

ISING REPORT

Die Kundenzeitschrift der Ising International Consulting für Unternehmen und Führungskräfte

Ausgabe 25

Herbst 2008

Financial Services meets Infrastructure

IIC Partners weltweit führend beim Recruiting für Infrastruktur-Unternehmen – Ising München einer von fünf global verantwortlichen Infrastructure-Practice Standorten

■ von Christoph von Nostitz,
Ising International Consulting München

Der Sektor Infrastructure hat in den zurückliegenden Jahren überproportional an Bedeutung gewonnen – Tendenz weiter stark steigend. Die Hintergründe sind vielfältig. International ziehen sich in hochindustrialisierten Ländern die staatlichen Organe mangels disponiblen Steuereinnahmen zurück. Schwellenländern investieren zugleich erheblich in ihre Infrastruktur. Und kapitalkräftige Investmentgesellschaften haben angefangen sich in diesem Sektor ein stabiles Geschäftspotential zu erschließen.

In den zurückliegenden vier Jahren wurden weltweit rund 500 Milliarden US-Dollar in den hochspezialisierten Infrastruktur-Finanzierungen investiert und die OECD prognostiziert ein Investitionsvolumen von rund 170 Billionen US-Dollar weltweit für den Zeitraum von 2008 bis 2020. Diese Herausforderungen sind mehr als schwindelerregend und gehen weit über die gängigen Anforderungen im Bereich üblicher Projekt- oder strukturierter Finanzierungen hinaus. Der Fokus liegt unter anderem auf der Finanzierung und dem Betrieb von Flug- oder Schiffshäfen, Schienennetzen, Mautstraßen, der Wasser- und Energie-Gewinnung sowie der Versorgung einschließlich Stadtwerkbetrieben. Die wesentlichen Herausforderungen bei Infrastruktur-Vorhaben bestehen darin, zum einen die Gesetzmäßig-



keiten regulierter Märkte zu berücksichtigen und andererseits langfristige Staatsverträge zu akzeptieren. Allein am Finanzplatz London befassen sich schon heute über 3.000 Spezialisten in der Privatwirtschaft mit „Infrastructure Financing“. Diese sitzen nur zum Teil in den entsprechenden Geschäftsbereichen der

Banken – ganz im Gegenteil: Dieser Markt hat sich von dem gebeutelten Bankenmarkt längst abgekoppelt. Große Beratungshäuser, Venture Capital-, Privat Equity-Unternehmen, Investmentfonds und einige ausgewählte Banken bestimmen das Geschehen. Diese steuern das Zusammenwirken von Investoren, Fremdkapital-Gebnern, Betreibern, juristischen, technischen und wirtschaftlichen Beratern und öffentlichen Partnern. Nur wenn alle an einem Strang ziehen, gelingt es, diese hochkomplexen Infrastruktur-Investitionen erfolgreich abzuschließen und deren erfolgreichen Betrieb langfristig abzusichern.

Die Eintrittsbarrieren in diesen lukrativen Markt sind für Newcomer – egal ob Banken, Berater, Bauunternehmen oder Manager – hoch. Die „Player“ kennen sich bestens und sind gut eingeführt, wer aber einmal mit von der Partie ist, profitiert dann überdurchschnittlich.

IIC Partners berät bereits seit einigen Jahren äußerst erfolgreich bei der Besetzung von Führungs- und Spezialistenpositionen in diesem Segment. Die Besetzungsanforderungen zeichnen sich meist durch hohe Internationalität aus, sowohl hinsichtlich der zu betreuenden Investments als auch bei den Bewerber-Profilen. Die IIC-Standorte Hongkong, Lon-

don, München, Paris und Toronto, die bisher schon stark in diesem Segment aktiv waren, werden zukünftig ihre Aktivitäten hinsichtlich Erfahrungsaustausch, Marktkenntnissen, Kandidatenpool und Key Account-Betreuung verstärken und abstimmen. ■

Aufwendige Brücken- und Tunnelanlagen – ein interessantes Investment für private Geldgeber. Ising kennt das Geschäft und berät weltweit.



Am Standort München ist Christoph von Nostitz, Geschäftsführender Gesellschafter von Ising in Deutschland, verantwortlicher Koordinator für Besetzungsmandate in den Bereichen Financial Services und Infrastructure.

Weitere Themen

Patentanwälte: Chancen für IP-Professionals 2
Ausblick auf einen spannenden Markt

Emotion erzeugt Loyalität
Über die Kunst des richtigen Verkaufens

Make Love, not War! 3
Kritik zum „War of Talents“

Effektives Talentmanagement
IT-Berater so gefragt wie selten

Bildung contra Population 4
Die Hürden für werdende Mütter

International News
IIC Partners selects Brigadier

Kontakt & Impressum 2

So erreichen Sie uns direkt

... in München

Arabellastraße 29
81675 München
Tel.: (089) 928 96-300
Fax.: (089) 928 96-396
E-Mail: muenchen@ising-partners.de

... in Hamburg

Hudtwalckerstraße 11
22299 Hamburg
Tel.: (040) 46 86 54-0
Fax: (040) 46 86 54-54
E-Mail: hamburg@ising-partners.de

Partner und Berater:

Dipl.-Kfm. Beate Borgmann
Dipl.-Bw. Angela Burghold
Dipl.-Geogr. Klaus Christians
Dipl.-Kfm. Jürgen C.K. Gleue
Franz Landsberger
Dr. Steffi Katz
Dipl.-Ing. Hartmut Klab
Dipl.-Bw. Bernd Kröger
Dr. Alexander Leopold
RA Edgar van Mark
Dipl.-Bw. Christoph Frhr. von Nostitz
Dr. Jan Thieme
Dr. Heinz Uekermann
Horst Waizenegger

Besuchen Sie uns
im Internet:

www.
ising-partners.de
iicpartners.com

Impressum

ISING REPORT ist die Kundenzeitschrift von Ising International Consulting Deutschland. Aktuelles Heft: Ausgabe 25 vom Herbst 2008

Herausgeber:

Ising International Consulting München GmbH für Ising in Deutschland
Arabellastraße 29, 81675 München
Telefon: (089) 928 96-300
Fax: (089) 928 96-396
muenchen@ising-partners.de

V.i.S.d.P.: Edgar van Mark,
Christoph Frhr. von Nostitz

Gesamtherstellung:

Medieninstitut Mittweida e.V.

Layout & Satz:

totolo Kommunikation: info@totolo.de

Fotos dieser Ausgabe:

Ising International Consulting,
photocase.de, pixelio.de

Druck und Verarbeitung:

Werbe- & Sofortdruck GmbH Leipzig

Patentanwälte: Chancen für IP-Professionals

Ausblick auf einen spannenden Markt mit Perspektiven

■ von Angela Burghold,
Ising International Consulting München

Die Zahl der ausgebildeten Patent-Assessoren bzw. Patentanwälte ist in den vergangenen Jahren stark gestiegen. Dies führt bei einigen Absolventen zu Ängsten, möglicherweise keine angemessene Anstellung zu finden – aus heutiger Sicht unbegründet.

Insgesamt haben sich die Anträge auf Zulassung zur Patentanwaltsausbildung und auf Zulassung zur Patentanwaltschaft auf dem hohen Niveau der Vorjahre konsolidiert. Dies zeigt, dass der Patentanwaltsberuf in der Einschätzung der Studienabsolventen nach wie vor sehr gute Zukunftsperspektiven bietet. Besonders Absolventen der Fachrichtungen Elektrotechnik und Maschinenbau sind uneingeschränkt heiß begehrt. Im Jahr 2007 überstieg die Zahl der

neuen Patentanwälte mit 162 Zulassungen die Zahl von 63 Löschungen aus der Liste der Patentanwälte erheblich. Damit erreichte die Zahl der zugelassenen Patentanwälte zum Jahresende 2007 einen neuen Rekordstand von 2.576 gegenüber 1.996 Patentanwälten im Jahr 2001, eine Steigerung um über 30 Prozent. Die derzeitige Arbeitsmarktsituation für Patent-Assessoren und Patentanwälte rechtfertigt und bestätigt die Entwicklung und zeigt, dass die Absolventen auf das richtige Pferd gesetzt haben. Eine Schwemme von Patent-Assessoren bzw. Patentanwälten ist bis heute nicht eingetroffen und wird auch in Zukunft als wenig realistisch eingeschätzt. Allein durch die stetige Zunahme von Patentanmeldungen in Europa und die wachsenden Märkte in Asien ist mit einem weiteren Arbeitszuwachs zu rechnen. Das Londoner Übereinkommen, das im Mai 2008 in Kraft getreten ist, entbindet Patentanwälte zwar von einem Großteil der Übersetzungstätigkeit, was ein wichtiger Schritt war. Der benötigte Freiraum für ihre eigentlichen, anspruchsvollen Tätigkeiten ist damit indes noch nicht geschaffen. So werden auch im laufenden Jahr, wie schon in den vergangenen Jahren, sowohl von Patentanwaltskanzleien wie auch von



Angela Burghold ist seit knapp zehn Jahren erfolgreich im Executive Search tätig und hat sich dabei u.a. auf die Beratung von Mandanten für Patentprofessionals spezialisiert.

Industrieunternehmen Patentprofessionals gesucht, die über eine deutsche oder europäische Zulassung verfügen. Welcher Abschluss gefordert wird, ist unterschiedlich, es bleibt jedoch festzustellen, dass die europäische Zulassung immer mehr an Bedeutung gewinnt.

Im aktuellen Markt- und Bewerberumfeld ist es für Kanzleien und Unternehmen so schwer wie nie, geeignete Kandidaten zu finden und zu gewinnen. Immer öfter sind sie auf die Unterstützung eines Personalberaters angewiesen, der auf diesen Marktsegment fokussiert ist. ■

Emotion erzeugt Loyalität

Über die Kunst, richtig zu verkaufen

■ von Horst Waizenegger,
Ising International Consulting München

Produkte oder Dienstleistungen, die keinerlei Emotionen auslösen, sind für das Gehirn wertlos“, sagt der Psychologe Hans-Georg Häusel in seinem Buch „Brain Script“. Die Folge: Wertlose Informationen werden nicht gekauft!

Die Gesellschaft muss daher den Wandel von einer verkaufsorientierten Lösung zur einer beratungsintensiven, ja fast emotionalen Lösung vollziehen. Der Ansatz von Verkäufern – nein: besser von Beratern – muss daher auf die Emotionen zielen. Diese Berater-Verkäufer müssen nicht nur ihre Produkte und Dienstleistungen verstehen, sie müssen Menschen verstehen. Dadurch finden sie Zugang zu den immer wichtiger werden emotionalen Werten der Konsumenten. Den Beweis, dass stärkere positive Emotionalisierung tatsächlich erfolgreicher ist, trat kürzlich ein Experiment texanischer Wissenschaftler am Baylor-College in Houston an. Coca

Cola-Trinker zeigten deutlich höhere Reaktionen in emotionalen Bereichen des Gehirns als Pepsi Cola-Trinker, wenn man ihnen sagte, welches Getränk sie gerade zu sich nahmen. Im Blindtest fanden dagegen beide Versuchsgruppen, dass Pepsi besser schmeckt.

Was intuitiv talentierte Berater schon seit ewigen Zeiten Bauchgefühl nennen und beachten: Denken, Fühlen, Entscheiden und Handeln sind untrennbar miteinander verbunden und verlaufen im Wesentlichen unterbewusst. Die Erkenntnis: Ohne Emotionen ist kein vernünftiges Handeln möglich. Selbst wenn wir noch so stolz auf unser Denkhirn sind: Eine rein sachliche Entscheidung gibt es nicht. Wir entscheiden uns erst für oder gegen etwas, wenn wir ein gutes Gefühl dabei haben. Diese Weisheiten wurden mittlerweile in verschiedenen Hirnmuster-Analysen belegt. Erfolgreich werden diejenigen Unternehmen sein, die neben Produktinnovationen, Preis- und Qualitätsführerschaft auch Emotionen erzeugen. Dadurch entsteht eine Loyalität, die es zu schützen gilt. Denn nicht Konsumverzicht, sondern mangelnde Loyalität ist die größte Macht der Konsumenten. Mittlerweile wissen sie, ihre Macht auch einzusetzen. Längst kaufen Kunden keine Produkte oder Dienstleistungen mehr, sondern erwerben Problemlösungen und Emotionen.

Dies trifft übrigens nicht nur im Consumer-Geschäft zu: Auch die – augenscheinlich rein sachlichen, zumeist in Führungsetagen getroffenen – strategischen oder operativen Weichstellungen haben fast immer mit Emotionen zu tun. Hier spielen Ansehen, Macht- oder Positionskämpfe und das berufliche Überleben eine Rolle. Oder, viel simpler: die Lebensqualität.

Voraussetzung für einen Mehrwert auf der Kunden-Lieferanten-Ebene ist Loyalität. Diese entsteht viel leichter zwischen Menschen als zwischen mehr oder minder anonymen Unternehmen. Gerade bei Dienstleistern ist das Zusammenspiel von Auftraggeber und Auftragnehmer daher von nicht zu unterschätzender Wichtigkeit. Es muss Vertrauen aufgebaut werden, um Dienstleistungen maßgefertigt und nicht „von der Stange“ anbieten zu können.

Je vertrauter und intensiver die Zusammenarbeit wird, desto größer sind die Erfolge sowie das Gefühl emotionaler Verbundenheit. Dort, wo Unternehmen bzw. Produkte nicht mehr allein in der Lage sind zu punkten, müssen Emotionen und Menschen einspringen. Dies kann nur ein Berater leisten, der sowohl Loyalität als auch Fachkompetenz und Emotionalität ausstrahlt. Diese Weisheit trifft in ganz besonderer Weise für uns als Personalberater zu, im Beziehungsdreieck „Mandant – Berater – Kandidat“. ■

■ von Eduard Hajek,
Ising International Consulting München

Make Love, not War!

Warum das Bild vom „War of Talents“ nur bedingt für uns gilt

Ed Michael, seinerzeit McKinsey-Chef, hat vor genau zehn Jahren den Krieg ausgerufen. Wenn es diesen „War for Talents“ tatsächlich gibt, dann sind wir keine Headhunter, sondern „Recruiting Sergeants“ an vorderster Front. Aber was wir tun, hat mit Kämpfen nicht viel gemeinsam. Wir bringen lediglich das Spiel des Wettbewerbs um die besten Mitarbeiter in Gang.

Der Schauplatz dieses Spiels sind die Unternehmen. Dort werden die Voraussetzungen geschaffen für Sieg oder Niederlage. Den Sieg sollte man einmal genauer definieren. Es klingt sehr plausibel, dass das Spiel durch das Abwerben von Top-Kandidaten gewonnen wird – richtig? Falsch! Das Unternehmen, das sich nach diesem vermeintlichen Sieg zufrieden zurücklehnt, schiekt uns schon bald wieder an die „Front“. Wir haben dagegen natürlich nichts einzuwenden. Interessanter ist nur: Wenn nicht der gewinnt, der einen High-Potential abwirbt, wer gewinnt dieses Spiel dann tatsächlich? Entscheidend ist die Eröffnung des Spiels. Es beginnt mit der Vertragsunterzeichnung des Kandidaten. Erst sobald die Tinte trocken ist, geht es wirklich los. Genau dann stellt sich nämlich die folgende Frage: Welche Anziehungskraft geht von der Firma auf Top-Kandidaten aus und



was hält diese langfristig im Unternehmen?

Gewinner ist demnach, wer auf lange Sicht der stärkste Anziehungspunkt für die besten Kandidaten bleibt. Selbstverständlich haben das Wirtschaftspsychologen längst herausgekriegt und nennen es „Mitarbeiterbindung“. Coaches und Berater, die sich in selbstgegründeten Verbänden organisieren und gegenseitig zertifizieren, haben dafür auch schon Lösungen gefunden, wie „Mitarbeiterbindungsprogramme“ oder – englisch und dynamisch – „Retention-Management“.

Ist es wirklich ein Spiel mit Siegern und Gewinnern, was wir spielen? Oder doch eher die Verführung der Talente?

Mit diesen Programmen soll Unternehmen das Rüstzeug vermittelt werden, um sich in dem besagten Krieg zu behaupten. Aber ist so ein „Programm“ nicht etwas zu technisch und lieblos gedacht? Immerhin geht es hier um Menschen.

Die neuesten Erkenntnisse über die sogenannten „weichen Bindungsfaktoren“ kennen wir persönlich bereits sehr gut aus unseren täglichen Gesprächen mit den Fach- und Führungskräften bei der Direktsprache. Die meisten unserer Ansprechpartner wünschen sich einen

Verantwortungs-Spielraum und individuelle Entwicklungsmöglichkeiten, wollen ernst genommen und respektiert werden und Spaß bei der Arbeit haben. Sie möchten sich frei entfalten und sich mit der Kultur im Unternehmen identifizieren können.

Der finanzielle Aspekt? – Ja, Geld ist wichtig, aber lange nicht entscheidend. Finanzielle Anreize sind nicht von Dauer. Was viel mehr zählt, ist eine gemeinsame Vision, die sich das Unternehmen mit allen restlos teilt. Diese Dinge machen ein Unternehmen attraktiv und sexy. Und zwar nicht nur bei potentiellen Bewerbern und soeben gewonnenen High-Calibers, sondern gerade auch bei den Mitarbeitern – von der Unternehmensleitung bis zu der Teilzeit-Kraft in der Betriebskantine.

Ist es bei der Aufzählung dieser „Waffen“ überhaupt noch sinnvoll von einem „Kriegs-Spiel“ zu sprechen? Vielleicht gibt es wesentlich mehr Analogien, wenn man das Spiel als einen Flirt und eine Liebes-Beziehung betrachtet. Ist möglicherweise das schlichte Motto „Verliebt in die Traum-Kandidaten“ ein besseres Programm als „Retention-Management“? Man kann auch Herzen erobern. Dann wären wir Headhunter auch keine „Sergeants“ mehr, sondern Verführer, die um die Gunst der Talente buhlen. Denn wer einmal so richtig verliebt ist, der trennt sich nicht von seinem Herzblatt. Und das ist auch gut so, denn wir wollen keine Ehebrecher sein, sondern die richtigen Partner zusammenbringen. In diesem Sinne: Make Love! ■

Effektives Talentmanagement

Große Erfolge mit IT-Beratern in einem hart umkämpften Markt

■ von Claudia Glas, CMR - Corporate Management Recruiting GmbH

Der Markt für IT-Beratung, Standardsoftwareeinführung, Individualsoftwareentwicklung und Systemintegration ist mit einem Volumen von 15 Milliarden Euro (2007) ein wichtiger Teil des IT-Markts in Deutschland. Er ist gegenüber dem Vorjahr um 6,4 Prozent gewachsen, so eine Lünen-donk-Untersuchung vom Juli 2008.

Das hat zur Folge, dass der Wettbewerb um erstklassige IT-Berater immer intensiver wird. Nicht nur Consulting-Häuser suchen nach ihnen, sondern auch in Anwendungsunternehmen stehen sie auf der Wunschliste ganz oben. Gleichwohl bleiben die Anforderungen der Firmen trotz

Fachkräftemangel sehr hoch. Neben den fachlichen Anforderungen setzen die Beratungshäuser auf die Integrationsfähigkeit in die Unternehmenskultur sowie auf die Interaktionsfähigkeit mit dem Kunden.

Unter dem Druck des Fachkräftemangels ist das Finden und Binden „kluger Köpfe“ oftmals geschäftskritisches Überlebenstraining. HR-Verantwortliche vieler Firmen sind bei Recruiting, Leistungsmanagement, Personalentwicklung, Nachfolgeplanung und Vergütungssystem bis heute auf Excel-Files und Word-Dokumente angewiesen. Diese Methoden stoßen jedoch regelmäßig an ihre Grenzen, softwarebasierende Talentmanagementsysteme werden immer wichtiger.

Doch was ist Talentmanagement eigentlich?

Talentmanagement beschreibt den Umgang mit internem Business-Know-how mit dem Ziel, Mitarbeiter zu motivieren, zu entwickeln und auf die Gesamtstrategie des Unternehmens hin auszurichten. Dies mag wissenschaftlich klingen, aber es ist



Claudia Glas



Nadja Reiß



Thomas Ammermann

erwiesen, dass Unternehmen, die gezielt mit strategischem Talentmanagement arbeiten, in ihrer Wettbewerbsfähigkeit gestärkt werden, zufriedener Mitarbeiter haben und ihre personellen Ressourcen einfacher und effizienter dokumentieren



CMR – Corporate Management Recruiting GmbH ist das Schwesterunternehmen von Ising International Consulting München. CMR berät seit 1982 national wie international Unternehmen sowohl in den Branchen IT und Management Consulting als auch in der technischen Textil- und Modeindustrie. Fokus der CMR liegt in der Suche und Auswahl von internationalen Spezialisten und Führungspersönlichkeiten. Seit September 2008 wird das Team von CMR durch Claudia Glas verstärkt. Frau Glas bringt ihre siebenjährige Erfahrung als internationaler IT- und Management Consultant ein und verstärkt CMR nachhaltig. Wir freuen uns über ihren Eintritt in unser Unternehmen!

Bildung contra Population

Was Frauen von einer Mutterschaft abhält

■ von Christoph von Nostitz,
Ising International Consulting München

Es ist keine Neuigkeit, dass Frauen immer später Mütter werden, da sie zunächst ihren erlernten Beruf ausüben möchten. Eine Untersuchung der Universität Magdeburg ergab jetzt zudem, dass ihr zunehmend hoher Bildungsgrad es Frauen immer schwieriger macht, einen adäquaten Partner zu finden, mit dem sie auch bereit sind, eine Familie mit Kindern zu gründen.

Weil Frauen immer öfter hoch gebildet sind, sinkt laut der Studie von Prof. Christiane Diemel von der Universität Magdeburg relativ dazu die Zahl der Männer mit höherem oder gleichem Bildungsstand. In Konsequenz bleiben viele Frauen lieber solo, als auf niedrigerem Bildungsniveau zu heiraten. Als Folge werden hochqualifizierte Frauen – zu Unrecht – in der demographischen Entwicklung



Sascha David Rieger/photocase.de

als wenig gebärfreudige Akademikerinnen an den Pranger gestellt. Dabei ist es nicht die Unvereinbarkeit der „Hochbildung“ von Frauen mit der Familiengründung, welche die demografische Zukunft vieler Industrieländer beeinflusst. Laut Christine Diemel orientieren sich über 90 Prozent der Frauen bei ihrer Partnerwahl an einem höher oder zumindest gleich

hoch ausgebildeten Mann. Dieser Bildungsexplosion bei Frauen stehen nicht ausreichend Männer gegenüber, die eine Kompatibilität als Grundlage für eine Familiengründung mitbringen. Tatsächlich sind aber laut der Studie verheiratete Akademikerinnen ebenso selten oder häufig kinderlos wie nicht-akademisch ausgebildete, verheiratete Frauen.

Familie oder Karriere?
Wenn beides nebeneinander funktioniert, profitiert auch der Arbeitgeber.

Die Kehrseite der Medaille scheint zu sein, dass Männer eher offen sind, eine Frau zu wählen bzw. zu akzeptieren, die nicht ihrem Ausbildungsstand entspricht. Gemäß einer Studie der Universitäten Aberdeen, Bristol, Edinburgh und Glasgow ergibt sich folgendes Bild: Je mehr ein Mann in eine Beziehung investiert, umso wahrscheinlicher ist es, dass die Ausgewählte einen geringeren Ausbildungsstand aufweist.

Dies ließe den Schluss zu, dass Männer lieber einen Bogen um starke Frauen machen. Laut Untersuchungen gilt bei allen Betrachtungen das alte Beuteschema als erstaunlich widerstandsfähig: Frauen suchen – unbewusst – nach wie vor nach einem starken Beschützer und Ernährer, der einen hohen Status inne hat. Für Männer spielt der Status ihrer Partnerin eine untergeordnete Rolle. Sie wünschen sich eine attraktive und fruchtbare, also junge Frau. Männer wie Frauen definieren zudem, neben unterschiedlichen weiteren Erwartungen, zwei meist gleich lautende Wünsche: die nach Gesundheit und nach emotionaler Wärme. Beide Wünsche aber sind nicht das Hauptproblem starker Frauen bei der erfolgreichen Suche nach „Mr. Right“.

Die Wirtschaft profitiert in jedem Fall von diesen starken Frauen – als hochkarätige Arbeitskräfte sowie als selbstbestimmte und zahlungsfähige Konsumentinnen. ■

News

International

IIC Partners selects Brigadier

IIC Partners, Executive Search Worldwide has hired former brigadier general Martin Vine of the UK as its COO - Chief Operating Officer. Due to the ongoing growth of IIC Partners the Board decided to nominate a COO for the first time in its history.

In a global search, Vine was selected on the basis of his proven international leadership skills, his record of consistent achievement and because he impressed IIC Board Members with his relentless optimism, said IIC Board Chair Martine Bournerias of Paris. "Martin is the executive we need to lead a rapidly growing glo-

bal organization, ranked among the top 10 search groups in the world and focused on raising our international profile," Bournerias said.

With today about 60 offices in over 40 countries the board felt Martin's impressive record in challenging international assignments would fit very well with the group's objectives for the future. The responsibility of Mr. Vine will be to support to build revenues, attract the highest-quality new members, deliver valuable services to the markets and maintain momentum in all these areas.

Vine said his immediate priorities are to get to know the over 150 partners in the organization, learn their goals and aspirations for IIC and deliver on achievable early objectives.

He said his early military career was fairly traditional, including battalion command responsibilities, before he moved into international assignments. From 2005 to 2007, Martin



Martin Vine

Vine was defense adviser to the British High Commission in Islamabad, Pakistan, where his duties included coordinating UK military support to earthquake relief in 2005. Previously, he commanded 2,000 troops from 18 nations with the Multinational Task Force in Bosnia. In Iraq, he served as deputy for security to the Coalition Provisional Authority during 2003 and 2004. Earlier, he was assistant military attaché to the British Embassy in Washington, D.C.

Vine is a holder of the Order of the British Empire (OBE) and the United States Meritorious Service Medal.

"Martin has a record of getting things done in complex, multi-national situations," said former IIC chairman Urs Wüthrich. "He's pragmatic, diplomatic and goal oriented and we think that's a rare combination of core skills that's essential to success in a member-driven, global organization such as ours." ■