

In der Sellke Consult Gesprächsreihe sprechen wir mit Menschen, die unterschiedliche Perspektiven auf den Wandel im Berufsleben einbringen – und ihn aktiv gestalten. Ich freue mich, zum Thema

„Kommunikation heute – Old School out? New School in? Was verändert sich?“

heute mit Matthias Herkner, Geschäftsführender Gesellschafter der Heads! International GmbH & Co. KG, sprechen zu können. Danke, lieber Matthias, für Deine Zeit!



Bild: Heads! International GmbH & Co. KG

Matthias Herkner hat Betriebswirtschaftslehre studiert und verfügt über mehr als 25 Jahre Berufserfahrung im Executive Search bei verschiedenen marktführenden Personalberatungen; heute ist er Geschäftsführender Gesellschafter der Heads! International GmbH & Co. KG und arbeitet vom Standort Königstein aus.

Der Beratungsfokus von Matthias Herkner liegt in den Bereichen Industrie (mit den Schwerpunkten Automotive, Maschinenbau und Elektronik), Digital & Technology, Private Equity, Board Advisory and Family Business.

Privat interessiert er sich besonders für die Themen Reisen, Architektur und Moderne Kunst

Kommunikation ist unser Werkzeug. Siehst Du Veränderungen – in der Sprache, im Dialog, in der Pflege von Beziehungen? Uns beide eint der Anspruch des „Perfect Match“ – für Klient:innen wie Kandidat:innen. Kommunikation ist dafür unser zentrales Werkzeug. Siehst Du Veränderungen in der Sprache, dem Dialog und der Pflege von Beziehungen – sei es zu Kunden, Kandidat:innen oder in Deinem Netzwerk? Wenn ja, wie beeinflussen diese Veränderungen Deinen Alltag als Executive Search Berater?

Ja, absolut. Kommunikation ist schneller, kürzer, oft auch direkter geworden – manchmal leider auch beliebiger. In der Kundenpflege hat sich das Mindset verändert: Es geht mehr denn je um Relevanz. Small Talk funktioniert nur, wenn er

Haltung zeigt. Bei Kandidat:innen erleben wir, dass sie sehr genau unterscheiden, ob es um sie als Person geht – oder nur um eine schnelle Vermittlung. Das verlangt von uns, die Gesprächskultur neu zu kalibrieren – mit Empathie, aber auch mit Präzision.

Spiegeln diese Veränderungen den Zeitgeist wider – oder sind sie nur temporär? Erkennst Du in den beobachteten Veränderungen Parallelen zu gesellschaftlichen Umbrüchen – Stichwort Wertewandel, Digitalisierung, Agilität? Oder sind das eher Moden, die kommen und gehen?

Ich sehe klare gesellschaftliche Spiegel. Unsere Kommunikation ist Ausdruck von Beschleunigung, Digitalisierung, aber auch einer neuen Wertehaltung. Themen wie Purpose, Work-Life-Integration und Sichtbarkeit wirken sich direkt auf Ton und Takt der Gespräche aus. Wer das ignoriert, spricht an den Menschen vorbei – und verliert Vertrauen.

Business-Etikette – überholt oder unterschätzt? Hat sich für Dich die Business-Etikette verändert – in Stil, Ton oder Haltung? Welche Rolle spielt echtes Zuhören heute noch? Gibt es aus Deiner Sicht so etwas wie eine „New School of Communication“ im Business-Kontext (also ist die „Old School“ out?) – oder ist klassische Gesprächsetikette ein unterschätzter Erfolgsfaktor?

Die klassische Etikette hat vielleicht ein angestaubtes Image, aber inhaltlich ist sie hochmodern – weil sie Respekt, Struktur und Haltung bedeutet. Zuhören ist heute fast schon ein Superpower geworden. Die "New School" ist für mich keine Ablösung, sondern eher eine Erweiterung: Authentizität, Klarheit, digitale Präsenz – ohne die Basics zu verlieren.

Kommunikation zwischen den Generationen – Brücken oder Barrieren? Beobachtest Du signifikante Unterschiede im Kommunikationsstil verschiedener Generationen – insbesondere im Kontext von Leadership, Feedbackkultur und Selbstverständnis? Was kann man voneinander lernen?

Ja, definitiv. Die jüngeren Generationen kommunizieren oft spontaner, lockerer und gleichzeitig fordernder. Die ältere Generation ist stärker ritualisiert, oft auch bedachter. Ich sehe da keine Barrieren, sondern Lernpotenzial in beide Richtungen. Die Zukunft liegt im generationenübergreifenden Dialog.

Kommunikationskompetenz als Führungstreiber – nice to have oder entscheidend? Welchen Stellenwert nimmt Kommunikationskompetenz für ein glaubwürdiges, skalierbares Leadership-Profil ein? Und wie relevant ist dabei mediale bzw. digitale Kommunikationsfähigkeit?

Kommunikation ist Leadership. Kein „Add-on“, sondern Kernkompetenz. Führungskräfte, die nicht klar, empathisch und glaubwürdig kommunizieren, verlieren in der Skalierung an Wirksamkeit. Besonders im Zeitalter hybrider Teams ist Kommunikation das Bindeglied zwischen Vision und Umsetzung.

Consulting im Wandel – wird Kommunikation zur Herausforderung oder zum Wettbewerbsvorteil? Hat sich der Anspruch an uns als Berater:innen verändert? Ist Beratung durch neue Kommunikationsformen leichter oder schwerer geworden – oder einfach nur anders?

Beratung ist heute anspruchsvoller – aber auch spannender. Der Weg zu Vertrauen ist nicht mehr linear. Du musst heute viel schneller den Kontext erfassen, ohne dabei die Tiefe zu verlieren. Wer kommunikativ nicht flexibel ist, bleibt außen vor. Wer sich gut aufstellt, hebt sich deutlich ab – auch in der Qualität seiner Empfehlungen.