

„Headhunting ist eine Art Verkaufsprozess“

RUND 2000 HEADHUNTER-FIRMEN VERMITTELN HIERZULANDE ETWA 75.000 STELLEN JÄHRLICH – DIE HEADGATE GMBH IST EINE DAVON. DOCH GESCHÄFTSFÜHRER TIM OLDIGES IST BESORGT: DIE BRANCHE WERDE IMMER UN DURCHSICHTIGER.



Mein Job ist extrem abwechslungsreich. Als Headhunter ist es meine Aufgabe, Führungskräfte anzuwerben – also Topmanager zu einem Wechsel zu überzeugen. Wir suchen häufig das „Schweizer Taschenmesser“: Die besten Köpfe, die Unternehmen transformieren können, eine hohe Auffassungsgabe und professionelle Neugier haben – und Mut, bei Uneindeutigkeit Entscheidungen zu treffen. Schlussendlich ist Headhunting eine Art Verkaufsprozess, denn heute bekommen Manager ständig Angebote. Wenn wir sie gewinnen wollen, müssen wir Emotionen hervorrufen und begeistern. Zudem gilt in der Branche: Der Schnelle frisst den Langsamen. Zum Beispiel kann der Ehepartner es sich anders überlegen, oder es gibt ein alternatives Angebot – oder der bisherige Arbeitgeber bietet eine Gehaltserhöhung. Ich werde nie vergessen, als ich mit einem Kandidaten und seiner Frau zu Abend gegessen habe und Letzterer die Gesichtszüge entglitten, als ich das Thema Umzug ansprach. Da hatte der karrierebewusste Manager wohl im Vorfeld seine Hausaufgaben nicht gemacht – Umzüge gehen nämlich oft mit einem Wechsel einher.

Potenzielle Kandidaten rufe ich grundsätzlich an. Denn am Telefon kann ich überzeugen, wenn erst einmal Skepsis herrscht. Keiner der von uns vermittelten Top-Posten wird jedoch besetzt, ohne die Person je wirklich selbst gesehen zu haben. Wie sich jemand verhält, wenn er unter Druck argumentieren muss, erfahre ich nur, wenn ich dem Gesprächspartner live

in die Augen sehe. Zu normalen Zeiten läuft das so ab: Erst analysiere ich die Stelle intensiv und erarbeite ein Profil, um dem Kandidaten die Vorzüge der Aufgabe nahe zu bringen. Das erste Treffen kann dann auf der ganzen Welt stattfinden. Viele Manager haben tagsüber kaum Zeit, daher trifft man sich abends im Restaurant, manchmal auch am Flughafen oder in angemieteten Büros.

Vor acht Jahren hätte ich mir nie erträumt, Headhunter zu werden. Damals leitete ich einen Bereich mit 2000 Beschäftigten in der Logistikindustrie. Doch mehrere Autokonzern warben einige meiner besten Kräfte ab – ebenfalls durch Headhunter: Sie versprachen vor allem höhere Gehälter. 2013 haben mein Vater, der als Personalberater tätig war, und ich unsere Firma zusammengeführt. Heute leite ich sie eigenständig. Weil es keine klassische Ausbildung zum Headhunter gibt, sind die Hürden sehr niedrig – das ist meiner Meinung nach ein Problem. Keiner prüft die Qualität, es handelt sich daher um einen ziemlich intransparenten Markt. Früher galt es als Expertenwissen, wie eine Industrie aufgebaut ist – heute kann das jeder per Knopfdruck herausfinden. Bei jedem Kandidaten mache ich eine kurze Hintergrundrecherche, wobei unsere Klientel im Web meist kaum aktiv ist und wenig Privates preisgibt. Die Mehrheit unserer Kunden hätte vermutlich auch Probleme damit, wenn der Wunschkandidat ein ausschweifendes Partyleben auf Instagram präsentiert. AUFGEZEICHNET VON JAN KLAUTH