



EXECUTIVE SEARCH & HEADHUNTER

- 1 -

INTERVIEW MIT EINEM HEADHUNTER

Executive Search in Krisenzeiten

[Stichworte: Headhunter, Executive Search, Top-Manager, Geschäftsführer, Vorstand, Karriere, Branche, Wirtschaftskrise, Bundestagswahl, Politik, Staat, Krise, Neubesetzung, Wechsel, Berater, Berufsstand, Konzern, Teams, Intelligenz, Bescheidenheit, Charisma, Kapitalgeber, Familie]

Interview mit Alexander Reiter, Geschäftsführer der HSH+S Executive Search Headhunter in Frankenthal im Rahmen der Messe Personal 2009 in München:

MM: Herr Reiter, Ihr Unternehmen ist nun fast 15 Jahre auf dem Markt. Trotzdem gehört HSH in Frankenthal und in der Schweiz zu den weniger bekannten Headhuntern in Deutschland. Woran liegt das?

AR: Im Vordergrund unserer Arbeit steht „Vertraulichkeit“. Nicht wir stehen im Mittelpunkt, sondern die Kandidaten. Stellen Sie sich vor, ein Wechsel oder der Wechselwunsch eines Geschäftsführers oder Vorstands würde allzu früh bekannt werden. Das würde nicht nur zu großen Irritationen im Unternehmen, am Markt und manchmal an den Börsen führen, sondern auch den reibungslosen Wechsel insgesamt gefährden.

MM: Wie gehen Sie vor? Sie müssen doch mit in Frage kommenden Managern Kontakt aufnehmen – damit wird doch bereits Information weitergegeben.

AR: Teilweise ja, aber wir erfragen ja zunächst nur ein Gesprächsinteresse. Auch im zweiten bzw. ausführlicheren Gespräch geben wir noch keine Detailinformationen weiter. Zunächst geht es darum, die Veränderungsbereitschaft – sowohl beruflich, aber auch privat – zu erfragen. Dann geht es um die Eignung und alles Weitere kommt erst später.

MM: Und wann erfährt der Bewerber ist er ja nicht - der Gesprächspartner ..

AR: .. der Kandidat! Interessenten gibt es meist viele ..

MM: Richtig, der Kandidat. Wann erfährt dieser, um welches Unternehmen es sich handelt?

AR: Grob gesagt: Erst wenn wir von seiner Eignung überzeugt sind. Natürlich sprechen wir schon konkret über eine Branche, auch ein Standort kommt im Laufe der Gespräche gegebenenfalls zur Sprache. Aber die konkrete Aufgabe und das Unternehmen werden erst spät und häufig erst in Abstimmung mit dem Mandanten bekannt gegeben.

MM: Sind Sie mit der aktuellen geschäftlichen Situation zufrieden?

AR: Wenn Sie mit „zufrieden“ unsere aktuellen Zahlen ansprechen, dann nicht. Wenn Sie meine Grundstimmung ansprechen, dann: Ja, ich bin zufrieden.

MM: Warum das?

AR: Natürlich hat die gegenwärtige Wirtschaftskrise Auswirkungen auf unser Geschäft. Obwohl in die oberen Führungsebenen viel Bewegung gekommen ist, in den mittleren Führungsebenen aber sind die Unternehmen sehr zurückhaltend mit Neubesetzungen. Außerdem scheuen sich einige mögliche Kandidaten vor einem Wechsel, weil sie Angst haben, bei einer Verschärfung der Krise als Erste wieder ge-

hen zu müssen.

MM: Und woher kommt dann Ihre Zufriedenheit?

AR: Zum einen hat die Zahl der interessanten Initiativbewerber stark zugenommen, zum anderen konnten wir endlich (lacht) liegengebliebene Projekte in Angriff nehmen. Bevor Sie fragen, welche das sind (lacht wieder) - aber dazu kann und will ich keine Auskünfte geben. Sagen wir so, wir werden die Anzahl unserer Topkontakte stark erhöhen und weitere Branchen mit in unsere Kernzielgruppen aufnehmen. Außerdem glaube ich, dass in 2010 bzw. schon im zweiten Halbjahr sehr viele wirklich gute, d.h. operativ und unternehmerisch agierende, Manager gebraucht werden.

MM: Welche Auswirkungen wird Ihrer Meinung nach die Krise haben und was können die Manager tun?

AR: Die Krise fordert bereits seit Mitte des letzten Jahres die Manager. Wirklich große Probleme werden viele jedoch erst im zweiten Halbjahr und nach der Wahl bekommen. Der Gestaltungsspielraum des Staates wird dann sehr klein sein, die Verschuldung riesengroß und der Zwang zu höheren Steuern unglaublich. Es wird der Privatwirtschaft also fast unmöglich werden, an Hilfen des Staates zu kommen. Kurz, Manager wie Herr Hambrecht oder Herr Mayrhuber werden gestärkt



EXECUTIVE SEARCH & HEADHUNTER

- 2 -

aus der Krise hervorgehen, weil sie aktiv und früh viele richtige unternehmerische Entscheidungen getroffen haben. Sehr viele Manager aber leben von Hoffnung und investieren ihre Zeit in Machterhalt, anstatt sich in die Niederungen des operativen Geschäfts ihrer Unternehmen einzuarbeiten.

MM: *Weshalb „einarbeiten“, die sollten doch das Geschäft gut kennen?*

AR: Mitnichten, es schockiert mich manchmal, wie wenig greifbare und konkrete Aussagen gemacht und dem entsprechend mangelhafte Handlungsanweisungen ausgegeben werden.

MM: *Kommen wir wieder zu Ihrem Geschäft. Wie gelingt es Ihnen, den richtigen Gesprächspartner ans Telefon zu bekommen?*

AR: Ich gebe zu, manchmal ist es mühevoll, denn viele Zielgruppen sind ja auch sehr häufig unterwegs und manche Sekretärin reagiert schon einmal gereizt. Doch im Grunde ist die Direktansprache eine Frage von Ausdauer, Zeit und Seriosität. Im zweiten Schritt benötigt man dann verschiedene Talente und Erfahrung.

MM: *Wieso hilft Seriosität?*

AR: Weil HSH nicht mit Tricks arbeitet, sondern unsere Headhunter den Gesprächspartner erst nehmen. Wir arbeiten weder mit fadenscheinigen, noch falschen Informationen, sondern nennen unser Anliegen ehrlich und offen.

MM: *Weshalb „fadenscheinig“, wie machen das denn andere?*

AR: Zunächst mal arbeiten die meisten Executive Search Berater ähnlich seriös. Aber es gibt einige Headhunter, die mir tatsächlich peinlich sind, weil sie

unserem Berufsstand ein schlechtes, falsches Image geben.

MM: *Warum peinlich?*

AR: Viele Stellenanzeigen und Linkverweise auf die eigene Website, Schreibfehler – am peinlichsten aber ist die unseriöse Kontaktaufnahme am Telefon.

MM: *Inwiefern unseriös?*

AR: Ein Geschäftsführer beispielsweise erklärte sogar im Fernsehen, dass seine Mitarbeiterinnen Telefonnummern oder Kontaktdaten dadurch erschleichen, indem sie sich bei der Sekretärin des gesuchten Managers als eine Art „private Freundin“ zu erkennen geben. Das ist in unseren Augen eine absolut unseriöse Vorgehensweise.

MM: *Das hinterlässt tatsächlich ein eher schlechtes Image. Wie gehen Sie denn vor?*

AR: Es gibt unterschiedliche Wege – die erfolgreichsten will ich aber hier nicht nennen. Bei einem großen Informationsbedarf nutzen wir darauf spezialisierte Unternehmen, weil uns die Ergebnisse dann schon in wenigen Tagen vorliegen.

MM: *Welches sind die „Guten“, was macht denn einen guten Headhunter aus und wie erkennt das ein potentieller Auftraggeber?*

AR: Natürlich machen nicht nur wir einen guten Job (lacht). Einzelne Teams der Top-Beratungen wie Egon Zehnder, Ray Berndtson oder Heidrick & Struggles sind sehr gut, aber auch kleinere Headhunter wie Rickert oder Thorborg. Diese arbeiten zwar mit einem anderen Ansatz, allen „guten“ Headhuntern sollte aber gemein sein, dass die mit der Suche betreuten Consultants frü-

her schon längere Zeit in der Industrie „ihren Mann gestanden“ haben, also praktische Erfahrungen vorweisen und vor allem Kenntnisse darüber, wie es in Unternehmen und Konzernen zugeht.

MM: *Was unterscheidet diese von HSH?*

AR: Im Vorgehen und der Analyse nicht viel. Die Großkonzerne benötigen große Personalberatungen, die auch eine große Anzahl an Ersatz- oder Neubesetzungen in kurzer Zeit sicherstellen können. Manche sind ausschließlich auf eine Branche fixiert – das ist HSH nicht. Wir sind eher fachbereichsorientiert. Unsere Kompetenz und unser Verständnis ist speziell in technischer bzw. entwicklungs- und vertriebsorientierten Branchen sehr hoch.

MM: *Viele Headhunter sind vor allem in Großstädten wie Düsseldorf, Frankfurt oder auch München aktiv. Kaum einer kennt aber Frankenthal.*

AR: Der Standort ist unbedeutend – sofern er eine gute Verkehrsanbindung hat. Wir treffen unsere Mandanten an deren Firmensitz oder an neutralen Orten. Zudem liegen gleich drei Flughäfen in unmittelbarer Nähe.

MM: *Sie haben mit Managern aus verschiedenen Branchen zu tun. Was fasziniert Sie?*

AR: Praktische Intelligenz, Bescheidenheit und vor allem, Charisma. Zudem fällt mir positiv auf, wenn ein Top-Manager auch zuhören kann.

MM: *Gibt es große Unterschiede zwischen Managern im Mittelstand und in börsennotierten Großunternehmen?*

AR: Selbstverständlich! Zum Beispiel sind die Anforderun-



EXECUTIVE SEARCH & HEADHUNTER

- 3 -

gen an die Führungsqualitäten sehr unterschiedlich.

MM: Was sind die wichtigsten Kriterien für Unternehmen bei der Einstellung von Führungskräften?

AR: Erfolge in ähnlicher Aufgabe, idealerweise in der gleichen Branche, haben meiner Meinung nach eine viel zu große Bedeutung. Neben der Kompetenz für die Aufgabe sind für mich die gezeigte Loyalität, Ehrlichkeit, Fairness, Zuverlässigkeit und gute Führung

viel entscheidender. Das versuche ich auch in der Auswahlphase herauszufinden.

MM: Ist es überhaupt erstrebenswert, Top-Manager zu werden?

AR: Je nachdem, welche Ziele sich ein junger Mensch selbst gesetzt hat, wird er auf vielfältige Weise glücklich. Am schwierigsten gelingt das als Top-Manager, denn die Kapitalgeber, das Unternehmen, die persönlichen Ziele und die Familie unter einen Hut zu

bringen, ist überaus schwierig. Hat man aber den Mut, die Kompetenz und die starke Persönlichkeit, dann ist „Top-Manager“ wegen der Gestaltungsmöglichkeiten ein Traumberuf.

MM: Das ist doch ein passender Abschluss. Vielen Dank, Herr Reiter, für das Gespräch. Und alles Gute für Ihr Unternehmen und Ihre Mitarbeiter.

© 26. April 2009

HSH+S Executive Search & Headhunter
<http://hshs.net> | www.headhunter.ag

[Alexander R. Reiter ist Geschäftsführer der HSH GmbH. HSH+S unterstützt seit 1994 Unternehmen in den Bereichen Strategie (Marketing, Vertrieb, Research) und Personal (Headhunting, Executive Search, Analyse)]

Abdruck in Abstimmung mit HSH+S und unter Angabe des Urhebers und Weitergabe erlaubt. Pressekontakt und weitere Informationen/Abbildungen:

HSH GmbH Unternehmensberatung
für Marketing und Personal

Frau Helga Schweitzer
Postfach 2014
D 67210 Frankenthal

Tel.: +49 6233 1256767
Fax: +49 6233 1256770
e-Mail: [presse \[at\] hshs.net](mailto:presse@hshs.net)