steuern sowie Buchführung und Controlling durch, um ihre interne Aufstellung den tatsächlichen Bedürfnissen möglichst exakt und zeitnah anpassen zu können. Dies resultiert nicht zuletzt auch aus der weiter zunehmenden Bedeutung der Corporate Governance, die als „gute Unternehmensführung“ quasi als Voraussetzung für ein Bestehen im globalen Wettbewerb zu betrachten ist.

Als integrierter Teil der Neumann Leadership Gruppe profitiert Neumann Legal von den Kenntnissen der Beraterkollegen in den jeweiligen regionalen Märkten, der vorhandenen Infrastruktur, den lokalen Research-Kapazitäten und dem Zugang zum lokalen Netzwerk.

Zurzeit sind vier Berater mit juristischer Ausbildung bzw. langjähriger Erfahrung bei Neumann Legal damit betraut, Juristen und Compliance-Verantwortliche zu suchen und auszuwählen. Darüber

NeumannPartners News



Repräsentanz in Osteuropa erweitert

Die Präsenz in Osteuropa mit Büros in Sofia/Bulgarien und Bukarest/Rumänien wurde weiter ausgebaut. NeumannPartners ist damit die führende Personalberatung in Osteuropa.



Deutsche Unternehmen im Fokus

Wir freuen uns mit Baxter Krause einen deutschsprachigen Personalberater als Kooperationspartner in den USA gefunden zu haben, der sich auf die Beratung von europäischen Unternehmen in Amerika spezialisiert hat.



Für die Suche nach qualifizierten Juristen und Compliance-Verantwortlichen steht bei Neumann Legal ein kompetentes Team zur Verfügung.

hinaus verfügt die Mannschaft über ein eigenes, erfahrenes Researcher-Team, das ebenfalls eine juristische Ausbildung hat.

Zu den Mandanten von Neumann Legal gehören produzierende Firmen, Dienstleistungsunternehmen, Versicherungen, Finanzinstitute und Banken sowie internationale wie deutsche Kanzleien und Beratungsunternehmen jeder Größenordnung.

„Die Mitarbeiter sind das Herz des Unternehmens und Teil der Strategie“

Dirk Sass, Geschäftsführer Deutschland des Konzerns Brown-Forman



Andreas Venzke (li.), Partner bei Neumann Partners, sprach mit Dirk Sass.

Dirk Sass, 43, ist Geschäftsführer Deutschland des internationalen Konzerns Brown-Forman. Nach Stationen im Sales und Marketing bei den renommierten FMCG-Unternehmen Ferrero und Dole ist Sass nun bereits seit neun Jahren für Brown-Forman tätig. Davon war er rund sieben Jahre für internationale Aufgaben zuständig. 2008 übernahm er die Verantwortung für den deutschen Markt.

NeumannPartners: Was zeichnet Ihr Unternehmen aus und wofür steht Brown-Forman?

Dirk Sass: Brown-Forman steht für die Produktion und die verantwortungsbewusste Vermarktung von Premium-Spirituosen, die unser Leben bereichern und die langfristig Bestand haben sollen. Es geht um mehr, als nur den Shareholder Value zu optimieren, sondern etwas zu schaffen, das für Menschen einen emotionalen Nutzen stiftet, der Generationen „überdauert“. Um das zu erreichen, wird nach einem hohen Wertekanon gearbeitet und gelebt: Integrität, Respekt, Vertrauen, Teamarbeit und Spitzenleistung. Genau auf diese Dinge kommt es an und darum fühle ich mich jetzt seit neun Jahren hier so wohl. Das Unternehmen schreibt diese Dinge nicht nur auf, sondern lebt sie auch!

NeumannPartners: Spielt der Hintergrund eines „Familienunternehmens“ hierbei eine Rolle?

Dirk Sass: Etwa 67 Prozent der Stimmaktien des Unternehmens sind immer noch im Besitz der Familie Brown. Sie ist weiterhin operativ präsent und es wird eine werteorientierte Unternehmenskultur gelebt. Ja, die Familie ist Bestandteil dieser Organisation. Es sind zahlreiche Familienmitglieder auf verschiedenen Ebenen im Unternehmen tätig. Und diese Personen verhalten sich genau so, wie wir das von all unseren Mitarbeitern möchten – das ist die Authentizität, mit der wir am Markt auftreten. Wir sprechen in diesem Zusammenhang immer von der „Brown-Forman-Family“, weil wir uns wirklich als eine solche sehen und die entsprechenden Werte leben.

NeumannPartners: Jack Daniels, Southern Comfort und Finlandia kennen alle. Das Unternehmen Brown-Forman steht gegenüber der Präsenz dieser Marken eher im Hintergrund. Erleichtert oder erschwert das die Arbeit?

Dirk Sass: Ich persönlich weiß das zu schätzen, weil man eher eine Situation hat, die noch mehr unterstreicht, dass Brown-Forman aus der Stärke und der Kompetenz der Marken kommt, und nicht aus dem „da ist ein großer Firmenname und Türöffner und alles ist einfach“. Dieses Understatement ist ein Kennzeichen des Unternehmens und Brown-Forman gibt uns hier den notwendigen Rahmen, uns auf die Marken konzentrieren zu können. Dabei ist es wichtig, nach außen so aufzutreten, wie wir es auch nach innen definieren: unpräzise.

NeumannPartners: In der Vergangenheit hat Brown-Forman mit einem Distributor zusammengearbeitet. Mit dem Aufbau einer eigenen Organisationsstruktur hat man einen Strategiewechsel vollzogen. Was waren die wesentlichen Gründe dafür?

Dirk Sass: Der deutsche Markt ist einer der größten Märkte weltweit für Brown-Forman, und wir sehen hier auch weiterhin ein großes Wachstumspotenzial, sowohl für unsere etablierten als auch für die zu entwickelnden Marken, z. B. unsere Premium Tequilas El Jimador und Herradura sowie den französischen Himbeerlikör Chambord. Eine eigene Distribution bringt uns noch näher an den Konsumenten und an unsere Handelskunden und schafft den Fokus für unser Portfolio. Damit können wir Wachstumschancen schneller erkennen und realisieren, da wir zu 100 Prozent selbst verantwortlich sind für alle Vertriebs- und Brand-Building-Aktivitäten.

NeumannPartners: Wo liegen die Kernparameter für die erfolgreiche Umsetzung eines solchen „Wechsels“ – immerhin mussten Sie die Mitarbeiteranzahl nahezu verfünffachen?

Dirk Sass: Prozesssteuerung und -optimierung, aber vor allem auch Vertrauen in die Partner, die einem dabei



helfen; sowohl die internen Partner als eben auch die Kooperation mit externen Partnern, wie z. B. NeumannPartners für den HR-Bereich. Andere Dienstleister kamen vor allem für Supply-Chain- und IT-Aufgaben hinzu: Kooperationswille und das damit verbundene Teamwork sind also schon einmal zwei Parameter.

Ein weiterer Parameter war die präzise Konzeptarbeit mit klaren Zielen und Strategien und die Einbeziehung und Identifikation des Teams in diese. Die Mitarbeiter sind letztlich das Herz des Ganzen und sind Teil der Strategie. Prioritäten müssen gesetzt werden, aber es muss auch Flexibilität innerhalb der Prioritäten geben; hoher Anspruch, aber auch die Bereitschaft, Fehler einzugestehen und dann zu sagen: „Ok, da haben wir uns geirrt, das müssen wir noch mal ändern“. Und „last but not least“: die richtigen Menschen für die Aufgabenstellungen zu finden, mit Geduld und Hartnäckigkeit und dem Anspruch, die Besten haben zu wollen und deren Integration ins Team mit einem strukturierten Onboarding-Prozess sicherzustellen.

NeumannPartners: Man spricht heute immer mehr vom Discount, der Handel insgesamt zentralisiert sich zunehmend, die Einkaufsmacht wird immer stärker. Wie kommt man als Premiumhersteller damit zurecht?

Dirk Sass: Das ist richtig. Ich möchte hierbei noch einen Aspekt ergänzen: Wir haben uns ja gerade von unserem Distributionspartner getrennt. Ein Grund, warum man zusammengearbeitet hat, war die entsprechende Portfoliogröße. Man hat ein größeres Portfolio und damit vermeintlich mehr Einfluss. Wir machen jetzt genau das Gegenteil. Unsere Stärke wird der „Fokus auf das eigene Portfolio“ sein. Der entscheidende Punkt für uns ist, dass es nicht um Einfluss durch Größe geht, sondern um Überzeugung durch Kompetenz. Dafür stehen wir. Es gibt andere Player, die verfolgen eine andere Strategie. Unser Treiber ist die inhaltliche Kompetenz und die strategische Zusammenarbeit über alle Absatzkanäle – auch als Premiummarke im Discount. Wenn man sieht, wie sich der Discounter zum Nahversorger entwickelt hat, auch in der Wahrnehmung der

„Unsere Stärke wird der Fokus auf das eigene Portfolio sein.“

Konsumenten, und gleichzeitig der Supermarkt mit Premium- aber auch mit Preiseinstiegsartikeln arbeitet, dann sind die Discounter ein Umfeld, in dem man sich bewegen kann.

NeumannPartners: Die Spirituose unterliegt zunehmenden Restriktionen bei Werbung und Marketing – sind wir auf dem Weg zur „zweiten Zigarette“?

Dirk Sass: Ob es noch mehr Restriktionen geben wird, hängt von verschiedenen Aspekten ab, z. B. auch von Trends in der Gesellschaft. Spirituosen sind nicht per se gesundheitsschädlich oder machen per se süchtig. Nur bei unverantwortlicher Verwendung führt es zu den Alkoholproblemen, die wir kennen. Von daher liegt der Umgang mit Alkohol in der Verantwortung jedes Einzelnen in der Gesellschaft und wie wir

insgesamt als Gesellschaft diese Verantwortung wahrnehmen. Als Teil der Gesellschaft übernimmt auch Brown-Forman Verantwortung, um sozial problematische Fehlgebräuche unserer Produkte zu vermeiden. Entsprechend ist z. B. unsere Kommunikationsstrategie so ausgerichtet, dass Jugendliche ausdrücklich nicht angesprochen werden. Wie auch unsere Vermarktungsstrategien insgesamt an den gesundheitsunbedenklichen Gebrauch orientiert sind und den Genuss zum Ziel haben. Ich kann da nur unseren CEO Paul Varga zitieren: „We want to be a visible part of the solution, not be seen as part of the problem.“

NeumannPartners: Wir haben das Gefühl, dass das Thema Whiskey Menschen in zunehmendem Maße interessiert; Verkostungen und ähnliche Events stehen hoch im Kurs. Haben Sie auch diese Erfahrung gemacht?

Dirk Sass: In der Tat, Whiskey ist eine Wissenschaft für sich. Wir haben z. B. das „Single Barrel Program“, das in Deutschland immer populärer wird. Hier kann man sich sein eigenes Fass kaufen, dieses entsprechend in Single Barrel Flaschen abfüllen lassen, mit der Fassnummer versehen und somit ein nahezu einzigartiges Produkt kreieren. Das ist ein Spezialangebot, z. B. für Unternehmen zur Weihnachtsfeier, zum Firmenjubiläum oder auch für Sammler. Es ist zwar immer noch ein Randgeschäft, aber mit zunehmend stärkerer Nachfrage.

NeumannPartners: Wir danken Ihnen für das Gespräch.

Persönlich und individuell – Jack Daniels Single Barrel

Whiskeys gibt es viele, doch jede Sorte ist einzigartig. Durch Lage, Reifezeit und die Besonderheiten des Holzes entwickelt sie ihre Individualität. Unabhängig von seiner Herkunft lässt das „Lebenswasser“ (keltisch = uisce beatha) mit jedem Schluck etwas von seinem Ursprungsland lebendig werden. Der Tennessee Whiskey mit dem kräftigsten Aroma lagert ganz oben in den Barrel Houses. Hier ist er den Temperaturschwankungen am stärksten ausgesetzt und arbeitet am intensivsten in seinem Fass. Während seiner Reifung verdunstet ein unterschiedlich großer Teil des Whiskeys – ein Phänomen, das „Angel’s Share“ genannt wird. Nach der Abfüllung bleiben im Schnitt 240 Flaschen Single Barrel die von Hand abgefüllt werden.



Rudolf Müller leitet gemeinsam mit Andreas Venzke das Kompetenzcenter Consumer/Luxury Goods and Retail in Deutschland

NEUMANN LEADERSHIP GROUP auf einen Blick

Individuelle Executive-Search- und Selection-Lösungen

Competence Centres

- Consumer Luxury Goods & Retail
- Technology, IT & Telco
- Life Sciences, Health Care & Hospital
- Legal & Professional Services
- Industry, Automotive & Energy
- Sports, Media & Entertainment
- Financial Services

Regions

- Central and Western Europe
 - North America
- Fast growing markets:
- Eastern Europe
 - Asia/China
 - South America

Services

- Executive Search
- Neumann Management Colloquium
- Board Services
- Special Projects

NEUMANN LEADERSHIP GROUP

EXCELLENCE IN HUMAN CAPITAL

AUSTRIA/VIENNA

NP Neumann & Partners GmbH
Group Headquarter
Schwarzenbergplatz 3
A-1010 Vienna
Tel.: +43 1 20 55 88 0
Fax: +43 1 20 55 88 22
vienna@neumannpartners.com

AUSTRIA/SALZBURG

NP Neumann & Partners GmbH
Hubert-Sattler-Gasse 13
A-5020 Salzburg
Tel.: +43 662 87 00 41
Fax: +43 662 87 00 41 22
salzburg@neumannpartners.com

BULGARIA/SOFIA

Neumann & Partners, spol. s r.o.
Representative office Sofia
4, Kuzman Shapkarev Street, floor 2
BG-1000 Sofia, district of Sredets
Tel.: will be provided soon
Fax: will be provided soon
sofia@neumannpartners.com

CHINA/HONG KONG

Neumann Leadership Asia Pacific Ltd.
1205-06, Kinwick Centre,
32 Hollywood Road, Central,
Hong Kong
Tel.: +852 3798 2888
Fax: +852 3583 0855
hongkong@neumannpartners.com

CHINA/SHANGHAI

Neumann Partners
2/F Shanghai Universal Center
175 Xiang Yang Road South
Shanghai, 200031 P. R. China
Tel.: +86 21 5465 9217
Fax: +86 21 5465 8637
shanghai@neumannpartners.com

CROATIA/ZAGREB

Neumann & Partners d.o.o.
Gajeva 2a/IV
HR-10000 Zagreb
Tel.: +385 1 5493 830
Fax: +385 1 5493 833
zagreb@neumannpartners.com

CZECH REPUBLIC/PRAGUE

Neumann & Partners s.r.o.
Národní 10
CZ-110 00 Praha 1
Tel.: +420 224 951 530
Fax: +420 224 933 575
prague@neumannpartners.com

DENMARK/COPENHAGEN

Neumann Partners Nordic ApS
Lautrupsgade 7, 6th floor
DK-2100 Copenhagen
Tel.: +45 39 10 70 70
copenhagen@neumannpartners.com

FRANCE/PARIS

NP NEUMANN PARTNERS SAS
137 bd Hausmann
F-75008 Paris
Tel.: +33 1 76 74 81 20
Fax: +33 1 53 75 14 92
paris@neumannpartners.com

GERMANY/COLOGNE

Neumann Leadership Deutschland GmbH
Anna-Schneider-Steig 22
D-50678 Cologne
Tel.: +49 221 650 751 0
Fax: +49 221 650 751 75
cologne@neumannpartners.com

GERMANY/FRANKFURT

Neumann Legal GmbH
Stephanstraße 10 (Ecke Brönnestr.)
D-60313 Frankfurt am Main
Tel.: +49 69 789 876 0
Fax: +49 69 789 876 25
frankfurt@neumannpartners.com

GERMANY/HAMBURG

Neumann Leadership Deutschland GmbH
Neuer Wall 72
D-20354 Hamburg
Tel.: +49 40 37 47 20 0
Fax: +49 40 37 47 20 29
hamburg@neumannpartners.com

GERMANY/HEIDELBERG

Neumann Leadership Deutschland GmbH
Friedrich-Ebert-Anlage 30
D-69117 Heidelberg
Tel.: +49 6221 38 93 10
Fax: +49 6221 38 93 168
heidelberg@neumannpartners.com

GERMANY/MUNICH

Neumann Leadership Deutschland GmbH
Herzog-Heinrich-Straße 13
D-80336 Munich
Tel.: +49 89 922 994 0
Fax: +49 89 922 994 78
munich@neumannpartners.com

GERMANY/STUTTGART

Neumann Leadership Deutschland GmbH
Schlossstraße 70
D-70176 Stuttgart
Tel.: +49 711 75 85 88 0
Fax: +49 711 75 85 88 25
stuttgart@neumannpartners.com

HUNGARY/BUDAPEST

Neumann & Partners Kft.
Ali u. 8
HU-1025 Budapest
Tel.: +36 1 489 4 489
Fax: +36 1 489 4 488
budapest@neumannpartners.com

ITALY/MILAN

Neumann Leadership Holding
Via V. Monti N. 8
I-20123 Milano
Tel.: +39 2 46712 743
milan@neumannpartners.com

MEXICO/MEXICO CITY

Neumann Partners México SA de CV
Calzada de las Aguilas 1820-6
Lomas de las Aguilas
México DF 01730
Tel.: +52 55 56 35 86 25
mexicocity@neumannpartners.com

POLAND/WARSAW

Neumann Leadership Poland Sp. z o.o.
Warsaw North Gate, Ul.
Bonifraterska 17
PL-00-203 Warsaw
Tel.: +48 22 332 5810
Fax: +48 22 332 5701
warsaw@neumannpartners.com

ROMANIA/BUCHAREST

Neumann & Partners spol. s.r.o.
Representative office Bucharest
6 Zborului Street, 4th floor, Sector 3
RO-030612 Bucharest
Tel.: +40 21 326 4617 and 18
Fax: +40 21 326 4619
bucharest@neumannpartners.com

RUSSIA/MOSCOW

ul. Friedricha Engelsa 75,
Building 11, office 200
RUS-105082 Moscow
Tel.: +7 495 2 298 687
moscow@neumannpartners.com

SERBIA/BELGRADE

Neumann & Partners spol. s.r.o.
Representative Office Belgrade
Spanskih boraca 24/17
RS-11070 Belgrade
Tel.: +381 11 3133 113
Fax: +381 11 3133 071
belgrade@neumannpartners.com

SLOVAKIA/BRATISLAVA

Neumann & Partners, Spol.s.r.o.
Laurinská 12
SK-81101 Bratislava 1
Tel.: +42 1 917 795 974
bratislava@neumannpartners.com

SPAIN/MADRID

Neumann and Partners SL
c/Jorge Juan No 30/5
ES-28001 Madrid
Tel.: +34 659 902109
madrid@neumannpartners.com

UKRAINE/KIEV

Neumann & Partners Ukraine LLC
Horizon Park Business Center
M. Hrinchenka Street 4
2nd Floor (Regus), office 147
UA-03680 Kiev
Tel.: +38 44 390 5996 (7)
Fax: +38 44 390 5900
kiev@neumannpartners.com

USA/NEW YORK

Tel.: +1 917 882 85 73
newyork@neumannpartners.com

Impressum

Herausgeber:

NEUMANN**PARTNERS**
EXCELLENCE IN HUMAN CAPITAL

Neumann Leadership
Deutschland GmbH
Neuer Wall 72
20354 Hamburg
Deutschland
www.neumannpartners.de

Verantwortlich i.S.d.P.:

Thomas Wilde

Gesamtleitung und Redaktion:

Kommunikation
von Poser und Groß-Naeditz,
www.vpugn.de

Autoren dieser Ausgabe:

Gary Mackney
Rudolf Müller
Andreas Venzke
Thomas Wilde

Gestaltung:

dot.blue – communication & design
Jutta Schlotthauer
www.dbcd.de

Druck:

Gutenberg Druckerei GmbH
Bottrop
Auflage: 4.090
Ausgabe: 12