

Fährten legen für den Headhunter

Von Uwe Zirbes

Schon wieder erwähnt ein Kollege beiläufig, dass ihn kürzlich ein Headhunter kontaktiert hätte. Auch wenn man selbst nicht mit dem Gedanken spielt, das Unternehmen zu verlassen: Eine Bestätigung wäre es doch, wenn sich ein Vermittlungsprofi für die eigene Person interessierte. Zur Einschätzung des persönlichen Marktwerts gewissermaßen. Und für den Fall, dass irgendwann tatsächlich ein Jobwechsel ansteht.

Ob man für einen Headhunter (schon) interessant ist, verrät ein Blick in die Statistik des Bundesverbands Deutscher Unternehmensberater (BDU). Danach wurde rund die Hälfte der im Jahr 2004 gestarteten Suchaufträge an Kandidaten zwischen 35 und 44 Jahren vermittelt - in der Regel ein Posten der oberen Führungsebene. Für die untere Führungsetage wurden jüngere Kandidaten gesucht.

Absolventen und Berufseinsteiger sollten sich aber keiner Illusion hingeben: Ein paar Jahre Erfahrung braucht es schon, bevor der Headhunter klingelt. Auch eine gewisse Gehaltsschwelle will erreicht sein: Das Gros der vermittelten Stellen lag zwischen 75.000 und 125.000 Euro Jahreseinkommen.

Wenn die Stellenanzeige nicht mehr hilft

Je enger ein Markt, desto häufiger wird ein Headhunter eingesetzt. Das gilt derzeit insbesondere für Fach- und Führungskräfte im Verarbeitenden Gewerbe sowie in der Telekommunikations- und IT-Branche. Bereichsübergreifend werden bestimmte Positionen, etwa die des Controllers, oft handverlesen besetzt. Zudem verlassen sich kleine, vom Standort her unattraktive oder unbekanntere Firmen bei der Vergabe von Schlüsselpositionen häufig nicht auf Stellenanzeigen.

Positionierung als Spezialist

Zu den Jagdgründen der Headhunter zählen Konzerne ebenso wie mittelständische und kleine Firmen. Letztere gelten als Schmiede für Allrounder, die sich insbesondere für Aufbauaufgaben eignen. Um als geeigneter Kandidat „identifiziert“ zu werden, wie es im Fachjargon heißt, muss man nach außen hin wahrnehmbar sein. Mit der ersten leitenden Funktion steigt auch der externe Marktwert. Aber auch Veröffentlichungen in Fachzeitschriften oder Vorträge auf Kongressen lenken den Headhunter auf die eigene Fährte. Es empfiehlt sich also, in der Fachwelt Themen zu besetzen.

Kontaktpflege ist gefragt

Wer einen neuen Job sucht, kann auch direkt einen Headhunter kontaktieren. Vorab gilt es aber zu recherchieren, für wen das persönliche Profil überhaupt interessant sein könnte. Wer anschließend telefonisch anfragt, sollte seine Qualifikationen kurz und knapp vermitteln können. Für ein Anschreiben gelten dieselben Regeln wie für jede Initiativbewerbung: Keine Massensendung, sondern möglichst individuelle Anfragen, raten die Experten von hunting heads, die Bundesliga der deutschen Headhunter. Ist der Kontakt einmal hergestellt, gilt es ihn zu pflegen. Wer seinen Verantwortungsbereich erweitert hat oder befördert wurde, sollte das kundtun. E-Mail genügt - der Profi weiß die Information schon einzuordnen.

Bei Anruf: Souveränität

Meldet sich eines Tages tatsächlich ein Headhunter, muss längst noch kein konkretes Angebot dahinter stehen. Vielleicht hat er die Telefonnummer auf eine vage Empfehlung hin erhalten oder es handelt sich um eine Kaltakquise. Die erste Frage kann der Person des Beraters gelten, keinesfalls aber dem Gehalt, das mit der Stelle verbunden ist. Wer zu einem persönlich Gespräch eingeladen werden will, kann das Thema dann immer noch diskutieren. Statt dessen: Auf die Fragen des Beraters eingehen und ohne Übertreibungen seinen Werdegang skizzieren.

Rechtliche Grauzone

Klingelt das Telefon im Büro, bleibt man am besten kurz angebunden und vereinbart einen Termin nach Feierabend. Der Chef wird von einem offenen Pläuschchen mit dem Kopffjäger nicht entzückt sein.

Auch wenn es unter den Nägeln brennt: „Fragen Sie den Headhunter nicht gleich, wie er gerade auf Sie gekommen ist“. Sollte sich tatsächlich herausstellen, dass er sich in der Durchwahl geirrt hat: So bequem knüpft man selten nützliche Kontakte.

© hunting heads 2005
Alle Rechte vorbehalten
Internet: www.huntingheads.de
Email: zentrale@huntingheads.de