



Beruf als
Berufung

Regina Graf – MPB Recruitment Group

«WIR SIND DIE GLÜCKLICHMACHER»

Regina Graf von der MPB Recruitment Group AG über ihre Passion im Headhunting. Die Besonderheiten und Herausforderungen in der Suche nach Spitzenkräften sowie den aktuellen Trends in der Branche.



«kmu news»: Regina Graf, was genau machen Sie beruflich?

Regina Graf: Ich bin Inhaberin der MPB Recruitment Group AG mit Hauptsitz in Basel und zwei Niederlassungen in Zürich und Bern. Unser Unternehmen ist spezialisiert auf die Suche nach Führungskräften vor allem für KMU. Wir sind branchenübergreifend tätig und werden dort eingesetzt, wo es um eine wichtige und anspruchsvolle Stellenbesetzung geht.

Wie sind Sie zum Headhunting gekommen und was macht für Sie diesen Beruf zur Berufung?

Ursprünglich komme ich aus dem Finanzbereich. Schon damals wollte ich beruflich immer in einem Bereich tätig sein, in dem ich

viel mit unterschiedlichsten Menschen zu tun habe. Meine eigentliche Berufung – das Headhunting – habe ich nach der Finanzkrise durch einen Zufall entdeckt. Im Grundsatz kann man den Beruf so nicht lernen. In diesem Beruf wächst man hinein, indem dieser ausgeführt wird. In unserem Unternehmen haben wir alle beispielsweise einen anderen beruflichen Hintergrund.

Was macht einen erfolgreichen Headhunter aus?

Man muss sich für Menschen interessieren. Man muss aber auch wissen, wie man die Prozesse richtig anwendet, um die geeigneten Kandidatinnen und Kandidaten für die Unternehmen zu finden. Dies ist der grosse Unterschied zwischen Headhunting

und Stellenvermittlung. Headhunter sind im Auftrag eines Unternehmens unterwegs, Stellenvermittlerinnen und Stellenvermittler hingegen im Auftrag von Stellensuchenden.

Dann suchen nicht alle einen neuen Job, die Sie direkt ansprechen?

So ist es. In den allermeisten Fällen sind die besten Kandidierenden jene, die vielleicht noch nicht einmal über einen beruflichen Wechsel nachgedacht haben. Fakt ist: Der Kandidatinnen- und Kandidatenmarkt befindet sich im Wandel. Bei rund 20 Prozent der Kandidierenden handelt es sich um klassische Bewerberinnen und Bewerber – Tendenz sinkend. Steigend ist die Tendenz bei den Bewerbungen via Social Media – diese

machen derzeit rund 40 Prozent aus. Die übrigen 40 Prozent sind so zu sagen «der blinde Fleck». Diese Leute findet man nicht einfach so auf dem Markt. Und genau hier kommt unsere Kernkompetenz ins Spiel: Wir identifizieren diese potenziellen Mitarbeitenden für unsere Kundschaft. Wir evaluieren und kontaktieren diese immer persönlich. Durch unsere bewährten Prozesse und das ausgebaute persönliche Netzwerk in unterschiedlichsten Branchen finden wir die geeigneten Personen für die entsprechenden Stellen – und dies nachhaltig.

Wie geht MPB Executive Search mit dem Arbeitskräftemangel in Spitzenpositionen um?

In den Spitzenpositionen – ich spreche hier von C-Level-Positionen und von Verwaltungsratsmandaten – besteht kein Mangel an Kandidierenden. Hier geht es explizit darum, die geeignete Person zu finden – manchmal unter mehreren Dutzend Interessentinnen und Interessenten. Manchmal sprechen wir mit 150 und mehr Personen, bis wir die Stelle optimal besetzen können. Damit es optimal für beide Seiten ist. Gerade für Spitzenpositionen ist die Identifikation der geeigneten Persönlichkeit alles andere als trivial.

Wie wichtig sind die fachlichen im Vergleich zu den menschlichen Kompetenzen bei der Besetzung von Spitzenpositionen?

Fachkompetenz ist immer wichtig. Sie ist die Voraussetzung, denn je höher das Level der zu besetzende Stelle ist, desto mehr Gewicht kommt der menschlichen Kompetenz zu. Dabei ist es generell wichtig zu erwähnen, dass die Kandidierenden auch zur Firmenkultur passen. Das Unternehmen ist mit der neuen Führungskraft glücklich und umgekehrt auch. Und zwar langfristig. Es bringt niemandem etwas, wenn eine Stelle nur kurzzeitig besetzt werden kann. So gesehen, sehen wir uns als «Glücklichmacher». (lacht)

Wie sieht Ihrer Meinung nach die Zukunft der Personalrekrutierung in der Schweiz aus? Gibt es Trends oder Entwicklungen, die Sie besonders im Blick haben?

Vor allem im C-Level Bereich werden die Anforderungen an die Beratungskompetenzen der Headhunter noch steigen. Bei der Suche nach Fachspezialistinnen und -spezialisten werden die Kosten weiterhin sinken. In diesem Bereich dürfte tendenziell das Thema Künstliche Intelligenz als Unterstützung an Bedeutung gewinnen und den Headhunterinnen und Headhuntern helfen, ihre Arbeit



REGINA GRAF, MANAGING PARTNERIN, INHABERIN MPB RECRUITMENT GROUP AG.

effektiver sowie effizienter zu gestalten. Die menschliche Expertise, insbesondere in Bezug auf Kandidatenbewertung und Kulturpassung, wird jedoch nach wie vor von grosser Bedeutung sein. Wenn die Babyboomer in sieben Jahren komplett in Pension sind, dann wird erst der wahre Arbeitskräftemangel entstehen und die Bedeutung des Headhunters und der Headhunterin enorm zunehmen. Sie werden die Botschafterinnen und Botschafter der Unternehmungen sein, welche Zugang zu den Kandidatinnen und Kandidaten aufbauen und für die Kundschaft gewinnen. KMU haben meist keine eigenen Ressourcen für diese arbeitsintensive Tätigkeit und können auch nicht einfach bei der Konkurrenz reinrufen.

IN KÜRZE

Regina Graf...

...Managing Partnerin und Inhaberin der MPB Recruitment Group AG in Basel, Bern und Zürich betont die Bedeutung von menschlicher Kompetenz neben Fachwissen bei der Besetzung von Spitzenpositionen. Die Headhunterin sieht die Zukunft der Branche geprägt durch den Bedarf an hoher Beratungskompetenz bei C-Level Positionen und den Einsatz von Künstlicher Intelligenz bei der Besetzung von Fachkräften. Ihre Tätigkeit sei mehr Berufung als Beruf. Ziel sei es, jederzeit die perfekten Persönlichkeiten für die Unternehmen zu finden.