



Aus Jenewein wird Amrop Jenewein: Günther Tengel und sein Team bilden eine stärkere Allianz mit dem großen Partner

## Executive Search

# Neuer Markt, neuer Fokus

Das Executive Search Geschäft ist stark zurückgegangen. Mit ein Grund für Amrop Jenewein, Kräfte zu bündeln,

Zwischen 2005 und Ende 2008 hat sich der Umsatz des Executive Search-Geschäfts verdoppelt – von 6 auf 11 Milliarden US Dollar. Von 2008 bis Ende 2009 ist es um 50 Prozent zurückgegangen“, erklärt Günther Tengel, Managing Partner von Amrop Jenewein den Personalberatermarkt auf der Ebene der Führungskräfte. Bei Banken und Versicherungen hätte es in der Krise die größten Geschäfts-

einbußen gegeben – ein Minus von 70 Prozent, ebenso wie die Autobranche, in der im Moment auch fast nichts geht. Diese Marktlage wird noch zwei bis drei Jahre anhalten – Besserung sei also erst mittelfristig in Sicht.

Relativ unbeeinträchtigt von der Marktlage sei der Pharma- und Lifescience-Bereich, so Tengel. Und Branchen, die nahe an bzw. mit der öffentlichen Hand agieren (etwa Baufirmen) – mit ihnen laufe das Executive Search Geschäft gut.

**Lieber bleiben** Was die Wechselbereitschaft von Top-Führungskräften angeht, so sieht Tengel hier derzeit eine große Zurückhaltung. „Die Menschen spielen auf Sicherheit. Sie bleiben lieber in ihrem

Umfeld, als sich auf unvorhersehbare Abenteuer einzulassen.“ Das macht die Arbeit für Headhunter besonders schwierig: „Wir durchlaufen mit potenziellen Kandidaten viel Runden – wenn die am Ende nicht den Mut aufbringen, tatsächlich in einen neuen Job zu wechseln, heißt das für uns Berater: zurück an den Start.“ Das ist in einem Geschäft, in dem Honorare stark vom Erfolg anhängen, besonders bitter.

**Neue Position** Günther Tengel, der 2005 die Firmengruppe Jenewein & Partner kaufte, hält seit 2005 auch die Chairman-Funktion für Amrop Zentral- und Osteuropa. Die Positionierung der Gruppe ist klar auf Zentral- und Osteuropa (CEE)

ausgerichtet, in CEE hat Amrop 17 Büros mit 70 Partnern und Consultants sowie 180 Professionals und wickelt 600 Suchaufträge jährlich ab. Nun kommt es zu einem deutlich stärkeren Zusammenschluss der Amrop-Gruppe: Die weltweiten Partner firmieren ab sofort unter dem Namen Amrop (auch Jenewein heißt nun „Amrop Jenewein“). In der Ausrichtung will man eine weltweite Vereinheitlichung der Prozesse, Standards in den 800 regionalen Niederlassungen erreichen. Auch das Produktportfolios hat man klar definiert: Amrop versteht sich als Executive-Search-Unternehmen mit Know-how in der Human Capital Performance.

– Sandra Baierl