

Headhunting geht auch auf dem Land

Vor acht Jahren arbeitete Volker Starr vor allem für Auftraggeber in Metropolen – heute spielt die Musik im regionalen Mittelstand

VON STEFANIE HIEKMANN

BAD IBURG. Seit acht Jahren ist Volker Starr Headhunter. Nicht für große Konzerne in Frankfurt, München oder Düsseldorf, sondern für Mittelständler im Osnabrücker Land und im Emsland. Wie ticken die hiesigen Entscheider? Wie macht man Headhunting in der Region?

20 Jahre sei er „draußen“ gewesen, sagt der gelernte Politologe und Absolvent des renommierten Otto-Suhr-Instituts an der Freien Universität Berlin. Draußen in der Praxis. Als Leiter für Grundsatzfragen bei Daimler-Benz in der Konzernrepräsentanz in Berlin, als Personalabteilungsleiter bei Toshiba in Düsseldorf, als Geschäftsführer für Marketing und Vertrieb bei Piepenbrock in Osnabrück, als Mitarbeiter am Max-Planck-Institut für Bildungsforschung und auf weiteren Stationen in Konzernen und mittelständischen Unternehmen in Deutschland, in der Schweiz und in Großbritannien. Erst mit diesen Erfahrungen im Hintergrund reifte bei Starr die Idee, sich mit dem Headhunting selbstständig zu machen. „So etwas kann nur gelingen, wenn man selbst bereits operativen Stallgeruch hatte“, sagt Volker Starr in seinem Büro in Bad Iburg bei Osnabrück.

Das anerkannte Kneipp-Heilbad ist kein Ort, an dem man einen Headhunter vermutet. Doch für Starr ergibt die Lage Sinn. Der Personalmarkt hat sich verändert: „Mittelständler sind moderner, und Headhunting ist salonfähiger geworden.“ Noch vor acht Jahren habe er den Großteil seiner Aufträge in Stuttgart, München und Berlin gehabt. Doch dann: „Ohne dass ich irgendetwas dafür getan habe, haben sich die Aufträge in die Region verlagert.“ Viele Kunden kommen aus dem Osnabrücker Land, dem Emsland, aber auch aus Hamburg, Hannover oder Oldenburg. „Headhunting ist in ländlichen Gegenden wichtiger geworden.“ Schließlich machen die Trends der Technologisierung und Globalisierung auch dort nicht halt. Um wettbewerbsfähig zu bleiben, müssen zunehmend mehr Spezialfähigkeiten, hoch qualifizierte Manager und Know-how eingekauft werden.

Doch auch seine Mentalität führe dazu, dass er heute vor allem für Mittelständler in einem Radius von 150 bis 200 Kilometern rund um sein Büro tätig sei, sagt Starr. Denn gerade wenn es darum gehe, für einen Kunden in eher ländlich geprägten Raum einen hoch qualifizierten Mitarbeiter zu finden, sei Standortmarketing ein ganz zentrales Thema. „Ich komme selbst



Nach über 20 Jahren Führungserfahrung in Konzernen und bei Mittelständlern wechselte der Bad Iburger Volker Starr die Schreibtischseiten. Seit 2007 arbeitet er als Headhunter in der Region.

Fotos: David Ebener

aus der Region und trage die Mentalität. Der kulturelle Fit zwischen Auftraggeber und Headhunter spielt eine entscheidende Rolle“, so Starr.

Als wichtige Punkte neben den klassischen Standortfaktoren nennt Starr Versorgungs- und Betreuungsangebote für Kinder sowie auch den Zugang zu lokalen Wirtschafts- und Verbandsrepräsentanten. „Natürlich muss das Gehalt stimmen, der Partner muss einverstanden sein, aber es werden zukünftig vermehrt noch weitere Details rund um das Jobange-

„Mittelständler sind moderner geworden.“

Volker Starr, Headhunter

bot sein, die das Zünglein an der Waage sind“, ist sich Volker Starr sicher. Arbeitnehmer stellten andere Ansprüche als noch vor zehn Jahren – gerade wenn sie sich in Richtung Mittelstand orientierten. „Die Leute sind nicht mehr bereit, um alles in der Welt Karriere zu machen.“ Werte wie Sicherheit, Flexibilität sowie berufliche und private Heimat und Vertrautheit mit dem Arbeitgeber spielten eine zunehmend wichtige Rolle.

Auch auf Arbeitgeberseite stehen aus Starrs Sicht Sicherheit und Vertrautheit im Vordergrund. „Mittelständler sehen es gerne, wenn Manager in die Region ziehen. Der Mitarbeiter soll es ernst meinen und seinen Lebensschwerpunkt dort haben, wo er arbeitet“, sagt Starr. In großen Konzernen sei es hingegen oft okay, jeden Montag einzufliegen. Auch in puncto Persönlichkeit haben Mittelständler ihre Manager gern „anfassbar“. In den ersten Gesprächen gehe es oft darum, welche Hobbys der Arbeitnehmer habe und in welchen Familienverhältnissen er lebe.

Wobei es in Volker Starrs Tätigkeit nicht nur um Auftragsbefreiung, sondern auch um Beratung und das Hinterfragen der Vorstellungen des suchenden Arbeitgebers geht. Wenn etwa für die Neuausschreibung einer Stelle das Profil von vor zehn Jahren als Basis genommen wird oder wenn zu einseitig auf rein fachliche Eckpunkte geschaut wird, dann gilt es, aus der Erfahrung heraus vorsichtig einzugreifen. Beispiel: Einem Familienunternehmen hat Starr nach erfolgreicher Findungsphase drei Kandidaten vorgestellt. Zwei passten fachlich nahezu perfekt auf das Anforderungsprofil. Der dritte Kandidat kam aus einer etwas anderen Fachrichtung, brachte aber nach Starrs Einschätzung exakt die Persönlichkeitsstrukturen mit, die erforderlich waren, um das im Umbruch befindliche Familienunternehmen bei der Neuausrichtung zu begleiten. Für Starr eine typische Situation in der Zusammenarbeit mit mittelständischen Familienunternehmen.



Weiß, wie Familienunternehmen in der Region ticken: der Bad Iburger Headhunter Volker Starr mit seiner Mitarbeiterin Inga Freese.

Charakter. Stark.

Jetzt bei Ihrem Mercedes-Benz Partner BERESA: die StreetStyle Sondermodelle.

Mit AMG Line, Bi-Xenon-Scheinwerfern und AMG Leichtmetallrädern.

A 180 StreetStyle¹

Ein Leasingbeispiel der Mercedes-Benz Leasing GmbH ²	
Kaufpreis ab Werk ³	27.965,00 €
Leasingsonderzahlung	0,00 €
Gesamtkreditbetrag	27.965,00 €
Gesamtbeitrag	10.764,00 €
Laufzeit in Monaten	36
Gesamtlauflistung	30.000 km
Sollzins gebunden p.a.	-1,93 %
Effektiver Jahreszins	-1,91 %

Monatliche Leasingrate

299 €



Mercedes-Benz
Das Beste oder nichts.

¹ Kraftstoffverbrauch innerorts/außerorts/kombiniert: 7,6/4,5/5,6 l/100 km; CO₂-Emissionen kombiniert: 131 g/km.

² Ein Leasingbeispiel der Mercedes-Benz Leasing GmbH, Siemensstraße 7, 70469 Stuttgart, für Privatkunden. Ist der Darlehens-/Leasingnehmer Verbraucher, besteht nach Vertragsschluss ein gesetzliches Widerrufsrecht nach §495 BGB. Das Angebot ist zeitlich begrenzt und gilt bei Bestellung bis 30.06.2015.

³ Unverbindliche Preisempfehlung des Herstellers, zuzüglich lokaler Überführungskosten.

Anbieter: Daimler AG, Mercedesstraße 137, 70327 Stuttgart, Partner vor Ort:

BERESA

Beresa GmbH & Co. KG, Autorisierter Mercedes-Benz Verkauf und Service
Blumenhaller Weg 155, 49078 Osnabrück
0800 77 88 505 (kostenfrei), info@beresa.de, www.beresa.de