



Kodex des guten Headhunting

BPM Bundesverband der Personalmanager

GUTE HEADHUNTER / PERSONALBERATER bieten Ihnen:

>Markt- und Branchenkenntnis

Sie überblicken den Markt, in dem ihre Auftragsunternehmen agieren, sehr gut. Sie kennen die maßgeblichen gesetzlichen Rahmenbedingungen, die Wettbewerbssituation und entscheidende wirtschaftliche Kennzahlen.

>Belastbares Netzwerk

Sie verfügen über ein ausgezeichnetes Netzwerk zu den wichtigsten Akteuren im betreffenden Marktsegment. Sie kennen viele der Kandidaten persönlich und sind in der Lage, eine fundierte Einschätzung von ihnen abzugeben.

>Erfahrung als Führungskraft

Sie haben vor ihrer Beratungstätigkeit bereits Erfahrung als Führungskraft außerhalb des Consultingbereichs gewonnen und kennen deshalb die hohen Leistungsanforderungen, die an Manager gestellt werden.

>Transparenz

Sie arbeiten mit großer Transparenz. Die Kunden sind jederzeit darüber informiert, woran die Berater arbeiten und wen sie wo suchen.

>Redlichkeit

Sie rechnen das Outplacement und die anschließende Vermittlung des Kandidaten an ein neues Unternehmen nicht doppelt ab.

>Vertraulichkeit

Sie handeln mit hoher Integrität und maximaler Vertraulichkeit, um alle Beteiligten vor, während und nach dem Search zu schützen.

>Kenntnis der Organisation und Kultur

Sie haben einen umfassenden Einblick in ihre Kundenorganisation. Sie verstehen die Strategie, kennen die internen Prozesse und können Schlüsselspieler identifizieren, die für neue Manager von Bedeutung sind. Sie kennen die Unternehmenskultur – sowohl die geschriebenen als auch die ungeschriebenen Regeln – deren Einhaltung über Erfolg und Misserfolg entscheidet.



>Realistisches Erwartungsmanagement

Sie erfassen die Erwartungen aller Stakeholder, die an die neue Führungskraft gestellt werden, und diskutieren mit ihrem Auftraggeber, wie realistisch diese sind. Sie bekräftigen den Auftraggeber darin, seine Interessen genau zu artikulieren und relevante Informationen bereitzustellen.

>Präzises Anforderungsprofil

Sie erstellen ein präzises Anforderungsprofil der zu besetzenden Stelle und verzichten darin auf Plattitüden aus vorhandenen Textbausteinen. Stattdessen beantwortet das Anforderungsprofil folgende Fragen:

- Was sind die wichtigsten Aufgaben in der Position und wie werden sich diese voraussichtlich verändern?
- Wie kann der Erfolg der Führungskraft nach einem Jahr valide gemessen werden? Welche konkreten Ergebnisse werden erwartet? Auf welche Weise sollen diese Resultate erreicht werden?
- Was sind die größten Hindernisse bei der Erreichung dieser Ziele?
- Welche erfolgskritischen Situationen muss der neue Manager schon bewältigt haben, um die gesetzten Ziele zu erreichen?
- Über welche Kompetenzen – auch im Bereich der emotionalen Intelligenz – muss die neue Führungskraft verfügen? Welche Fähigkeiten muss sie auf jeden Fall mitbringen?
- Welche Fähigkeiten und Kenntnisse sind im Team der Mitarbeiter und Kollegen vorhanden, die Defizite beim Kandidaten ausgleichen können?
- Wie ist die Unternehmenskultur?

>Realistische Suchstrategie

Sie vereinbaren mit dem Auftraggeber eine Suchstrategie, die eine realistische Analyse des Marktes und der Zielfirmen umfasst. Beide Seiten führen eine offene Diskussion darüber, was mögliche Kandidaten leisten werden können – und was nicht.

>Berücksichtigung interner Kandidaten

Sie unterstützen den Auftraggeber dabei zu prüfen, ob interne Kandidaten für die Stelle infrage kommen und den Vergleich mit externen Kandidaten anzustellen.

>Professionelle Ansprache

Sie kontaktieren mögliche Kandidaten in einer professionellen, kompetenten und zuvorkommenden Weise und halten sich bei der Direktansprache strikt an wettbewerbsrechtliche Vorgaben.



>Erstklassige Auswahlmethoden

Sie führen erstklassige Interviews oder nutzen andere geeignete Verfahren zur Eignungsfeststellung, um die richtigen Kandidaten für das Unternehmen auszuwählen. Dabei ermitteln sie, ob der Kandidat die für die Position relevanten Schlüsselkompetenzen mitbringt und wie hoch sein Entwicklungspotenzial ist. Die aus den Assessments gewonnenen Erkenntnisse teilen sie uneingeschränkt mit ihren Auftraggebern. Sie prognostizieren die Entwicklungsmöglichkeiten der Kandidaten auf realistische Weise und zeigen auch Grenzen der Entwicklung auf.

>Aussagekräftige Kandidatenprofile und ggf. Negativempfehlungen

Sie erstellen Kandidatenprofile und ggf. Vergleichsauswertungen der Profile, die über deren Eignung für die Stelle Auskunft geben. Sollte sich herausstellen, dass Kandidaten nicht über das gesuchte Profil verfügen, raten gute Headhunter auch von Bewerbern ab.

>Glaubwürdige Referenzen

Sie holen Referenzen ein, die ihren Namen wert sind. Diese Auskünfte stammen von verlässlichen Gesprächspartnern, die die Kandidaten im konkreten Arbeitsumfeld erlebt haben und grenzen sich von Gefälligkeitsgutachten ab. Die Referenzen zeichnen ein ausgewogenes Bild des Kandidaten und beleuchten sowohl relevante Stärken als auch Entwicklungsfelder.

>Unparteiliche Beratung

Sie erstellen eine Shortlist der infrage kommenden Kandidaten und sind bei den Präsentationsinterviews vor Ort dabei, um die Passung der Kandidaten und des Unternehmens besser einschätzen zu können. Sollte diese Passung nicht gegeben sein, wird dies offen angesprochen. Sie sind wirkliche Ratgeber für Unternehmen und Kandidaten und weisen auf Chancen und Risiken für beide Seiten hin.

>Unterstützung der Vertragsverhandlungen

Sie sind – falls gewünscht – bei den Vertragsverhandlungen involviert. Sie verstehen die Standpunkte beider Seiten und unterstützen bei einer möglichen Kompromissuche.

>Begleitung des Onboarding

Sie halten nach Arbeitsbeginn Kontakt zum ausgewählten Kandidaten und zum Unternehmen, um die Integration in das neue Arbeitsumfeld zu unterstützen. Dazu bieten sie auch Onboarding-Coaching und andere Instrumente an, die die Einarbeitung unterstützen und den langfristigen Erfolg des Kandidaten im neuen Unternehmen fördern.



>Debriefing mit Verbesserungsvorschlägen

Sie organisieren nach der Einarbeitungsphase ein Debriefing mit dem Kunden, um Optimierungspotenziale zu diskutieren und Verbesserungsvorschläge für eine zukünftige Zusammenarbeit abzuleiten.

>Nachsuche

Sie wiederholen die Suche honorarfrei, falls sich die neue Führungskraft und das Unternehmen im ersten Jahr voneinander trennen.