



LEADER

Wege zum neuen Top-Job

Selbstvermarktung über soziale Medien kann die Karriere fördern

Décrocher un job de rêve

Se vendre par les médias sociaux net de façon ciblée peut favoriser la carrière



Doris Aebi, Mitinhaberin der Exekutive Search Firma aebi+kuehni ag, im Gespräch darüber, was für Kader auf dem Weg zum neuen Top-Job wichtig ist.

«Zuallererst gilt es, sich genau zu überlegen, was und wo man arbeiten möchte.»

Doris Aebi hat zwölf Jahre Erfahrung im Executive Search. Kaderstellensuchenden empfiehlt sie, das Umfeld genau zu definieren, in dem sie sich einbringen möchten. Hilfreich ist auch, im Internet mit Referaten und Publikationen sichtbar zu sein.

Auf welchen Wegen finden Sie in der Schweiz die geeignetsten Kandidaten für einen Mandanten, der eine Führungsposition besetzen will?

Auf Stufe Geschäftsleitung, CEO und Verwaltungsrat wählen wir den Weg der gezielten Direktansprache. Ausschreibungen in Medien sind bei solchen Positionen eher die Ausnahme. Zusammen mit dem Auftraggeber erarbeiten wir vorgängig ein detailliertes Positions- und Anforderungsprofil. Anschliessend stecken wir den positionsspezifischen Markt ab. Welches ist das Zielumfeld, das für die Suche relevant ist? Soll der Kandidat aus derselben Branche stammen, von der Konkurrenz kommen, oder sind auch andere Zielmärkte denkbar? Wir führen keine Datenbank, sondern recherchieren gezielt im aktuellen Markt.

Kann es auch vorkommen, dass Sie die richtige Person gar nicht finden?

Nein, die finden wir immer. Die Position muss ja schliesslich besetzt werden. Die Frage lautet eher: Welche Kriterien des Anforderungsprofils werden vom Auftraggeber wie hoch priorisiert? Übrigens: Auch geeignete Frauen zu finden, ist zunehmend kein Problem. Man muss diese einfach gezielt suchen.

Sie suchen vorwiegend Top Executives. Warum lassen sich diese überhaupt mit Executive Search Beratern ein?

Genau diese Frage habe ich mir auch gestellt, bevor ich in diesem Metier tätig wurde. Es geht hier letztlich ja auch um die Loyalität zwischen Arbeitnehmern und Arbeitgebern. Die Erfahrung hat mir gezeigt,

dass es einfach ist, geeignete Personen mit einer richtigen Ansprache zu gewinnen. Nur selten reagiert jemand mit Desinteresse. Was mir aufgefallen ist: Frauen reagieren defensiver auf die Direktansprache als Männer. Oft fragen sie zuerst: «Wie kommen sie gerade auf mich?» Ich würde mir manchmal wünschen, dass diese Frauen ein bisschen mehr Selbstvertrauen an den Tag legen. Ein wichtiger Punkt, der übrigens für die Ansprache über einen Intermediär spricht, ist die Diskretion. Der Kandidat oder die Kandidatin muss sich nicht offiziell bewerben, sondern bleibt so lange im Prozess, wie es für ihn oder sie stimmt.

Was ist Ihr Eindruck: Gibt es noch fest abgesteckte Karrierepfade in den Unternehmen – Aufstiege, die nach Plan verlaufen?

In grösseren Unternehmen gibt es zwar Karriereentwicklungspläne für Nachwuchskader. Planbar ist eine Karriere aber nicht, zu schnell können sich die Rahmenbedingungen ändern. Oft ist ausschlaggebend, einfach zum richtigen Zeitpunkt am richtigen Ort zu sein.

Welche Weiterbildungselemente sind heute unerlässlich, um karrieremässig vorwärts zu kommen?

Das hängt von der Funktion ab, die Sie anstreben. Bei einer Fachkarriere wird in der Regel primär die spezifische Expertise vertieft, während bei Führungskarrieren interpersonelle und teamorientierte Ausbildungsinhalte im Vordergrund stehen. Je höher die Position, desto wichtiger werden Kommunikationsfähigkeiten und Persönlichkeit.



«Oft ist ausschlaggebend, einfach zum richtigen Zeitpunkt am richtigen Ort zu sein»

Wer seine Chancen auf einen guten Job erhöhen will, verlässt sich heute nicht nur auf Stellenanzeigen, sondern nutzt verschiedene Wege, zunehmend auch Social Media. Verlieren die Personalvermittler und Executive Search Berater an Bedeutung im Rekrutierungsprozess?

Nein, aber Internet und Social Media verändern diese Berufe. Die Pflege eines Bezie-

hungsnetzes und das Führen einer Datenbank über mögliche Kandidatinnen und Kandidaten ist kein Asset mehr. Der Mehrwert im Executive Search entsteht in der Analyse und Beurteilung der öffentlich zugänglichen Informationsflut, um die geeigneten Personen für die Position ausfindig zu machen. Internet und Social Media stellen deshalb für unser Geschäftsmodell keine Bedrohung dar. Im Gegenteil, wir nutzen diese Plattformen als aktuelle und

verfügbaren Informationen. Zudem manchmal auch zur Überprüfung der Werthaltigkeit von Aus- und Weiterbildungen. Nicht ganz unwichtig, denn heute kann man sich ja sogar auf Groupon einen Dokortitel kaufen.

Wie viel Energie soll man als Kaderstellensuchender vernünftigerweise in die Selbstvermarktung auf den sozialen Netzwerken investieren?

Trotz ansprechendem Gehalt und guter Position meldet sich kein Executive Search Berater bei mir. Was mache ich falsch, dass Funkstille herrscht?

Definieren und Pflegen Sie ein nützliches Beziehungsnetz. Erfassen Sie sich auf relevanten Plattformen, halten Sie Referate an Kongressen, schreiben Sie Artikel!

Könnte es auch am Jahresgehalt liegen? – Ab welchem Einkommen werde ich für Headhunter interessant?

Das Gehalt ist nicht entscheidend, ob wir auf jemanden aufmerksam werden oder nicht, wobei sich die zu besetzenden Positionen in der Regel im Bereich von 220'000 Franken aufwärts bewegen.

DR. DORIS AEBI

studierte an der Universität Zürich Soziologie, Wirtschaftswissenschaften und Politologie. 2004 gründete sie mit Rene Kuehni die Firma «aebi+kuehni ag – tailor-made solutions in recruiting». Das Unternehmen ist auf die internationale Direktsuche von Führungs- und Fachkräften im Management sowie von Verwaltungsräten spezialisiert. Doris Aebi ist Vizepräsidentin des Verwaltungsrates des Migros-Genossenschaftsbundes und Mitglied des geschäftsleitenden Ausschusses des Instituts für Wirtschaftsethik der Universität St. Gallen.

Was raten Sie Frauen, die sich beruflich verbessern möchten? Welche Kanäle sollten sie für die Jobsuche nutzen?

Ich rate Frauen grundsätzlich das selbe wie Männern: Hören Sie in sich hinein und finden Sie heraus, was Sie gerne machen. Dann sollten Sie sich überlegen, in welchen Netzwerken Sie sich bewegen müssen, um an den entscheidenden Orten aufzufallen. Das können Frauennetzwerke, gemischte Netzwerke, fach- oder berufsspezifische, aber auch Ehemaligen-Netzwerke sein. Und gerade für Frauen gilt: Versuchen Sie visibel zu werden, mit einer eigenen Homepage, mit Referaten und Publikationen von Fachbeiträgen. ●

Interview: Markus Zürcher

umfassende Informationsquelle. Die Konsequenzen der technologischen Entwicklung sind für Personalvermittler stärker, weil deren Funktion zunehmend durch Internet-Plattformen übernommen werden.

Googeln Sie Kandidaten?

Ja, vor der Direktansprache einer Person sammeln wir jegliche über sie öffentlich

Zuallererst gilt es, sich genau zu überlegen, was und wo man arbeiten möchte. Sie sollen das Umfeld bestimmen, in dem sie sich mit ihren Kenntnissen, Erfahrungen und Interessen einbringen möchten. Ich empfehle auch Spontanbewerbungen an Wunschfirmen und die Nutzung von Social Networks wie LinkedIn und Xing. Auch dort gilt: möglichst klar umschreiben, was man sucht.