

Lust aufs Land

Nicole Osbelt ist Headhunterin im Fränkischen.
Ihr Job: gut ausgebildete Fachkräfte davon überzeugen,
dass man auch bei Mittelständlern
in der Provinz Karriere machen kann

VON JAN STEPHAN

Karriere machen und auf dem Land leben? Für viele gut ausgebildete Bewerber ein Widerspruch in sich. Dabei findet sich abseits der großen Städte allerlei technischer Mittelstand, der innovativ und international tätig ist. Weil Hochqualifizierte den Weg dorthin nur selten finden, erfreuen sich Personalberatungen bei den sogenannten Hidden Champions aus der Provinz wachsender Beliebtheit. Denn es gibt sie, die Karriere auf dem Land und durchaus mehr Gründe als die Nähe zur Natur, die für den Schritt aus der Großstadt sprechen.

Ein Mittelständler auf dem Land. Inhabergeführt, 130 Mitarbeiter, elf Ingenieure, interessante Branche, hohe Dynamik bei Forschung und Entwicklung. Kein Kontinent, auf dem nicht eine Anlage läuft, die in den Hallen dieser Firma zusammengeschraubt wurde. Stünden die Hallen in München, Berlin oder Stuttgart, hätte der Inhaber beim Personal die Qual der Wahl. Da diese Fabrikhallen aber in einer fränkischen Kleinstadt stehen, ist eher die Wahl eine Qual.

„Die mittlere Ebene kriegen wir hier, aus der Region“, sagt der Inhaber des Familienunternehmens. „Die High Potentials aber, die kommen nicht aufs Land, nur weil sie irgendwo mal eine Stellenanzeige gelesen haben.“ Wer aufs Land kommt, braucht einen guten Grund. Nicole Osbelt ist dafür zuständig, Gründe zu liefern.

Die Betriebswirtin arbeitet als Headhunterin bei der Osbelt CCP Consult und ist darauf spezialisiert, Experten, vor allem Ingenieure, aufs Land zu holen. Ihr Büro hat sie in Merkendorf, einem hübschen Städtchen im Fränkischen Seenland. Sie weiß, wie die Provinz aussieht, weil sie selbst dort zu Hause ist. Von hier aus bringt sie Firmen in Franken, der Oberpfalz, Thüringen oder Rheinland-Pfalz mit wechselwilligen Arbeitnehmern zusammen.

„Je ländlicher es ist, desto mehr Empfehlungsmarketing braucht es“, sagt Osbelt. Desto mehr muss sie ihren Kandidaten erklären, warum ein Jobwechsel eine gute Idee ist. An Gründen, sich für den Mittelstand auf dem Land zu entscheiden, mangelt es nicht, glaubt der Inhaber des Familienunternehmens. „Es gibt Leute, die wollen ein Rad im Getriebe sein, und es gibt Leute, die wollen das Rad antreiben“, sagt er. Im Mittelstand sei es leichter, mit eigenen Ideen durchzukommen, selbst

Wesentliches voranzutreiben. „Bei uns sind Leute, die dynamisch sind, die eine hohe Motivation haben.“ Nur müssen die erst mal herausfinden, dass es diesen Job in der Pampa gibt und dass sie ihn haben wollen.

Das ist Nicole Osbelts Part. Sie ist eine freundliche, zupackende Frau. Reden ist ihr Job, das Netzwerk ihre Währung. Sie kennt sich aus in der Region, sie kennt die Hochschulen, die Unternehmen, die Leute in den wichtigen Positionen. Sie erfährt, in welchen Firmen der Hausseggen schiefhängt, wo ein Entwicklungsleiter über seine Position jammert oder eine Unilaufbahn in der Sackgasse endet.

Wie groß die Herausforderung ist, die Leute aufs Land zu kriegen, hängt von der Region ab und vom konkreten Unternehmen. „Wer eine gute Markenpräsenz hat, einen guten Internetauftritt, seinen Mitarbeitern etwas bietet, der hat gute Chancen“, sagt die Personalberaterin. „Wer diesem Trend nicht gefolgt ist, hat es schwer.“ Hinzu kommt die Lebensqualität des Umfelds für die Familien. Freizeitangebote, kulturelles Leben, schulische Infrastruktur für die Kinder. Osbelt: „Es geht aber auch darum, wo man seine Mittagspause verbringen kann. Wenn der nächste Bäcker eine Viertelstunde von der Firma entfernt ist, muss man sich was überlegen.“

Zurück bei dem internationalen Mittelständler in der Kleinstadt. „Wir haben keine Recruiting-Abteilung, wir haben eine Lohnbuchhaltung. Das war's“, sagt der Inhaber. Bisher liefen die Einstellungen über die klassischen Wege. Anzeigen in Zeitungen, Fachmagazinen, Online-Börsen. „Dann haben wir uns die Kandidaten angeschaut und eine Bauchentscheidung getroffen.“ So wurden auch die Stellen besetzt, die über die Zukunft des Unternehmens entscheiden. Die Top-Leute mit den eindrucksvollen Lebensläufen bekam man so kaum in die Auswahl, und manchmal lag man auch mit dem Bauchgefühl falsch.

Nun hat man einen Mann an der Spitze, der bei etwas mehr biografischem Glück Professor an einer Hochschule geworden wäre. Doch er hat sich bewusst für das Land entschieden. Ein motiviertes Team, überschaubare Strukturen, ein direkter Draht zur Unternehmensleitung und eine höhere Beweglichkeit der Firma. Hier kann er mit seinen Ideen punkten, aber auch scheitern. Die Führungsposition bei einem Mittelständler bedeutet mehr Verantwortung, mehr Chancen, mehr Risiko.

Er war am Ende einer von drei Kandidaten. Der Suche ging ein intensiver Prozess voraus. Osbelt formulierte mit der Firma eine exakte Stellenbeschreibung, klärte die Einbindung ins Organigramm der Firma und entwarf ein detailliertes Anforderungsprofil an den Kandidaten. Mit dem machte sie sich auf die Suche. Erst mal unter großer Zurückhaltung. Die Kandidaten wissen nicht, um welche Firma es sich handelt, und die Unternehmen bekommen keine Namen potenzieller Kandidaten. Nichts muss, alles kann, lautet die Devise dieser vorbereitenden Gespräche.

Osbelt fungiert als Maklerin zwischen beiden Seiten. Der Kandidat bekommt ein ungeschminktes Profil der Firma, das Unternehmen ein detailliertes Profil des Kandidaten. Das reicht vom gepflegten Vollbart über dessen Umgangsformen bis hin zur Motivation für den Wechsel. Der Headhunter-Job ist ein wenig wie eine Partnervermittlung. Osbelt hat nur dann etwas davon, wenn die Verbindungen, die sie stiftet, langfristig halten. Alles andere ist schlechte PR.

Im Falle des Entwicklungsleiters in der Kleinstadt war die Vermittlung ein Erfolg. Die Flitterwochen sind vorbei, der Ingenieur ist immer noch zufrieden. Und der Unternehmer? „Die Personalberatung kostet Geld, aber eine Fehlbesetzung kostet mehr Geld“, sagt er. Inzwischen ist die nächste Neuverpflichtung im Haus. Auch die lief über die Headhunterin aus der Provinz.

DIZdigital: Alle Rechte vorbehalten - Süddeutsche Zeitung GmbH, München A71096348
Jegliche Veröffentlichung und nicht-private Nutzung exklusiv über www.sz-content.de
