

Kopfjäger/Headhunter: Von Jägern und Gejagten

Ein neuer Wind bläst durch die Steppen des Arbeitsmarkts: Arbeitgeber müssen heute innovativ sein, um aus dem Kampf um die begehrten Fachkräfte als Sieger hervorzugehen.

Sie stellen ihre Beute nicht auf Pfähle gespiesst in die gleissende Mittagssonne zum Trocknen. Sie schmücken auch nicht stolz ihre Häuser mit ihren Jagdtrophäen. Derlei Gruseliges kann man in der einschlägigen Abenteuerliteratur vergangener Jahrhunderte über das Treiben der Kopfjäger Amazoniens oder Südostasiens lesen, bequem ins Sofa gekuschelt bei einer Tasse Tee. Moderne Kopfjäger gehen diskret vor auf der Grosswildjagd nach Talenten. Sie sind bewaffnet mit Mobiltelefon und Laptop, im Köcher liegt das Superangebot für einen Stellenwechsel. Und sie wehren sich gegen die Bezeichnung, die die Umgangssprache für sie bereithält: Nicht Headhunter oder Kopfjäger möchten sie genannt werden, sondern einiges eleganter und ihrer diskreten Art entsprechend, Executive Search Consultants.

Headhunter? Jäger und Mittler auf Führungsebene

Dabei entspricht das Berufsbild der Topkader-Vermittler heute wohl eher dem eines Kupplers. Hier gehen Profis auf Brautschau, Ehen werden angebahnt, wenn auch nicht für die Dauer eines Lebens, so doch für ein paar Jahre. Vermählungswillige Firmen, die für die Führungsebene Spitzenleute brauchen, finden diese kaum über ein Inserat in der Tagespresse, denn diese Talente sind dünn gesät. Rekrutierungen auf höchster Ebene sollen schnell gehen. Um die Idealbesetzung zu finden, werden keine Kosten und Mühen gescheut.

Durchschnittlich beträgt das Honorar für eine Platzierung ein Drittel des ersten Jahreslohns des vermittelten Kandidaten. So genannte «Equity Deals», in Amerika schon länger an der Tagesordnung, sind laut Uwe Zirbes, Gründer von hunting heads executive Search International, auch in der Schweiz zunehmend im Kommen. Bei diesem System besteht das Honorar des Headhunters, entsprechend dem Kandidatensalär, anteilmässig aus Fixum, Bonuszahlung und Aktien.

Diskretion ist oberstes Gebot

Das Geschäft der Direktansprache lebt von der Diskretion. Executive Search Consultants sind Geheimniskrämer. Kundennamen geben sie unter keinen Umständen preis, und genaue Umsatzzahlen halten sie geheim, so gut es geht. Die Luft auf höchster Ebene ist dünn, die Konkurrenz schläft nie. Doch so frenetisch manches Ergebnis erfolgreicher Kupperei in den Medien gefeiert werden mag, das Alltagsgeschäft der Headhunter ist geprägt von Fleissarbeit. Executive Search Consultants sind meist keine Einzelkämpfer, sondern sie greifen zurück auf Ergebnisse, die von internen Researchmitarbeitern durch Branchenanalysen, Marktstudien und das Durchforsten von über Jahre angelegten Datenbanken erarbeitet wurden. «Um die richtigen Leute kennen zu lernen und bestehende Kontakte zu pflegen, muss man präsent sein in Vereinigungen, bei Vorträgen, an Fachveranstaltungen» unterstreicht Uwe Zirbes.

Menschenkenntnis und Fingerspitzengefühl hebt die Bilanz

Während Frauen im Headhunting für Normalsterbliche sehr gut vertreten sind, findet man sie an der Spitze des hart umkämpften, von Männern dominierten Kadervermittlungsmarktes so selten wie weisse Tiger. Als Gründer von hunting heads, einem Unternehmen, das ausschliesslich im Sahnehäubchen-Segment der globalen Wirtschaft Direktansprache betreibt, kennt Uwe Zirbes sein Arbeitsgebiet von der Pike auf. Das ist eine Voraussetzung für Erfolg im Geschäft: «Wir müssen am Puls des Geschehens sein, die Kandidaten kennen. Und genauso wichtig: Die Kandidaten müssen uns kennen. Darum organisieren wir uns auch nach Branchen.» Persönliche Kontakte sind eine Kernvoraussetzung für den Erfolg eines Beraters. Vertrauen soll aufgebaut werden, das erleichtert die Arbeit enorm. So erkennt der Headhunter schon früh, wenn ein potenzieller Kandidat zu einem Wechsel bereit ist. «Ein guter Headhunter muss eine hohe Wahrnehmung für die Anliegen von Kandidaten haben», führt Zirbes weiter aus. Ein feines Gespür im Umgang mit Menschen schlägt sich schliesslich in der Bilanz nieder? sowohl in der des Headhunters wie auch in derjenigen des Auftraggebers.

Die Konjunktur boomt. In einer Zeit, in der der Arbeitsmarkt so trocken ist wie die Kalahari, die Stellenanzeigen immer mehr an Gewicht zulegen, werden im Krieg um Talente kluge Köpfe nicht nur auf höchster Managementstufe händeringend gesucht. Die rasanten technologischen Entwicklungen der letzten Jahre, die Liberalisierung des Telekommunikationsmarktes, das stetig wachsende E-Business, haben neue Berufsfelder entstehen lassen. Dies zeitigt eine erhöhte Nachfrage nach gut ausgebildeten Fachkräften und hat entscheidend zur Trockenlegung des Fachspezialisten-Marktes beigetragen.