



Diskrete Anbahnung: Im persönlichen Gespräch klärt der **Headhunter**, ob ein Kandidat zum Unternehmen passt.

WAS MACHT EIN HEADHUNTER?

# Auf der Jagd nach den qualifiziertesten Köpfen

JÜRGEN TREGEL

Für mittelständische Unternehmen wird es immer schwieriger, geeignete und vor allem qualifizierte Mitarbeiter zu finden und diese auch noch langfristig an das Unternehmen zu binden. Nachwuchs- und Fachkräftemangel sowie der demographische Wandel sind enorme Herausforderungen, denen der Mittelstand adäquat begegnen muss. Längst hat der Fachkräftemangel unter den Arbeitgebern einen „Kampf um die besten Köpfe“ ausgelöst.

Insbesondere kleine und mittlere Unternehmen sehen sich im Wettbewerb um Fachpersonal gegenüber den Großkonzernen im Nachteil, weil die Großen auf die Top-Talente und „High Potentials“ erfahrungsgemäß die größere Anziehungskraft ausüben. Wenn die kleinen und mittleren Unternehmen in diesem Wettbewerb bestehen wollen, müssen sie ihre Positionierung als Arbeitgeber deutlich verbessern.

## HILFE FÜR DEN MITTELSTAND

Doch welche Möglichkeiten bieten sich den Unternehmen? Eine wichtige Hilfe kann der professionelle Headhunter leisten. In der Vergangenheit wurde ein Headhunter fälschlicherweise als „Kopfgeldjäger“ übersetzt. Er wurde gleichgesetzt mit dem „Vorwerk“-Verkäufer, der als Überredungskünstler Hausfrauen an der Wohnungstür beschwätzt.

Doch welchen Dienst erbringt ein Headhunter dem Kunden? Er sucht für seinen Auftraggeber intensiv den Wunschkandidaten. Doch diese Kandidaten/Experten, die der Kunde sucht, sind fast immer in festen Positionen und bewerben sich nicht auf Personalanzeigen. Sie werden in der Regel empfohlen und weggeleitet – oder Sie bitten einen Headhunter um Hilfe. Die in einem Beschäftigungsfeld stehenden Arbeitnehmer treten aus persönlichen Gründen nicht öffentlich auf, und möchten gegenüber ihrem aktuellen Arbeitgeber nicht „geoutet“ werden. Beim Headhunter genießen sie einen Ehrenkodex, der es

ihnen ermöglicht, inkognito einen neuen Job zu finden.

Der mittelständische Kunde bekommt auf diesem Wege Kandidaten vorgeschlagen, die normalerweise aufgrund Ihres beruflichen Lebensweges eher bei Großunternehmen anheuern würden. Im Moment ist die Gelegenheit, sogenannte „High Potentials“ zu gewinnen, besonders günstig. Denn spektakuläre Insolvenzen, Auslagerungen einzelner Sparten und Fusionen, in deren Folge sich selbst beste Manager und Management-Talente plötzlich in Aufgangsgesellschaften oder ungeahnten Unternehmensstrukturen wiederfinden, lassen mögliche Bewerber sehr genau darüber nachdenken, ob Großunternehmen immer den sichersten Arbeitsplatz bieten.

In der schnelllebigen Zeit von heute unterstützt der Headhunter ganz maßgeblich die Vorstände/Firmeninhaber/Gesellschafter/Manager/Geschäftsführer in ihrem Fortkommen, in dem er durch die Übernahme der Suche von geeigneten Kandidaten dem Kunden Zeit, Aufwand, Frust und Geld erspart, was der Kunde in sein eigentliches Geschäft investieren kann.

## VERTRAULICHE KONTAKTAUFNAHME

Anders als Personalberater arbeitet ein Headhunter im Verborgenen. Er schaltet nie Anzeigen, hat ein hervorragendes Netzwerk an Kontakten in die Geschäftswelt, kennt den Wettbewerb mit den Wunschkandidaten, hat eine ausgeklügelte Datenbank mit qualifizierten und quantifizierten Kandidaten/Experten. Kurzum, der Headhunter erstellt mit dem Kunden ein expliziertes Kandidatenprofil, mit dem er auf die Suche geht. Noch besser ist es, wenn der Kunde einen Kandidaten kennt, den er aus dem Wettbewerb haben möchte.



Jürgen Tregel  
(RC Nürnberg-Signa) ist Headhunter in der Unternehmensberatung „Hunting Heads“.  
www.hunting-heads.de

»Kleine und mittlere Unternehmen sehen sich im Wettbewerb um Fachpersonal gegenüber den Großkonzernen im Nachteil, weil die Großen auf die Top-Talente die größere Anziehungskraft ausüben«

Das ist die absolute Stärke eines Headhunters gegenüber eines Personalberaters. Über „Recruiting/ Direct Search“ werden die Kandidaten kontaktiert und zu einem persönlichen Interview bewegt. Hierbei ist jedoch wichtig zu erkennen, ob der Kandidat bei der Erstansprache nicht nur seinen Marktwert testen möchte. Als praxiserprobtes Instrument wird dabei zunächst die Zusendung des CV's (Lebenslauf) vom Kandidaten erbeten. Anhand dieses CV's erkennt der Headhunter die Qualifikation und den Willen zum Wechselgedanken. Anschließend persönliche Interviews mit dem Kandidaten geben weiteren Aufschluss über die eventuellen Beweggründe zu einem Wechsel. In dieser Phase wird der ehrliche Wechselgedanke abgeklopft, ohne dass der Kandidat den Auftraggeber genannt bekommt.

#### VORTEIL FÜR DAS UNTERNEHMEN

Im Abgleich mit dem Kunden- und Kandidatenprofil erfolgt ein anschließendes Gespräch mit dem Kunden, das dann weitere Aufschlüsse zur möglichen Zusammenarbeit offenbart. In den gesamten Phasen der Kandidatenfindung ist der Headhunter Coach und Mentor sowohl für den Kandidaten als auch für den Kunden. Diese besondere Konstellation hilft beiden Partnern, dass sie zusammenkom-

men. Etwaige Unwägbarkeiten werden bereits vorab erkannt und eliminiert.

Ansprechende Personalanzeigen in den Wochenendausgaben der Tageszeitungen kosten heute ca. 12.000 bis 15.000 Euro. Zusätzlich erfolgt die Auswertung der Personalabteilung von über 100 Bewerbungen, Anschreiben, Einladungen, Interviews, Absagen etc. Die Personalabteilung wird über Wochen und Monate gebunden. Nicht selten wird auch noch eine zweite Anzeigenschaltung benötigt. Personalberater werben neben dem Erfolgshonorar von 15 bis 25 Prozent noch in den Anzeigen mit ihrem Namen für ihren Personalbedarf, den sie auch noch zusätzlich bezahlen dürfen.

Der Headhunter verlangt in der Regel 20 bis 30 Prozent des Jahresgehaltes eines Kandidaten vom Kunden. Alle Aktivitäten sind damit abgegolten. Der Kunde erhält dafür innerhalb kürzester Zeit (innerhalb von 3 Wochen) geeignete, neutralisierte Kandidatenvorschläge zur eigenen Bewertung.

Qualität anstatt Quantität lautet die Maxime. Die messbaren Vorteile für ein Unternehmen sind eine schnelle Besetzung der vakanten Stellen, qualifizierte Kandidaten statt Quereinsteiger, die Entlastung der Personalabteilung, fixe Kosten und nicht zuletzt die Freisetzung der Energien für das eigentliche Unternehmensziel. ■

## EIN SCHULJAHR IM AUSLAND



**Jetzt zu bestellen: die 5. überarbeitete Auflage des Handbuchs für den Schüleraustausch.**

Das Buch informiert an einem Austausch interessierte Schüler und deren Eltern ausführlich über Voraussetzungen, Bewerbung, Vorbereitung, das Jahr im Ausland und die Zeit nach der Rückkehr. Ergänzt wird das Angebot durch Angaben über die Gastländer und die rotarischen Ziele des Austausches.

**Bestellung:** Rotary Verlags GmbH, Raboisen 30, 20095 Hamburg, Telefon (040) 34 99 97-0, Fax -17, eMail: verlag@rotary.de

**Preise:** 4,50 Euro, Staffelpreise auf Anfrage oder [www.rotary.de](http://www.rotary.de)