

# OLYMPUS

---

## Fakten/Zahlen

Mitarbeiter	rund 2.000 in Deutschland, rund 33.000 weltweit
Standorte	Hamburg (Europazentrale und deutsche Vertriebszentrale), Berlin, München, Münster; Tokio (Zentrale Olympus Corporation), London, Paris, Moskau u. a.
Umsatz	1,7 Mrd. Euro (Olympus Europa Holding GmbH, 2007/2008), 7,1 Mrd. Euro (Olympus Corporation, 2007/2008)
Fachrichtungen	Wirtschaftswissenschaften, Naturwissenschaften, Feinwerktechnik, Medizintechnik, Maschinenbau, Informatik, Ingenieurwissenschaften, Automatisierungstechnik, Optik, Elektrotechnik
Einstellungen 2009	keine Angaben
Einstiegsgehalt	keine Angaben
Internationale Einsätze	ja
Praktika	ja
Studienabschlussarbeiten	ja

## Kontakt

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

# Olympus Europa Holding GmbH



Olympus ist ein führender Hersteller optodigitaler Produkte für die Bereiche Fotografie, Medizin und Forschung. Das 1919 in Japan gegründete Unternehmen beschäftigt weltweit rund 33.000 Mitarbeiter, von denen mehr als 4.800 in der Olympus Gruppe in Europa tätig sind. Die rund 50 Vertriebs-, Service- und Produktionsgesellschaften, die das Unternehmen in Europa, Afrika und dem Nahen Osten betreut, umfassen die Geschäftsbereiche Life Science (Mikroskopie und diagnostische Analysesysteme für Laboratorien), Medical (flexible und chirurgische Endoskopie) sowie Imaging (Kameras, Audiosysteme und Ferngläser).

## Hightech mit guten Umgangsformen

„Your Vision, Our Future“ – der Slogan von Olympus lässt ein Unternehmen mit Visionen erkennen. Ein Unternehmen, das fest daran glaubt, die Zukunft durch innovative Technologien vor allem in der Medizin und Forschung verbessern zu können. Das gelingt, indem sich Mediziner, Forscher und Entwickler austauschen und an einer Vision arbeiten. Olympus hat sich vor allem durch seine Kameras einen Namen gemacht. Die 1991 eingeführte Olympus  $\mu$  gilt mit rund 35 Millionen verkauften Exemplaren als die meistverkaufte Kameraserie

aller Zeiten. 2003 brachte das Unternehmen mit der Olympus E-Serie außerdem das erste voll-digitale Spiegelreflexsystem auf den Markt. Auch als Anbieter von Medizin- und Diagnostik-technik zählt Olympus zu den Marktführern. Bereits 1921 entwickelte das Unternehmen Japans erstes Mikroskop. Heute integriert es die endoskopische Aufnahmetechnik in die Informationstechnologie von Krankenhäusern, und zwar in hochauflösender Bildqualität. Im Bereich der flexiblen Endoskopie ist Olympus Weltmarktführer. Schließlich zählt Olympus zu den umsatzstärksten Anbietern von Analysesystemen für klinische Labors und Blutspendedienste. Ein neues globales Forschungs- und Entwicklungszentrum für Life Science ging 2007 in München in Betrieb.

Alle diese Bereiche verbindet ein roter Faden. „Unsere Kernkompetenz liegt in der Kombination von Optik und Feinmechanik“, erklärt Stefan Kaufmann, Managing Director der Olympus Europa Holding GmbH, der europäischen Tochter des japanischen Mutterhauses. Das Unternehmen zeichnet für Vertrieb, Marketing und Service der Olympus-Produkte in Europa, Afrika und dem Nahen Osten verantwortlich.

## Internationales Management

Die japanische Herkunft von Olympus spiegelt sich vor allem in der Unternehmenskultur. So pflege man ein konsensorientiertes Arbeiten, langfristiges Denken und nachhaltiges Management, sagt Stefan Kaufmann. Selbst in schwierigen Zeiten habe es keine betriebsbedingten Kündigungen gegeben, die Fluktuation sei gering. Auch auf das „Face Saving“, den respektvollen Umgang untereinander, lege man großen Wert. „Wir sind ein freundliches Unternehmen mit guten Umgangsformen“, erklärt Stefan Kaufmann. „Einzelkämpfer haben es schwer bei uns, aber Teamplayer genießen große Wertschätzung.“

*„Wir sind ein freundliches Unternehmen mit guten Umgangsformen, dessen Kernkompetenz in der Kombination von Optik und Feinmechanik liegt.“  
Stefan Kaufmann, Managing Director der Olympus Europa Holding GmbH*

Rund 40 japanische Kollegen unterstützen den engen Kontakt zum Mutterhaus. Die Entscheidungsmacht allerdings liegt bei lokalen Managern, getreu der Leitlinie: „Local business done by local people.“ Die Geschäftssprache im Hause ist Englisch, und die führenden Positionen in der Olympus Europa Gruppe, die rund 4.800 Mitarbeiter beschäftigt, wurden ausschließlich mit Europäern besetzt. „Nur wenige Unternehmen in Deutschland sind so international aufgestellt wie wir“, betont Stefan Kaufmann.

Ein Umstand, der eine Karriere bei Olympus entscheidend prägen kann. So wie bei Pierre Lacroix. Der 38-jährige Franzose hatte in den 1990er-Jahren Telekommunikationstechnik und Betriebswirtschaft studiert und anschließend bei Banken und Beratungsgesellschaften

gearbeitet. Über einen Projektauftrag kam er 2002 mit der französischen Tochtergesellschaft von Olympus in Kontakt – und zeigte sich sofort sehr angetan. „Ich fand es damals bemerkenswert, wie schnell hier Entscheidungen getroffen und die Dinge verändert werden“, erinnert er sich. Er zögerte daher nicht lange, als ihm das Unternehmen ein Angebot als stellvertretender Finanzchef bei Olympus France unterbreitete. Aus dem Vize wurde anschließend der Chef – und aus Frankreich Deutschland. Denn im Frühjahr 2008 wechselte Pierre Lacroix in die Zentrale der Olympus Imaging Europa GmbH nach Hamburg. „Einen Wechsel dieser Art hat mir Olympus frühzeitig versprochen“, sagt er, „und bis heute auch alle anderen Zusagen eingehalten.“

*„Einen Wechsel ins Ausland hat mir Olympus frühzeitig versprochen – und bis heute auch alle anderen Zusagen eingehalten.“ Pierre Lacroix, General Manager Finance and Operations bei der Olympus Imaging Europa GmbH*

Mit seinem 40-köpfigen Team unterstützt er nun die Landesgesellschaften in allen Fragen rund um das Kamerageschäft, die nicht Marketing und Vertrieb betreffen. Von seinen Mitarbeitern erwartet er vor allem analytische Fähigkeiten, diplomatisches Geschick und vorausschauendes Handeln. Nicht zu vergessen die Lust am Reisen, da Pierre Lacroix sie mindestens einmal jährlich zu den Niederlassungen schickt, die sie betreuen. Die direkte Kommunikation zählt er zu den Säulen des Erfolgs.

## **Beratung direkt im Operationssaal**

Virgilio Paladini wurde im Herbst 2007 auf die Olympus Europa Holding GmbH aufmerksam. Was den 28-Jährigen, der sich auf das 18-monatige Traineeprogramm „Sales“ im Geschäftsbereich „Medical“ beworben hatte, begeisterte, war die Art und Weise, wie Olympus ihm von Anbeginn begegnete. Auf seine Bewerbung erhielt er eine schnelle Reaktion. Einem telefonischen Vorinterview folgte die zügige Einladung zum persönlichen Vorstellungsgespräch nach Hamburg. Und nach der Vertragsunterzeichnung schickte ihm sein neuer Arbeitgeber umgehend das Programm für die sechswöchige Einarbeitungsphase zu. „Der Bewerbungs- und Einarbeitungsprozess war wirklich vorbildlich“, erinnert er sich.

Sein Traineeprogramm ist in drei Phasen untergliedert. In der ersten Phase, die vier Monate dauerte, erlangte er grundlegende Qualifikationen sowie das erforderliche Fachwissen durch interne Schulungen und Hospitationen bei erfahrenen Vertriebskollegen. In der zweiten Phase, die zwei Monate dauerte, wurden diese Qualifikationen und Erfahrungen vertieft, sodass er in der dritten Phase, die zwölf Monate dauert, erste Kundenverantwortung übernehmen kann.

Virgilio Paladini sammelt diese Erfahrungen im Rhein-Main-Gebiet, wo er für den Vertrieb von endotherapeutischem Zubehör wie Zangen und Fangkörbchen zuständig ist. „Die Arbeit“,

betont er, „ist einfach unglaublich spannend.“ Endotherapeutische Werkzeuge werden benötigt, wenn Patienten im Vorfeld einer Operation Proben eines krankhaften Organs entnommen werden, ohne dass es dabei zu einem chirurgischen Eingriff kommt. Welches Werkzeug für welchen Eingriff das optimale ist, richtet sich nach Organ und Erkrankung. Die Aufgabe von Virgilio Paladini ist es daher, den behandelnden Arzt bei der Auswahl des richtigen Instrumentariums zu unterstützen. Regelmäßig auch direkt während der Untersuchung. Die notwendigen Kenntnisse in Anatomie und Werkzeugtechnik hat er sich daher sehr schnell angeeignet. „Vieles davon habe ich durch meine Kollegen gelernt“, sagt er. „Auch jetzt kann ich sie jederzeit anrufen, wenn ich Fragen habe.“ Neben dem Telefon ist sein Dienstwagen, ein VW-Passat, das wichtigste Arbeitsmittel. Um die Wege und Fahrzeiten zu verkürzen, lebt er unter der Woche in Frankfurt am Main. Die drei Bürotage pro Monat verbringt er allerdings meist in seiner Dortmunder Wohnung, wo er seine Termine und Verkaufsgespräche vorbereitet. Was ihm dabei besonders gefällt: „Meine Arbeitszeit kann ich selbstständig und sehr flexibel einteilen.“

## Strukturierte Personalstrategie

Die Chancen, dass auch Virgilio Paladini Karriere bei Olympus macht, stehen gut. Nicht zuletzt, weil das Unternehmen das Gros seiner Führungskräfte aus dem eigenen Nachwuchs rekrutiert. „Das hat zwei Vorteile“, erklärt Geschäftsführer Stefan Kaufmann. „Erstens dient es als Karriereanreiz. Zweitens verlaufen interne Beförderungen erfahrungsgemäß erfolgreicher.“

*„Die notwendigen Kenntnisse in Anatomie und Werkzeugtechnik habe ich zum großen Teil durch meine Kollegen vermittelt bekommen. Auch jetzt kann ich sie jederzeit anrufen, wenn ich Fragen habe.“ Virgilio Paladini, Sales-Trainee im Bereich Endotherapie*

Die Basis für die Nachwuchsförderung bildet eine Personalentwicklungsstrategie, die das Topmanagement bei der Suche nach Talenten verbindlich beteiligt. Dazu zählen zum Beispiel spezifische Traineeprogramme für Laufbahnen im Vertrieb, im Marketing oder im Controlling. Oder ein internationales Programm namens „JUMP“, in dem angehende Führungskräfte auf Aufgaben wie Teamleitung, Motivation und interkulturelles Management vorbereitet werden und sich durch eine Projektaufgabe, die sie gemeinsam zu bearbeiten haben, gut vernetzen.

Aber auch alle anderen Mitarbeiter werden dazu angehalten, sich regelmäßig weiterzubilden. Mindestens drei von vier sollen, so die Vorgabe, in jedem Jahr an einer der zahlreichen Weiterbildungen teilnehmen, die Olympus kostenlos und während der Arbeitszeit anbietet. Etwa fachliche oder methodische Seminare, aber auch „Healthy Living“-Kurse wie zum Beispiel Work-Life-Balance oder Ernährungsworkshops. Ziel dieser Angebote ist es, so Stefan Kauf-

mann, die Zufriedenheit und damit die Leistungsfähigkeit der Mitarbeiter zu steigern, aber auch ihren Mut für Veränderungen. „Nur wer nicht aufhört zu lernen“, sagt er, „kann an neuen Aufgaben wachsen.“

## Ehrgeizige Wachstumspläne

Neue Aufgaben werden in den „ABE-Gesprächen“ festgelegt, den Zielvereinbarungs- und Beurteilungsgesprächen, zu denen sich Mitarbeiter und Vorgesetzte einmal im Jahr treffen. Dabei stehen auch eine Bestandsaufnahme der aktuellen Aufgaben und die Festlegung der Mitarbeiterziele auf der Agenda. Das Erreichen dieser Ziele wirkt sich am Jahresende direkt auf den Bonus aus, den das Unternehmen an alle Mitarbeiter, abhängig von der tariflichen Eingruppierung und der persönlichen Leistung, ausschüttet.

Akademiker steigen bei der Olympus Europa Holding GmbH im Normalfall als Tarifangestellte ein. Zum Bruttogehalt hinzu kommen die Beiträge zur Altersvorsorge, deren individuelle Höhe sich nach dem Gehalt und der Eigenvorsorge des Mitarbeiters richtet. Außerdem zahlt Olympus vermögenswirksame Leistungen und ein Monatsticket für den öffentlichen Nahverkehr. Das Essen im Betriebsrestaurant wird subventioniert, die Getränke in den Büros stehen gratis zur Verfügung.

Die tariflich vereinbarte Wochenarbeitszeit liegt bei 38,5 Stunden. Überstunden werden jeweils zum Halbjahresende abgerechnet und entweder ausgezahlt oder als Freizeit abgegolten. Bei einer täglichen Kernarbeitszeit zwischen 10 und 14 Uhr lässt sich die Arbeit sehr flexibel gestalten. Nur bei Führungskräften legt Geschäftsführer Stefan Kaufmann Wert auf eine möglichst hohe Präsenz. „Wir erwarten, dass sie für ihre Mitarbeiter greifbar sind.“ Ein Grund dafür, dass es in der Hamburger Zentrale keine isolierte Vorstandsetage gibt. Auch Stefan Kaufmann sitzt – meist bei offenen Türen – mitten in seiner Fachabteilung.

Von hier aus trägt er seinen Teil zu der Wachstumsstrategie bei, die das Management der Olympus Europa Holding GmbH verabschiedet hat. „Im Imaging-Bereich wollen wir in allen europäischen Ländern unter die ersten drei Anbieter kommen“, erklärt Stefan Kaufmann die wichtigsten Ziele. „Und bei Medical und Life Science wollen wir jährlich 10 bis 15 Prozent wachsen.“