



# Die Corona-Krise – Impuls und Katalysator für nachhaltige Veränderungen

Bis Anfang des Jahres 2020 gab es für die Bau- und Bauzulieferindustrie seit mehr als 5 Jahren fast nur erfreuliche Entwicklungen. Wachstum wurde in erster Linie durch fehlende Planungskapazitäten sowie einen Mangel an Fachkräften und Spezialisten begrenzt. Die Nachfrage wuchs in fast allen Gewerken und die Rahmenbedingungen der Zukunft gestalteten sich grundsätzlich positiv. Mit Ausbruch der Corona-Krise änderte sich auch für die Bauindustrie und deren Zulieferer nahezu alles. Obwohl die aktuellen Umsätze in der Branche im ersten Quartal noch deutlich stiegen, läuft die Auftragspipeline der Bauindustrie langsam leer (Die Welt, 29.05.2020, Seite 9). Insbesondere in Gewerbe-, Industrie- und Straßenbau gingen die Auftragsengänge in den letzten Wochen deutlich zurück. Einzig der private Wohnungsbau zeigt sich robust und verzeichnet bisher keine signifikanten Auftragsrückgänge. Neben Auftragsrückgängen gestalteten sich in der

Anfangsphase der Corona-Krise auch die Rahmenbedingungen auf den Baustellen schwierig und herausfordernd. An vielen Stellen kam es zu personellen Engpässen, da Arbeitnehmer und Subunternehmer aus den Nachbarländern als Arbeitskräfte aufgrund von Grenzsicherungen nicht mehr zur Verfügung standen. Auch die Besuchstätigkeiten des Vertriebsaußendienstes der Bauzulieferindustrie kamen insbesondere beim Handel sowie bei Planungs- und Architekturbüros fast vollständig zum Erliegen, viele Industrieunternehmen ließen ebenfalls nur in Ausnahmefällen Besuche zu.

In der Zwischenzeit hat sich die Lage wieder deutlich entspannt. Ausländische Arbeitnehmer können ihre Tätigkeit auf Baustellen wieder aufnehmen. Auch der Außendienst arbeitet weitestgehend normal. Die Lieferketten sind grundsätzlich stabil, sowohl im Bau als auch im Handwerk gestaltete sich die Beschäftigungsentwicklung trotz Krise positiv und steigerte sich in 2020 um 4 % gegenüber dem Vorjahr. (haustec 28.05.2020) Auch auf gesamtwirtschaftlicher Ebene verbessert sich der Konsumklimaindex bereits wieder.

Für das Jahr 2020 geht die Bauindustrie von einer Stagnation des baugewerblichen Umsatzes aus (Hauptverband der Deutschen Bauindustrie). Bei einem erwarteten Rückgang des BIP von 4,2 % für 2020 eine positive Entwicklung. Vor diesem Hintergrund wird es wichtig sein, Investitionen in Verkehr und öffentlichen Infrastrukturen zu intensivieren und insbesondere die kommunalen Haushalte zu unterstützen, um notwendige Bau- und Infrastrukturprojekte umzusetzen. Des Weiteren wird die Investition in Umwelt- und Klimaschutz-Infrastruktur aus dem Konjunktur- und Kri-

senbewältigungspaket zusätzliche Impulse für die Bautätigkeit in verschiedenen Segmenten geben. Auch die Auftragsreserven aus der Boomphase der letzten Jahre sowie eine weniger starke Exportorientierung als bei Branchen wie dem Maschinenbau oder der Automobilindustrie und die eher langfristig angelegten Investitionsentscheidungen im Bereich des Bauens dürften sich positiv auf die Entwicklungen in der Branche auswirken. Die Konsequenzen werden jedoch eher konjunktureller Natur und, im Gegensatz zu Tourismus, Automobilindustrie, Maschinen- und Anlagenbau, nicht struktureller oder gar existentieller Natur sein. Trotz dieser positiven Schlussfolgerungen wird auch die Bau- und Bauzulieferindustrie strukturelle Veränderungen durchlaufen müssen. Es drängt sich der Eindruck auf, dass die Coronavirus-Krise wie ein Beschleuniger für Veränderungsprozesse wirkt, die sich bereits seit geraumer Zeit abzeichneten und nun mit Macht zur Umsetzung drängen. Exemplarisch wollen wir 3 Bereiche intensiver beleuchten:

## 1. ZUNEHMENDE DIGITALISIERUNG IN VERMARKTUNG UND VERTRIEB

Die Bedeutung von Messen und Kongressen wird auf absehbare Zeit als Plattform zur Präsentation von Innovationen und Unternehmen stark abnehmen. Auf der Bau 2019 gab es rund 2.250 Aussteller. Insgesamt wurde die Messe von etwa 250.000 Menschen besucht, hiervon etwa ein Drittel aus dem Ausland. Wie die neuesten Erkenntnisse zu Hotspot-Ereignissen zeigen verbreitet sich das Virus, insbesondere in geschlossenen Räumen und bei größeren Menschenansammlungen, sehr leicht auch über Aerosole. Vor diesem Hintergrund stellt sich die Frage, wer auf Veranstalter- und Ausstellerseite das potenzielle Risiko, das mit solch einer Großveranstaltung verbunden ist, tragen möchte. Eine Rückverfolgbarkeit bei Infizierungen wird wohl trotz der neuen Corona-App schwierig und die Vorstellung, eine ganze Branche bei Infektionsfällen auf einer Messe in Quarantäne zu schicken, ist zumindest unerfreulich. Da Messen und Großveranstaltungen die Hauptplattform zur Vorstellung von Innovationen und zur Darstellung des Produktprogramms boten, stellt sich die Frage, wie die hieraus entstandene Lücke geschlossen werden kann. Eine



Foto: Adobe Stock

## Editorial

Wir freuen uns, Ihnen heute eine weitere Ausgabe unserer Denkanstöße von Zimmerschied & Kollegen präsentieren zu können.

Unser Schwerpunkt beschäftigt sich mit den Auswirkungen der Corona-Krise auf die Bauzulieferindustrie und den Erkenntnissen, die wir für die zukünftige Ausrichtung in den Unternehmen daraus ableiten können. Exemplarisch möchten wir in drei Bereichen konkrete Veränderungen aufzeigen, die in den letzten Wochen in vielen Unternehmen initiiert oder stark beschleunigt wurden. In diesem Zusammenhang beleuchten wir die Chancen aber auch die Risiken für die Branche und hoffen, hiermit auch Ansatzpunkte für Strategien und Konzepte geben zu können, um gestärkt aus dieser Krise hervorzugehen.

Darüber hinaus wirft unser Gastautor Alexander Schuh einen Blick auf die Zukunftsthemen Wasserstoff und Brennstoffzelle. Insbesondere im Hinblick auf die angestrebte CO<sub>2</sub>-Reduktion und die nochmals verstärkten staatlichen Förderungsmaßnahmen werden diese Zukunftstechnologien wohl eine wichtigere Rolle als bisher spielen.

Wir hoffen, Ihnen wieder einige interessante Denkanstöße geben zu können und verbleiben bis zur nächsten Ausgabe

Ihr  
  
Ralf Zimmerschied



wichtige Rolle werden digitale Kanäle und der persönliche Kontakt übernehmen. Hierbei spielt der Außendienst eine besondere Rolle.

Während nach unserer Einschätzung in der Bearbeitung der Handwerksbetriebe die Veränderungen in Richtung Digitalisierung der Bearbeitungsstrategien langsamer von statten gehen werden, prognostizieren wir eine starke Zunahme des Einsatzes digitaler Möglichkeiten in der Objektverfolgung und der Betreuung des Handels, sowie Industrie und öffentlichen Stellen. In der Bearbeitung der Zielgruppe Handwerk wird auch weiterhin der Aufbau einer persönlichen Vertrauensbasis die entscheidende Rolle spielen. Oft müssen Probleme auf der Baustelle gelöst werden und die persönliche Bindung zwischen Außendienst und Inhaber eines Handwerkerbetriebs spielt für die Kundenbeziehung eine entscheidende Rolle. Darüber hinaus war der Handwerksbetrieb nicht gezwungen, seine kompletten Prozesse innerhalb der Corona-Krise auf Homeoffice umzustellen. Die Wertschöpfung wurde weiterhin auf der Baustelle erbracht.

Insbesondere bei der Zielgruppe Planer und Architekten aber auch im Handelsbereich stellt sich diese Situation anders dar. Dort wurden die Arbeitsprozesse von einem Tag auf den anderen neu gestaltet und vielfach auf Homeoffice umgestellt. Die Gewöhnung an digitale Prozesse und das Arbeiten im digitalen Umfeld hat sich aus diesem Grund in diesen Zielgruppen bereits weitestgehend vollzogen. Dies erfordert in der Marktbearbeitung und Objektverfolgung ein Umdenken. Instrumente wie BIM, der Einsatz digitaler Daten, online-Präsentationen in Form von Webinaren sowie Videokonferenzen werden noch schneller an Bedeutung gewinnen.

Neben der Hard- und Softwareausstattung spielen technische Expertisen der eigenen Mitarbeiter im Umgang mit den verwendeten Systemen eine wichtige Rolle. Eine Web-Präsentation zu organisieren oder ein Angebot online zu präsentieren, erfordert zusätzliche Kenntnisse und Fähigkeiten, die erlernt und trainiert werden müssen. Hier wird in naher Zukunft ein großer Bedarf an Coaching und Hilfestellungen durch die Unternehmen nötig werden. Auch die persönliche Darstellung über digitale Medien spielt an dieser Stelle eine wichtige Rolle. Angefangen bei der Tatsache, dass Präsentationen online eine andere Vorgehensweise erfordern, als eine persönliche Präsentation, bis zu dem Umstand, dass auch digitale Kommunikation das Unternehmensimage abbildet. Die Wirkung am Bildschirm vermittelt idealerweise einen Eindruck der Professionalität und repräsentiert die Marke ebenso, wie im persönlichen Gespräch. Kleidung, Gestaltung des Umfeldes und des Hintergrundes, ausreichende Netzqualität, zeitgemäße technische Ausstattung, Kamerastellung, Sprachverständlichkeit etc. sollten dem Rechnung tragen. Ein hochwertiges, technisch anspruchsvolles, ggf. auch designorientiertes Produkt bedarf auch einen authentischen und professionellen Auftritt - sowohl persönlich als auch digital.

Selbstverständlich werden auch in Zukunft der persönliche Besuch und die Präsentation vor Ort eine wichtige Rolle spielen, aber die Häufigkeit wird tendenziell abnehmen. Dies beinhaltet nicht nur Risiken, sondern eröffnet auch enorme Chancen. So lassen sich Effizienzeffekte in der Bearbeitung durch Online-Meetings und Präsentationen erreichen, aber auch die Positionierung als fortschrittliches, innovatives Unternehmen lässt sich durch ein professionelles Dialogmarketing in Verbindung mit persönlicher, digitaler Beratung in einer effektiven Weise festigen. Für diese Zusammenhänge muss ein Bewusstsein geschaffen werden und die Mitarbeiter sollten bei der Umsetzung der veränderten Rahmenbedingungen aktiv unterstützt werden. Hierzu ist es notwendig, digitale Infrastrukturen zur Verfügung zu stellen, den Umgang hiermit zu trainieren, Standards zu definieren und so auch notwendige Soft-Skills weiterzuentwickeln.

Diese Veränderungen stellen auch neue Herausforderungen an das Anforderungsprofil bei der Gewinnung neuer Mitarbeiter im Vertrieb und Marketing der Bauzulieferindustrie dar. Insbesondere im Objektvertrieb nimmt die Bedeutung des strategischen Vertriebs weiter zu. Neben dem Knowhow, zur richtigen Zeit die richtige Zielgruppe mit den richtigen Informationen zu versorgen, nimmt der Einsatz digitaler Instrumente innerhalb des Vermarktungsprozesses rasant an Bedeutung zu und wird sich zu einem nachhaltigen Wettbewerbsfaktor entwickeln. Vor diesem Hintergrund ist es entscheidend, für den Erfolg sowohl Technik als auch Strategie an den Bedürfnissen der Zielgruppe ausgerichtet einzusetzen. Schnelligkeit, Professio-

nalität in der technischen Beratung und die Fähigkeit, individuelle Bearbeitungsschritte abzuleiten, spielen in diesem Zusammenhang eine wichtige Rolle. Die Anforderungen an den Objektvertrieb umfassen also neben hoher technischer Produktkompetenz auch weiterhin sehr gute Kontaktfähigkeit und Affinität zu CRM-Systemen. Hinzu kommt jedoch verstärkte digitale Kompetenz, verbunden mit der Fähigkeit, über diese Systeme Projekte im Team zielgerichtet aufzusetzen, konsequent zu verfolgen und zum Erfolg zu führen.

## 2. KRISE ALS TREIBER FÜR INNOVATION IN KLIMA UND UMWELT

Innerhalb des beschlossenen Konjunktur- und Krisenbewältigungspakets nimmt die Förderung von Innovation und Investition zur CO2 Reduktion in Gebäuden einen zentralen Stellenwert ein. Sowohl in der energetischen Sanierung von Gebäuden als auch in der Förderung von Technologien zur CO2 Reduzierung, werden die Maßnahmenpakete deutlich aufgestockt. Hierin liegt eine erhebliche Chance für die Bauzulieferindustrie. Der Anteil der Emissionen, der durch den Betrieb von Gebäuden entsteht, wird auf etwa 30 % geschätzt. Zwei Drittel der Wohngebäude wurden vor der ersten Wärmeschutzverordnung erstellt (BMU 2019). Das Einsparpotenzial ist in diesem Bereich besonders hoch. Fenstererneuerung, eine verbesserte Wärmedämmung sowie moderne Heiztechnologien bieten hier im Bestand hohe Potenziale zur CO2-Reduktion, die mit erhöhten Förderprogrammen erschlossen werden sollen. Im Bereich des Neubaus stellen insbesondere neue Technologien, wie die im folgenden Artikel beschriebene Brennstoffzelle in der Vernetzung mit Wärmepumpe und einem auch durch Smart-Home Anwendungen optimierten Verbrauch, hohe Potenzialreserven zur CO2-Reduktion. Werden diese zukunftsorientierten Technologien sinnvoll mit digitaler Infrastruktur und der Einbindung von Elektromobilität verbunden, ist das CO2-neutrale Haus, welches das Elektroauto über eine Brennstoffzelle lädt und dessen Batterie auch wieder als Energiespeicher für das Wohngebäude benutzt wird, zeitnah vielleicht keine Utopie mehr, sondern alltägliche Realität.

## 3. Die Bedeutung von nachhaltiger Führung für den langfristigen Unternehmenserfolg

Wenn die derzeitige Krise eines offensichtlich gemacht hat, dann die Erkenntnis, dass faktenbasierte Entscheidungen meist bessere Ergebnisse liefern. Länder mit ausgeprägtem Populismus und narzisstischen Führungspersönlichkeiten führen die Corona Statistiken weltweit in negativem Sinne an.

Gemeint ist an dieser Stelle nicht der gesunde Narzissmus, der Antrieb verleiht, Gruppenidentität schafft, Erfolge feiert, in der Lage ist zu reflektieren und sich an der Realität zu orientieren, sondern der übersteigerte, bösartige Narzissmus, der sich in übersteigerter Egozentrität, hoher Empfindlichkeit bei Kritik, Empathielosigkeit und Entwertung anderer Meinungen äußert. Beispiele finden sich derzeit auf der Bühne der Weltpolitik zur Genüge. In weiten Teilen der Wirtschaft war in den letzten Jahren verstärkt die Meinung populär, Manager mit narzisstischer Persönlichkeitsstruktur erzielen aufgrund ihrer Energie, ihrem Durchsetzungswillen und ihrer Selbstdarstellungsfähigkeit die besseren Unternehmensergebnisse. In schwierigen Zeiten offenbart sich jedoch dieser oftmals fatale

Trugschluss. Nicht das Wohl des Unternehmens und seine Ziele stehen im Mittelpunkt der Aktivitäten einer solchen Führungskraft, sondern die Durchsetzung der eigenen Größen- und Allmachtsvorstellungen. Diese Kombination kann, muss aber nicht übereinstimmen. Die ständige Suche nach Bestätigung führt vielmehr dazu, sich mit Bewunderern und Ja-Sagern zu umgeben. Kritik wird nicht toleriert und führt zur Abwertung. So entsteht eine Kultur, die Innovation und Offenheit untergräbt. Wertschätzung, aktives Zuhören, Einfühlungsvermögen und Lösungsorientierung bleiben auf der Strecke. Ergebnisse werden nur akzeptiert, wenn sie den eigenen Standpunkt bestätigen. Aufgrund des ausgeprägten Misstrauens und der übersteigerten Kränkbarkeit, ist es Narzissen nicht möglich, Vertrauenswürdigkeit und Integrität aufzubauen. Sie suchen Mitläufer, aber keine eigenständig, unabhängig denkenden Mitarbeiter.

Solange Ziele und Projekte einer narzisstischen Persönlichkeit mit der Realität konform gehen, wird das Unternehmen sich positiv entwickeln. Insbesondere bei Restrukturierungen oder in Marktconstellations, wo es nur Gewinner und Verlierer und keine Synergien gibt, kann die Vorgehensweise narzisstischer Führungskräfte erfolgreich sein. Wo Abwägung, analytisches Vorgehen, kreative Ideen und Konzeptionen gefragt sind, versagt das starre Weltbild der egozentrierten Führungskraft. In Führungspositionen lässt sich trotzdem eine etwa dreifache Verbreitung von narzisstischen Persönlichkeitsstrukturen beobachten als in der Gesamtbevölkerung. Begünstigt wird diese Tendenz durch Auswahlprozesse, die die Fähigkeiten zur Selbstdarstellung höher bewerten als analytisches und konzeptionelles Knowhow sowie empathisch wertschätzende Führung. An Kompetenzen ausgerichtete Interviewtechniken bieten hier gute Möglichkeiten, bereits bei der Auswahl der Führungskräfte, Schein und Sein zu trennen. Der Aufwand lohnt sich an dieser Stelle. Allzu häufig ist der materielle und kulturelle Schaden, den narzisstische Führungspersonen hinterlassen, für betroffene Unternehmen hoch und nur die Zeit ist in der Lage, diese Wunden wieder zu heilen. ■



Jetzt kann jeder Einzelne die Weichen für eine umweltschonende und kostensenkende Energiewende einleiten

# Erneuerbare Energien, Brennstoffzelle und Wasserstofftechnologie

Seit langem versucht der Bund durch aktive Stimulation von Forschung und Entwicklung auf der einen, sowie Endverbraucherförderung auf der anderen Seite, die Weichen für eine zukunftsweisende und umweltschonende Energiepolitik für Deutschland zu stellen.

Der Wärmemarkt, der über 50% des Primärenergiebedarfes des Landes ausmacht, war hier lange als der „schlafende Riese“ zu wenig im Fokus der Öffentlichkeit und somit in den Köpfen der Menschen im Land und der Besitzer und Betreiber wärmeerzeugender Anlagen für Heizungen und der industriellen Wärmeerzeugung.

Seit Anfang des Jahres gibt es ein bis dato nie da gewesenes Förderprogramm des Bundes, das leider durch die aktuelle Coronapandemie in den Hintergrund geraten ist. Hier hat jeder einzelne Eigentümer eines Wärmeerzeugers die Chance, durch seine Entscheidung zu den ambitionierten Zielen der Bundesregierung und der EU zu unterstützen und zum aktiven Klimaschutz beizutragen.

Der Tausch eines alten Öl- oder erdgasbasierten Systems (z. B. Niedertemperaturtechnik) wird mit bis zu 45% der

Anschaffungskosten gefördert. Entstehender Arbeitslohn beim Tausch kann zusätzlich steuerwirksam angesetzt werden.

Die hohe Unkenntnis und Komplexität des Themas bei Entscheidern führt jedoch stets dazu, dass wichtige Entscheidungen verzögert oder in eine falsche Richtung getroffen werden.

Dies bedeutet auch für den Arbeitsmarkt ein Umdenken und höherer Informationsstand aller Marktteilnehmer. Aus-, Fort- und Weiterbildung im Bereich umweltschonender, kostensenkender bis zur klimaneutralen Erzeugung von Wärmeenergie, ist heute schon vorhanden und umsetzbar.

Bestehende, auf der Verbrennung von fossilen Brennstoffen basierenden, wärmeerzeugenden Technologien, machen aber heute noch 85% des gesamten Bedarfs in Deutschland aus.

## ERNEUERBARE ENERGIEN

Hier gibt es bereits ausgereifte Technik mit der Verbrennung von Holz, was traditionell ein Nischendasein führen wird und der Wärmepumpe, die (am besten ökologisch und klimaneutral) hergestellten Strom nutzt, um mit Luft oder Erdwärme über einen Wärmetauscher, Heiz- und Trinkwasser zu erwärmen.

Die bereits seit 3-Jahrzehnten eingeführte Technologie kommt allerdings nicht auf die erhofften Stückzahlen aufgrund mehrerer Faktoren (u.a. hohe Stromkosten per kWh Betriebsstrom in Deutschland). Zudem müsste der benötigte Strom CO-neutral hergestellt werden mittels Ökostrom. Eine Veränderung in der EEG (Erneuerbare Energien Gesetz) Umlage ist ein Baustein, dies zu verändern.

Relativ neue und sowohl Energie-, als auch umweltpolitisch sinnvolle Systeme, ergeben sich mit der Brennstoffzellen Technologie und der sich gerade aktuell entwickelnden Technologie des direkten Verbrennen von 100%tigem Wasserstoff zur Wärmeerzeugung.

H<sub>2</sub> ist die Lösung und die Zukunft des klimaneutralen Energiebedarfs Deutschlands, der EU und der Welt, sofern klimaneutral und „grün“ hergestellt (ohne CO zu emittieren, beispielsweise durch Windenergie und Wasserelektrolyse (die Zerlegung von Wasser in Wasserstoff

und Sauerstoff).

Bei der Brennstoffzelle für das Ein-, und Mehrfamilienhaus, die heute bereits von mehreren deutschen Heiztechnik Herstellern verfügbar ist, wird zur Zeit noch aus Erdgas H<sub>2</sub> hergestellt, der dann in Strom und Wärme umgewandelt wird. Im kommerziellen Segment gibt es Brennstoffzellen schon länger auch im größeren Leistungsbereich.

Die Brennstoffzelle im Einfamilienhaus wird derzeit mit bis zu 11.100 € pro Haushalt gefördert.

In naher Zukunft wird die Brennstoffzelle direkt mit H<sub>2</sub> betrieben, der beispielsweise im Einfamilienhaus durch eine Photovoltaik Anlage auf dem Hausdach klimaneutral und kostenlos mittels eines Elektrolysators oder das vorhandene Gasleitungsnetz ins Gebäude gelangen wird.

Letzteres wird gerade mit Hochdruck von vielen Energieversorgern und -herstellern getestet und vorbereitet. Brennstoffzellen und Wasserstoff werden ebenfalls in der Elektromobilität durch signifikante Reichweiten-erweiterung, da durch die höhere Energiedichte besser speicherbar, für PKW und vor allem LKW eine wichtige Rolle spielen.

Die Sektorkopplung und intelligentes Energiemanagement – die Elektrifizierung von Mobilität, Stromerzeugung/ -verteilung sowie Wärmeerzeugung – als zentrales Element, ist wichtiger Baustein und die Herausforderung für Politik und Wirtschaft, um zukünftig eine umweltschonende, gesunde und wirtschaftspolitisch erfolgreiche Gesellschaft zu formen.

Der Arbeitsmarkt hierfür hat in Deutschland eine tiefe und gut ausgebildete Plattform, viele Weltmarktführer in der Heizungs- und Klimatechnik sind deutsche Unternehmen.

Die Fähigkeiten, disziplinübergreifend (Sektormix) zu denken, offen und neugierig zu sein, werden wichtige Eigenschaften für Teilnehmer, sich in dieser wandelnden Arbeits- und Umwelt als Fach- und Führungskraft zu etablieren. ■

**Der Autor: Alexander Schuh, seit über 10 Jahren Geschäftsführer in der Heiztechnik Industrie und spezialisiert auf Erneuerbare Energien, Brennstoffzellentechnik und Wasserstofftechnologie.**



Foto: Adobe Stock

Zimmerschied & Kollegen Personalberatung GmbH

## Wir stellen uns vor

Zimmerschied & Kollegen konzentriert sich seit mehr als 15 Jahren auf den Markt der Bauzulieferindustrie. In diesem Zeitraum wurden mehr als 1.500 Projekte erfolgreich umgesetzt. Entstanden ist ein Netzwerk mit mehr als 5.000 Führungskräften aus der gesamten Branche und ca. 10.000 Vertriebspezialisten aus den Segmenten Baustoffe, Bauelemente, Gebäudetechnik, Farben und Lacke sowie Wand und Boden.

Mit einem differenzierten Beratungsansatz bieten wir unseren Mandanten den optimalen Lösungsweg bei der Besetzung offener Stellen. Vakanzen oberhalb eines Gehaltsrahmens von ca. 100.000 € p.a. werden ausschließlich durch die Geschäftsführung auf dem Weg des klassischen Executive Search bearbeitet.

Unsere exzellenten Marktkenntnisse und ein gut ausge-

bautes Netzwerk helfen uns bei der Besetzung dieser Managementpositionen.

Bei der Besetzung von Spezialistenpositionen im Gehaltsbereich bis ca. 100.000 € p.a. unterstützen wir unsere Kunden mit einem neuen, innovativen Geschäftsmodell. Der Vorteil unserer Vorgehensweise liegt darin, dass wir den Weg der Direktansprache bei der Suche nach Kandidaten für Lower-Managementpositionen sowie im Spezialistenbereich zu sehr attraktiven Konditionen anbieten können.

Dies wird dadurch ermöglicht, dass wir die persönlichen Interviews zwischen Kandidat und Berater durch intensive telefonische Gespräche ersetzen, in denen wir die fachliche Eignung der Bewerber detailliert prüfen. Durch unsere langjährige Branchenexpertise können wir dies in

professioneller Weise sicherstellen. Wer im Hinblick auf seine Persönlichkeit am besten zum suchenden Unternehmen passt, prüfen Personal- und Fachabteilung in den folgenden persönlichen Gesprächen selbst. So ist es möglich, gezielt die Topkandidaten mit den entsprechenden Fach- und Branchenkenntnissen im Markt über den Weg der Direktansprache zu interessieren und zu gewinnen, ohne das Personalgewinnungsbudget unangemessen zu belasten.

Hierbei garantieren wir so lange im Markt zu suchen, bis der geeignete Kandidat gefunden ist. ■

Wenn Sie mehr über uns und unsere Branchenexpertise sowie unsere Vorgehensweise erfahren möchten, kontaktieren Sie uns!



ZIMMERSCHIED & KOLLEGEN  
personalberatung



An der Kommandatur 3  
35578 Wetzlar  
Telefon +49 6441 - 56 926 - 0, Telefax +49 6441 - 56 926 - 10  
kontakt@zimmerschied-personalberatung.de  
www.zimmerschied-personalberatung.de

Inhaltlich verantwortlich:  
Zimmerschied & Kollegen Personalberatung GmbH  
Autoren: Ralf Zimmerschied, Alexander Schuh