

Wie Headhunter die besten Köpfe rekrutieren

Zwei renommierte Personalberater erklären, wie sie bei der Executive Search vorgehen, um hochkarätige Führungskräfte an ihre Auftraggeber zu vermitteln, und weshalb Diskretion dabei eminent wichtig ist.

1.500.000

Zuwanderer bräuchte Deutschland nach Einschätzung der Wirtschaftsweisen Monika Schnitzer jährlich, um angesichts der beträchtlichen Abwanderung dem Fach- und Arbeitskräftemangel Herr zu werden.

Quelle: Süddeutsche Zeitung

Wer eine vakante Schlüsselposition in seinem Unternehmen besetzen muss, findet die dafür geeignete Top-Führungskraft kaum über geschaltete Anzeigen oder Recruiting-Plattformen. Auf die Suche nach Kandidaten für solche Spitzenjobs werden meist erfahrene Headhunter angesetzt, die aktiv suchen und über Netzwerke mit den besten Köpfen der jeweiligen Branchen verfügen. Einer wie Christian Pape, CEO der 1992 gegründeten und vielfach ausgezeichneten Pape Consulting Group AG mit Sitz in München (BVMW-Mitglied).

Am Anfang einer solchen Executive Search wird laut Pape mit dem Auftraggeber eine Liste von konkurrierenden Zielfirmen erstellt – zunächst aus dem regionalen Umfeld, später auch bundesweit. Nachdem in einem Briefing-Protokoll die wichtigsten Parameter und Suchvorgaben notiert sind, geht es los. „Dann recherchieren unsere Researcher in diesen Zielfirmen, wer zum Idealbild der Vorgaben unseres Klienten passt“, sagt Pape. „Parallel suchen wir auch in unserem Netzwerk – dem Pape Leaders Club mit rund 1.500 Mitgliedern – nach geeigneten Persönlichkeiten.“ Aus der Summe beider Suchen ergeben sich dann die Kandidaten, die schließlich vorgeschlagen werden.

Suche in Zielfirmen und Netzwerken

Ähnlich geht auch Florenz Klasen vor, Geschäftsführer der auf IT- und Tech-Branchen spezialisierten Hamburger Personalberatung

TechMinds GmbH (ebenfalls BVMW-Mitglied). „Wenn die Anforderungen an die Stelle und die Persönlichkeit definiert sind, entwickeln wir eine Strategie für die Direktsuche und Ansprache – wo und wie Kandidaten gesucht werden.“ Neben der gezielten Suche bei Mitbewerbern würden auch bestehende Netzwerke und Kandidatenpools aus vergleichbaren Mandaten genutzt.

„Wir haben ein breites Netzwerk von Führungskräften in verschiedenen Branchen“, sagt Headhunter Klasen, „und das nutzen wir, um Kandidaten zu identifizieren, die offen für neue Möglichkeiten sind, auch wenn sie derzeit nicht aktiv auf Jobsuche sind.“ Dann werde erst einmal gründlich recherchiert. „Je mehr wir über den Kandidaten wissen, desto besser können wir unsere Ansprache anpassen.“ Der erste Kontakt erfolge meist per LinkedIn-, Xing- oder E-Mail-Nachricht. „Darin wird deutlich gemacht, warum wir uns an die Person wenden und warum wir glauben, dass die Vakanz für sie relevant sein könnte.“ Wenn der Kandidat Interesse zeigt, könne ein formelleres Gespräch arrangiert werden, wobei Details zur Position und zum Unternehmen besprochen würden.

Form und Qualität der Ansprache

Headhunter Pape bevorzugt die aktive Ansprache. „Wir sind besonders erfolgreich bei der Gewinnung hochkarätiger Kandidaten, da wir mit jeder Ansprache auch eine individuelle Karriereberatung verbinden.“ Hier komme es auf die Form und Qualität der Anspra-

