



hunting heads executive Search International

Headhunter: Uwe Zirbes

Uwe Zirbes, Gründer des Headhunter Institut huntingheads executive search International, seit vielen Jahren als Headhunter im Auftrag für verschiedene Unternehmen tätig, beschreibt seine Arbeit. Den Vorwurf, Headhunter würden fähige Mitarbeiter abwerben, die Preise nach oben treiben und seien deshalb bei Unternehmern nicht beliebt, läßt er nicht gelten: "Wir haben es ausschließlich mit erwachsenen Persönlichkeiten zu tun, die sich nicht fremdbestimmen lassen. Ein Headhunter gibt Denkanstöße und motiviert, aber die endgültige Entscheidung trifft immer der Angesprochene. Die Gründe für die Entscheidung liegen im Arbeitsumfeld. Es ist einfach nicht möglich, jemanden abzuwerben!"

Gründe

Es gibt in der Regel mehrere Gründe, warum ein Unternehmen einen Headhunter beauftragt: Die Suche mit den klassischen Instrumenten über Personalberatungsgesellschaften, wie Anzeigen, Beantwortung von Stellengesuchen oder innerbetrieblicher Ausschreibung waren erfolglos. Das Unternehmen möchte nicht öffentlich kundtun, daß eine bestimmte Position neu besetzt werden soll - aus Konkurrenzgründen oder der zu ersetzende Mann sitzt noch in der Position.

Bewerbung

Woran liegt es, daß das Unternehmen die richtige Person nicht findet? - Der Gesuchte ist nicht aktiv auf dem Arbeitsmarkt, d.h. er studiert nicht die einschlägigen Angebote. Ein gezielter Anruf durch den Headhunter führt dagegen häufig dazu, daß die berufliche Situation genau vor Augen geführt wird. Entwicklungsmöglichkeiten und finanzielle Verbesserung geben dann oft den Ausschlag, sich doch mit dem Angebot zu beschäftigen.

Zugegeben: Die menschliche Eitelkeit kommt uns Headhuntern häufig zu Hilfe. Wer freut sich nicht, wenn seine Leistungen aufgefallen sind und man empfohlen wird. Bei höheren Chargen hat es sich bereits eingebürgert, daß man sich nicht bewirbt, sondern auf den Ruf des Headhunters wartet.

Merkmale

Um als Headhunter erfolgreich zu sein, muß genau festgelegt werden, welche Merkmale die zu suchende Person haben sollte. Das klingt einfach, ist aber meist höchst komplex: Nicht nur das Wissen über die berufliche Qualifikation und Erfahrung, sondern auch genaue Kenntnisse der Unternehmenskultur, des personellen Umfeldes und der geforderten Persönlichkeit sind Voraussetzungen. Ein Kandidat, der Vorstand einer Bank werden möchte und mit den berühmten weißen Socken zum Gespräch erscheint, ist sicherlich nicht geeignet.

Alle Punkte werden von dem Headhunter in einem intensiven Briefing geklärt und in einer Stellenbeschreibung oder einem Anforderungsprofil dargestellt. In der Searchphase wird gründlich recherchiert, wer wo angesprochen werden soll. Häufig werde ich gefragt, wie wir an unsere Ansprechpartner kommen. Es gibt viele Wege: Man kennt jemanden, der jemanden wie den Gesuchten kennen könnte. Man studiert die einschlägige Fachpresse. Man analysiert die in Frage kommenden Branchen. Man knüpft Kontakte zu Universitäten, Verbänden etc. - Der Phantasie sind keine Grenzen gesetzt.

Telefonate

Ist der Personenkreis eingegrenzt, dann greift man zum Telefon: Der erste Kontakt findet meist über den Arbeitsplatz statt, weitere Gespräche dann am Abend. Wenn gewisse Eckdaten geklärt sind, z.B. ob das Angebot für den Angesprochenen interessant ist und die unter Umständen geforderte Mobilität gegeben ist, dann vereinbart man einen ersten Gesprächstermin. Diese persönlichen Interviews, in denen das Bild abgerundet wird, gehören sicherlich zum Interessantesten bei unserem Tun. Es entscheidet sich, ob neben der fachlichen Qualifikation die Persönlichkeit mit dem Anforderungsprofil übereinstimmt. Der Eindruck aus dem Telefonat entspricht durchaus nicht immer der Realität - man kann da schon so seine Überraschungen erleben.

Kandidaten

Minimal mit drei und - seltener zwar - maximal mit zehn Personen führe ich diese Gespräche. Drei Kandidaten werden meist den Kunden, also den Unternehmen präsentiert. Bis dahin können bis zu hundert Telefonate nötig sein. Und obwohl die präsentierten Kandidaten alle im Rahmen des Anforderungsprofils liegen, können sie dennoch höchst unterschiedlich sein. Da gibt es den jungen, entwicklungsfähigen Kandidaten oder die Kandidatin, für die die Stelle der nächste sinnvolle Schritt in der Karriere wäre, neben dem gestandenen Mann, der noch einmal seine gesammelten Erfahrungen unter Beweis stellen will.

Vorstellung

An den Vorstellungsgesprächen beim Unternehmen nehme ich in der Regel teil. Auch dort ist man vor Überraschungen nie sicher. Ich habe es erlebt, daß im ersten Gespräch ein Kandidat einen hervorragenden Eindruck hinterließ, im zweiten allerdings seine Form nicht findet und mit Pauken und Trompeten untergeht.

Nach dem ersten Sondierungsgespräch beim Kunden erfolgen normalerweise noch ein bis zwei weitere Termine. Ein guter Berater begleitet in dieser Phase sowohl den Kunden, als auch den Kandidaten, für den ein Wechsel meist einen sehr einschneidenden Schritt im Leben darstellt. Häufig wird uns vorgeworfen, Leute nach ein bis zwei Jahren wieder abzuwerben. Dies hat es gegeben und wird es wohl auch weiter geben. Allerdings ein seriöser und guter Headhunter wird dies niemals tun. Alle Mitarbeiter eines Kunden sind tabu.