

alTRAN



INNOVATORS

ALTRAN magazine - Germany & Austria

1/2008



Sehr verehrte Leserinnen und Leser,

obwohl erst im Februar bzw. März die offiziellen Zahlen und das Ergebnis der ALTRAN Group von 2007 veröffentlicht werden, können wir heute schon mit Sicherheit behaupten, dass es ein zufriedenstellendes Jahr war. Besonders in Deutschland konnten wir unsere Ziele eindeutig erreichen und freuen uns über zweistellige Wachstumsraten und ca. 300 neue Mitarbeiter. Um weiterhin zu den Besten zu gehören und unseren Kunden optimale Resonanz für ihre höchst komplexen und sensiblen Themen anbieten zu können, hat sich die ALTRAN Group eindeutige Ziele gesetzt, die mit konsequenter Strategie verfolgt und umgesetzt werden. Wirtschaftlich gesehen wollen wir bis 2010 die Umsatzgrenze von 2 Milliarden Euro erreichen, bis 2012 2,5 Milliarden überschreiten – jeweils mit einer zweistelligen Gewinnspanne in Prozenten ausgedrückt. ALTRAN wird dieses Ziel durch den intern aufgesetzten Strategieplan „ACTiON4“ und vier definierte Wachstumsachsen erreichen:

- Erhöhtes Wachstum durch eine auf enger Zusammenarbeit basierenden Struktur
- Profitabilität durch eine kompakte und transparente Organisation
- Leistungsstarke Kundenangebote durch fixierte Entwicklung von neuen Vernetzungsansätzen
- Verbesselter Status und Image als gefragter Arbeitgeber dank einer starken Marke

Ich freue mich, Sie über die Umsetzung und den Erfolg von „Action4“ auf dem Laufenden zu halten und wünsche vorerst viel Freude beim Lesen dieser Ausgabe.

Dr. Yves Rommel
Executive Director ALTRAN Germany, Austria & Switzerland

Hier sollte eine Antwortkarte kleben.

Falls nicht, können Sie dennoch den INNOVATORS als Druck- oder PDF-Version abonnieren oder uns ein Feedback geben.

Eine E-Mail an innovators@altran.de genügt.

Global Account Management (GAM) Programm wächst und wächst...

Verantwortlich für die Geschäftsentwicklung von 10 ALTRAN Key Accounts (u.a. EADS, Philips, Siemens/Continental, Vodafone etc.) wird das GAM Programm bald die Arbeit für neue strategische Kunden aufnehmen (u.a. Areva, Alstom etc.). Die Mission des internationalen GAM Teams ist vielfältig: Definition, Umsetzung und Begleitung der Entwicklungsstrategie für globale Kunden, Leistung eines signifikanten Beitrags zum Wachstum der globalen Accounts durch Steigerung der Profitabilität, Näherbringen des Angebotsportfolios der ALTRAN Group und die Zufriedenstellung des Kunden sowie eine kontinuierliche Optimierung der Kundenbeziehungen.



Kontakt: Sandra Valmier
sandra.valmier@altran.com

ALTRAN Engineering Academy 2008.

Am 01. März 2008 startet die ALTRAN Engineering Academy (AEA) in eine neue Runde. 2004 ins Leben gerufen, verfolgt die AEA das Ziel, jungen Talenten eine Chance zu geben. Für aufstrebende Nachwuchsingenieure ist es sehr schwierig, in dem geschlossenen Zirkel der Formel 1 Fuß zu fassen. Gemäß dem Vorsatz des Renault-Teams, die Königsklasse des Motorsports in allen Bereichen zugänglicher zu gestalten, und entsprechend der Philosophie von Altran, Nachwuchstalente zu fördern, können junge Formel 1 begeisterte Studenten und Absolventen im Rahmen der AEA ihr Können auf höchstem Niveau unter Beweis stellen. Seit dem Debüt des Wettbewerbs bewarben sich bislang rund 1.000 Kandidaten.

Die jungen Ingenieure können sich bis zum 15. Mai 2008 mit Projektanmeldungen bewerben. Am 30.06.2008 wird der Sieger gekürt. Dem Gewinner winkt ein Praktikum für sechs Monate im ING Renault F1 Team Engineering Department in Enstone. Mehr Infos zur diesjährigen Ausschreibung ab dem 01. März 2008 unter

www.altran-academy.com



Neuer Intranetauftritt für ALTRAN Deutschland / Österreich



Das neue gruppenweite Intranet der ALTRAN Group öffnete im November 2007 seine Türen für alle Mitarbeiter der Holding und Tochterunternehmen. Neben internationalen Informationen und News startet nun parallel der Auftritt für Deutschland und Österreich. Um die Orientierung für die Mitarbeiter zu erleichtern, wird der Aufbau ähnlich gestaltet sein wie für die internationalen Daten, sich aber auf lokale Nachrichten, Events und andere Themen beziehen.

Termine Recruitingmessen bis April 2008

28. Februar	VDI Hanau
13. März	VDI München
17. April	IQB meet@fh Aachen
22. April	connecticum Berlin
23. April	IKORO Rosenheim
26. April	Careers 4 Engineers Stuttgart

Arbeitgeber-Imagetest mit positivem Ergebnis.

Um einen ersten Eindruck davon zu gewinnen, wie ALTRAN bei ihrer Zielgruppe als potenzieller Arbeitgeber gesehen wird, welche Kriterien den Bewerbern beim zukünftigen Arbeitgeber am wichtigsten sind und auf welcher Stufe ALTRAN im persönlichen Arbeitgeberranking der Zielgruppe steht, wurde über eine Rating-Agentur eine Umfrage unter Besuchern einer Recruitingmesse in Auftrag gegeben. Die Ergebnisse fielen im Schnitt sehr positiv aus und lassen ALTRAN in der Rankingliste der gefragtesten Arbeitgeber zwischen Lufthansa Technik und Siemens recht gut dastehen. Das positive Feedback nach einzelnen Gesprächen auf der Messe spricht sehr für die Qualifikation des HR-Teams und spornt an, weiterhin neue Ideen zur Mitarbeiterrekrutierung zu entwickeln und in die Tat umzusetzen. Um die Aussagekraft des Image-Tests zu stärken, sind weitere Umfragen auf vergleichbaren Recruitingmessen bereits in Planung.

In Rekordzeit zur neuen Chipgeneration.

Viele Elektronikgeräte sind aus unserem Alltag nicht mehr wegzudenken, z.B. PDA's, MP3-Player und Speicherkarten. Die eingebauten Flash Speicher und andere Elektronikbauteile werden immer kleiner und leistungsfähiger. Möglich wird das durch die Herstellung immer feinerer Strukturen auf dem Chip, die mittlerweile bei unter 45 nm (Nanometer) liegen. Zur Herstellung solcher Strukturen wird in heutigen Produktionsstätten die optische Lithographie verwendet. Lithographie bezeichnet dabei ein Verfahren zur Übertragung von Strukturen eines Chip-Entwurfes (sog. Maske) auf ein Halbleiter-Material mittels verschiedener Beleuchtungstechniken. Aus diesem Material entsteht dann nach weiterer Bearbeitung der elektronische Chip. Im Bereich Lithographie des EUROSPACE Kunden Carl Zeiss SMT AG werden die entsprechenden optischen Systeme entwickelt und gefertigt. Integriert werden diese in die Systeme seines Kunden und Herstellers von Lithographiesystemen ASML Holding NV. Durch die Integration der von Zeiss gelieferten optischen Systeme, die eines der Kernstücke der Lithographiesysteme darstellen, werden so feine Strukturen auf dem Chip überhaupt erst möglich. Von 2006 bis 2008 waren mehrere Consultants von EUROSPACE an der Entwicklung der neuesten Generation der Beleuchtungsoptik beteiligt. Eine solche Optik wird gebraucht, um die Maske möglichst homogen auszuleuchten, ansonsten wären die erforderlichen Strukturen nicht realisierbar. Unsere Spezialisten waren als Projektleiter, als Komponentenverantwortliche und als Consultants in der Messtechnikentwicklung tätig. Für den Projektleiter Arnd Sauer waren insbesondere diese Synergien mit entscheidend für den Projekterfolg: „Unser Team konnte gemeinsam agieren, sich gegenseitig unterstützen und einen deutlichen Mehrwert für den Kunden bieten.“ Erkennbar z.B. in einer Verbesserung der Projekt- bzw. Ressourcenplanung oder in der Dokumentation und Optimierung der Prozessabläufe. Außerdem vereinfachte sich die Kommunikation zwischen Produktion und Entwicklung. Gemeinsam wurde in Rekordzeit so ein komplett neues System entwickelt, das in Zukunft auch den Ansprüchen weiterer Miniaturisierung gerecht werden kann.



Kontakt: Arnd Sauer
arnd.sauer@eurospace.de



Pünktliche Auslieferung des Militärhubschraubers NH90.



Der 18. Dezember 2007 war für den CEO von Eurocopter Lutz Bertling ein besonderer Tag. Feierlich wurden die ersten beiden MRH-Versionen des NH90-Hubschraubers an einen australischen Kunden übergeben. Vor fast 2.000 Mitarbeitern wurde das Ereignis im Rahmen einer professionell inszenierten Show gewürdigt. Die ALTRAN-

2005 beauftragt und sollte in weniger als 36 Monaten parallel zur Fertigstellung der Basisvariante NH90 entwickelt, qualifiziert und Ende 2007 an den Kunden übergeben werden. Eine Aufgabe und ein Zeitplan, die hohen Einsatz von allen beteiligten Mitarbeitern forderten. EUROSPACE erhielt von Eurocopter den Auftrag, gemeinsam diese Herausforderung für den deutschen Bauanteil anzunehmen. Anfang

Tochter EUROSPACE hat trotz des sehr straffen Zeitplans von Eurocopter nicht wenig dazu beigetragen, diese Übergabe überhaupt stattfinden zu lassen. Das NH90 Programm wurde in den frühen neunziger Jahren begonnen. Die australische MRH90 Variante wurde Mitte

2006 wurde EUROSPACE die vollständige Projektleitung am MRH90 übertragen. Im weiteren Verlauf des Jahres 2006 kam die Verantwortung für zusätzliche Beauftragungen durch den australischen Kunden hinzu. So wurde die Anzahl der bestellten Hubschrauber erhöht und weitere Systementwicklungen beauftragt. Der Aufbau einer kompletten Umgebung zur Softwareentwicklung und -qualifikation fiel ebenfalls in den Verantwortungsbereich von EUROSPACE. Um den Erfolg der verschiedenen Projekte sicherzustellen, wurde die Zusammenarbeit im Projektmanagement vertieft und ausgebaut. EUROSPACE unterstützte Eurocopter in mehreren Entwicklungsbereichen eng verzahnt. So stand dem Kunden ein effektives, kompetentes und flexibles Netzwerk zur Verfügung, um seine Ziele zu erreichen.



Kontakt: Tim Gerkens
tim.gerkens@eurospace.de

Sparpotenziale in der Solarenergie.

Die Solarindustrie in Deutschland wächst rasant. Es gibt Firmen, die ihre Kapazitäten in den kommenden Monaten und Jahren verdoppeln und verdreifachen werden. Dabei sehen sie sich mit zwei Hauptherausforderungen konfrontiert: Erstens, das Managen von Wachstum und zweitens, der Kostenreduzierung. "Managen von Wachstum" bedeutet in erster Linie, stabile Prozesse zu etablieren. Der Fokus wird nicht nur auf kundenorientierte Prozesse wie Vertrieb, Produktion und Dienstleistungen gelegt, sondern außerdem auf Management- und Supportprozesse. "Kostenreduzierung" zielt auf Einsparungen entlang der gesamten Wertschöpfungskette ab. Vom Markt her entsteht Druck auf die Preise, u.a. weil die staatliche Förderung für die Installation von Solarenergieeinrichtungen



von Jahr zu Jahr verringert wird. Die Themen „Managen von Wachstum“ und „Kostenreduzierung“ sollten in Wachstumsphasen aber nicht unabhängig voneinander betrachtet werden. Viele Unternehmen in diesem Bereich sind sich der Herausforderungen und Gefahren bewusst und wissen, je früher sie agieren, umso besser wird sich ihre Marktposition in der Zukunft darstellen. Vor diesem Hintergrund erhielt die ALTRAN-Tochter ASKON Consulting Group im August 2007 einen Auftrag über die Optimierung des internen und externen Materialflusses und der Pro-

duktion entlang der Wertschöpfungskette bei einem der weltweit führenden Hersteller von Silizium-Wafern. Das Projekt wurde in mehrere Phasen unterteilt: Angefangen bei der Definition der Randbedingungen und Projektziele über die Aufnahme der IST-Prozesse und einer Wertstromanalyse bis zum Aufzeigen des Verbesserungspotenzials in Form eines SOLL-Konzeptes konnte ASKON letztlich ganz konkrete Empfehlungen und daraus resultierende Maßnahmen für das Erreichen des anvisierten Zielzustands geben. Die Consultants konnten dem Unternehmen ein Einsparpotenzial von 3,6 Mio. EUR aufzeigen, das noch im ersten Quartal 2008 durch ASKON mittels neuer Projekte realisiert werden soll.



Kontakt: Nils Berger
nils.berger@askon.de

All-in-One-Consulting als strategischer Partner – der Weg zum Projekthaus.

Rieder Kirstan, Geschäftsführer der BERATA GmbH, spricht über die veränderte Strategie der ALTRAN Tochter und die Vorteile für den Kunden.

1. Wie hat sich die strategische Ausrichtung von BERATA in den letzten Jahren gewandelt und warum sprechen Sie hier von einem „Projekthaus“?

Der klassische Ansatz, die Beratungs- und Entwicklungsleitungen in Teilphasen eines Projektes zu vergeben, hat sich in den letzten Jahren in unseren Kernbranchen der Automobilindustrie, Luft- und Raumfahrt und Medizintechnik kontinuierlich verändert. Heute liegt der Wunsch immer häufiger in einer ganzheitlichen Projektumsetzung. Diesem Trend tragen wir mit dem Angebot des „Projekthauses“ Rechnung.

2. Wie hat sich das Angebot der BERATA GmbH dadurch an den Kunden verändert?

Grundsätzlich hat sich unser fachliches Leistungsspektrum für unsere Kunden nicht verändert. Nur haben sich die Einsatzbereiche unserer Consultants wesentlich erweitert. Heute arbeiten wir zu ca. 20 Prozent im klassischen Segment und bereits zu ca. 80 Prozent in der Umsetzung kompletter, umfangreicher Projekte.

3. Hat sich der Trend durch die Anforderung einer bestimmten Branche ergeben und ist dieser bereits in anderen Branchen erkennbar?

Vor allem in der Automobilbranche und in vielen Bereichen der Luft- und Raumfahrt ist eine steigende Nachfrage nach ganzheitlichen Projekten erkennbar. Hier wollen unsere Kunden von unseren langfristigen Erfahrungen profitieren, ihre eigene Projektlandschaft effizienter gestalten und partnerschaftlich Ziele erreichen – oft auch außerhalb der eigenen Kerngebiete und Kompetenzen.

4. Wo liegen die Vorteile für den Kunden?

Wesentliche Kriterien sind der Zugriff auf unser über viele Jahre aufgebautes spezifisches Know-how und ein optimales Kosten-Nutzen-Verhältnis. Durch die langfristige, strategische Partnerschaft mit unseren Auftraggebern hat sich ein starkes Vertrauensverhältnis etabliert, wodurch wir noch effizienter und im hohen Maße eigenverantwortlich agieren können. Dem Kunden ist hierbei sehr wichtig, dass er den generellen Einblick in seine Beauftragungslage behält und er sich bei der Zielerfüllung auf unser Haus verlassen kann.

5. Welche internen Veränderungen bei der BERATA GmbH ergeben sich durch diese Entwicklung?

Unsere strategische Ausrichtung bietet unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern klare Vorteile. Das gestärkte Potenzial der Eigenverantwortung und die spannenden Projektthemen ergeben Motivationsfaktoren für eine hervorragende Leistungseinbringung. Durch unser gezieltes Aus- und Weiterbildungsprogramm wird der persönliche Wirkungsraum wesentlich bereichert. Intern können wir eine Verdichtung unseres Kernwissens erkennen, wovon unsere Kunden langfristig und stabil profitieren.



Produktionsprozessoptimierung bei Hochdruckpumpen.

Die Diskussion um schärfere Grenzwerte beim CO₂-Ausstoß von PKW und LKW beherrschen heute die Medien. Die Automobilhersteller sehen sich dabei zunehmender Kritik und großem Zugzwang ausgesetzt, den CO₂-Ausstoß durch den Kraftstoffverbrauch ihrer Fahrzeugflotten zu reduzieren. Diese Aufgabe wird nicht ausschließlich von den Originalgeräteherstellern aufgegriffen. Zunehmend setzen sich aber die Zulieferer als Innovationsführer durch und tragen einen Großteil zur Verbrauchsreduzierung bei.

Eine effiziente Methode, um einen geringeren Verbrauch zu erzielen, ist das sogenannte Downsizing, bei dem der Hubraum oder die Zylinderzahl reduziert wird und die dadurch verlorene Leistung durch Verwendung von innovativen Technologien



wieder wettgemacht wird. Ein Kernstück dieser Technologie ist das Kraftstoffeinspritzsystem. Die Kraftstoffpumpe versorgt dabei Dieselmotoren mit einem Einspritzdruck von bis zu 2.500 bar, um den Wirkungsgrad des Motors zu optimieren.

Auch für Konzerne, die OEMs wie Mercedes-Benz, BMW und Porsche mit diesem technisch sehr aufwändigen und innovativen Produkt beliefern, bedeutet die Produktion dieser Kraftstoffpumpen eine

große Herausforderung. Die EUROSPACE GmbH konnte in diesem Bereich ihre breite Erfahrung bereits zur Verfügung stellen, in Rekordzeit beim Kunden erste Erfolge erzielen und somit ihr umfassendes Know-how auf den Gebieten Qualitätsmanagement, Logistik, Produktions-, Prozess- und Projektmanagement im Automobilbereich bereits unter Beweis stellen.



Kontakt: Sven-August Potthoff
sven-august.potthoff@eurospace.de

Lichtsimation in der Automobilindustrie.

Neben der Sicherheit im Straßenverkehr bestimmen Scheinwerfer und Heckleuchten eines Autos auch maßgeblich das Image eines Automobilherstellers. Durch die digitale Produktentwicklung mit Hilfe von Lichtsimulation können viele Varianten auf Design und Funktion untersucht und das Verhalten eines optischen Systems besser verstanden werden. Insbesondere an der Schnittstelle von Design und Technik sind Lichtsimulationen ein wichtiges Instrument innerhalb des virtuellen Produktentwicklungsprozesses und werden schon heute gleichermaßen von Konstrukteuren und Designern genutzt. Die ALTRAN-Tochter ASKON Consulting Group unterstützt AUDI seit über zwei

Jahren bei der Integration der Lichtsimulation in den Produktentstehungsprozess. Die Lichtsimulationen von ASKON sind für die Projektverantwortlichen eine wichtige Grundlage bei der Designfindung und liefern Aussagen zur physikalischen Machbarkeit, basierend auf Designdaten. Des Weiteren kommt der Zulieferer ins Spiel, dessen auskonstruierte CAD (Computer Aided Design)-Daten mit den ursprünglichen Konzepten zur Lichttechnik abgeglichen werden. Die Auslagerung der Verantwortung in diesem Bereich erspart dem Autobauer nicht nur Zeit und damit bares Geld, sondern ermöglicht auch den Einsatz von Fachkräften mit spezifischem Know-how, das erforderlich ist, um mit Zulieferfirmen auf Augenhöhe

Automobilbau im Wandel.

Deutsche Automobilhersteller befinden sich im weltweiten Vergleich in einer Vorreiterposition. International bekommt die deutsche Automobilindustrie die höchste Anerkennung zum aktiven Beitrag am Umweltschutz, da sehr wirkungsvoll an der kontinuierlichen Reduktion der Emissionen gearbeitet wird. Hier kommt die ALTRAN Tochter BERATA GmbH immer häufiger ins Spiel. BERATA ist seit Jahren als Entwicklungspartner in Deutschland und weltweit eine gesetzte Größe, um im Wettrennen der Verbrauchsoptimierung zu unterstützen. Das Projektspektrum erstreckt sich von der Auslegung von Steuergeräten zur Regulierung des Strombedarfes eines Fahrzeuges, den erforderlichen Simulationen am Computer und der Erprobungen auf der Straße von neuen Technologien bis zur Bewertung von modernen Energiespeichertechnologien. „Entwicklungspartner-schaft bedeutet für uns, das exzellente Potenzial unserer motivierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter anforderungsgerecht in den Projekten einzusetzen, denn sonst wären diese komplexen Aufgaben nicht realisierbar“, sagt Michael Sinnl, Geschäftsleiter der BERATA GmbH und Key Account Manager für die BMW AG.



Kontakt: Michael Sinnl
michael.sinnl@berata.com



sprechen und die Anforderungen von AUDI an die Produktqualität umsetzen zu können. AUDI verschafft sich so wesentlich mehr Flexibilität, da derart spezifisches Know-how auf dem Arbeitsmarkt nur schwer zu finden ist.



Kontakt: Cornelius Möckel
cornelius.moeckel@askon.de

ALTRAN Foundation for Innovation – Was geschah 2007 und...

Das Thema 2007 „Baustelle Mensch. Medizinischer Fortschritt durch technologische Innovation“ fand am 01.10.2007 sein offizielles Ende mit der Bekanntgabe der Gewinner in Paris. „Die Preisausschreibung in 2007 war ein voller Erfolg“, meint Christian Le Liepvre, Director der ALTRAN Foundation for Innovation. Die Ankündigung der Themenstellung erreichte ca. 20.000 Menschen weltweit in den verschiedensten Sektoren von Innovation, Medizin und Gesundheitsbehörden. Mehr als 580 Menschen sahen sich die Bewerbungsunterlagen an, wovon 137 diese bei ALTRAN einreichten. Das bedeutet einen Anstieg um 66% im Vergleich zum Vorjahr. Aus 14 verschiedenen Ländern und von angesehenen Institutionen (Fraunhofer Institute, UTC, Inserm, CEA Minatech etc.) kamen die Bewerber. Während der Vorauswahl im Mai 2007 in München selektierten Senior Consultants der ALTRAN Group die besten 39 Projekte heraus und reichten diese bei der Jury ein.



Gewonnen hat Prof. José Alain Sahel vom "Institut de la Vision" am Centre Hospitalier National d'Ophtalmologie des Quinze-Vingts in Paris mit seinem Projekt zur Herstellung einer künstlichen Netzhaut. Dem multidisziplinären Team gehören neben Ophthalmologen auch Physiker, Chemiker, Biologen und Mikroelektroniker an. Ziel des Projektes ist es, stark Sehbehinderten und Blinden durch eine genügend hohe Auflösung das Lesen großer Buchstaben und eine gewisse selbstständige Mobilität wieder zu ermöglichen. Das Implantat wird an

die Stelle untergegangener Fotorezeptoren eingesetzt, um das neuronale Netzwerk künstlich zu stimulieren. Sahels Team kann als Wettbewerbsgewinner nun ein Jahr lang kostenfrei weltweit alle ALTRAN-Dienstleistungen in Bezug auf die Weiterentwicklung seines Projekts nutzen und erhält einen Zuschuss in Höhe von 16.000 EUR. Das Implantat soll 2013 Marktreife erlangen, ein Prototyp ist für 2009 geplant.

...mit welchem Thema knüpft ALTRAN an den Erfolg in 2008 an?



Bereits zum 13. Mal schreibt die Stiftung der ALTRAN Group nun den Innovationspreis aus.

Wie in der letzten Ausgabe angekündigt dreht sich für das Jahr 2008 alles um die Reduktion von CO₂. Angefangen bei der Reduktion beim Entstehungsprozess etwa bei Kraftwerken oder im Verkehrsbereich dehnt sich das Themengebiet über die Filtrierung, die Speicherung bis hin zu neuartigen Recyclingtechnologien aus. Der Preis richtet sich an Unternehmer, Privatpersonen, Universitäten, Spin-Offs und Instituten, die an Innovationen und technologischen Entwicklungen arbeiten. Bis zum 07.04. noch kann man seine Projekte einreichen. Das Bewerbungsformular mit Tipps zur Anmeldung und alle weiteren Informationen zur Foundation und dem Innovationspreis 2008 finden Sie unter

www.altran-foundation.com



Kontakt: Stefanie Bandau
stefanie.bandau@altran.com

Erfolgsrezept „International Management Academy (IMA)“.

1995 gegründet bietet die International Management Academy (IMA) von ALTRAN in Paris den Mitarbeitern ein umfangreiches und praxisnahes Trainingsangebot, das sich auf das konkrete Jobprofil des Einzelnen bezieht. Das Angebot der international ausgerichteten Trainingsakademie ist ein sehr offen gestaltetes System, nah am Alltagsgeschäft des Einzelnen und fähig, jeden

Mitarbeiter während seines persönlichen Karriereweges zu begleiten. Praxisnahe Rollenspiele, Simulationen und ein regelmäßiges persönliches Feedback ermöglichen jedem Teilnehmer, seine Fähigkeiten gezielt zu verbessern.

Erfahrene Mitarbeiter plaudern aus dem Nähkästchen und geben Tipps, wie sich die eigene Performance steigern lässt. Durch Kombination von theoretischer Wissensvermittlung und praxisorientiertem Training durch externe und interne Trainer werden die Teilnehmer auf die wesentlichen Anforderungen ihrer Position intensiv vorbereitet. Gleichzeitig beginnen sie dort, ihr

internes Netzwerk mit internationalen Kollegen zu knüpfen.

„Die IMA vergrößert das Verständnis von deinem Job als Business Unit Manager in allen Einzelheiten und gibt dir die Möglichkeit, dein Netzwerk zu vergrößern“, sagt Armand Bekker, Business Manager bei der BERATA GmbH. Und Till Witt, Business Manager bei der ASKON Consulting Group, meint: „Neben dem Aufbau eines persönlichen Netzwerks innerhalb der ALTRAN Group bietet die IMA einen guten Einblick in die Chancen und Herausforderungen, die einen Manager bei ALTRAN erwarten.“



Kontakt: Sébastien Lauvergne
sebastien.lauvergne@altran.com



Impressum

Ausgabe: März 2008

V.i.S.d.P.

ALTRAN Deutschland GmbH

Dr. Yves Rommel

Redaktion:

Stefanie Bandau

Andrea Scholz

Kontakt:

ALTRAN Deutschland GmbH

Büro München - Communication Department

Sendlinger-Tor-Platz 7

80336 München

Feedbacks oder Anmerkungen:

Tel.: +49 (0)89 46 16 91 14

innovators@altran.de

Bilder: ALTRAN Deutschland GmbH, BERATA GmbH,
iStockphotos, Redaktion Photonik

The logo for ALTRAN, featuring the word "alTRAN" in a blue, sans-serif font. The "a" is lowercase, while "lTRAN" is uppercase. The letters are bold and modern.

www.altran.com

