Randstad Deutschland (Hrsg.)

Wettbewerbsfähigkeit deutscher und französischer Industrieunternehmen

Berichtsband zur bi-nationalen Vergleichsstudie 2019

randstad

Vorwort

Es kommt Bewegung ins deutsch-französische Verhältnis!

In der nunmehr bereits dritten Studie zur Wettbewerbsfähigkeit deutscher und französischer Unternehmen von Randstad Deutschland zeigt sich: Die Einschätzungen zur Wettbewerbsfähigkeit diesseits und jenseits des Rheins sind keineswegs in Stein gemeißelt, sondern Ausdruck der unterschiedlichen Wirtschaftslage und Industriepolitik in beiden Ländern.

Die wirtschaftlichen und politischen Reformen in Frankreich, zusammen mit der positiven Wirtschaftsentwicklung, geben der französischen Industrie Rückenwind. Dieser zeigt sich in der vorliegenden Studie in einem stetig steigenden Selbstvertrauen.

Die deutsche Industrie wird in Frankreich nach wie vor als Vorbild wahrgenommen. In Deutschland selbst sind die Befragten vorsichtiger, was die fortgesetzte Wettbewerbsfähigkeit der eigenen Industrie anbelangt. Hierzulande zeichnen sich Veränderungen ab – von der Krise der Automobilindustrie bis hin zu den Herausforderungen der Digitalisierung. Diese erzeugen Unsicherheiten, die nicht nur unternehmerisch, sondern auch politisch bewältigt werden wollen. Das erfordert Gestaltungswillen.

Die Befragung zeigt, dass sich zahlreiche Unternehmen sowohl in Deutschland als auch in Frankreich bereits auf den Weg gemacht haben, um ihre Wettbewerbsfähigkeit im europäischen und globalen Umfeld zu stärken. Dabei sollte das Nachbarland nicht als Konkurrent, sondern als Partner und Vorbild verstanden werden.

Richard Jager
CEO, Randstad Deutschland

Richard Jager
CEO, Randstad Deutschland

„Die Industriestandorte Deutschland und Frankreich stehen vor ähnlichen Herausforderungen – aber sie schlagen unterschiedliche Lösungswege ein."

Inhaltsverzeichnis

1. Zusammenfassung der Studie 5
2. Sinkendes Selbstvertrauen auf beiden Seiten des Rheins 6
3. Deutsch-Französischer Wettbewerbsindex 8
4. Unterschiedliche Faktoren der Wettbewerbsfähigkeit 10
5. Die Industrie der Zukunft und der Fachkräftemangel 12
6. Methodik der Studie 16

Über Randstad Gruppe Deutschland 18

1. Zusammenfassung der Studie

Die deutschen Industrieunternehmen bewerten ihre eigene Wettbewerbsfähigkeit deutlich vorsichtiger als im vergangenen Jahr. Immer mehr Unternehmen sehen sich auf einer Stufe mit Frankreich und anderen europäischen Ländern, nicht mehr darüber. Diese Entwicklung ist vor allem deswegen bemerkenswert, weil die deutsche Industrie traditionell im Premium-Segment positioniert ist. Die befragten deutschen Unternehmen leiten ihre Wettbewerbsfähigkeit vor allem aus ihren Geschäftsmodellen und Produktionsprozessen, nicht aus ihrer Preispositionierung ab.

Die französische Industrie bewertet ihre eigene Wettbewerbsfähigkeit ebenfalls zurückhaltend. Insbesondere im Vergleich mit Deutschland sind die französischen Unternehmen allerdings übervorsichtig: Die Studie zeigt Frankreich im Wettbewerbsumfeld leicht im Vorteil. Zum ersten Mal wurde auf Basis aller Antworten ein nationaler Wettbewerbsindex errechnet und vergeben. Dieser berücksichtigt die Felder Produktion, Innovation, Personal, Kundenbeziehungen und CSR. Mit 68 Punkten schlägt Frankreich dabei Deutschland nur knapp, das 66 Punkte erreichen konnte.

Die zwei Herausforderungen, vor denen die Unternehmen in Deutschland ebenso wie in Frankreich stehen, lauten Fachkräftemangel und digitale Transformation. Immer mehr Unternehmen setzen in diesen Bereichen eigene Initiativen um. Die Industrie erwartet allerdings in beiden Ländern stärkere politische Impulse, denn ohne positive Rahmenbedingungen lassen sich diese Herausforderungen nicht lösen.

Das Marktforschungsinstitut OpinionWay hat die Befragung im Auftrag von Randstad Inhouse Services bei je 200 Industrieunternehmen in Deutschland und Frankreich durchgeführt. Dabei wurden die Unternehmensvertreter nach ihren Einschätzungen zur eigenen Wettbewerbsfähigkeit und der des Nachbarlandes befragt. Diese umfassen sowohl Standortfaktoren wie Infrastruktur, gesetzliche Rahmenbedingungen und Innovationsklima als auch unternehmensspezifische Faktoren wie Geschäftsmodelle oder Produktionsprozesse.

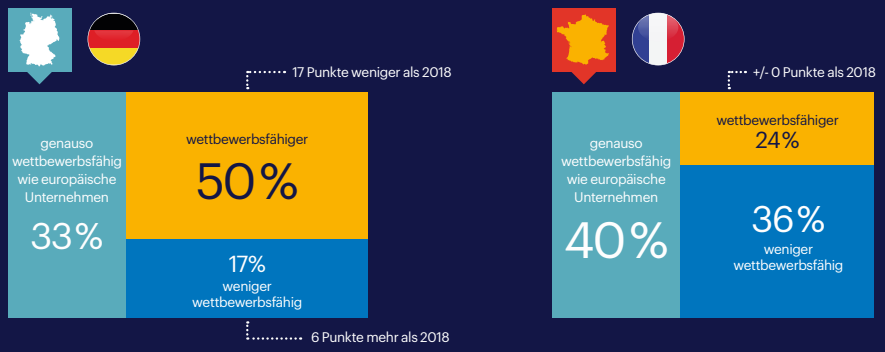
2. Sinkendes Selbstvertrauen auf beiden Seiten des Rheins

Haben die gegenwärtige Krise in der Automobilindustrie, dem für Deutschland wohl wichtigsten Wirtschaftssektor, und das schwache Wirtschaftswachstum dem Industriemodell geschadet? Laut der Randstad Studie zur Wettbewerbsfähigkeit sind deutsche Unternehmen zwar weiterhin grundsätzlich zuversichtlich, verlieren aber zusehends an Vertrauen in die eigene Wettbewerbsfähigkeit.

Der Anteil der deutschen Industrieunternehmen, die sich im Vergleich mit ihren europäischen Pendants für wettbewerbsfähiger halten, beträgt demnach immer noch 50 %. Jedoch sinkt der Wert innerhalb nur eines Jahres um 17 Prozentpunkte. Im direkten Vergleich mit dem Nachbarland Frankreich glaubt eine deutliche Mehrheit von 64 %, dass sie genauso wettbewerbsfähig sind wie die französische Konkurrenz. 29 % sind der Ansicht, dass sie im Wettbewerb überlegen sind. Der Anteil derjenigen, die die französischen Unternehmen als leistungsfähiger erachten, liegt bei gerade einmal 7 %. Trotz des weiter hohen Niveaus zeigt die Entwicklung von 2018 zu 2019 einen deutlichen Vertrauensverlust in die deutsche Wirtschaft. So ist der Anteil der deutschen Unternehmen, die sich im Vergleich zur Konkurrenz aus Frankreich für wettbewerbsfähiger halten, um 6 Punkte gesunken.

Deutsche Unternehmen büßen Selbstvertrauen ein

Sehen Sie sich wettbewerbsfähiger als ihre europäischen Wettbewerber?



Studie: „Wettbewerbsfähigkeit deutscher und französischer Industrieunternehmen", 2019
Quelle: OpinionWay für Randstad Inhouse Services

Grafik: Randstad Deutschland

Frankreich auf deutschem Niveau, aber ohne deutsches Selbstvertrauen

In Frankreich zeigt sich dagegen: Das Selbstvertrauen der Franzosen sinkt, wenn sie sich mit Deutschland vergleichen. So sieht sich fast die Hälfte der Franzosen (49 %) weniger wettbewerbsfähig als ihre deutschen Kollegen, was einem Anstieg von 6 Punkten gegenüber 2018 entspricht. Lediglich 43 % halten sich für gleich wettbewerbsfähig (-4 Punkte) und nur eine Minderheit von 8 % hält sich für wettbewerbsfähiger (-2 Punkte). Dies stellt übermäßigen Pessimismus der französischen Seite in Bezug auf ihre eigene Situation dar. Die Auswirkungen der in den letzten Jahren durchgeführten Reformen zur Verbesserung der französischen Wettbewerbsfähigkeit sind deutlich spürbar, wie der aktuelle Global Competitiveness Report des World Economic Forum zeigt. Demnach verbessert sich Wettbewerbsfähigkeit Frankreichs stetig, während Deutschland im Ranking nachgibt. Die Stimmung in Frankreich spiegelt diese Entwicklungen allerdings noch nicht wider. Auch der deutsch-französische Wettbewerbsindex, der erstmals Teil der Studie zur deutsch-französischen Wettbewerbsfähigkeit ist, attestiert den französischen Industrieunternehmen eine hohe Wettbewerbsfähigkeit auf deutschem Niveau.

3. Deutsch-Französischer Wettbewerbsindex

Frankreich und Deutschland fast punktgleich im Wettbewerbsindex

2019 haben wir im Rahmen der von Randstad Inhouse durchgeführten Studie eine Methode zur Berechnung der Wettbewerbsfähigkeit deutscher und französischer Unternehmen entwickelt. In die Bewertung der Aussagen der Befragten fließen fünf Säulen der Wettbewerbsfähigkeit mit ein: Produktion, Innovation, Kundenbeziehungen, Personalwesen und CSR. Dabei werden die Ergebnisse der einzelnen Fragen in die Gesamtpunktzahl eingerechnet. So finden etwa die Antworten auf die Frage „Haben Sie Schwierigkeiten, Fachkräfte zu gewinnen?“ neben anderen Ergebnissen Eingang in die Punktzahl im Bereich Personalwesen.

Die Punktzahl der Wettbewerbsfähigkeit ermöglicht eine objektivere Betrachtung der Stärken beider Länder auf Basis der Einschätzungen der befragten Unternehmen. Diese zeigt Positionierung und Selbstvertrauen der Industrieunternehmen.

Die Nachbarländer sind im ersten Wettbewerbsindex beinahe gleichauf: Frankreich schlägt Deutschland knapp mit 68 zu 66 Punkten. Dabei punkten die französischen Industrieunternehmen insbesondere bei der CSR. Die Studie zeigt, dass die französischen Unternehmen Maßnahmen in diesem Bereich grundsätzlich mehr Bedeutung beimessen. Die Unternehmen in Deutschland liegen vor allem bei der Innovation leicht vorn. Dieser Vorsprung spiegelt wider, dass die deutschen Unternehmen auf dem Weg in die Industrie 4.0 bereits weiter vorangeschritten sind. Auch bei den Kundenbeziehungen punkten die deutschen Unternehmen. In allen weiteren Disziplinen haben die Franzosen die Nase ein wenig vorn.

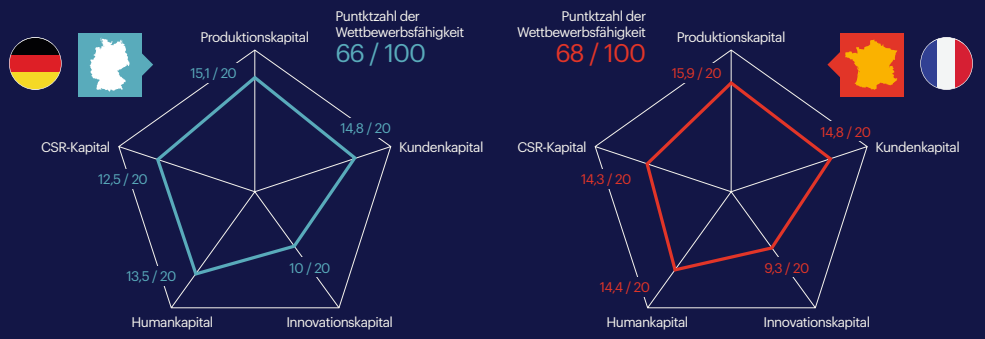
Gleiche Herausforderungen, unterschiedliche Antworten

Insgesamt ergibt sich das Bild zweier ähnlich aufgestellter Industrienationen, die vor den gleichen Herausforderungen stehen. Nur in einem der fünf Felder trennt die beiden Nachbarländer mehr als ein Berechnungspunkt. Fachkräftemangel, digitale Transformation oder Employer Branding sind Zukunftsthemen für alle Industrieunternehmen, ob in Deutschland oder in Frankreich. Der Blick ins Detail zeigt allerdings, dass in Deutschland und in Frankreich sehr unterschiedliche Antworten auf diese Fragen bevorzugt werden. Beispielsweise arbeiten deutsche Unternehmen gezielter an ihrer Attraktivität für Fachkräfte, während französische Industrieunternehmen stärker auf Weiterbildung setzen. Welche dieser Strategien die bessere Antwort auf die gegenwärtigen Herausforderungen darstellt, werden die kommenden Jahre zeigen.

Das Ergebnis verdeutlicht: Die Franzosen tendieren dazu, die Stärken der Deutschen zu überschätzen und ihre eigenen zu unterschätzen. Der Ruf der Deutschen als Industrienation führt bei ihnen selbst manchmal zur Selbstüberschätzung. Wenn beide Länder jeweils ihre eigenen Stärken betrachten, verringert sich die verzerrte Wahrnehmung und es wird deutlich, dass das deutsch-französische Paar sehr ähnliche Wettbewerbsvorteile aufweist.

Frankreich im Wettbewerbsindex leicht vorn

Französische Industrieunternehmen punkten vor allem bei Produktion und CSR



Studie: „Wettbewerbsfähigkeit deutscher und französischer Industrieunternehmen“, 2019
Quelle: OpinionWay für Randstad Inhouse Services

Grafik: Randstad Deutschland

4. Unterschiedliche Faktoren der Wettbewerbsfähigkeit

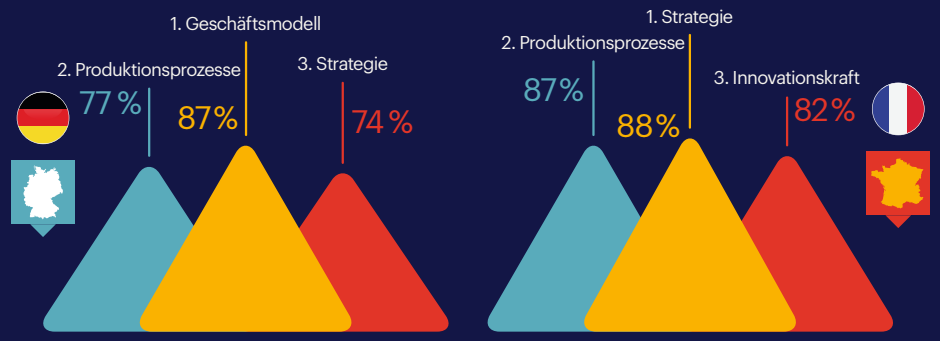
Industrieunternehmen sehen ihre Stärken je nach Land unterschiedlich

Die vorliegende Studie von Randstad Inhouse Services zeigt: Um ihre Wettbewerbsfähigkeit aufrechtzuerhalten und auszubauen, setzen die französischen und deutschen Industrieunternehmen nicht auf die gleichen Wettbewerbsfaktoren. Und dies zeigt sich in einem erheblichen Unterschied in der Positionierung der beiden Volkswirtschaften.

- In Deutschland vertrauen 87% der Befragten vor allem auf ihre Geschäftsmodelle, gefolgt von den Produktionsprozessen (77%) und der Geschäftsstrategie (74%).
- Frankreich setzt mit 88% der Befragten vor allem auf die Geschäftsstrategie, Produktionsprozesse (87%) und die Investitions- und Innovationskraft (82%).

Die deutsche Industrie vertraut auf ihr Geschäftsmodell

Welche Wettbewerbsvorteile sehen Sie für Ihr Unternehmen?



Studie: „Wettbewerbsfähigkeit deutscher und französischer Industrieunternehmen“, 2019
Quelle: OpinionWay für Randstad Inhouse Services

Grafik: Randstad Deutschland

Obwohl Rekrutierungsschwierigkeiten starke Auswirkungen auf beiden Seiten des Rheins haben und die Möglichkeit, Talente zu gewinnen, ein wichtiger Wettbewerbsfaktor zu sein scheint, ist dieser erstaunlicherweise unwichtiger als solche, die den Verkauf und die Produktion beeinflussen. Im vergangenen Jahr war die Fähigkeit, qualifiziertes Personal zu gewinnen, noch für 77% der deutschen Industrieunternehmen ein Wettbewerbsvorteil.

Dieser Vorteil hat sich nivelliert, sodass die Attraktivität der deutschen Industrie für nationale und internationale Fachkräfte abgenommen zu haben scheint. Industrieunternehmen scheinen den Fachkräftemangel als dauerhaften Zustand hinzunehmen und konzentrieren sich stattdessen auf ihre Stärken.

Innovation wird zum Standortvorteil

Dieses Ergebnis verdeutlicht den Unterschied in der Positionierung der beiden Volkswirtschaften. Auf der einen Seite hält Deutschland seine Spitzenposition und bevorzugt Faktoren, die die Aufrechterhaltung und Weiterentwicklung dieses Modells ermöglichen. Auf der anderen Seite konzentriert sich Frankreich, deren Industrie sich im Mittelfeld positioniert, auf kostensenkende Faktoren.

In diesem Zusammenhang ist es die Innovation, die es den Herstellern ermöglicht, sich zu differenzieren und die Produktivität zu steigern. Die französischen Unternehmer scheinen diese Tatsache verinnerlicht zu haben: Die staatlich in den vergangenen Jahren stark geförderte Innovation wird durch die Industrie aufgegriffen und schlägt sich in hochtechnisierten Produktionsprozessen nieder, die zum Standortvorteil für Frankreich werden.

5. Die Industrie der Zukunft und der Fachkräftemangel

Deutschland vor dem Übergang zur Industrie 4.0

Sowohl Frankreich als auch Deutschland bereiten sich auf den Wandel und zukünftige Herausforderungen vor. In beiden Ländern steht digitaler und ökologischer Wandel ganz oben auf der Unternehmensagenda. 70% der französischen Industrieunternehmen haben bereits einen Aktionsplan zu beiden Themen definiert.

Auf deutscher Seite treiben zwei Drittel (66%) den digitalen Wandel voran und knapp 63% bemühen sich, nachhaltige Ansätze umzusetzen.

Diese beiden Herausforderungen stehen noch vor der Kompetenzsteigerung der Mitarbeiter im Umgang mit digitalen Medien, der Internationalisierung der Vertriebs- und Produktionskanäle sowie dem Rückgriff auf Subunternehmer.

Digitalisierung der Industrie gewinnt an Fahrt

Konzipiert Ihr Unternehmen einen Maßnahmenplan für die Industrie 4.0 oder setzt diesen bereits um?

Studie: „Wettbewerbsfähigkeit deutscher und französischer Industrieunternehmen", 2019
Quelle: OpinionWay für Randstad Inhouse Services

Grafik: Randstad Deutschland

Darüber hinaus werden sich die französische und die deutsche Industrie allmählich der Notwendigkeit bewusst, Innovation in Produktionsprozessen und den Wandel in Richtung Industrie 4.0 voranzutreiben. Bemerkenswert: Vor einem Jahr vermeldeten mehr französische Unternehmen konkrete Digitalisierungsergebnisse, während sich deutsche Unternehmen nach eigener Auskunft großteils in der Planungsphase befanden. 2019 überholte der Umsetzungsstatus in Deutschland mit 18% zu 17% den in Frankreich – offenbar fruchten die sorgsam ausgearbeiteten Digitalisierungspläne jetzt.

Damit hat etwa die Hälfte der befragten Unternehmen in Deutschland mit dem Übergang zur Industrie 4.0 begonnen. Dies entspricht 13 Prozentpunkten mehr als im vergangenen Jahr. In Frankreich ist diese Dynamik noch nicht derart ausgeprägt: Hier sind es nur 43% der befragten Industrieunternehmen, die sich an die Umsetzung der digitalen Transformation gemacht hat.

In einer Umbruchphase setzt die Industrie auf Mitarbeiterbindung

Um den Wandel in der Industrie voranzutreiben, setzen Unternehmen auf ihr Humankapital. Deutsche und französische Unternehmen sind sich der Bedeutung des Personals für ihre Wettbewerbsfähigkeit bewusst. Beide Länder haben gleichermaßen enorme Schwierigkeiten, Fachkräfte zu rekrutieren. Auch in diesem Jahr gaben 88% der deutschen und 91% der französischen Unternehmen an, nur schwer geeignete Talente für sich gewinnen zu können.

Um sich dieser Herausforderung zu stellen, setzen Deutschland und Frankreich den Fokus auf das Know-how, über das ihre Mitarbeiter bereits verfügen.

Deutschland setzt auf die Bindung kompetenter Mitarbeiter (52%) und die Mitarbeitermotivation und -einbindung (49%). In geringerem Maße ist für 37% der Befragten die Fähigkeit zur Gewinnung von Talenten für die Wettbewerbsfähigkeit von Bedeutung.

In Frankreich stehen Mitarbeitermotivation und -einbindung mit 49 % an erster Stelle, gefolgt von der Vielseitigkeit der Mitarbeiter mit 46 %. Die Bindung kompetenter Mitarbeiter, um das Know-how im Unternehmen zu halten, ist der drittgrößte Wettbewerbsfaktor.

Diese unterschiedlichen Ansätze zur Bewältigung einer gemeinsamen Herausforderung spiegeln die sehr unterschiedliche Meinung und Industriekultur der beiden Nachbarn wider. Französische Industrieunternehmen versuchen den Fachkräftemangel durch einen größeren Tätigkeitsbereich ihrer Mitarbeiter auszugleichen, auch wenn das Know-how darunter leidet. Deutschlands Fachkräfte genießen einen guten Ruf, weshalb die hiesige Industrie bestrebt ist, diese zu gewinnen und zu halten. Erstaunlicherweise liegt die kontinuierliche Weiterbildung der Mitarbeiter, die normalerweise ein entscheidender Wettbewerbsfaktor ist, in Deutschland nur auf Rang 5 und auf Rang 6 in Frankreich.

CSR ein wichtiger Faktor für Mitarbeiterbindung und Wettbewerbsfähigkeit

Sowohl in Frankreich als auch in Deutschland spielt Corporate Social Responsibility (CSR) vor allem für die Arbeitsbedingungen der Mitarbeiter eine entscheidende Rolle. Für knapp drei von vier deutschen Unternehmen (74 %) und für fast neun von zehn französischen Unternehmen (86 %) steht dieses Thema an erster Stelle. Französische sowie deutsche Unternehmen achten gleichermaßen auf Umweltauswirkungen und ergreifen zu 78 % bzw. zu 68 % Maßnahmen zur Verbesserung ihrer Umweltbilanz. Die deutschen Unternehmen, die sich gerne als Vorreiter im Klimaschutz geben, können sich in dieser Hinsicht bei ihren französischen Nachbarn noch eine Scheibe abschneiden.

Im Allgemeinen hat CSR in Frankreich und Deutschland nicht den gleichen Stellenwert. Demnach betrachten 71 % der in Frankreich Befragten CSR als Wettbewerbsfaktor für ihr Unternehmen. In Deutschland wird CSR von nur 51 % als Wettbewerbsvorteil angesehen.

CSR in Deutschland mit geringerem Stellenwert

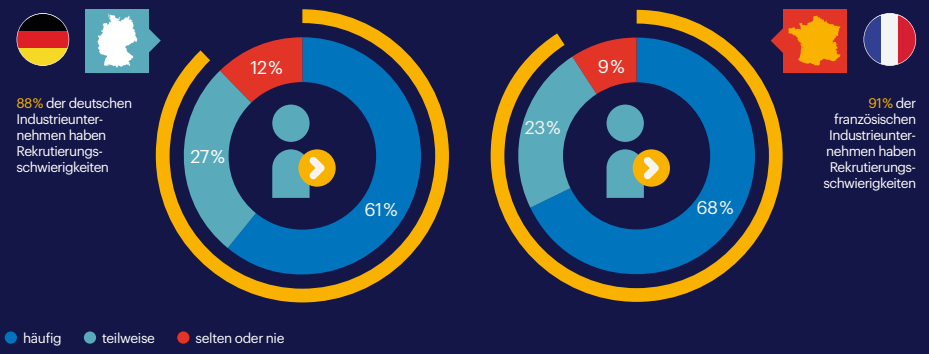
In welchen Bereichen hat sich Ihr Unternehmen selbst Verhaltensleitlinien gegeben?

Studie: „Wettbewerbsfähigkeit deutscher und französischer Industrieunternehmen“, 2019
Quelle: OpinionWay für Randstad Inhouse Services

Grafik: Randstad Deutschland

Fachkräftemangel betrifft fast alle Industrieunternehmen

Haben Sie Schwierigkeiten, offene Stellen in Ihrem Unternehmen zu besetzen?



Studie: „Wettbewerbsfähigkeit deutscher und französischer Industrieunternehmen“, 2019
Quelle: OpinionWay für Randstad Inhouse Services

Grafik: Randstad Deutschland

6. Methodik der Studie

An zwei Stichproben durchgeführte Studie:
- Deutschland: 200 Industrieunternehmen mit 10 oder mehr Angestellten
- Frankreich: 201 Industrieunternehmen mit 10 oder mehr Angestellten

Die Stichproben wurden durch OpinionWay nach der Quotenmethode zusammengestellt im Hinblick auf Kriterien wie Unternehmensgröße und Aktivitätsbereich innerhalb des jeweiligen Standortlandes. Die Stichproben wurden hochgerechnet, um für Einrichtungen mit 10 Mitarbeitern und mehr im Hinblick auf dieselben Kriterien repräsentativ zu sein.

Die Stichproben wurden telefonisch durch die Marktforschungsgesellschaft Callson über ein CATI-System (Computer Assisted Telephone Interview) befragt.

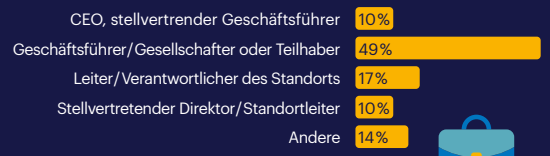
- Die Interviews wurden vom 26. August bis zum 18. September 2019 durchgeführt.
- Dauer des Fragebogens: Durchschnittlich 17,4 Minuten.

OpinionWay erinnert zudem daran, dass die Ergebnisse dieser Umfrage unter Berücksichtigung einer Ungewissheitstoleranz ausgewertet werden müssen: 6,9 Punkte maximal für eine Stichprobe von 200 Befragten.

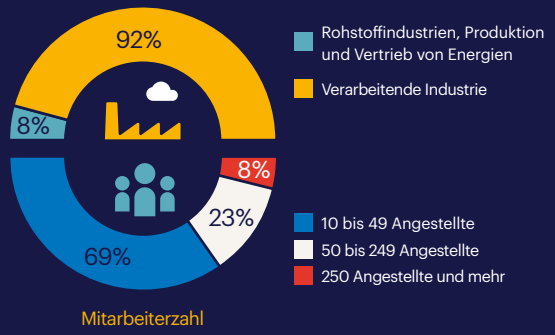
OpinionWay hat diese Umfrage unter Anwendung der Prozeduren und Regeln der ISO-Norm 20252 durchgeführt.

Profil der Betriebe – Deutschland

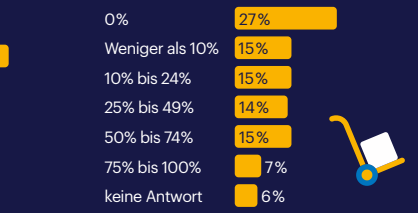
Funktion des Befragten



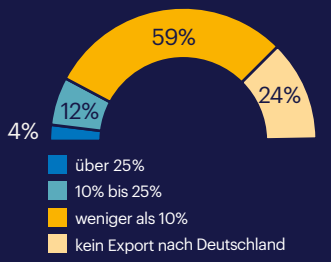
Tätigkeitsbereich



Für den Export bestimmter Produktionsanteil



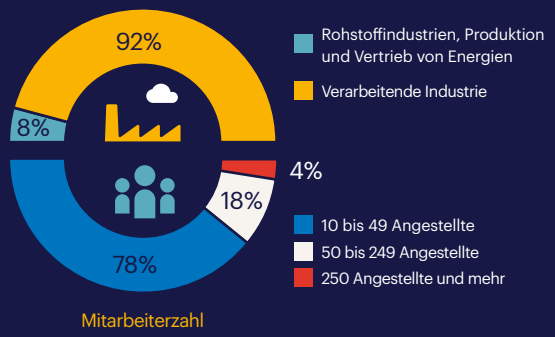
Prozentanteil des Exports nach Frankreich



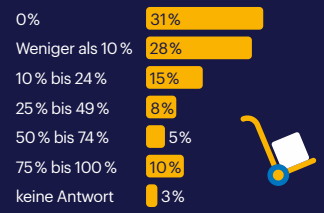
Profil der Betriebe – Frankreich

Funktion des Befragten

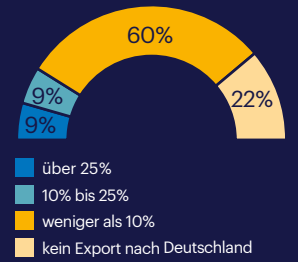
Tätigkeitsbereich



Für den Export bestimmter Produktionsanteil



Prozentanteil des Exports nach Deutschland



Über Randstad Gruppe Deutschland

Randstad ist Deutschlands führender Personaldienstleister. Wir helfen Unternehmen und Arbeitnehmern dabei, ihr Potenzial zu verwirklichen, indem wir unsere technologische Kompetenz mit unserem Gespür für Menschen verbinden. Wir nennen dieses Prinzip „Human Forward“. In der Randstad Gruppe Deutschland sind wir mit 58.000 Mitarbeitern und rund 550 Niederlassungen in 300 Städten ansässig. Unser Umsatzvolumen umfasst rund 2,38 Milliarden Euro (2018). Neben der klassischen Zeitarbeit zählen die Geschäftsbereiche Professional Services, Personalvermittlung, HR Lösungen und Inhouse Services zu unserem Portfolio. Wir schaffen als erfahrener und vertrauensvoller Partner passgenaue Personallösungen für unsere Kundenunternehmen. Unsere individuellen Leistungs- und Entwicklungsangebote für Mitarbeiter und Bewerber machen uns auch für Fach- und Führungskräfte zu einem attraktiven Arbeitgeber und Dienstleister. Seit über 50 Jahren in Deutschland aktiv, gehören wir mit der Randstad Gruppe Deutschland zur niederländischen Randstad N.V. Ein Gesamtumsatz von rund 23,8 Milliarden Euro (Jahr 2018), über 670.900 Mitarbeiter im täglichen Einsatz, und rund 4.800 Niederlassungen in 38 Ländern machen unseren internationalen Unternehmenskonzern zum größten Personaldienstleister weltweit. Zu unseren nationalen Zweigstellen gehören neben der Randstad Deutschland GmbH & Co KG außerdem die Unternehmen Tempo Team, Gulp, Monster, twago, Randstad Sourceright, Randstad Outsourcing GmbH sowie Randstad Automotive und Randstad Financial Services. Vorsitzender und Sprecher ist Richard Jager.

Verantwortlich

Randstad Deutschland Pressestelle
Petra Timm
Helfmann-Park 8
65760 Eschborn

Fon: 06196 / 408-1770
Fax: 06196 / 408-1775
E-Mail: presse@randstad.de
Web: www.randstad.de

Technologie mit

human touch.

Bei Randstad verbinden wir die Kompetenz und Erfahrung unserer Consultants mit den Möglichkeiten innovativer Technologie. Dadurch können wir gezielt auf die Wünsche unserer Kunden eingehen und handverlesene Lösungen entwickeln.

Mit Randstad kommen Sie weiter.

randstad

Impressum

Randstad Deutschland (Hrsg.)
Wettbewerbsfähigkeit deutscher und französischer Industrieunternehmen?
Stand: Januar 2020

© Randstad Deutschland GmbH & Co. KG,
Helfmann-Park 8, 65760 Eschborn
E-Mail: presse@randstad.de

Registergericht: AG Frankfurt am Main, HRA 30640