



WICHTIGE CEO-SKILLS, DIE EIN „SPITZENJOB“ ERFORDERT

Was zeichnet einen
erfolgreichen CEO heute aus?
Und in Zukunft?

Doris Göbl, jahrelang als Personal-beraterin bei der Suche und Auswahl von Top-Managementpositionen tätig (www.focus-consult.at), fasst die Skills zusammen, nach denen der Markt sucht:

- * **Klarheit** Ausgeglichenheit und Klarheit – im Inneren für sich selbst sowie im Außen gegenüber den Mitarbeiter/innen
- * **Entscheidungsfähigkeit** Mut, klare Entscheidungen zu treffen und diese auch umzusetzen
- * **Konfliktmanagement** Fähigkeit, Konflikte anzusprechen, auszuhalten und die Wogen konstruktiv zu glätten
- * **Kommunikation** Dinge ehrlich, aber taktvoll an- und auszusprechen; Transparenz, wo erforderlich; Vertraulichkeit, wo nötig
- * **Auftreten** Fähigkeit, sich selbst optimal präsentieren zu können
- * **Delegieren & Teilen** Fähigkeit zu delegieren und Erfolge mit dem Team zu teilen
- * **Teamentwicklung** Förderung von Team- und Talententwicklung bei den Mitarbeiter/innen
- * **Gute Netzwerke** Blick für potenzielle Vertriebspartnerschaften – gefragt sind auch Querdenken und Cross-over-Zugänge
- * **Menschlichkeit & Charisma** Ist sozusagen der „Optimalfall“ – wie authentisch diese Eigenschaften sind, zeigt sich meist erst in konkreten Krisensituationen

„Als CEO sind Controller, Einkäufer oder Innovateure gefragt – je nachdem, in welcher Phase sich ein Unternehmen befindet.“

Andreas Landgrebe, Boyden global,
Headhunter und Unternehmensberater

auch der des Wettbewerbers, anderer Kanäle und anderer Kategorien.

3. „Collaborative Approach“. Für die Mehrheit der CEOs bedeutet Exzellenz in Leadership vor allem Kollaboration im Führen. Nur so können innovative Denkweisen und Mitarbeiter mit neuen Skillsets in bestehende Organisationen mit tradierten Strukturen eingebracht werden. Alleingänge und Eigenbrödler sind passé.

Was ein CEO nach wie vor mitbringen muss: repräsentative Führungspersönlichkeit, die delegieren kann und souverän Entscheidungen trifft, aber auch durchsetzt. –SUSANNA SKLENAR



Das ist oft zermürbernd, aber immerhingut entlohnt, denn, so Headhunter Landgrebe: „Im Handel liegen die CEO-Gehälter 20 bis 30 Prozent über denen in anderen Branchen.“

DIE CEO-DNA. Anlässlich des diesjährigen World Retail Kongresses wurde in Dubai eine neue Studie präsentiert, die das zukünftige Anforderungsprofil an den Handels-CEO, also quasi seine erforderliche „DNA“, anhand von drei Hauptkriterien skizziert:

1. „Change Agent“. So wie der digitale Konsument sich ändert, muss sich der Handel neu aufstellen – dies erfordert radikales Umdenken, nicht nur in Personalaus- und Führung, sondern auch in Organisationsstrukturen. Problem: Vorstandspositionen sind meist mit befristeten Verträgen ausgestattet, und das Hauptbeurteilungskriterium ist nach wie vor das kurzfristige Wachstum.

2. „Customer Centric“. Zwar war und ist gerade im Handel die Nähe zum Kunden immer ein Erfolgskriterium für alle Ebenen. Nur wird dies immer schwieriger, denn die Kaufgewohnheiten ändern sich durch die digitale Omnipräsenz schnell und grundlegend. Für den CEO bedeutet das mehr denn je, die Nähe zur Basis zu behalten, und zwar nicht nur zu der eigenen, sondern