

Dr. Rolf Dahlems  
Dr. Klaus Leciejewski

# **Mit Headhuntern Karriere machen**

Metropolitan Verlag  
Düsseldorf · München

# Inhalt

1. Keine Karriere ohne Headhunter. . . . .	7
2. Anstößige Anfänge . . . . .	13
3. Entwicklung des Managements – Aufstieg des Headhunting . . . . .	19
4. Headhunting – eine Dreierkonstellation . . . . .	32
5. Headhunting als Team . . . . .	37
6. Wie akquirieren Headhunter? . . . . .	49
7. Was kostet ein Headhunter? . . . . .	57
8. Der Ablauf des Headhunting . . . . .	65
9. Die Interessen des Kandidaten im Headhunting . . . . .	109
10. Psychologische Tests und Graphologie . . . . .	132
11. Referenzen – Schlüssellochbeurteilung? . . . . .	142
12. Hinweise zum Auftreten des Managers. . . . .	146
13. Was tun, wenn der Headhunter nicht klingelt?. . . . .	153
14. Was passiert im Non-Profit-Sektor? . . . . .	160
15. Gibt es besondere Karrieren für Frauen?. . . . .	165
16. Management-Audits . . . . .	172
17. Ist eine Karriere planbar? . . . . .	180
18. Kann der Headhunter eine Karriereplanung vornehmen?. . . . .	192
Verzeichnis der Charts, Übersichten und Materialien . . .	199
Kommentiertes Literaturverzeichnis. . . . .	201
Glossar . . . . .	204