

OLYMPUS

Olympus Europa Holding GmbH

Wendenstraße 14-18
20097 Hamburg
Heino Ploeger
heino.ploeger@olympus-europa.com
Tel.: +49(0)40/2 37 73-49 74
www.olympus-europa.com

Mitarbeiter	rund 1.800 in Deutschland, rund 4.700 in Europa, rund 33.000 weltweit
Standorte	Hamburg (Europazentrale und deutsche Vertriebszentrale), Münster, Berlin; Tokio (Konzernzentrale), Paris, London, Moskau u. a.
Umsatz	1,65 Mrd. Euro (Olympus Europa Holding GmbH, 2008/2009), 6,84 Mrd. Euro (Olympus Corporation, 2008/2009)
Fachrichtungen	Wirtschaftswissenschaften, Biologie, Physik, Chemie, Feinwerktechnik, Medizintechnik, Informatik, Ingenieurwissenschaften, Maschinenbau, Automatisierungstechnik, Optik, Elektrotechnik
Einstellungen 2010	keine allgemeine Veröffentlichung
Einstiegsgehalt	keine allgemeine Veröffentlichung
Internationale Einsätze	ja
Praktika	ja
Studienabschlussarbeiten	ja, auch Promotionen möglich

Entwicklungsmöglichkeiten	★ ★ ★ ★ ★
Jobsicherheit	★ ★ ★ ★ ★
Marktposition & Image	★ ★ ★ ★ ★
Unternehmenskultur	★ ★ ★ ★ ★
Vergütung	★ ★ ★ ★ ★
Work-Life-Balance	★ ★ ★ ★ ★

Olympus Europa Holding GmbH



Olympus ist ein führender Hersteller optodigitaler Produkte für die Bereiche Fotografie, Medizin und Forschung. Das Unternehmen wurde 1919 in Japan gegründet und beschäftigt heute weltweit rund 33.000 Mitarbeiter. Davon arbeiten circa 4.700 für die Olympus Europa Gruppe. Von der europäischen Konzernzentrale in Hamburg aus werden rund 50 Vertriebs-, Service- und Produktionsgesellschaften in Europa, Afrika und dem Nahen Osten betreut, die in den Geschäftsfeldern Life Science (Mikroskopie), Medical (flexible und chirurgische Endoskopie) sowie Imaging (Kameras, Audiosysteme und Ferngläser) tätig sind.

Spitzentechnologie aus Japan

Olympus baut auf Spitzentechnologie. Ganz gleich, ob bei Kameras, Mikroskopen oder optischen Untersuchungsgeräten, die Kombination von innovativer Optik und moderner Feinmechanik soll auch künftig den Erfolg des Unternehmens sichern. Dabei setzt man angesichts der demografischen Entwicklung vor allem auf die Medizintechnik. „Wir wollen noch stärker in den Bereich Medizintechnik hineinwachsen“, sagt Michael C. Woodford, Vorsitzender der Geschäftsführung der Olympus Europa Holding GmbH. Schon heute ist das Unternehmen Weltmarktführer für flexible Endoskope, die in den Körper eingeführt werden und von dort Bilder

»

liefern. Wachstumspotenzial sieht Olympus in der chirurgischen Endoskopie, bei der zeitgleich operiert wird. Auch in den Bereichen Mikroskopie und Kameras will der Konzern zulegen.

Gesteuert wird das Geschäft für Europa, Afrika und den Nahen Osten von der Olympus Europa Holding GmbH in Hamburg. Sie betreut die jeweiligen Tochtergesellschaften in Vertrieb, Marketing und Servicegeschäft. Damit ist länderübergreifendes Arbeiten an der Tagesordnung. „Internationalität ist bei uns gelebter Alltag“, sagt Personalleiterin Christiane Iwanoff. Genau das gefällt der 37 Jahre alten Diplom-Psychologin, die vor fünf Jahren zu Olympus kam. Es fasziniert sie, mit den Personalabteilungen der Tochtergesellschaften einheitliche Strategien für die Personalentwicklung zu planen, internationale Weiterbildungsprogramme zu entwerfen und ein europaweites System des offenen internen Arbeitsmarktes zu entwickeln. Wie bei vielen ihrer Kollegen ist die Arbeitssprache meist Englisch.

In Hamburg spürt man deutlich den Einfluss des Mutterkonzerns. Das liegt nicht nur an den rund 50 Japanern in der Holding, die für den Kontakt zum Mutterhaus sorgen, sondern vor allem an der Unternehmenskultur. Der Konzern lege großen Wert auf ein „respektvolles Miteinander“, auf „Nachhaltigkeit beim Denken und Handeln“ und auf ein „konsensorientiertes Arbeiten“, erklärt Iwanoff. Zur Unternehmenskultur gehöre es auch, die Entscheidungsmacht Managern aus den jeweiligen Regionen zu überlassen, ganz nach dem Motto „Local management done by local people“.

Karriere im Vertrieb

Einer dieser lokalen Manager ist Volkmar Prill. Der promovierte Biologe arbeitet seit 1998 für Olympus. Zuerst als regionaler Außendienstmitarbeiter, später als Vertriebsleiter für Zentraldeutschland und heute als General Manager bei der Olympus Deutschland GmbH. Mit knapp 100 Mitarbeitern betreut er die Bereiche Mikroskopie, Industrieendoskopie sowie zerstörungsfreie Prüfung (Nondestructive Testing) in Deutschland, Österreich und der Schweiz. „Mir hat das Verkaufen immer Spaß gemacht“, betont Prill. Zuletzt erwirtschafteten er und seine Mannschaft einen Umsatz von knapp 50 Millionen Euro. „In der Wirtschaftskrise keine ganz leichte Aufgabe“, sagt er. Besonders im Industriegeschäft hätten sie die Krise zu spüren bekommen. Denn sobald weniger Autos und Chemieanlagen gebaut oder getestet würden, würden auch weni-

„Mir hat das Verkaufen immer Spaß gemacht.“

Dr. Volkmar Prill, General Manager bei der Olympus Deutschland GmbH

ger Industrieendoskope und Ultraschallgeräte nachgefragt. Mittelfristig sieht Prill hier aber durchaus Wachstumspotenzial.

Deutlich weniger konjunkturanfällig ist das Geschäft mit

Mikroskopen für Kliniken oder Forschungsinstitute. Hier werden nach Prills Ansicht künftig noch mehr Großgeräte und hochtechnisierte Systeme benötigt. Olympus-Mitarbeiter müssten deshalb echte Experten sein. „Unsere Leute müssen auf Augenhöhe mit den Forschern und

Wissenschaftlern diskutieren können“, betont er. Das mache auch den Reiz der Arbeit aus. Besonders geeignet seien Absolventen der Biologie, Elektrotechnik, Medizin, Medizintechnik, der Physik oder des Maschinenbaus, die zudem noch gut beraten und verkaufen könnten. Wer im „beratenden Vertrieb“ arbeiten wolle, so Prill, habe bei Olympus gute Chancen.

Gezielte Suche nach künftigen Leistungsträgern

Um passende Mitarbeiter zu finden, sucht Olympus früh Kontakt zu Hochschulen. „Wir betreiben intensives Hochschulmarketing und gehen oft zu Hochschulmessen“, sagt Christiane Iwanoff. Gemeinsam mit der Nordakademie in Elmshorn bietet Olympus auch drei duale Bachelor-Studiengänge in Betriebswirtschaft, Wirtschaftsingenieurwesen und Wirtschaftsinformatik an. Abwechselnd arbeiten die Studenten im Unternehmen und studieren an der Nordakademie oder einer ausländischen Hochschule.

„Internationalität ist bei uns gelebter Alltag.“

Christiane Iwanoff, Personalleiterin
der Olympus Europa Holding GmbH

Für Studenten gibt es regelmäßige Praktikumsplätze. Praktikanten, die besonders leistungsstark, verantwortungsbewusst und teamorientiert sind, haben gute Chancen, in das „IntO-Programm“ aufgenommen zu werden. „Wir wollen so gute Nachwuchskräfte an uns binden“, erklärt Iwanoff. Werkverträge, Auslandspraktika, Studien- und Abschlussarbeiten sowie eine gezielte Berufsberatung sollen dabei helfen. Auch sehr gute Studenten, die vorher noch keinen Kontakt zu Olympus hatten, können direkt oder über Traineeprogramme einsteigen. So gibt es im Vertrieb Traineeprogramme mit den Schwerpunkten Mikroskopie, Medizintechnik, Imaging & Audio sowie Traineeprogramme für Marketing und für Controlling.

Als Trainee durchstarten

David Alscher interessierte sich für ein Traineeprogramm im Vertrieb. „Im Vertrieb fühle ich mich wohl“, sagt der 31-Jährige. Schon während seines Studiums der Anglistik und Sportwissenschaft in Kiel hatte er oft im Verkauf und bei Messen gearbeitet. Als er nach seinem Abschluss und einer Auszeit in Australien über das Internet vom Olympus-Traineeprogramm Medizintechnik erfuhr, bewarb er sich sofort. Dann ging es schnell. „Keine sechs Wochen hat es vom ersten Telefoninterview bis zur Einstellung im Januar 2008 gedauert“, erzählt er. Dazwischen lagen zwei Vorstellungsgespräche mit Mitarbeitern aus der Personalabteilung und Vertriebsmanagern. Alscher hat seinen Entschluss nicht bereut. „Das Traineeprogramm in der Medizintechnik ist sehr gut“, sagt er. „Ich habe sehr schnell Verantwortung bekommen.“

Schon am ersten Tag begann er nach einem Rundgang durch die Zentrale mit der Arbeit. Computer-, Verkaufs- und Produktschulungen standen am Anfang auf dem Programm. Dann

»

ging es raus zum Kunden. „Ich durfte relativ schnell mit den Kollegen mitfahren“, erinnert er sich. Er konnte ihnen zuschauen, wie sie ihre Termine organisieren, in Kliniken und Praxen mit Ärzten oder Schwestern über ihre Produkte diskutieren, wie sie bei Untersuchungen besprechen, welche Schlingen, Nadeln oder Zangen sich am besten eignen, um etwa im Vorfeld von Operationen Gewebeproben der kranken Organe zu entnehmen. Bald hieß es für Alscher, im Beisein eines Kollegen selbst Gespräche zu führen, und nach knapp sechs Monaten bekam er sein eigenes Gebiet. Das war zwar nicht ganz so groß und die Umsatzziele waren nicht ganz so hoch wie bei einem erfahrenen Kollegen, für den Einsteiger stellte es dennoch eine Herausforderung dar: „Ich war alleine für das Saarland und für Teile Baden-Württembergs und der Pfalz zuständig.“ War er im Gespräch mit Ärzten oder Einkaufsleitern einmal unschlüssig, konnte er bei Kollegen oder seinem Mentor nachfragen. Mittlerweile hat David Alscher seine Traineezeit hinter sich, betreut weiter sein Gebiet und organisiert sich und seine Termine meist von seiner Wohnung in Mannheim aus. Oft besucht er drei bis vier Kunden täglich. Gelernt hat er dabei vor allem eines: „Man muss nicht nur gut reden, man muss auch gut zuhören können.“

Olympus setzt auf interne Nachwuchsförderung

Nachwuchskräfte wie David Alscher haben bei Olympus gute Chancen. Mindestens einmal im Jahr findet ein „ABE-Gespräch“ statt, bei dem nicht nur künftige Aufgaben besprochen, sondern auch die bisherige Arbeit beurteilt und künftige Entwicklungsschritte samt Training festgelegt werden. „Weiterbildung hat bei uns einen hohen Wert“, betont Christiane Iwanoff. Mindestens 75 Prozent der Belegschaft sollen wenigstens einmal im Jahr an einer Schulung teilnehmen. Die kann fachlicher Natur sein und neue Produkte betreffen, sie kann Vertriebsfähigkeiten stärken oder Managementwissen vertiefen. So gibt es etwa das internationale Junior Management Programm (JuMP), bei dem Nachwuchskräfte aus ganz Europa zu mehrtägigen Seminaren zu den Themen Führung, Teambildung und Mitarbeitermotivation zusammenkommen und ein gemeinsames Projekt bearbeiten. „Wir wollen den Leuten zeigen, was bei Olym-

pus möglich ist“, sagt Iwanoff. „Aktiv werden müssen sie selbst.“

„Man muss nicht nur gut reden, man muss auch gut zuhören können.“ David Alscher,

Außendienstmitarbeiter im Bereich
Medizintechnik der Olympus Deutschland GmbH

Generell gibt es bei Olympus eine Experten- und eine Führungslaufbahn. So können etwa sehr gute Verkäufer inner-

halb der Expertenlaufbahn für Großkunden wie Universitäten oder Forschungseinrichtungen die Verantwortung bekommen. Denn eines ist Olympus klar: „Der beste Verkäufer ist noch lange nicht der beste Vertriebsleiter“, sagt auch Volkmar Prill. Wer dagegen Geschick im Umgang mit Mitarbeitern zeigt, kann sich beispielsweise im Vertrieb vom reinen Außendienstmitarbeiter über den Regionalverkaufsleiter oder Abteilungsleiter bis zum Bereichsleiter einer ganzen Geschäftssparte hocharbeiten.

Gute Arbeit wird belohnt

Olympus fordert von seinen Mitarbeitern nicht nur sehr gute Leistung und ein hohes Maß an eigenverantwortlichem Arbeiten, der Konzern fühlt sich auch selbst zu einer verantwortungsvollen Unternehmensführung verpflichtet. Dazu gehören ein angenehmes Arbeitsumfeld und eine angemessene Bezahlung. Hochschulabsolventen beginnen meist als Tarifangestellte. Hinzu kommen je nach Geschäftsverlauf, Tarifzugehörigkeit und eigener Leistung Bonuszahlungen. Darüber hinaus gibt es eine betriebliche Altersvorsorge sowie vermögenswirksame Leistungen, ein Jobticket und Rabatte beim Personaleinkauf, kostenlose Getränke am Arbeitsplatz und ein Betriebsrestaurant. Um Familie und Beruf besser vereinbaren zu können, kann die Arbeitszeit zwischen 7 und 19 Uhr rund um eine Kernarbeitszeit von 10 bis 14 Uhr frei eingeteilt werden. In Hamburg arbeitet Olympus auch mit einer nahe gelegenen Kindertagesstätte zusammen. Im Sinne einer guten Work-Life-Balance bietet das Unternehmen mit dem Programm „Healthy Living“ gesundes Essen im Betriebsrestaurant, Vorsorgeuntersuchungen und ein breites Sport- und Seminarangebot. Die Mitarbeiter scheinen all dies zu schätzen. „Die Mitarbeiterfluktuation liegt bei weniger als 3 Prozent“, bemerkt Christiane Iwanoff.

Verantwortungsvolle Unternehmensführung heißt für Europa-Chef Michael C. Woodford noch mehr: „Neben Wachstum ist es mir wichtig, dass unsere Aktivitäten auf einer festen ethischen Grundlage basieren.“ Olympus Europa hat deshalb einen „Code of Ethics & Business Conduct“ entwickelt, in dem das Unternehmen sich nicht nur zu fairem Geschäftsgebaren, sondern auch zu Umweltschutz und gesellschaftlichem Engagement verpflichtet hat, so etwa zu einer konzernweiten Strategie für „Corporate Social Responsibility“. Denn auch hier soll das Engagement von Olympus möglichst wirksam sein.

