



Ein Headhunter ist nicht nur auf der Jagd nach geeignetem Personal für eine Firma, auch der Mitarbeiter kann sich für die Jobsuche an einen Personalvermittler wenden

XING & CO

Professionelle Vermittler sind interessant für jeden, der Karriere machen will. Jobnetzwerke im Internet sind zwar eine „virtuelle Visitenkartenbörse“, wie Thomas Schonscheck sagt. „Aber Personalvermittlung ist kein rein technischer Prozess, sondern eine Dienstleistung, die mehr umfasst als das Führen einer Datenbank und das Ansprechen potenzieller Kandidaten. Personalvermittler wählen aus, führen Vorgespräche – das ist nicht durch Internet-Netzwerke zu ersetzen.“

Internet Netzwerke sind eher für die Alleinstellungsmerkmale wichtig: Laut einer Studie von Global Workforce Index, die 2000 Arbeitnehmer aus Deutschland befragten, sagten 54 Prozent, dass sie soziale Netzwerke nutzen, um ihre persönliche Marke zu pflegen.

den sollte. Viel hilft viel, heißt es so schön, doch das gilt hier nur begrenzt. „Kleineren Angestellten schadet es nicht, eine Reihe von Anbietern anzusprechen“, sagt Coach Hesse. In gehobenen Positionen wäre es aber töricht, sämtliche Vermittler, die man sich ergoogelt hat, mit seinen Unterlagen zu bombardieren. So mache man sich zum Bittsteller und schade seinem Marktwert, erklärt Hesse. „Man sollte vor allem nicht mehrere Vermittler wählen, die im selben Markt fischen“, warnt Thomas Schonscheck. Sonst bestehe die Gefahr, dass eine Personalabteilung von mehreren Vermittlern zeitgleich denselben Kandidaten angeboten bekommt. „Dann wirkt diese Person wie ein Sonderangebot, das besonders stark beworben wird.“

Zudem wählt man am besten Vermittler aus, die sich auf die jeweils relevante Branche spezialisiert haben und hier mit ih-

rer Expertise und ausgezeichneten Kontakten glänzen.

Die Suche nach einem neuen Job ist zeitintensiv und aufwändig. Auch an professionelle Vermittler sollte man sich nicht erst dann wenden, wenn es akut wird. Denn selten werden diese sofort die geeignete Stelle aus dem Ärmel zaubern. Außerdem werden sie nur dann den Job vermitteln, der einen wirklich weiterbringt, wenn sie den Bewerber und dessen Stärken und Schwächen gut genug kennen – und das gelingt nicht mal eben in einem kurzen Gespräch.

Nach einer erfolgreichen Vermittlung bleibt man üblicherweise in der Kartei – und sollte den Kontakt mit dem Vermittler pflegen. „Denn möglicherweise ist man in ein paar Jahren wieder ein geeigneter Kandidat für eine andere Stelle“, erklärt Karrierecoach Hesse. Deshalb ist es wichtig, sich gelegentlich in Erinnerung zu bringen, Adressänderungen oder neue Handy-

INSIDER-TIPP VON SQUEAKER.NET

Das Case-Interview

In der Consulting-Branche brauchen junge High Potentials gute Nerven! Bei den Top-Unternehmensberatungen erhält gerade einmal einer von hundert Bewerbern den ersehnten Job. Um die besten Nachwuchsberater auszusieben, führen Unternehmensberatungen das sogenannte „Case Interview“. Ein Case ist eine knappe wirtschaftliche Problemstellung, die man ohne jedes Vorwissen bearbeiten kann. Im Prinzip ist jede Aufgabe denkbar, die Ihre analytisch-wirtschaftlichen Fähigkeiten testet. Da Ihr Umgang mit den Cases entscheidend ist für ein erfolgreiches Gespräch, sollten Sie Case-Interviews vorher üben.

Ein paar Beispiele:

■ „Sie sind ein Postmonopolist. Wie reagieren Sie auf den Fall des Briefmonopols?“

■ „Sie sind ein deutsches Bankhaus und wollen einen Wettbewerber in Frankreich kaufen. Wie gehen Sie vor?“

■ „Welche Effekte hat ein Supermarkt, wenn er Bier eine Woche lang zum Sonderpreis verkauft?“

ratung gestellt: „Welchen Gewinn macht eine amerikanische Kaffeehauskette in der Innenstadt im Jahr?“

Für die Beantwortung der Frage stellen Sie eine einfache Gewinngleichung auf (Gewinn = Umsatz – Kosten) und bearbeiten die einzelnen Komponenten der Gleichung. Beim Umsatz kommt es auf die Anzahl der Besucher und ihren durchschnittlichen Verzehr an. Beide Teile hängen von der Tageszeit und dem Wochentag ab. Man könnte drei Gruppen von Besuchern segmentieren, einen durchschnittlichen Warenkorb (Kaffee, Snacks, Frühstück, Kuchen) annehmen und diese mit der Anzahl der Besucher zu verschiedenen Tages- und Wochenzeiten multiplizieren. Die Kosten teilen sich grob in fixe (z.B. Miete, Inventar, Personal) und variable (Kaffee, Speisen) auf. Überlegen Sie, wie viel Personal im Starbucks arbeitet, was deren Löhne sind, welche Miete man zahlen muss und was die Warenkosten pro Warenkorb sind. Am Ende erhält man einige auf Annahmen basierende Zahlen, die man noch zusammenschreiben kann – et voila!



Das Buch zum Thema: Consulting Case-Training. 30 Übungscases für die Bewerbung in der Unternehmensberatung. 1. Aufl. 2010.

ISBN 978-3-940345-097. € 39,90 versandkostenfrei im Buchhandel & auf www.squeaker.net erhältlich.

Informieren Sie sich vor dem Interview über die Projekte der betreffenden Unternehmensberatung. Meist stammen die Cases aus Branchen, in denen die Berater erfahren sind! Folgende Frage wurde 2009 bei einer bekannten Be-