

Manager als Marke - NewPlacement ist eine Erfolgsstory

Auch im fünften Jahr ihres Bestehens verzeichnete die NewPlacement AG <http://www.NewPlacement.de>, deren Wurzeln bis 1989 zurückreichen, ein Umsatzwachstum, das deutlich über dem des Marktes für OutPlacement-Dienstleistungen liegt. Und auch die Erfolge der Klienten heben sich deutlich positiv vom allgemeinen Markttrend ab.

Manager als Marke - NewPlacement ist eine Erfolgsstory:
Auch im fünften Jahr ihres Bestehens verzeichnete die NewPlacement AG <http://www.NewPlacement.de>, deren Wurzeln bis 1989 zurückreichen, ein Umsatzwachstum, das deutlich über dem des Marktes für OutPlacement-Dienstleistungen liegt. Und auch die Erfolge der Klienten heben sich deutlich positiv vom allgemeinen Markttrend ab. Nach Umsatzzuwächsen von 64,3% in 2006, 49,7% in 2007 und 48,2% in 2008 hat sich das Wachstumstempo mit 29,9% in 2009 zwar verlangsamt - es liegt aber erneut deutlich über dem des Gesamtmarktes. Nach den ersten fünf Monaten des Jahres 2010 liegt der Umsatz 33,8% über dem des entsprechenden Vorjahreszeitraumes.

"Die Nachfrage hat 2009 konjunkturbedingt deutlich angezogen. Gleichzeitig sind aber in der Krise die finanziellen Spielräume der Unternehmen, und vor allem die der Selbstzahler, kleiner geworden. Auch haben im OutPlacement-Markt Personalberater und Headhunter ihr Glück gesucht, die 2009 in ihrem Kerngeschäft erheblich unter Druck geraten sind. Das hat natürlich auch Auswirkungen auf das Preisgefüge im OutPlacement-Markt gehabt und hat viele Wettbewerber zu erheblichen Preis- und Leistungsreduktionen verleitet. "Uns war und ist es dagegen wichtig, dass die von uns gecoachten Kandidaten ihre anspruchsvollen Ziele trotz der Krise möglichst zügig erreichen", kommentiert Norbert Roseneck, im Vorstand der NewPlacement AG für Marketing und Vertrieb zuständig, die Lage für das vergangene Geschäftsjahr.

Die von der NewPlacement AG 2009 abgeschlossenen Projekte wurden zu 38,8% innerhalb von drei, zu 81,3% innerhalb von sechs und zu 93,8% innerhalb von neun Monaten erfolgreich beendet. Die Kandidaten haben zu 31% drei, zu 73% sechs und zu 87,5% neun Monate nach Projektstart bereits wieder eine neue Tätigkeit aufgenommen. Weniger als 4% der Projekte, die 2009 abgeschlossen wurden, dauerten insgesamt länger als 12 Monate.

Die durchschnittliche Dauer der im Kalenderjahr 2009 abgeschlossenen Projekte lag bei 5,1 Monaten für die Phase vom Projektstart bis zum Beginn der neuen Tätigkeit und 4,1 Monaten vom Projektstart bis zum Abschluss des neuen An-stellungsvertrages. "Diese Zahlen sind umso bemerkenswerter, als eine Studie des BDU (Bundesverband Deutscher

Unternehmensberater e.V.), die noch unmittelbar vor Ausbruch der Krise durchgeführt wurde, bei der Vermittlungszeit für Outplacement-Maßnahmen von durchschnittlich 7,8 Monaten ausging. Wer heute als Coach eine Führungskraft in eine neue Herausforderung begleitet, sollte das entsprechende Marketingverständnis haben, den Manager als wertvollen Markenartikel zu verstehen", ist Hans-Christoph Nagel, Vorstandsvorsitzender der NewPlacement AG, überzeugt.

46,3% der Kandidaten haben sich in der neuen Position hinsichtlich der Unternehmenssituation und/oder des Levels verbessert. Für 38,8% der Kandidaten hat sich die Situation nicht verändert. Nur 14,9% der Kandidaten haben nicht an das für sie gewohnte Niveau anknüpfen können.

10% der Kandidaten waren zum Zeitpunkt der Beauftragung auf der Organebene angesiedelt, 40% auf der obersten Führungsebene, d. h. unmittelbar unterhalb der Geschäftsführung bzw. des Vorstandes, 18,7% gehörten dem mittleren Management an und 31,3% waren zum Projektstart Spezialisten oder dem unteren Management zugehörig.

11,3% sind übrigens nicht mehr in ein Angestelltenverhältnis zurückgekehrt, sondern in die Selbständigkeit gegangen. Ein gleichgroßer Anteil kam über Reaktionen auf öffentlich ausgeschriebene Positionen zum Erfolg. Alle anderen, also 77,4% haben ihre neue Position im sogenannten verdeckten Arbeitsmarkt gefunden. 17,4% haben bestehende Netzwerke für sich nutzen können, 10% sind mit Erfolg initiativ an Unternehmen herantreten und jeder Zweite hat sein Ziel über Headhunter erreicht.

"Die Erfolge unserer Kandidaten, und das daraus resultierende Empfehlungsgeschäft bestätigen uns in der Entscheidung, unseren absolut auf den Einzelfall abgestellten und qualitätsorientierten Weg weiter fortzusetzen und unseren speziellen methodischen Ansatz konsequent weiterzuentwickeln. Das Bewusstsein für den Nutzen - und in vielen Fällen für die Notwendigkeit - dieser zukunftsichernden Dienstleistung wächst stetig. So begreifen Manager und Spezialisten zunehmend, dass sie sich stärker als in der Vergangenheit strategisch aufstellen, ein individuelles Profil entwickeln und sich entsprechend für ihre Selbstvermarktung engagieren müssen", sagt Hans-Christoph Nagel.

Die NewPlacement AG ist bekannt als ein führender, bundesweiter Anbieter rund um die Themen der betrieblichen Trennung und Karriere. Das Angebotsportfolio erstreckt sich von der Trennungsprävention und den damit verbundenen Business Coachings, über das NewPlacement-Coaching (bis zum Erfolg und mit Garantie) für Führungskräfte und Spezialisten, das Outplacement für Fachkräfte und Gruppen bis zur Steuerung von bzw. der Kooperation mit Transfergesellschaften.

Auf dem gehobenen Management- und Qualitätsniveau werden ausschließlich Partner der NewPlacement AG eingesetzt, die selbst langjährig in herausgehobenen Managementpositionen tätig waren und nach der ganzheitlichen und individualisierenden NewPlacement-Methode arbeiten.

03.06.2010