
Humankapital wird immer wichtiger – Das Geschäft der Personalberater boomt

Pressemitteilung von: **medienbüro.sohn**

Datum: **15.07.2008 – 10:44 Uhr**

Rubrik: **Dienstleistungen**

(fair-NEWS) – Bonn/Düsseldorf – Das Geschäft der Headhunter boomt in Deutschland. Insgesamt 5.250 Personalberater waren 2007 nach Angaben des Bundesverbandes Deutscher Unternehmensberater (BDU) <http://www.bdu.de> im Einsatz. Das entspricht einem Plus von 12 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Die Zahl der Researcher stieg um sieben Prozent auf mehr als 2.400. Um 19 Prozent seien die Umsätze im vergangenen Jahr gestiegen, auf ein Marktvolumen von 1,37 Milliarden Euro, berichtet die Frankfurter Allgemeine Zeitung (FAZ) <http://faz.net> über den jüngsten Deutschen Personalberaterstag in der Nähe von Bonn.

Nach einer Untersuchung des BDU arbeiteten die 2.000 Personalberatungen im Jahr 2007 etwa 67.000 Suchaufträge ab. "Vor allem die mittelgroßen Gesellschaften haben profitiert", sagt Joachim Staude, Vizepräsident des BDU. "Als Folge des zunehmenden Fachkräftemangels setzen immer mehr kleine und mittelständische Unternehmen auf das Know-how der Personalberater. Es ist klar, dass sich kleinere Firmen nicht unbedingt an die ganz großen Namen in der Beratungsbranche wenden. Sie fühlen sich von einem kleineren und schlankeren Beratungsunternehmen oft besser verstanden und persönlicher betreut", sagt Marc Emde, Inhaber und Geschäftsführer des Kölner Personaldienstlers KCP Executives <http://www.kcp-executives.de>.

KCP vermittelt zum Beispiel verstärkt so genannte Interimsmanager an mittelständische Unternehmen: "Wir haben unseren Schwerpunkt beim Interimsmanagement in den Bereichen Customer Care/Call Center/Dialogmarketing, Direktmarketing sowie Versandhandel gesetzt. Doch generell gilt auch für andere Branchen: Im Mittelstand ist die Personaldecke oft enger als in den Konzernen. Es kommt dann schon einmal vor, dass bestimmte Projekte nur deshalb heraus geschoben werden, weil man zurzeit nicht den passenden Mann an Bord hat. Hier helfen Personalberater, innerhalb eines sehr engen Zeitfensters an den richtigen Kandidaten oder die richtige Kandidatin zu gelangen", so Headhunter Emde.

Dass die Großen generell immer noch den Ton angeben, lässt sich mit folgender Zahl belegen: Die 40 größten Personalberatungen erwirtschafteten laut BDU 2007 mehr als 40 Prozent aller Umsätze. Um die generalistisch aufgestellten "Altmeister der deutschen Personalberaterszene" sei es still geworden, so FAZ-Autorin Julia Löhr: "Jürgen Mülder, Dieter Rickert, Hermann Sendele – die Namen der Einzelkämpfer sind eng mit dem Begriff der Deutschland AG verbunden, als Personalberatung noch eine Vertrauensangelegenheit zwischen Aufsichtsrat und jeweiligem Lieblings-Headhunter war, ohne Einmischung der Einkaufsabteilungen, die heute vor Vergabe eines Auftrags erstmal so genannte 'beauty contests' veranstalten."

Wirft die Finanzkrise ihre Schatten auf die weitere Entwicklung der Branche? Diese Frage wurde auf dem Deutschen Personalberaterstag ebenfalls diskutiert. Skeptische Töne kamen von Wolfgang Lichius, Vorsitzender des Fachverbands Personalberatung und Partner von Kienbaum Executive Consultants: "Die Umsätze werden nur im einstelligen Prozentbereich steigen."

"Im Fokus der Suche stehen nach wie vor Führungskräfte", erläutert Udo Nadolski, Geschäftsführer des Düsseldorfer Beratungshauses Harvey Nash <http://www.harveynash.de>. Da die Personaldecke in manchen Bereichen sehr eng geworden sei, werde die Arbeit der Headhunter

in Zukunft eher noch anspruchsvoller als bisher. "Um sehr spezialisierte Suchanfragen bewältigen zu können, muss man als Beratungsunternehmen oft auch international sehr gut aufgestellt sein", so Nadolski. Sein Unternehmen sei gut am Markt vertreten: Harvey Nash ist ein spezialisierter Professional Service Provider für Technical Recruitment, Outsourcing Services und Strategic Leadership. Seit 1988 vermittelt das Unternehmen High Potentials und IT-Lösungen an eine Vielzahl internationaler Klienten. Mittlerweile operiert Harvey Nash von 31 Standorten aus und ist in Nordamerika, Asien, UK und Kontinentaleuropa vertreten. "Humankapital wird immer wichtiger", betont Nadolski. Davon profitiere seine Branche.

· Homepage: www.ne-na.de

· **Kontakt**

medienbüro.sohn
Ettighoffer STraße 26a
53123 Bonn
Deutschland
Telefon: 0228 6204474

· **Pressekontakt**

medienbüro.sohn
V.i.S.d.P: Gunnar Sohn
Ettighoffer Strasse 26a
53123 Bonn
Germany

Telefon: 49 – 228 – 6 20 44 74

Telefax: 49 – 228 – 6 20 44 75

medienbuero@sohn.de

· **Unternehmensinfo**

Online-Nachrichtendienst NeueNachricht www.ne-na.de

Der **Link** zu dieser Meldung: <http://24pr.de/u/t3ab>