

Spürhund, **Menschenleser** und Sparringspartner

Von Claudia Kroll-Kubin

» **DARMSTADT.** Er kennt sie alle, die Kniffe des Suchens und Findens von Führungskräften und die relevante Branche dazu sowieso. Er ist ein Spürhund, der zwischen vakanten Positionen und potenziellen Kandidaten ansetzt, wo Rekrutierungsmaßnahmen von Unternehmen nicht zielführend sind. Dabei ist er vertrauensvoller Mittler und Sparringspartner, der mit seinen Klienten gemeinsam eine Lösung für konkrete Aufgaben findet – der Headhunter. Einer von ihnen ist Dr. Terhalle & Nagel aus Darmstadt.

Auf technische und naturwissenschaftliche Positionen spezialisiert, rekrutiert Dr. Terhalle & Nagel Führungskräfte aus dem produzierenden Mittelstand. Bundesweit arbeitet er für über 50 wettbewerbsstarke Unternehmen. Mit etwa einem Dutzend Beratern besetzt er pro Jahr über 50 Stellen. Mehrfach wurde er als „Headhunter of the Year“ gekürt, aktuell feiert er sein 10-jähriges Betriebsjubiläum. „Uns zeichnet besonders die starke Berücksichtigung von Strategie und Unternehmenskultur des einzelnen Kunden aus. Hier setzen wir innovative Methoden aus der systemischen Beratung und der Organisationstheorie ein. Zusammen mit unseren sehr IT-gestützten Prozessen unterscheidet uns dies markant von anderen Headhuntern“, sagen die beiden Geschäftsleiter, Dr. Johannes Terhalle und Gerrit Nagel. Für das WirtschaftsEcho gewähren die beiden Profis einen Blick hinter die Kulissen.

„Wer morgens ins Büro kommt, dreht erstmal eine Runde. Oft trinken wir einen Kaffee zusammen und erzählen uns Neuigkeiten aus Projekten“, schildert Gerrit Nagel die Szenerie. Womit er nicht unbedingt das Bild von einem Headhunter erzeugt, der immerzu „busy“ auf Kandidaten-Pirsch am Telefon hängt und „der Kittel“ brennt, da der Auftraggeber auf die erhoffte Punktlandung wartet. Trotzdem gibt es das im Business von Dr. Terhalle & Nagel, regelmäßig Zähne ausbeißen an diffizil zu besetzenden Positionen, getrieben vom Hunter-Gen: „Wir wollen besetzen!“, wie Headhunter Nagel betont. Bei alledem geht es aber durchweg konzentriert, sorgsam, präsent und fern ab von jeglicher Hektik zu, im vierten Stock des Office Towers.

In transparenten Einzelbüros wird selbstständig gearbeitet. Das viele Glas der Räume mit Schiebetür gibt Gelegenheit zum Austausch. Aktive Kommunikation ist der rote Faden in den crossover arbeitenden Teams. Man trifft sich in der Lounge, im Konfe-

renzraum, oder per Webkonferenz. „Wir sind auch viel unterwegs, um deutschlandweit Kandidaten zu treffen. Für uns als Geschäftsführer enden die Tage dann oft mit Status-Call mit Kunden“, so Nagel weiter. „Zum einen sind wir aktiv auf der Suche nach Personen, die ein spezielles Profil für eine bestimmte Aufgabe mitbringen. Zum anderen ist die Tätigkeit per se eine sehr intensive Beratung mit hohem Coaching-Anteil“, merkt Dr. Johannes Terhalle an. Sie sind beides, Headhunter und Personalberater in einem. „Keine Personalvermittler“, wie die beiden unterstreichen.

„Wir verstehen die Position, die wir besetzen, sehr gut. Wir überlegen uns, für wen das ein sinnvoller nächster Schritt sein kann, identifizieren die Menschen und sprechen sie an“, so Nagel. Wobei er beteuert, dass sie die Kandidaten nicht in sozialen Netzwerken ansprechen. Gespür und Talent sei gefragt, gerade wenn es darum gehe, solche, die sich aktuell in einer erfolgreichen Position befinden, zu einem Arbeitgeberwechsel zu bewegen. Dr. Terhalle: „Diese Wechselmotivation ist bei vielen gegeben.“ Nagel ergänzt: „Wir führen ein offenes Coaching-Gespräch, interessieren uns für das Gegenüber, seine Wünsche. Wir überreden niemanden, Kandidaten sind keine Ware.“ Da man viel über die Aufgabe, die Unternehmenskultur wisse, könne man ein sehr lebendiges Bild zeichnen. Hinzu komme, dass nur knapp 25 Prozent in der Aufgabe fest verankert sind.

„75 Prozent hören zu und reflektieren, ob die Vakanz etwas für sie wäre“, erwähnt Dr. Terhalle und betont: „Kandidaten interessieren sich

nicht eindimensional für ‚Karriere‘ im Sinne von Position, Image, Gehalt, sondern mehrdimensional für den für ihre Lebenssituation passenden Schritt.“

Mit der Möglichkeit des Active Sourcing kommen Unternehmen hier an Grenzen, wie Nagel aus Erfahrung weiß und Unternehmen bei der Besetzung einer neuen Führungsposition zur Hilfestellung eines Personalberaters rät. Dr. Terhalle quittiert: „Wir stehen selbst Active Sourcing kritisch gegenüber und haben diese Ansätze schon vor Jahren als potientes Active Stalking benannt.“ Zudem hätten Inhouse-Berater die Schwierigkeit, als Berater und Coaches auf Augenhöhe mit den Fachentscheidern zu agieren. Unternehmen benötigten nicht nur die Suche, sondern ebenso die Beratung. Dabei stehe die Unternehmenskultur im Zentrum. Zu ihr soll die neue Führungskraft passen.

Honorar bemisst sich am Jahresgehalt

Mit „Valuesimpact“ hat Dr. Terhalle & Nagel ein digitales Tool entwickelt, mit dem die aktuelle und gewünschte Unternehmenskultur sichtbar gemacht werden kann. Mit Hilfe des Online-Werteassessment werden Werte und die Dynamik der Organisationsentwicklung besser besprechbar. „Damit kommen wir tiefer ins Gespräch mit den Entscheidern“, stellt Nagel heraus und betont Headhunter und Unternehmen als Sparringspartner. Was sich im Projektverlauf spiegelt: Vorgespräch mit dem Kunden vor Ort, Vertrag, „360°-Briefing“, Aufbau der Targets, USP-Argumentation, Start des Research, Start der Ansprache, Telefoninterviews und Kandidateninterviews vor Ort. Bei der Ansprache spricht man vorerst „durch die Blume“, wie „wir haben eine Vertriebsleiterposition Ihrer Branche“, und gibt nur relevante Informationen zur Position. Nagel: „Wir sind das Erste, was der Kandidat vom Kunden wahrnimmt.“ Im Schnitt werden erste Kandidatenprofile nach vier bis sechs Wochen vorgestellt, nach zehn bis zwölf

Wochen wird besetzt. „Wobei wir für ein Projekt in der Summe rund 150 bis 250 Stunden Arbeit aufbringen“, lässt Dr. Terhalle wissen.

Bei all der Leidenschaft für die Sache lebt der Headhunter nicht vom Brot allein. Die Höhe des Honorars bemisst sich meist am Jahresgehalt des Mitarbeiters, der vermittelt wurde. Honorarsätze zwischen 20 und 30 Prozent sind üblich. Im Executive Search für hochrangige Führungskräfte können die Honorarsätze über die 30 Prozent steigen. Dr. Terhalle: „Die Hebelkraft einer Führungskraft ist mitunter so groß, dass demgegenüber die Kosten für den Personalberater als gering einzuschätzen sind.“ Die eigene Positionierung fixiert er im Bereich von Stellen mit einem Gehalt von 100 000 bis 200 000 Euro. „Wir lieben es, Positionen zu verstehen und passende Kandidaten zu finden. Mit den Jahren erarbeiten Sie sich aber eine Kompetenz, die von Kunden für leitende Positionen sehr geschätzt wird. Da man seine Zeit nur einmal einsetzen kann, muss man Prioritäten setzen“, markiert Gerrit Nagel mit einem Augenzwinkern. Dr. Johannes Terhalle unterstreicht: „Ein guter, seriöser Headhunter überzeugt neben Haltung und Methodik durch die Sorgfalt, dass er die Kandidaten erreicht, die der Kunde erreichen möchte. Und nicht nur die, die sichtbar sind.“

Kurzprofil Geschäftsführer

Dr. Johannes Terhalle studierte Kultur- und Politikwissenschaften, wechselte nach der Tätigkeit als wissenschaftlicher Mitarbeiter in die Erwachsenenbildung, anschließend in Change Management und Consulting (Ausbildungen: Systemische Organisationsberatung, Coaching, Whole-Scale-Change-Prozesse mit Großgruppen). Nach fünf Jahren als Leiter einer technischen Niederlassung eines Personaldienstleisters ist er seit 2009 Geschäftsführer des Headhunters Dr. Terhalle & Nagel.

Gerrit Nagel studierte Wirtschaftsingenieurwesen in Darmstadt und Glasgow. Nach dem Berufseinstieg als Vorstandsassistent eines Logistikkonzerns leitete er dort das Projektcontrolling in einem großen IT-Projekt. Anschließend wirkte er als Projektmanager und Vertriebsleiter für Neue Medien in einem bedeutenden deutschen Verlag. Er folgte dem Ruf eines französischen Werbekonzerns und reorganisierte in zwei Jahren das operative Geschäft in Deutschland. Seit 2009 ist Gerrit Nagel Geschäftsführer des Headhunters Dr. Terhalle & Nagel.

„Wir führen ein offenes Coaching-Gespräch, interessieren uns für das Gegenüber, seine Wünsche. Wir überreden niemanden, Kandidaten sind keine Ware.“
Gerrit Nagel

„Kandidaten interessieren sich nicht eindimensional für ‚Karriere‘ im Sinne von Position, Image, Gehalt, sondern mehrdimensional für den für ihre Lebenssituation passenden Schritt.“
Dr. Johannes Terhalle



Foto: Guido Schiek