

«Oft finden Treffen bereits beim Morgenkaffee oder spät abends statt»

Wer in der Medien-, Werbe- und Marketingbranche eine Führungsposition besetzen will, wendet sich oft an ihn und seine Mitarbeiter: Philip Hofmann ist Headhunter und Geschäftsführer von Hans Hofmann & Partner. Im Interview spricht Hofmann darüber, wie er arbeitet und wie mögliche Kandidaten reagieren, wenn er sie das erste Mal kontaktiert. Interview: Janine Aegerter

Wie sieht ein typischer Arbeitstag eines Headhunters aus?

Philip Hofmann: Typisch ist eigentlich nur, dass der Tag eines Headhunters 24 Stunden hat. Manchmal kommt der entscheidende Geistesblitz bereits morgens um eins, und Visitenkarten werden bis spät in die Nacht gesammelt. Die Bewegungen, die sich in Branchenpublikationen und Social Media zeigen, werden ebenfalls rund um die Uhr verfolgt. Aus Diskretionsgründen – oder um keine vielbeschäftigten Leute vom Tagesgeschäft abzuhalten –, finden Treffen bereits beim Morgenkaffee statt. Auch Gespräche, die spät abends stattfinden, sind keine Seltenheit. «Durchterminierte» Tage gibt es eigentlich nur, wenn man eine Serie von Gesprächen, in denen sich ein Kunde mit verschiedenen Kandidaten trifft, in einem bestimmten Zeitfenster bündelt.

Wie verläuft eine typische Suche nach einem neuen Mitarbeiter für einen Ihrer Kunden?

Zum gezielten Start gehört, dass man die aktuelle Herausforderung nicht nur auf dem Papier kennt, sondern sich wirklich in die Situation hineinlebt. Und dass man das gegebene Profil im persönlichen Gespräch mit dem Auftraggeber zusätzlich schärft. Die erste sogenannte Longlist enthält je nach Position ein bis vier Dutzend der interessantesten und relevantesten Namen. Sie wird gemeinsam mit dem Kunden bereinigt. Auch kann man so schnell Prioritäten setzen – wobei man natürlich nach wie vor rundum die Augen offen hält. Die Gespräche werden in der Regel so gestaffelt, dass der Headhunter das erste Info- und Abklärungsgespräch vornimmt. Beim ersten Kontakt mit dem Kunden ist er gerne als Beobachter dabei. Das erweist sich für den weiteren Prozess oft als hilfreich. Bei den weiteren Gesprächen zieht der Kunde dann meist intern zusätzliche Leute bei, sodass sich der Headhunter aufs Koordinieren der Termine beschränkt.

Wie reagieren die möglichen Kandidaten, wenn Sie sie das erste Mal kontaktieren?

Sie fühlen sich oft gebauchpinselt. Und als Headhunter freut man sich natürlich über Reaktionen wie: «Kann ich Sie in wenigen Minuten zurückrufen», oder: «Moment, ich mache schnell die Türe zu.» Dann weiss man, dass die Aufnahmebereitschaft hoch ist. Wenn jemand signalisiert,



«Wenn es einfach wäre, die richtigen Leute zu finden, gäbe es keine Headhunter.»

Philip Hofmann, Headhunter und Geschäftsführer, Hans Hofmann & Partner

dass er im Moment auf keinen Fall wechseln will, weil er völlig in seiner aktuellen Aufgabe aufgeht, respektieren wir das natürlich. Ganz wichtig in jedem Fall: Der Anruf eines Headhunters ist noch kein Jobangebot. Niemand muss ein schlechtes Gewissen haben, wenn er positiv auffällt, und wenn er sich grundsätzlich dafür interessiert, was im Leben noch alles möglich ist. Wie überall ist «das erste Mal» sicher aufregend. Aber je mehr jemand Karriere macht, desto eher ist ein Anruf eines Headhunters etwas ganz Normales.

Wie verschaffen Sie sich die nötigen Kontakte?

Auf allen Wegen, die irgendwie legal sind. An die jeweiligen Koordinaten zu kommen, ist im Zeitalter von Social Media und Business Networks eigentlich keine Kunst. Insbesondere dann, wenn man wie wir auch einen spezialisierten Researcher im Haus hat. Die Kunst ist aber, die richtigen Leute im richtigen Moment richtig zu motivieren. Zu wissen, wie die aktuelle Dynamik ist und wie die Befindlichkeiten sind, wer wie drauf ist und wer was anstrebt. Gemäss unserem Motto «wir kennen die Menschen» legen wir Wert darauf, die Kontakte nicht nur in der Kartei zu haben, sondern im Gespräch. Selbstverständlich hat man aber nie ausgelernet.

Wie schwierig ist es, die richtigen Leute zu finden?

Wenn es einfach wäre, gäbe es uns nicht. Je nach Auftraggeber und Aufgabe ist es – wenn man sich nicht einfach mit dem Erstbesten zufriedengibt – anspruchsvoll bis sportiv. Manchmal bestehen Traumvorstellungen, die kaum eins zu eins zu erfüllen sind. Entscheidend ist dann, zu erkennen, wo sich am ehesten ein Auge zudrücken lässt oder wer am schnellsten ins ultimative Wunschbild hineinwächst. Interessant ist immer wieder, wie sich Eindrücke wandeln können, wenn es konkret wird. Kandidaten, die auf dem Papier ganz flott daherkommen, erweisen sich plötzlich als doch nicht ganz zutreffend – und umgekehrt:

Kandidaten, deren Schriftstücke eher rudimentär sind, gehen im persönlichen Gespräch auf wie die Sonne!

Artikel online:

Das vollständige Interview auf www.netzwoche.ch
» Webcode 572