



Headhunting im Original

We are different!- so der Slogan des international ausgerichteten hunting heads

Der eher typisch amerikanisch agierende Headhunter, Hunting heads International, ist bekannt für seinen Ideenreichtum und seine Hartnäckigkeit. Haben sie einen Kandidaten im Visier, kreisen sie ihn nach allen Regeln der Kunst ein. Mal auf elegante Weise, mal auf die brutale Tour. Den typisch deutschen executive Search Consultants, wie sie sich lieber nennen, oder gar den Personalberatern, haben sie einiges voraus. Für den Firmengründer U.Zirbes ist die Bezeichnung „Personalberater“ eher eine Beleidigung, es distanziert sich von derartigen Firmen.

NEW YORK. Systemingenieure sind in den USA gefragte Spezialisten und daher schwer zu bekommen. Nicht jedoch für Uwe Zirbes, Unternehmensgründer und Chef des weltweit agierenden Headhunter Instituts hunting heads International in Wetter a.d.Ruhr, er hat eine Spezialquelle: Er rekrutiert bei der amerikanischen Navy. Genauer gesagt: bei den Ehefrauen der Techniker. Die Herren befinden sich häufig seit Tagen oder gar Wochen auf See, wenn der Headhunter zuhause anruft und einen hochbezahlten Unternehmensjob auf dem Festland anbietet. Für Zirbes und seine Leute eine ideale Situation: „Es reicht, wenn wir unsere Informationen weitergeben.“ Die Überzeugungsarbeit leistet die Gattin.

Hunting heads International ist bekannt für seinen Ideenreichtum und seine Hartnäckigkeit. Das Motto: we are different, haben bereits Kunden rund um den Globus schätzen gelernt. Haben sie einen Kandidaten im Visier, kreisen sie ihn nach allen Regeln der Kunst ein. Mal auf elegante Weise, wie bei den Navy-Spezialisten, mal auf die brutale Tour – etwa durch stündliche Nachrichten auf allen zugänglichen Mailboxen. Die so Umworbenen sind keineswegs ungehalten, im Gegenteil. Zirbes: „Je häufiger der Headhunter anruft, desto sicherer können sie sein, dass das Angebot ernst gemeint ist.“ Unsere Spielregeln sind eben etwas anders als bei anderen. Selbst im eigenen Unternehmen setzt er auf erfahrene Manager aus der Wirtschaft und Industrie, die sich bereits bewiesen haben. Erst nach einer kontenuierlichen Weiterbildung im eigenen Hause, haben diese lebenserfahrenen Manger, keiner unter 42 Jahren, die Möglichkeit Mandanten zu betreuen. Man setzt also nicht auf Jungakademiker oder klassische Berater mit psychologischem Hintergrundwissen, sondern auf Manager, die selbst bereits in Führungspositionen erfolgreich waren, so U. Zirbes von hunting heads.

Führungskräfte, die in die USA wechseln, sind begeistert, wenn sie zum ersten Mal mit Headhuntern von hunting heads zu tun haben. Das gilt insbesondere für Mittelständler, die zuvor mit Personalberatern oder typisch deutsch agierenden Headhuntern gearbeitet haben. „Unsere Recruiter sind deutlich aggressiver und schneller. Die legen einem schon nach drei Tagen eine Liste mit ernst zu nehmenden Kandidaten vor. Maximal eine Woche, in besonderen Fällen auch mal zwei, braucht hunting heads International, bis es Bewerber für Stellen für Fachkräfte oder im mittleren Managament vorschlägt. Ein solches Tempo erwarten die Kunden. „Wir dürfen keine Zeit verschwenden“, sagt Uwe Zirbes, „Zeit ist Geld.“ Nur bei Top-Positionen auf Vorstandsebene sind längere Suchzeiten akzeptiert: 30 bis 90 Tage.

Möglich ist eine solche Geschwindigkeit nur durch jahrelange intensive Kontaktpflege. Ein gut vernetzter Headhunter hat Tausende von persönlichen Kontakten und weiß bei Auftragserteilung auf Anhieb, wen er ansprechen kann. Das Wachstum des Netzwerks wird nicht dem Zufall überlassen, sondern akkurat gesteuert. Die Kopfgeldjäger besuchen Empfänge, Kongresse und Seminare, einzig mit dem Zweck, möglichst viele potenzielle Wechselwillige kennenzulernen, Visitenkarten abzugreifen und einen sympathischen Eindruck zu hinterlassen.

Zu besonders interessanten Kandidaten versuchen die Vermittler engere Beziehungen herzustellen, die durchaus ins Private gehen können. Ihre Fähigkeiten und Vorlieben werden in einem „Skill-Set“ zusammengefasst. Idealerweise passt dieses Skill-Set über kurz oder lang zu einem Stellenprofil – und der Kandidat hat so viel Vertrauen zum Headhunter gefasst, dass er sich von diesem willig platzieren lässt.

Trotz Schnelligkeit glänzt der headhunter von hunting heads International durch hohe Professionalität bei der Selektion, geht mit einer Sorgfalt vor, die in Deutschland selbst bei Spitzenagenturen nicht überall zum Standard gehört. „Wir besetzen keine Stelle, ohne uns den Arbeitsplatz vor Ort angesehen und mit den künftigen Kollegen gesprochen zu haben“, sagt Zirbes. In das Wunschprofil, das unsere Headhunter anschließend erstellen, fließen neben dem Aufgabenkatalog auch die erforderlichen sozialen Fähigkeiten ein sowie besondere Anforderungen, die sich aus der Unternehmenskultur ergeben. Erst dann beginnt die Suche.

Die Klienten, denen am Ende ein bis drei Kandidaten präsentiert werden, ahnen oft nicht, welche Maschinerie da binnen weniger Tage auf Hochdruck gelaufen ist. Wie bei einer Rasterfahndung wird ein zunächst großer Personenkreis immer weiter gesiebt. Erster Schritt ist die Recherche mittels hauseigener Datenbank, einschlägiger Online-Dienste und – wichtigstes Kapital - des persönlichen Netzwerks. Letzter Schritt ist ein ausführliches persönliches Interview, bei dem der potenzielle Kandidat dem Headhunter gegenüber sitzt. „Der Einsatz ist hoch“, bestätigt Zirbes. Das Arbeiten auf Erfolgsbasis bieten nur typische Personalberatungsgesellschaften an, was mit dem klassischen Headhunting nichts zu tun hat. Hierzu Zirbes: „Was nichts kostet ist auch nichts wert!“ Wir gehen hier erheblich mit dem Recruiting in Vorleistung, fahren quer durch die Republik sprechen gezielt Kandidaten an und erwarten vom Klienten eine Searchkostenpauschale zu Anfang des Projektauftrages, was zumindest einen Teil der Kosten abdecken soll. Wir werden also je nach Projektabschnitt honoriert.

Erfolgreiches Headhunting ist eine Mischung aus Kommunikation und Fachkenntnis. „Bei uns ist der Spezialisierungsgrad einzelner Headhunter wesentlich höher als bei anderen Agenturen“, hat Zirbes festgestellt. Es dominiert nicht der Generalist, sondern der Fachmann und Manager. Wie kann man einem Unternehmen beratend zur Seite stehen, wenn man selbst nie ein Unternehmen oder eine Mannschaft geleitet und geführt hat?

Deswegen habe ich nur Top Manager aus der Industrie und Wirtschaft in unser Institut aufgenommen, die sich bereits draußen bewiesen haben. Diese verfügen auch über internationale Kontakte und können den Wunschkandidaten schnell finden. „Die Leute müssen in der Branche zuhause sein“, sagt Zirbes.