

Der Nutzen von Headhunting in Zeiten von Fachkräftemangel

Wenn Arbeitskräfte rar sind, seien Headhunter noch nutzbringender als sonst, sagt Fabian Koch, Managing Partner der Humanis AG – dank besserer Kenntnis des Arbeitsmarkts und weil sie schneller und aus einem grösseren Pool rekrutieren könnten. Unternehmen kämen so viel rascher zu neuen Mitarbeitenden.

Interview: Andreas Minder

Headhunter können Fachkräfte jagen, aber neue machen können sie nicht. Vermögen sie am Problem des Mangels etwas zu ändern?

Wenn wir es aus der Sicht der Schweiz betrachten, ja. Wir zum Beispiel holen Kandidaten aus den deutsch- und französischsprachigen Ländern Europas hierher. Für die hiesige Wirtschaft mildern wir den Mangel also ab. Wir versuchen zudem Menschen über 55 wieder in die Unternehmen reinzubringen. Auch das kann die Situation entschärfen und bringt allen etwas. Den Firmen, den älteren Arbeitnehmenden, aber auch den Sozialversicherungen und der Gesellschaft als Ganzes.

Sie die Unternehmen denn bereit, Ältere einzustellen?

Das hängt von verschiedenen Faktoren ab. Ältere sind wegen des Ferienanspruchs und der Pensionskasse oft etwas teurer. Wenn man jedoch berücksichtigt, was es kostet, wenn eine Position nicht besetzt ist, sieht es anders aus. Am Beispiel eines Lohnbuchhalters lässt sich das einfach zeigen. Wenn Sie ein Treuhandbüro beauftragen müssen, kostet das zwei bis drei Mal so viel, wie wenn Sie jemanden einstellen würden – auch wenn diese Person etwas älter ist. Der Bereich spielt auch eine Rolle. In der Buchhaltung verän-

dern sich die Dinge nicht von heute auf morgen. Deshalb sind Unternehmen meistens offen, wenn wir Ältere vorschlagen. Wenn es aber etwa um eine Stelle im Marketing geht, werden Junge bevorzugt.

Und wenn diese nur schwer zu finden sind?

Firmen, die jemanden wollen, der exakt ihrem Anforderungsprofil entspricht, sind in der Regel auch bereit, längere Suchprozesse in Kauf zu nehmen. Wenn es um eine Geschäftsführerposition geht, ist das sinnvoll, weil neben den fachlichen Kriterien auch die Persönlichkeit passen muss.

Was ist wichtiger, die fachlichen oder die persönlichen Eigenschaften?

Ich würde in den meisten Funktionen die Persönlichkeit über das Fachliche stellen. Das Fachliche kann man lernen, aber wenn jemand eine andere Philosophie hat als das Unternehmen, wird es schwierig. Der Unternehmensberater Peter Drucker, sagte: «Culture eats strategy for breakfast.» Ich kann dem nur zustimmen.

Ist demnach in fachlichen Belangen die Weiterbildung bedeutsam?

Es ist von mir aus gesehen essenziell, Unternehmen dafür zu sensibilisieren, dass sie in die



Fabian Koch: «Wenn ein Unternehmen Erfolg haben will, braucht es ein Zusammenspiel von Employer Branding, Direktansprache und Speed im Selektionsprozess.»

Foto: Humanis AG

Weiterbildung ihrer Mitarbeitenden investieren. Und zwar nicht nur wenn jemand frisch angestellt wurde. Auch die Fachkräfte selbst, müssen im Hinblick auf ihre Arbeitsmarktchancen schauen, dass sie à jour bleiben. Es ist es suspekt, wenn Kandidaten keine Weiterbildung vorweisen können.

Was können Sie oder andere Headhunter besser als firmeneigene HR-Abteilungen?

Wir haben tiefgehende Kenntnisse des Arbeitsmarkts. Unsere Leute sind sehr spezialisiert. Ich habe drei Berater, die nur Lohnbuchhalter vermitteln. Die kennen sich in diesem Bereich sehr gut aus. Unsere Berater treffen pro Woche 10 bis 15 Kandidaten aus ihrem Fachgebiet, deshalb sind wir auch viel schneller. Das ist bei der aktuellen Marktgeschwindigkeit sehr wichtig.

Man kann heute nicht mehr im Abstand von zwei, drei Wochen ein erstes, zweites und eventuell drittes Interview machen. In dieser Zeit haben die Leute schon längst anderswo unterschrieben. Die talentierten jungen Fachkräfte sind bereit, schnell zu entscheiden. Sie suchen Arbeitgeber, die zu dieser Philosophie passen.

Was spielt das Image und die Kultur eines Unternehmens für eine Rolle auf dem Arbeitsmarkt?

Wir stehen erst am Anfang des «Fights for Talents». Bei Fachkräften wird die Haltung, dass die passende Position zu ihnen kommen muss zur Regel. Wenn ein Unternehmen Erfolg haben will, braucht es ein Zusammenspiel von Employer Branding, Direktansprache und Speed im Selektionsprozess.

Beraten Sie Ihre Kunden in dieser Hinsicht?

Ja, das tun wir. Manchmal sind es kleine Sachen, die eine grosse Wirkung haben. Ein Beispiel: Novartis und Swisscom haben die Leute nach der Pandemie wieder ins Büro zurückgeholt. Das passt nicht allen. Da werden gewisse Mitarbeitenden zu einer Firma wechseln, die diesbezüglich flexibler ist. Jedes Unternehmen muss für sich herausfinden, was es bieten kann und will. Aber wenn man sich einmal für ein Branding entschieden hat, muss man auch dahinterstehen.

Stimmt die Vorstellung, dass Headhunter viel Zeit an Apéros verbringen, um zu wissen, was bzw. wer wo geht?

Die Zeit der Apéros ist etwas vorbei. Einer unserer Trümpfe ist, dass es uns seit 38 Jahren gibt. Deshalb läuft viel über Referenzen. Ehemalige

Kandidaten oder Kunden, mit denen wir in Kontakt bleiben, empfehlen uns oder geben uns Tipps. Wir haben zudem eine gut gepflegte Datenbank. Daneben nutzen wir die üblichen Jobplattformen und organisieren regelmässige Anlässe, an denen wir Fachvorträge halten. Dazu laden unsere spezialisierten Berater ihre Fachkräfte ein. Das ist immer eine Gelegenheit, sich auszutauschen und zu informieren.

Welche Bedeutung haben Konkurse und Entlassungen für Sie?

Wir sind sehr nah am Puls der Wirtschaft. Wenn ein Unternehmen Insolvenz anmeldet oder eine Restrukturierung im Gange ist, rufen wir an und fragen, ob wir allgemeine Interviews mit dem Personal führen können. Wenn wir auf diese Weise jemanden vermitteln können, profitieren alle: Die konkursite Firma, weil sie keine Abfindung zahlen muss, der Kandidat, weil er rasch eine neue Stelle findet, unser Kunde, weil er einen neuen Mitarbeiter hat und wir, weil wir eine Vermittlung machen können. Das ist eine Win-win-win-win-Lösung.

Humanis AG

Der Personaldienstleister Humanis AG mit Sitz in Zürich bringt seit 38 Jahren Unternehmen und Arbeitskräfte zusammen. Er vermittelt vorwiegend Fachkräfte und Persönlichkeiten auf der mittleren Managementebene in den Bereichen Executive Assistenz, Finance und Controlling, HR und Payroll, IT & SAP, Verkauf, Marketing und Supply Chain. Fabian Koch (39) führt das Unternehmen seit zwei Jahren als Managing Partner.