Jagd auf die Headhunter

Start-ups machen traditionellen Personalvermittlern das Geschäft streitig. Mit diskreten Anrufen ist es längst nicht mehr getan.

Von Tim Kummert

Qual der Wahl: *Mit neuer Daten-Software lässt sich die Treffsicherheit bei der Kandidatenauslese steigern.* Foto Getty

Früher wäre es vielleicht so gelaufen: Bei Philip Petersen hätte das Telefon geklingelt, und eine unbekannte Stimme wäre dran gewesen. „Können Sie gerade sprechen?“, hätte die Stimme gefragt, und Petersen hätte gewusst: Jetzt ist der Headhunter am anderen Ende der Leitung.

Tatsächlich lief es so für Petersen: Der studierte Wirtschaftswissenschaftler hatte von 2013 bis 2016 bei Google gearbeitet und war nach einem Auslandsaufenthalt als Marketing-Freelancer in Mexiko wieder nach Berlin zurückgekehrt. Insgeheim hegte er aber den Wunsch, Manager in einem jungen Unternehmen zu werden, um Praxiserfahrung für eine eigene Gründung zu sammeln. Beim Start-up „Taledo“ legte er sich daher ein Profil an, denn das Portal versprach: „Melde dich in 2 Minuten an und lass Unternehmen sich bei dir bewerben.“ Tatsächlich klappte es: Sogar richtig „viele Angebote“ habe er erhalten, berichtet Petersen, schließlich wurde er Vertriebschef beim Start-up „Insta Freight“.

Portale wie „Taledo“ sorgen derzeit für einen Umbruch im Personalvermittlungs-Geschäft und in der klassischen Headhunter-Szene. Letztere ist in den vergangenen Jahren immer stärker unter Druck geraten. Genaue Zahlen zum deutschen Headhunter-Geschäft existieren zwar nicht, Brancheninsider sprechen jedoch von einem Markt, der jährlich auf der ganzen Welt rund vier Milliarden Dollar umsetzt. In dieser Branche findet eine digitale Revolution statt – und dabei sind es längst nicht nur die sozialen Berufsnetzwerke wie „Xing“ und „Linkedin“, die mittlerweile dazu dienen, die klügsten Köpfe für bestimmte Positionen zu finden, und den Headhuntern die Klientel streitig machen. Viele junge Unternehmer haben eine Marktlücke erkannt und versuchen, in der Branche Fuß zu fassen.

Julian von Blücher zum Beispiel. Wer ihn nach dem Ziel seines Unternehmens fragt, dem erklärt er: „Wir sind angetreten, den angestaubten Markt der klassischen Personalberatung durch mehr Technologie-Einsatz, unkonventionelle Kommunikation und digitales Knowhow aufzubrechen.“ Der 34 Jahre alte Wirtschaftsingenieur hat das Start-up „Talent Tree“ gegründet, das daraufspezialisiert ist, Unternehmer und Führungskräfte zu rekrutieren. Und er will dabei alles anders machen als seine Kollegen beim klassischen Headhunting: Von Blücher setzt Persönlichkeits-Tests mit Hilfe von Cloud-Computing ein, nutzt Chat-Bots und durchforstet mit Spezial-Software das Netz. So findet er neue Talente, die er und sein Team im Anschreiben schon ab der ersten Mail duzen. Sein Start-up wächst stetig, er kommt den Anfragen kaum hinterher, und seine Arbeitstage sind lang: „Sie dauern mal acht Stunden und mal sechzehn.“

Mario Bossler vom Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung in Nürnberg (IAB) beobachtet den Digitalisierungs-Trend in der Branche schon länger. Er spricht von „goldenen Zeiten“ für die private Arbeitsvermittlung. Der Fachkräftemangel spiele den Unternehmen in die Hände, die Zahl der Arbeitgeber, die Schwierigkeiten bei Neueinstellungen hätten, seiim letzten Jahr „um 20 Prozent gestiegen“. Nach den Forschungen des IAB sind soziale Kontakte wichtiger denn je: „Die Zahl der privaten Vermittlungen von Stellen nimmt leicht zu, während die Zahl der Vermittlungen durch die Bundesagentur für Arbeit leicht sinkt.“

Die vorhandenen sozialen Kontakte in Unternehmen will sich das Unternehmen „Firstbird“ zunutze machen. Arnim Wahls gründete es 2013 gemeinsam mit seinem heutigen Chef-Technologen Daniel Winter. Davor war Wahls bei einer der größten Rechtsanwaltskanzleien Europas mit 600 Anwälten als Chef des Recruitings angestellt. Als diese Kanzlei einen Senior-Anwalt suchte, beauftragte Wahls einen Headhunter: 30 000 Euro kostete die Vermittlung. Aber als der neue Mitarbeiter kam, kannte der schon zwei Angestellte in der Kanzlei. Wahls fand, dass man sich dieses Geld hätte sparen können, denn: „Oft gibt es irgendeine Verbindung zwischen Arbeitnehmern und möglichen Kandidaten, doch die ist eben unsichtbar.“

Aus dieser Idee entwickelte er „Firstbird“, kündigte in der Kanzlei und machte sich selbständig. Die von ihm entwickelte Plattform ist strukturiert wie eine Miniatur-Ausgabe von Facebook. Es gibt Profile, Seiten und Nachrichten, die ausgetauscht werden. Möchte ein Chef eine neue Stelle ausschreiben, bekommen die Angestellten eine Push-Benachrichtigung über die eigens kreierte App auf ihr Handy gespielt. Die können sie dann auf den verschiedenen sozialen Netzwerken wie zum Beispiel Facebook teilen.

Für die Mitarbeiter lohnt sich das, sagt Arnim Wahls: „Oft schreiben Unternehmen satte Provisionen aus. Wer beispielsweise den späteren Abteilungsleiter vorschlägt, sichert sich damit schnell einen Amazon-Gutschein in Höhe von 400 Euro.“ Doch die Mitarbeiter machen nicht nur Vorschläge, sie werden auch über jeden weiteren Schritt auf dem Laufenden gehalten – je nachdem, wie der Prozess mit einem „ihrer“ Kandidaten verläuft. Negative Auswirkungen kann ein Vorschlag für die einzelnen Mitarbeiter nicht haben, es ist ein reines Belohnungssystem. Die Plattform sieht sogar eine Möglichkeit vor, wie ein Chef dem Mitarbeiter kurz einen Hinweis geben kann, warum sein Vorschlag eventuell nicht passt.

Das Prinzip von „Firstbird“ ist simpel, doch es wirkt: Alle Mitarbeiter werden zu kleinen Mini-Headhuntern, die profitieren, je besser ihre eigenen Vorschläge für bestimmte Stellen im Unternehmen sind. Und externe Agenturen müssen nicht mehr beauftragt werden. Kunden von „Firstbird“ sind mittlerweile unter anderen: der Energie- und Automatisierungstechnikkonzern ABB, die Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Deloitte und die Deutsche Telekom. Wahls spricht gern vom „War for Talent“, der sich im Moment verschärft. Und tatsächlich sind es vor allem die Arbeitnehmer, die vom Umbruch in der Branche profitieren.

Davon erzählen kann Regina Ruppert. Sie ist seit mehr als 20 Jahren als Headhunterin aktiv und Vizepräsidentin beim Bundesverband Deutscher Unternehmensberater. „Die ‚schöne neue Welt‘ im Headhunting ist für viele normale Fachkräfte eine enorme Chance – wenn sie nicht genervt werden.“ Niemand wolle jeden Tag 15 Jobangebote per Mail erhalten. Doch sei durch die größere Transparenz der Unternehmen und das schnellere Kommunizieren der Kampf um die Talente auf dem Arbeitsmarkt schärfer geworden. Für die einzelnen Angestellten und Führungskräfte bedeutet das: Mehr Auswahl bei der Suche nach Stellen, mehr Möglichkeiten zum schnelleren Aufstieg. Dabei gehe es schon lange nicht mehr nur um die Topmanager auf der allerhöchsten Führungsebene. Auch Angestellte in der mittleren Hierarchieebene der Unternehmen profitierten.

Christoph Nehring, der seit 20 Jahren als „klassischer Headhunter“ arbeitet, sieht das auch so. Er ist Geschäftsführer bei der Agentur „Hapeko“. „Für potentielle Kandidaten steigen die Chancen, eine bessere Auswahl an Stellen zu bekommen“, sagt er. „Der Wettbewerb wirkt jetzt zugunsten der Kandidaten.“

Noch vor wenigen Jahren sei der Prozess völlig anders verlaufen: Wenn der Aufsichtsrat eines Unternehmens den Geschäftsführer auswechseln wollte, konnte er schlecht eine Print-Annonce schreiben, die große Unruhe im Unternehmen verursacht hätte. Dann wurde Nehring vertraulich angerufen, und er machte sich auf die Suche. „Ich rief bei einer Firma an und sagte: Ich komme von der Universität XY und mache eine Übersicht über Einkaufsstrategien. Dann sagte die Sekretärin beispielsweise: Ja, unser Einkaufsleiter ist der Herr Ohlsen.“ Ohne Verabschiedung legte Nehring auf. Und rief eine Woche später wieder an: „Dann habe ich mich aber direkt durchstellen lassen zu Herrn Ohlsen. Und konnte dann vorsichtig vorfühlen, ob er das Unternehmen wechseln will.“

Relativ konstant geblieben ist das Honorar: Etwa 30 Prozent des späteren Bruttojahresgehalts der gesuchten Position bekommt ein Headhunter, der „klassisch“ arbeitet. Die neuen Start-ups haben dagegen ganz individuelle Finanzierungs-Strategien gefunden: Teilweise verkaufen sie ihre eigene Software, teilweise wird weiterhin an jeder Vermittlung mitverdient. Und manchmal versorgensie sogar die alteingesessenen Headhunter gleich mit: „Auch wir als klassische Headhunter müssen uns im Moment damit auseinandersetzen, wie wir mit dem digitalen Umbruch umgehen“, sagt Nehring. „Wer die Digitalisierung außer Acht lässt oder falsch interpretiert, wird in wenigen Jahren keine Chance mehr haben.“ Er glaubt an eine neue Struktur: Es finde eine Marktkonzentration zugunsten der Unternehmen statt, die „sich die teure Technik leisten und sie bedienen können“.

Eine dieser neuen, teuren Techniken ist „Personio“, eine Datensammel- und Recruiting-Software für Mittelständler. Die Funktionen reichen von der Rekrutierung über die Integration von neuen Mitarbeitern bis hin zur Verwaltung von Urlaubstagen und zur Bonusberechnung. Erfolg und Misserfolg von Mitarbeitern lasse sich so in klaren Diagrammen abbilden, sagt der Gründer und Geschäftsführer Hanno Renner.

Früher konnte nur im Vertrieb gemessen werden, wie viel Ware verkauft wird, sein Programm liefert zu allem eindeutige Werte: „Unsere Software kann etwa auch Auskunft geben: Bei welcher Führungskraft sind die meisten Mitarbeiter krank?“ Für die Personalvermittlung sind solche und ähnliche Zahlen von großem Wert. Denn mit ihnen lässt sich heute nicht nur sagen, wer aus welcher genauen Fachrichtung kommt, womit er sich detailliert beschäftigt hat, sondern auch wie erfolgreich er war. „Die Headhunter-Branche kann heute viel mehr auf einen breiten Mix aus Daten zugreifen“, sagt Hanno Renner. „Was früher die Headhunter ausmachte, nämlich, dass sie eine teilweise eigene Datenbank hatten und ein eigenes Netzwerk – das ist heute dank Internet für viel mehr Menschen verfügbar.“

Datenschützern wird womöglich etwas mulmig bei solchen Aussagen. So betont Renner auch, dass für jedes Unternehmen konkret festgelegt werden könne, wer eigentlich Zugang zu welchen Daten hat. Auch Julian von Blüchers Start-up „Talent Tree“ arbeitet viel mit Datenbanken, um neue Mitarbeiter zu rekrutieren. Jedoch: Ab dem 25. Mai tritt eine neue EU-Datenschutzgrundverordnung in Kraft. Diese berechtigt unter anderem Mitarbeiter auch gesetzlich dazu, Anspruch auf die Löschung ihrer Daten zu erheben. Gerade für die jungen Personalvermittlungs-Start-ups könnte dies einen gewissen Dämpfer bedeuten.

Aufzuhalten sind die neuen Unternehmen dennoch wohl kaum. Die alten Platzhirsche begegnen ihnen denn auch mit einigem Respekt: Bei einer der größten inhabergeführten Headhunter-Agenturen in Deutschland, „Topos“, wurde erst kürzlich das interne digitale Management-System umgestellt. Stephan Löw, der Geschäftsführer ist mit Blick auf seine Branche überzeugt: Die „hochwertige und vertrauensvolle persönliche Ansprache wird auch weiterhin ein wesentlicher Erfolgsfaktor für die Besetzung von Positionen sein“. Aber die neue Konkurrenz nimmt er durchaus ernst: „Jetzt trennt sich die Spreu vom Weizen.“

MEIN URTEIL

Kann ich meine Kündigung zurückziehen?

Wer sein Arbeitsverhältnis kündigt, hat dafür in der Regel einen guten Grund. Gleichwohl kann es vorkommen, dass Betroffene ihre Entscheidung später bereuen und wieder rückgängig machen möchten, etwa wenn sich die Aussicht auf einen neuen Job unerwartet zerschlägt. Da eine Kündigung nicht einseitig zurückgenommen werden kann, ist eine Wiederherstellung des gekündigten Arbeitsverhältnisses grundsätzlich nur mit der Zustimmung des alten Arbeitgebers möglich. Eine Ausnahme gilt jedoch, wenn die Kündigung einen formalen Fehler enthält, den die Parteien zunächst nicht bemerkt haben.

Nach einem aktuellen Urteil des Bundesarbeitsgerichts (BAG) kann der Arbeitnehmer einen solchen Fehler – und damit die Unwirksamkeit seiner eigenen Kündigung – auch noch Monate nach Ausspruch der Kündigung gerichtlich geltend machen (2 AZR 57/17). In dem jüngst zu entscheidenden Fall hatte eine unter Schizophrenie leidende Verwaltungsfachangestellte ihr Arbeitsverhältnis ordentlich gekündigt. Während der laufenden Kündigungsfrist wurde eine Betreuerin bestellt, die der Ansicht war, dass die Mitarbeiterin bei Ausspruch der Kündigung nicht geschäftsfähig war. Nachdem insgesamt neun Monate verstrichen waren, erhob die Betreuerin schließlich Klage vor dem Arbeitsgericht und beantragte die Feststellung, dass die Eigenkündigung der Arbeitnehmerin unwirksam sei.

Nach Auffassung des BAG war die Klage zulässig. Dabei stellt das Gericht klar, dass Beschäftigte grundsätzlich keine Frist zu beachten haben, wenn sie die Unwirksamkeit einer Eigenkündigung gerichtlich geltend machen wollen. Insbesondere sei die im Kündigungsschutzgesetz für Kündigungen des Arbeitgebers vorgesehene 3-Wochen-Frist weder unmittelbar noch analog anwendbar.

Andernfalls hätten es nach Ansicht der BAG-Richter die Arbeitnehmer in der Hand, die sofortige Beendigung ihres Arbeitsverhältnisses herbeizuführen, indem sie eine grundlose fristlose Kündigung aussprechen und anschließend nicht gerichtlich dagegen vorgehen. Eine zeitliche Grenze bilde lediglich das Rechtsinstitut der Verwirkung. Dafür lagen im Streitfall keine ausreichenden Anzeichen vor.

Allein der Umstand, dass die Betreuerin mehrere Monate mit der Klage abgewartet hatte, erfüllt das Umstandsmoment einer Verwirkung nicht. Das wäre nur dann der Fall, wenn die kündigende Mitarbeiterin berechtigtes Vertrauen bei dem Arbeitgeber geweckt hätte, die Kündigung in jedem Fall gegen sich gelten zu lassen.

Die Entscheidung gilt nicht nur bei einer Geschäftsunfähigkeit des Arbeitnehmers. Sie ist etwa auch dann anwendbar, wenn erklärte Kündigungen nicht der Schriftform entsprechen, sondern per Fax oder E-Mail erfolgten.

FIT DURCH SELBSTVERMESSUNG
Mit Smartwatch & Fitnessarmband zum Erfolg

elbstoptimierung mit Smartwatch, Fitnessband und Co.

Fitter, konzentrierter und erfolgreicher durch den Einsatz von Technik am eigenen Körper? Was ist wirklich dran am Hype um die „Wearables“? Thomas R. Köhler macht den Selbsttest: Binnen weniger Monate fühlt er sich fit wie nie zuvor. Jetzt zeigt er auf, wie man die besten Lösungen für sich findet und richtig einsetzt – ohne Nachteile durch die Datensammelei von Versicherungen oder Arbeitgebern befürchten zu müssen.

Hardcover · 200 Seiten · ISBN 978-3-95601-177-1 · 19,90 Euro

WWW.FAZBUCH.DE (07 11) 78 99 – 20 69 FAZ@KNO-VA.DE Frankfurter Allgemeine Buch

© Frankfurter Allgemeine Zeitung GmbH, Frankfurt. Alle Rechte vorbehalten. Zur Verfügung gestellt vom Frankfurter Allgemeine Archiv