



Onboarding beginnt bei der ersten Kontaktaufnahme!

Onboarding ist die Idee umfassend darauf vorbereitet zu sein Mitarbeiter in den ersten Tagen ordentlich, vernünftig und effizient in die neue Arbeitsstätte, bei den neuen Kollegen und in die neue Arbeitstätigkeit einzuführen.

Und wie so oft bei dergleichen Ideen: Es macht zwar Sinn, aber...

...so der Gedanke ist, dass man sich somit vorher keine Mühe machen braucht, dass

eben nicht) begrüßt wird. Auch davon wie sich die Person, welche den Besucher am Empfang abholt und diesen dann ggfs. einen recht langen Weg durch das Werksgelände begleitend zum vorgesehenen Gesprächspartner bringt, sich während dieser Zeit verhält: ein freundliches Gespräch - oder eben nicht.

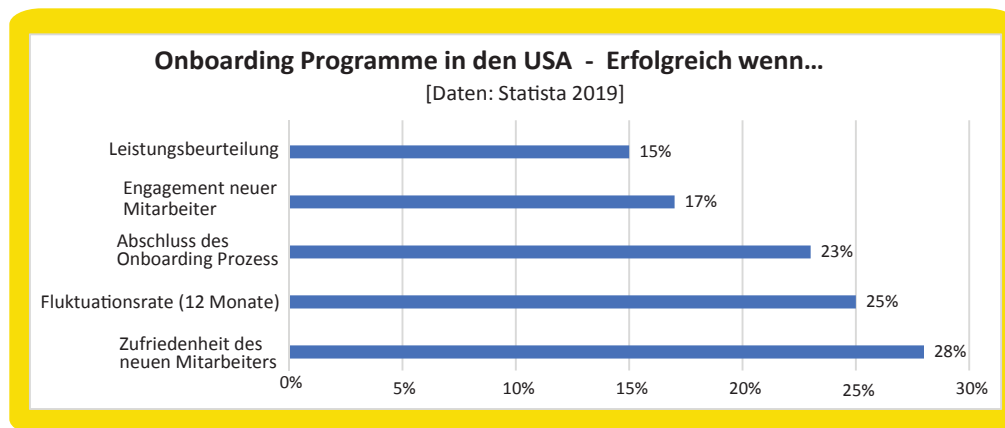
Die sich aufbauende Anfangsstimmung (ob nun positiv oder negativ) kann später kaum noch verändert werden: Egal wie

Funktion, sowie die Vertragskonditionen attraktiv genug sind einen Kandidaten doch zu einem Stellenwechsel zu animieren – die dunkle Wolke des ersten Eindrucks hängt lange nach und das Onboarding zum Zeitpunkt des Arbeitsbeginns wird sich schwer tun diese zu verdrängen.

Wenn die Auswahl eines Executive Recruiters anliegt sollte deshalb eine wichtige Frage sein: Wie hält man es mit der Betreuung der Kandidaten? Fühlen sich Kandidaten fair behandelt? Ist die umfassende Erfahrung des Kandidaten, bevor er auch nur ein erstes Gespräch mit Vertretern des Unternehmens selber hatte, ordentlich, freundlich und effizient? Werden Kandidaten stets zufriedenstellend auf dem Laufenden gehalten?

Unsere Mitarbeiter verstehen Kandidaten als gleichberechtigte Partner im Einstellungsprozess und arbeiten eng mit diesen zusammen – Grundlage eines umfassenden und positiven Onboarding Prozesses!

Egon Lacher
Geschäftsführender Gesellschafter
JR BECHTLE & Co.



dies nun alles ist was zu tun sei, und dass man damit alle potentiellen Probleme vermeiden kann – dann ist dies nicht selten „too little, too late“.

Personalabteilungen – welchen zumeist die Aufgabe des Onboardings auferlegt wird – können hier von ihren Kollegen in den Vertriebsabteilungen lernen. Erfahrung hat gezeigt, dass „Verkaufen“ eben nicht erst beginnt, wenn ein anrufender potentieller Kunde letztlich den Vertriebsmitarbeiter ans Telefon bekommt. Die – insbesondere emotionelle – Grundlage aller weiteren Gespräche wird gelegt, sobald am Empfang oder der Telefonzentrale der Anruf entgegengenommen wird.

Nicht viel anders ist der Ablauf beim Besuch eines potentiellen Kunden oder Partners in der Firma. Die Grundlage aller weiteren Gespräche wird gelegt, wenn der Besucher am Empfang freundlich (oder

sehr sich die verwunderten Geschäftsleiter anschließend bemühen eine gemeinsame Grundlage für die weitere Zusammenarbeit zu finden; so der Besucher irritiert ist, mag dies vergeudete Liebesmühe sein. Ist die Anfangsstimmung positiv, mag der Gesprächspartner andererseits später bereit sein einen Kompromiss zu suchen - selbst wenn die Details etwa eines Angebotes nicht gleich überzeugen.

Im Umfeld der Personalarbeit ist die Analogie hier der erste Kontakt (ob per Anruf oder Mail) zwischen dem von der Firma eingeschalteten Executive Recruiter und einem potentiellen Kandidaten. Wird dies nicht „ordentlich, vernünftig und effizient“ gehandhabt, sind die Chancen für eine letztendliche Einstellung eher gering. Selbst wenn alles andere „stimmt“ und der Ruf der Firma, die angesprochene

JR BECHTLE & Co.
Your Strategic Partner and
Advisor in North & South America

Business Advisor
Board Services
Recruiting Needs

jrb@jrbechtle.com



Deutsche Exporteure: US-Produkthaftungsrisiko beherrschen!

Für viele Unternehmen ist Produkthaftung ein rotes Tuch, vor allem, wenn es um den US-Markt geht. Wir hören häufig über Produkthaftungsprozesse vor US-Gerichten in den Medien, aber tatsächlich kommen nur die bizarrsten oder extremsten Fälle in die Schlagzeilen. In diesen geht es meistens um Kläger, denen enorme Schadensersatzbeträge zugesprochen worden sind.

Ein in diesem Zusammenhang sehr interessanter und aktueller Fall ist die Entscheidung der San Francisco Jury im Fall Dewayne Johnson ./. Monsanto Company. Das Gericht verurteilte Monsanto, einen Gesamtbetrag von 289 Mio. US\$ zu zahlen (davon waren 250 Mio. US\$ sog. Strafschadensersatz und 39 Mio. US\$ ausgleichender Schadensersatz sowie Kosten). Die Jury war sich darüber einig, dass Monsanto's Glyphosat-basierter Unkrautvernichter "Roundup" bei Herrn Johnson einen tödlichen Krebs verursacht hat und dass Monsanto die Öffentlichkeit vor den Gefahren beim Umgang mit diesem Produkt bewusst nicht gewarnt hatte. Monsanto hat Berufung gegen das Jury-Urteil eingelegt und es kann mehrere Jahre dauern bevor das endgültige Ergebnis bekannt ist. Die Presse berichtet üblicherweise nur über das Urteil der Jury und nicht über das endgültige Ergebnis des Verfahrens, nachdem es durch alle Instanzen des Gerichtssystems gegangen ist. Ein sehr anschauliches Beispiel dafür, wie

sehr ein Juryurteil von dem endgültigen Urteil abweichen kann, ist der Fall Robinson ./. R.J. Reynolds Tobacco Co. Im Jahre 2006 hat Cynthia Robinson, die Witwe eines Kettenrauchers, der an Lungenkrebs gestorben ist, den Zigarettenhersteller Reynolds in Florida auf Schadensersatz verklagt. Die Jury

tatsächlich entstandenen Schaden entschädigt).

In Deutschland hat das Magazin „Der Spiegel“ über diesen Fall im Jahre 2014 berichtet. Allerdings wurde nicht besonders darauf abgehoben, dass das Urteil der Jury im Instanzenzug im

Die Presse berichtet üblicherweise nur über das Urteil der Jury und nicht über das endgültige Ergebnis des Verfahrens!

sprach ihr mehr als 23 Mrd. US\$ zu. Cynthia Robinson hatte argumentiert, dass sich die Tabakindustrie der Schädlichkeit des Tabakkonsums bewusst war, dies lange Zeit verschwiegen hat und in trivialer Weise in Kenntnis der Gesundheitsrisiken Werbung für Zigaretten betrieben hat. In den USA gibt es neben den herkömmlichen Schadensersatzansprüchen sog. Strafschadensersatz („punitive damages“) wodurch die z.T. extrem hohen Verurteilungen zu erklären sind. Der tatsächliche (also ausgleichende) Schadensersatz in diesem Fall war nur 16,9 Mio. US\$. Die Verurteilung zu Strafschadensersatz soll nach Ansicht der US-Justiz abschreckende Wirkung haben (anders als der ausgleichende Schadensersatz, der den Kläger für den

US-Justizsystem überprüft werden kann und der hohe Urteilszuspruch nicht das endgültige Ergebnis des Verfahrens war. Sechs Monate später hob nämlich das Distriktgericht den Urteilspruch zu Strafschadensersatz auf. Das Distriktgericht reduzierte den Strafschadensersatz von 23.6 Mrd. US-Dollar auf 16.9 Mill US-Dollar und im Anschluss hat das Gericht ein neues Verfahren zugelassen. Der oberste Gerichtshof der Vereinigten Staaten (Supreme Court) hat inzwischen mehrfach in Entscheidungen betont, dass der Strafschadensersatz nicht mehr als das 10-fache des ausgleichenden Schadensersatzes ausmachen soll, sofern der Schädiger nicht in ganz eklatanter Weise gehandelt hat. Es hat sogar in US-Medien wenig über die zum Teil drastische Reduzierung berichtet, erst recht nicht in Deutschland.

Dieses Beispiel zeigt wie das Produkthaftungsrisiko in den USA häufig übertrieben dargestellt wird.

Ein Exporteur muss das Produkthaftungsrisiko natürlich im Blick haben und sollte geeignete Maßnahmen ergreifen, um es zu reduzieren. Die gute Nachricht ist, dass die Durchsetzung von Strafschadensersatzansprüchen vor deutschen Gerichten nicht möglich ist. US-Urteile, die Strafschadensersatz aussprechen, können in Deutschland (im Unterschied zu dem herkömmlichen, d.h. ausgleichenden Schadensersatz) auch nicht vollstreckt werden.

Achtung bei der Beauftragung unerfahrener oder nicht voll integrierter Personalberater und die daraus erwachsende Gefahr von Regelverstößen!

Insbesondere Berater welche keine volle Kontrolle über den Gesamtbereich des Suchprozess haben: Statt mit angestellten Consultants (welche die Kandidatenidentifikation und Erstansprache abwickeln) zu arbeiten diese Arbeit an Außenstehende untervergeben.

Durch das Unternehmen beauftragte „Agenturen“ (wie Personalberater) können hier ebenfalls direkte Verantwortlichkeit und mögliche Strafen auch für ihre Auftraggeber auslösen. Die letztliche Verantwortung liegt beim Arbeitgeber!

Dieser wird nachweisen müssen angemessene Vorsicht bei der Auswahl und Beauftragung erfahrener Personalberater erfüllt zu haben. Ansonsten wird es notwendig werden nicht nur genaue Abwicklungsvorgaben zu erteilen, sondern auch enge Kontrolle und Aufsicht über die Projektarbeit zu behalten.



Informieren sie sich bitte bei Ihren Fachanwälten! Für Fragen zur praktischen Handhabung dieser Vorgaben stehen wir Ihnen ebenfalls gerne zur Verfügung.

Schadensersatzansprüche können im Produkthaftungsbereich gestützt werden auf:

1. Konstruktionsfehler,
2. Herstellungsfehler,
3. fehlerhafte oder mangelnde Warnhinweise oder Bedienungsanweisungen,
4. fehlende Produktüberwachung.

Exporteure können das Risiko, wegen Produktfehlern auf Schadensersatz in den USA in Anspruch genommen zu werden, reduzieren, wenn sie die typischen Produktfehler erkennen, sie minimieren und wenn möglich vermeiden. In den USA werden folgende Kategorien von Produktfehlern unterschieden:

- Konstruktionsfehler: Produkte sind fehlerhaft konstruiert oder entwickelt worden, z.B. weil sie nicht dem aktuellen Stand der Technik entsprechen.
- Herstellungsfehler: Wenn ein Fehler im Herstellungsprozess entsteht, obwohl das Produkt fehlerfrei konstruiert ist, spricht man von einem Herstellungsfehler. Es können einzelne Produkte oder eine ganze Serie von Produkten betroffen sein.
- Fehlerhafte Bedienungsanleitungen oder Warnhinweise: Der Hersteller ist dafür verantwortlich, dem Nutzer oder Konsumenten inhaltlich richtige und leicht verständliche Bedienungshinweise zu geben. In den USA müssen Bedienungsanleitungen in englischer und sollten auch in spanischer Sprache abgefasst sein. Der Hersteller muss den Verbraucher und dritte Nutzer darauf hinweisen, dass ein Produkt bei bestimmungsgemäßer Verwendung potentielle Gefahren mit sich bringen kann. Wenn die Bedien- oder Warnhinweise nicht korrekt oder fehlerhaft formuliert sind, kann dies im rechtlichen Sinne einen Produktfehler darstellen.
- Unzureichende Marktbeobachtung: Auch nachdem der Hersteller ein neues Produkt auf den Markt gebracht hat, ist er verpflichtet, zu beobachten, wie sich das Produkt auf dem Markt bewährt. Wenn es z.B. eine gewisse Anzahl von wiederkehrenden Beschwerden über denselben Mangel gibt, die darauf hinweisen, dass es einen Produktfehler geben kann, der für den Konsumenten oder

Dritte ein potentielles Gefährdungsrisiko bedeutet, muss der Hersteller aktiv tätig werden (u.a. durch eine Rückrufaktion und, wenn erforderlich, eine Anpassung des Produkts). Die Verletzung dieser Verpflichtungen kann eine Produkthaftung auslösen.

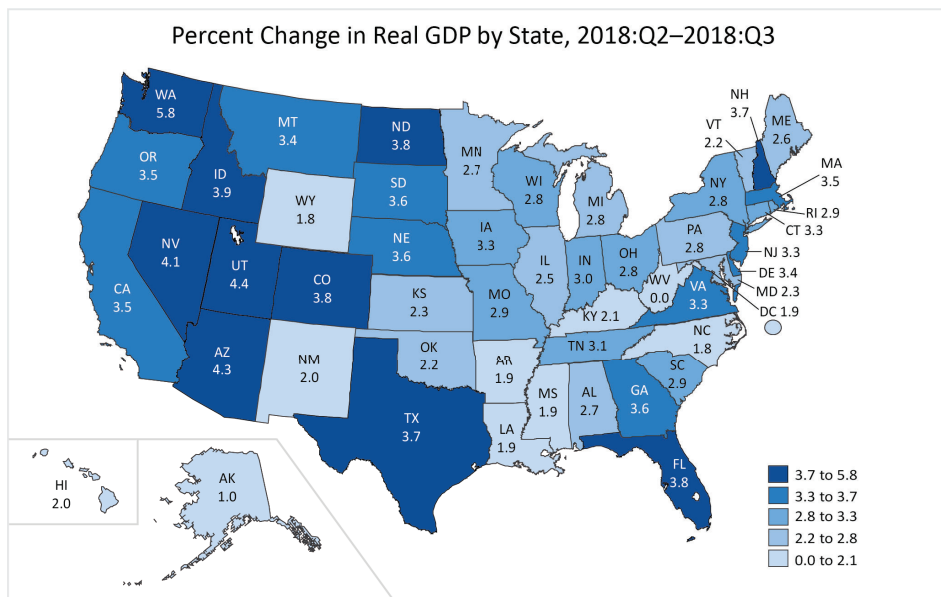
Warnhinweise durch bestimmte Symbole sind unterschiedlich!

Vor dem ersten Inverkehrbringen eines Produkts in den USA ist genau zu ersuchen, welche Genehmigungs- oder Zulassungsvoraussetzungen erfüllt werden müssen. In diesem Zusammenhang sind insbesondere Bedienungsanleitungen daraufhin zu überprüfen, ob sie für den US-Markt geeignet sind. Eine bloße Übersetzung der deutschen Bedienungsanleitung in die englische oder spanische Sprache reicht nicht aus, weil Warnhinweise durch bestimmte Symbole dargestellt werden, die je nach Produkt von verschiedenen US-Institutionen definiert worden sind. Als Beispiel können die OSHA (“Occupational Safety & Health Administration”), NEMA (“National Electrical Manufacturers Association”), UL (“Underwriters Laboratories”) und ANSI („American National Standard Institute”) genannt werden.

In den meisten Fällen ist es auch zu empfehlen, dass für den Vertrieb auf dem US-Markt eine US-Gesellschaft gegründet wird. Der deutsche Produkthersteller kann trotzdem in Deutschland für einen Produktfehler in Anspruch genommen werden. Aber wenn eine US-Gesellschaft als Vertriebsgesellschaft dazwischengeschaltet wird, wird ein US-Kläger normalerweise aus Kosten- und auch prozessualen Gründen die US-Gesellschaft in Anspruch nehmen. Dies liegt nicht zuletzt daran, dass amerikanische Klägeranwälte – anders als in Deutschland – solche Fälle normalerweise auf der Basis eines Erfolgshonorars bearbeiten. Aus diesem Grunde entstehen für den Kläger keine nennenswerten Kosten für die Rechtsverfolgung.

Wenn Vertriebsvereinbarungen mit US-Partnern geschlossen werden, sollte die Haftung vertraglich im weitestmöglichen Umfang auf den US-Vertriebspartner verlagert werden. Im Übrigen sollte sowohl der Hersteller als auch der US-Vertriebspartner eine Produkthaftungsversicherung abschließen.

*Dr. Thomas Rinne
Buse Heberer Fromm
Rechtsanwälte Steuerberater PartG mbB
Frankfurt am Main
www.buse.de
E-Mail: rinne@buse.de*



U.S. Bureau of Economic Analysis

Message from U.S. Consulate Düsseldorf:
The United States – Trusted Partner, Trusted Advisor



Every day my colleagues and I at the U.S. Commercial Service work to build relationships between U.S. and German business people. We know that opportunities for sales and profit, while sometimes entail an element of luck, really only present themselves through the hard work of relationship-building. During the conversations we have at trade shows or in offices throughout Germany, we often hear about business uncertainty or unreliability of the U.S. as a partner and how these concerns serve as a barrier to developing those relationships. That is unfortunate.

I try to examine how these individual concerns might be translating into reduced business opportunities for German firms in the U.S., which often leads me to review macroeconomic data. If my German business contacts are expressing concerns about the reliability of the U.S. as a business partner, then those conversations should be providing me the context to explain reductions in trade and investment activity. However, I often find the opposite to be true.

In fact, the U.S. was again the largest buyer of German exports in 2018. In February, the Federal Statistics Office noted that German exports to the U.S. increased by 1.5%, keeping the U.S. as Germany's largest export market followed by France. U.S. exports to Germany increased by 4%. These figures hardly seem like the picture of unreliability.

It is true that, even with these new figures, the German export surplus is still large at approximately \$65 billion. This large deficit is very important for the Trump Administration, which has focused on developing free, fair, and reciprocal trading relationships. However, this does not need to be seen as an obstacle for further deepening of trade relationships. Although faced with similar trade imbalances, the Administration recently came to an agreement on a U.S.-Mexico-Canada Agreement (USMCA), a renegotiation of the

North American Free Trade Agreement (NAFTA).

This January, the U.S. Trade Representative published its Negotiating Objectives for U.S.-EU trade negotiations. Just as many U.S. businesses see the European market as an important element in their global strategies, the Trump Administration similarly sees the EU as a key trading partner, and the publishing of these negotiating objectives demonstrates the Administration's willingness to deepen that relationship.

Strong trade relationships, invariably lead to strong investment relationships. Germany is currently the 4th largest foreign investor in the U.S. supporting 692,200 American jobs. In recent months, we have seen increased interest in expansion and investment in the U.S. by German firms.

My colleagues in the U.S. Department of Commerce serve as the official "welcoming committee" for foreign investors through the SelectUSA program. SelectUSA investment specialists in the U.S., and throughout the world, can be your trusted advisor when it comes to Federal regulatory issues. We also work

with economic development organizations to help you get the answers you need from local- and state-level officials. This federal-state cooperation joined by, important industry consultants who can provide you with tax, legal and human resources assistance can help you to become another American success story.

I invite you to participate in the SelectUSA Investment Summit held in Washington, D.C. from June 10-12 where you can meet all of these valuable partners to help facilitate your investment. You are also welcome to contact me any time to discuss your investment questions.

Let's develop our own trade and investment relationship to further strengthen the bonds between our countries.

Ken Walsh
 Commercial Consul/
 Principal Commercial Officer
 U.S. Commercial Service – U.S. Consulate
 Düsseldorf
 E-Mail: ken.walsh@trade.gov
 +49(0)211-737-767-10



JR BECHTLE & Co.: Ihr Partner in Amerika

Boston ■ Chicago ■ Greenville ■ Miami ■ Frankfurt ■ Shanghai

Die führende amerikanische Beratungsfirma seit 1979 spezialisiert auf die Unterstützung der unternehmerischen Interessen deutscher, österreichischer und schweizer Firmen in Nord- und Südamerika

Personalsuche: Retained Executive Recruiting
 Board of Directors Service

Personalberatung: Vergütungsberatung, Management Coaching
 Unternehmensberatung: Vertriebsstruktur in Nord- und Südamerika
 Management Beratung: Personalstrategie in Amerika