

Druckversion



Url: [http://www.focus.de/jobs/karriere/tid-10872/executive-search-in-sechs-schritten-zum-ziel\\_aid\\_313502.html](http://www.focus.de/jobs/karriere/tid-10872/executive-search-in-sechs-schritten-zum-ziel_aid_313502.html)

28.06.08, 16:27

[Drucken](#)

## Executive Search

### Job-Hunting für „Heads“

**Bei der Jobsuche können schlaue Führungskräfte sich die Methoden der Headhunter zunutze machen.**

Schätzungsweise nur ein Drittel aller Führungspositionen wird über den offenen Stellenmarkt besetzt – also mithilfe von Stellenausschreibungen in Print- oder Online-Medien. Der weitaus größere Teil kommt „irgendwie anders“ zustande. Das Sammelsurium aus unterschiedlichsten Methoden und Verfahren, durch die das geschieht, wird „verdeckter Stellenmarkt“



Die Karriere selbst in die Hand nehmen

genannt. Wer sich also nur darauf beschränkt, die **Stellenanzeigen durchzusehen**, verzichtet von vornherein auf zwei Drittel seiner Chancen.

Im offenen Stellenmarkt muss man nicht so genau wissen, wie gesucht wird oder wonach man selbst sucht, um fündig werden zu können – man schaut einfach mal. Der verdeckte Stellenmarkt funktioniert anders: Hochqualifizierte suchen nicht, sie lassen sich finden. Sie warten, bis der Headhunter zweimal klingelt – und das möglicherweise zweimal die Woche. So ergeht es jedenfalls der gefragten Führungskraft.

#### Spärliche Erfolge bei Initiativbewerbungen

All diejenigen, die nicht ganz so prominent sind, machen zwar – genauso wie die Top-Führungskräfte – ebenso die Erfahrung, dass sie im offenen Stellenmarkt (also bei den Stellenanzeigen) nicht fündig werden. Im Unterschied zu der etwas prominenteren Führungskraft reagiert bei ihnen der „verdeckte Stellenmarkt“ aber nicht und kein **Headhunter** serviert die neuen Jobs auf dem „silbernen Tablett“. Somit bleibt nur eins: Er muss selbst aktiv werden und den verdeckten Stellenmarkt knacken. Das macht man aber nicht, indem man irgendwelche **Initiativbewerbungen** an Unternehmen verschickt. Jeder, der diese Methode selbst einmal ausprobiert hat, weiß, wie spärlich die Erfolge sind.

Die JobSearch-Methode, die sich das Vorgehen der Headhunter zu eigen macht, funktioniert anders. Der Headhunter sucht im Auftrag von Unternehmen „Heads“. Beispiel: Gesucht wird ein 34-jähriger Radartechniker, der drei Sprachen spricht, in Physik promoviert hat und Russlanderfahrung mitbringt. Eine solche Person wird sich mit größter Wahrscheinlichkeit über eine Anzeigenschaltung nicht finden lassen. Dem Headhunter bleibt daher nichts anderes übrig als zu überlegen, in welchen Unternehmen solche Personen vermutlich arbeiten, um diese dann schlichtweg abzuwerben.

#### Firmen geben oft die Hoffnung auf

Die JobSearch-Methode funktioniert genauso, allerdings andersherum. Der „Head“ ist vorhanden und überlegt jetzt, wo der richtige Job für ihn ist beziehungsweise welche Unternehmen froh und dankbar darüber sein müssten, wenn er seine Arbeitsleistung anbieten würde. Und dies ist weitaus häufiger der Fall, als vermutet. Denn viele Firmen schreiben zum Beispiel eine Stelle gar nicht erst aus, weil sie nicht davon ausgehen, dass sich ein Bewerber mit entsprechenden Qualifikationen auf dem Arbeitsmarkt finden lässt.

In Analogie dazu ist der Bewerber aufgefordert, zum Headhunter in eigener Sache zu werden.

---

## In sechs Schritten zum Ziel

### 1. Definieren Sie, was Sie wollen!

Wenn Sie sich eine Stelle „backen“ könnten: Wie würde diese aussehen? Welche Aufgaben und Verantwortlichkeiten wären mit dieser Stelle verbunden? Welche Branchen wären ideal? Wo wäre diese Stelle? **Wie viel wollen Sie verdienen?** Kurzum: Definieren Sie die Kriterien, die für Sie eine Stelle „reizvoll“ machen. Dass Sie dies nicht losgelöst von Ihrem Können (also Ihrem bisherigen beruflichen Werdegang) tun sollten, versteht sich von selbst.



In die Ich-Strategie wechseln

### 2. Überprüfen Sie Ihre Wünsche auf Marktfähigkeit

In einem zweiten Schritt ist zu überprüfen, ob es genügend Firmen gibt, die in der Lage wären, die eigenen Wünsche Realität werden zu lassen. Und das ganz unabhängig davon, ob diese Stellen aktuell wirklich vakant sind oder nicht. Beispiel: Wer für sich definiert, dass er gerne als Leiter Controlling rund 140 000 Euro pro Jahr in einem mittelständischen Unternehmen in Hamburg verdienen möchte und eine entsprechende Stelle sucht, wird schnell feststellen, dass die Wahrscheinlichkeit auf Realisierung dieser Zielvorstellung sehr gering ist. Insbesondere dann, wenn man dieses Ziel innerhalb der nächsten vier bis sechs Monate erreichen will. In diesem Fall bliebe dann nur eine Anpassung der eigenen Wünsche beziehungsweise Suchkriterien.

### 3. Ermitteln Sie Zielfirmen

Mit Hilfe von Firmendatenbanken (wie zum Beispiel Hoppenstedt) sollten Sie die Firmen zusammenstellen, die für Sie von Interesse sind und die mit großer Wahrscheinlichkeit eine solche Stelle haben, wie Sie sie suchen.

### 4. Ermitteln Sie den richtigen Ansprechpartner

Wer eine Position in der zweiten Führungsebene (oder darunter) sucht, hat es in der Regel leicht. Er kann sich entweder an den Top-Entscheider innerhalb des Unternehmens wenden (Geschäftsführer, Vorstand, etc.) oder an den „Leiter Personal“. Jemand, der eine Position in der ersten Führungsebene eines Unternehmens sucht, kann das nicht. Schließlich kann er nicht dem Geschäftsführer eines Unternehmens schreiben: „Ich suche genau den Job, den Sie derzeit innehaben.“ Der jetzige Stelleninhaber wäre vermutlich wenig begeistert und würde alles dafür tun, dass niemand die Bewerbung zu sehen bekommt. Der Bewerber steht also vor der Aufgabe, eine Person außerhalb des Unternehmens (zum Beispiel im Aufsichtsrat oder im Kreis der Gesellschafter) zu

identifizieren, der man die eigenen Bewerbungsunterlagen schicken kann. Diese Identifizierung erfordert in der Regel sehr viel Fingerspitzengefühl und nicht selten auch Finesse.

## 5. Von der Du-Strategie zur Ich-Strategie

Sind Zielfirma und Zielperson identifiziert, kann man das Anschreiben passgenau verfassen. Dabei kommt es darauf an, von der Du-Strategie zur Ich-Strategie zu wechseln. Sagen Sie also nicht: „Lieber Ansprechpartner, schaue doch mal auf meinen Lebenslauf und überlege dann, was ich für Dich tun könnte“ (so funktioniert die klassische Bewerbung), sondern sagen Sie: „Lieber Ansprechpartner, ich möchte bei Dir dieses und jenes tun; mein **Lebenslauf** ist Beleg dafür, dass ich das auch kann. Bitte prüfe, ob daran jetzt oder demnächst Bedarf besteht.“ Dies setzt natürlich voraus, dass Sie wissen, was Sie wollen (vgl. Schritt 1); die meisten Bewerber wissen das leider nicht (bzw. wünschen sich nur denselben Job wie beim letzten Arbeitgeber, nur etwas „größer“).

## 6. Klotzen, nicht kleckern

Die Zusammenstellung der Zielfirmen (Schritt 3) geschah unter der Perspektive, welche Firma grundsätzlich Stellen besetzt, die man selbst sucht. Unabhängig davon, ob diese tatsächlich frei ist oder nicht. So kann es gut sein, dass es zum Beispiel durchaus eine Stelle „Leiter Controlling“ gibt, der jetzige Stelleninhaber aber einen guten Job macht, nicht wechseln will und noch in recht jungem Alter ist (sodass sich auch ein Vorruhestand nicht anbietet). In diesem Fall hat die Bewerbung zwar grundsätzlich „gepasst“, führt aber dennoch zu einer Absage.

Daher ist es nötig, mit einer entsprechend großen Zahl von Bewerbungen anzutreten. Diese sollten am besten auf einen Schlag verschickt werden, da ansonsten die Gefahr besteht, dass bereits die ersten Einladungen zu Vorstellungsgesprächen ins Haus flattern, während andere Bewerbungen noch auf den Versand warten und man nicht abschätzen kann, ob daraus vielleicht noch weitaus interessantere Angebote resultieren.

Zugegeben: Auch die Methode „JobSearch“ produziert jede Menge Absagen. Auf der anderen Seite benötigt jeder Bewerber am Ende nur einen Arbeitsvertrag. Dies bedeutet: 10 bis 15 Einladungen zu Vorstellungsgesprächen, aus denen fünf bis acht Zweitgespräche und letztlich zwei bis drei Arbeitsangebote resultieren, reichen völlig aus, um dieses Ziel zu erreichen.

[Drucken](#)

---

Fotos: Jupiter Images (2)

Copyright © 2008 by FOCUS Online GmbH