

Leitfaden Inverses Headhunting / Outplacement für Top-Executives



<https://karrierehelden.de>

Inhalt

<u>TOP-MANAGER SUCHEN EINEN NEUEN JOB.....</u>	5
SIE BEFINDEN SICH IN EINER UNGEWÖHNTEN SITUATION.....	5
ERBARMUNGSLOSER WETTBEWERB	6
STELLENANZEIGEN FÜR TOP-JOBS	7
NUR TOP-MANAGER BEWERBEN SICH FÜR TOP-JOBS.....	7
FAZIT	8
<u>TOP JOB-CHANCEN ÜBER HEADHUNTER.....</u>	9
STATISTISCHE FAKTEN	10
CHANCEN DURCH DEN "HEADHUNTER-BUDDY"	10
HEADHUNTER UND VITAMIN "B" REIMT SICH EINFACH NICHT	11
SPREU UND WEIZEN UNTER DEN HEADHUNTERN	12
GIFT FÜR TOP-MANAGER	13
FAZIT	14
<u>NETWORKING.....</u>	15
WO DIE NEUEN NETZWERKE VERSAGEN	16
EFFEKTIVES NETWORKING.....	16
ERARBEITEN SIE SICH EINE EFFEKTIVE SELBSTDARSTELLUNG	17
DAS RICHTIGE WORDING BEIM NETWORKING.....	18
IHR NETZWERK MUSS SIE VERSTEHEN, UM IHNEN VON NUTZEN SEIN ZU KÖNNEN	19
TOP-JOBS ÜBER DIE SOZIALEN NETZWERKE	20
ÜBERWACHEN SIE IHRE INTERNET-PRÄSENZ.....	20
FAZIT	21
<u>TOP JOBS ÜBER OUTPLACEMENT</u>	22
DIE WAHL DER RICHTIGEN OUTPLACEMENT BERATERFIRMA UND LEISTUNG.....	23
DER OUTPLACEMENTBERATER IST KEIN JOBVERMITTLER.....	24
FAZIT	25
<u>TOP-JOBS ÜBER DIE EIGENE RECHERCHE FINDEN</u>	25
HILFSMITTEL FÜR DIE RECHERCHE	26
INVERSES HEADHUNTING	27
JOB SEARCH.....	28
WAS MÜSSEN SIE BEI EIGENER JOB SEARCH LEISTEN?	29
FAZIT	30

Erklärung: Aus Gründen der Lesbarkeit ist dieser Leitfaden in der männlichen Form geschrieben. Es sind selbstverständlich alle Geschlechter angesprochen.

Vorwort des Autors

Kennen Sie das goldene Gesetz der Bewerbung? Es lautet: Bewerben ist zu wichtig, um es schlecht zu machen. Aber die meisten Menschen bewerben sich zu selten, um es gut zu machen. Dieses Gesetz sehe ich seit Jahren in meiner Arbeit als (inverser) Headhunter, Personaler und Karrierecoach immer wieder bestätigt. Und dieses goldene Gesetz gilt umso mehr für Sie. Ja genau, Sie sind gemeint in Ihrer Rolle als

- C-Level Executive
- Vice President
- Bereichs- und Abteilungsleiter
- Head of....

oder welcher Titel auch immer in deutscher oder englischer Sprache Ihre Visitenkarte ziert (Falls Sie sowas noch haben, wie eine Visitenkarte).

Die meisten unserer Coachees und Klienten sagen uns: „Ich habe mich das letzte Mal bei meinem Berufseinstieg vor zig Jahren beworben. Damals sah eine Bewerbung noch ganz anders aus als heute (Einige sagen auch: damals sah ich auch noch ganz anders aus, damals hatte ich noch Haare). Ich wurde seitdem immer von Headhuntern vermittelt.“ Könnte dieser Satz (natürlich mit Ausnahme der Haare) von Ihnen stammen? Und denken Sie danach auch: „Neuerdings klappt das allerdings nicht mehr ganz so gut, wie ich mir das wünschen würde.“? Dann ist dieses E-Book für Sie.



Sven Emmrich – GF Businesshelden GmbH

Sie gehören zu einer besonderen Sorte Menschen. Sie haben schon fast alles in der Karriere erreicht. Aber Sie wollen noch mehr. Nur irgendwie fallen Sie neuerdings durchs Raster. Vielleicht haben Sie kürzlich die magisch-tragische Ü50-Grenze überschritten. Vielleicht verändert sich Ihre Branche. Vielleicht verändern Sie sich. Jedenfalls stehen Sie vor der Entscheidung, wie Sie den nächsten Karriereschritt gestalten. Warten Sie ab und sagen: „Qualität setzt sich durch.“ Oder packen Sie Ihr Schicksal beim Schopfe? Die meisten Kandidaten gehen in dieser Situation vor nach dem „Prinzip Hoffnung“. Von einer ernstzunehmenden Bewerbungs-Strategie sind Sie meilenweit entfernt.

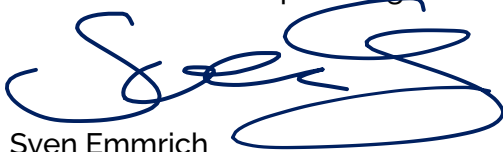
Ich bin immer wieder verblüfft, wie wenig auch Top-Bewerber über Selbstmarketing wissen, geschweige denn nutzen. Auch Spitzenkräfte aus dem Vertrieb stehen oft wie der Ochs vorm Berg, wenn Sie nicht ein Produkt oder eine Dienstleistung, sondern sich selbst verkaufen sollen. Sich selbst knallhart als Dienstleister auf einem Markt vorzustellen, der seine Arbeitszeit gegen Geld verkauft ohne jegliche Romantik, erfordert neben einem ausgeprägten Vertriebtalent und einer Prise Abgebrühtheit auch eine gehörige Portion Selbstreflexion und Kenntnisse über den Markt auf dem Sie sich bewegen. Alles andere als ein Kinderspiel. Oder haben Sie das irgendwo mal wirklich gelernt? Sehen Sie? Daher das goldene Gesetz des Bewerbens.

Das goldene Gesetz des Bewerbens:

Bewerben ist zu wichtig, um es schlecht zu machen.
Aber die meisten Menschen bewerben sich zu selten, um es gut zu machen.

In diesem E-Book beleuchte ich für Sie verschiedene Wege des Bewerbens für Top-Executives. Es ersetzt keine individuelle Beratung. Aber es gibt Ihnen die Mittel an die Hand, Ihre Strategie bewusst zu wählen. Wenn Sie Fragen haben, melden Sie sich jederzeit gern unter 0171-9946061.

Mit freundlicher Empfehlung aus Berlin



Sven Emmrich

Top-Manager suchen einen neuen Job

Manchmal erwischt es auch die besten. Entweder kommt der Trennungswunsch von Ihnen oder von Ihrer Firma. Auch langjährige Beschäftigungsverhältnisse sind davon betroffen:

- Die Firma strukturiert sich um.
- Mit der neuen Geschäftsleitung ist es nicht möglich, vernünftig auszukommen.
- Die derzeitigen Alltagsroutinen entsprechen nicht mehr Ihrem Anspruch.
- Sie müssen sich entscheiden: ganz nach oben oder bis zur Rente zwischen Baum und Borke hängen bleiben.

Auch wenn eine Kündigung immer schmerzhaft Nebenwirkungen hat, das Ergebnis ist das gleiche: Sie brauchen einen neuen Job.

Sie befinden sich in einer ungewohnten Situation

Wahrscheinlich ist Ihre letzte Jobsuche schon Jahrzehnte her. Stattdessen hat sich immer mal wieder ein Headhunter gemeldet und Ihnen schmeichelhafte Offerten gemacht. Nun aber müssen Sie aktiv werden.

- Die Uhr beginnt von der ersten Minute an zu ticken. Sie haben nur begrenzt Zeit, um einen neuen Job zu finden - vielleicht 6 Monate. Und deshalb müssen Sie jede Minute optimal nutzen.
- Sie sind kein heuriger Hase mehr und benötigen eine entsprechende Herangehensweise.
- Als Top-Manager müssen Sie dabei Ihren Blick nach oben richten. Die gleiche Ebene oder gar eine darunter kommt für sie nicht infrage.
- Egal, ob Sie gefeuert wurden oder von sich aus gegangen sind, ohne eine gehörige Portion gesundes Selbstbewusstsein geht gar nichts.

Kleine Brötchen können Sie vergessen. Wer als gestandener Top-Manager und Ü50 eine neue Herausforderung sucht, kann nur ernst genommen werden, wenn die neue Position sichtbar über seiner bisherigen angesiedelt ist. Alles andere irritiert und ruft Misstrauen hervor:

- Was führt der im Schilde, dass er sich unterhalb seiner Qualifikation bewirbt?
- Der ist doch für den Job, für den er sich bewirbt, klar überqualifiziert.
- Will er bei uns etwa nur eine Warteschleife drehen, bis er an den Job kommt, den er eigentlich will?

Sie sehen, Sie sind zum Aufstieg verdammt, weil alles andere Sie in ein schlechtes Licht setzt.



Erbarungsloser Wettbewerb

Es gibt eine klassische Faustformel, nach der bei Bewerbungen ca. 80% keiner weiteren Beachtung wert sind. Es gibt da sogar schon KI (Künstliche Intelligenz), die solche Bewerbungen nach vorgegebenen Kriterien begutachtet und selbständig aussortiert, ohne dass ein Mensch draufschaut. Das gilt allerdings nur für das untere und mittlere Management. Für die Top-Jobs bewerben sich erfahrungsgemäß nur Personen, die sich den Anforderungen auch gewachsen fühlen.

- Damit kehrt sich das Verhältnis um: nun sind min. 80% geeignet und nur noch 20% werden von vornherein aussortiert
- Und je höher die Position, desto geringer wird der Anteil der Bewerber, die dafür ungeeignet sind.
- Das bedeutet, dass die Personaler freie Wahl unter einer breiten Auswahl von erstklassig qualifizierten Bewerbern haben.

In diesen luftigen Höhen ist die Qualifikation Voraussetzung, sie beeinflusst die endgültige Entscheidung nicht mehr. Vielmehr geben die persönlichen Eigenschaften und Soft Skills des Bewerbers nunmehr den Ausschlag. Der Ausleseprozess zieht sich dementsprechend hin und Sie können damit rechnen, zwischen acht und sechzehn Vorstellungsgespräche zu haben, bevor es zu den ersten Angeboten kommt.

Stellenanzeigen für Top-Jobs

So etwas werden Sie wahrscheinlich vergeblich suchen. Top-Jobs werden nicht über die landläufigen Stellenausschreibungen angeboten. Aber natürlich gibt es Ausnahmen. Sollten Sie so eine beim Studium der einschlägigen Seiten finden, werden Sie allerdings auf erhebliche Hindernisse stoßen:

- Wenn schon eine durchschnittliche Stellenanzeige oft 100 Bewerbungen nach sich zieht, sind es bei Top-Jobs mindestens doppelt so viele.
- Damit reduziert sich Ihre Chance, aus der Masse der Bewerbungen herausgefischt zu werden, auf ein Minimum.
- Das Ganze ähnelt eher einem Lotteriespiel.
- Verträdeln Sie also auf keinen Fall Ihre Zeit damit, dass Sie eventuell wochenlang auf eine Einladung zum Interview warten.

Bei einer seriösen Anzeige wird ein Ansprechpartner mit Kontaktadresse genannt. Also auch mit einer Telefonnummer. Zögern Sie nicht und nehmen Sie den Hörer in die Hand. Damit schlagen Sie mehrere Fliegen mit einer Klappe:

- Sie haben die Chance, einen nachhaltigen Eindruck zu hinterlassen.
- Sie können herausbekommen, ob sich eine intensive Bewerbung wirklich lohnt.
- Sie bekommen einen ersten Eindruck von der Unternehmenskultur in der Firma, für die Sie sich bewerben wollen
- Nach dem Gespräch können Sie Ihre Aussichten auf eine erfolgreiche Bewerbung wesentlich besser abschätzen.

Sie müssen nicht befürchten, dass man Ihren Anruf als unseriös empfindet und dass Sie damit Ihre Chancen verschlechtern. Eine solche Einschätzung würde von mangelndem Selbstbewusstsein zeugen. Nein, mit dem Anruf zeigen Sie, dass Sie sich Ihres Wertes bewusst sind und deshalb den direkten Weg über den persönlichen Kontakt, statt über eine formale Bewerbung gehen.

Nur Top-Manager bewerben sich für Top-Jobs

Sie müssen alles, was Sie über frühere eigenen Bewerbungen und Bewerbungen im Allgemeinen wissen, weitgehend vergessen. In der Premier League wird nach anderen Regeln gespielt. Sie bewerben sich um eine leitende Position und können deshalb nicht wie ein Bittsteller auftreten. Sie begegnen ihren Gesprächspartnern auf Augenhöhe. Insofern können Sie eine Anzeige für einen Top-Job zum Anlass nehmen, einen anderen Weg einzuschlagen, als er in der Anzeige aufgezeigt wird. Außer einem Anruf gibt es noch weitere Annäherungsmöglichkeiten auf Augenhöhe. Lassen Sie Ihre Fantasie ein wenig spielen:

- Sie können direkt in die Firma gehen und es mit einem Spontantermin versuchen: "Ich war gerade in der Nähe".
- Sie können anlässlich einer Veranstaltung die Kontaktperson ansprechen.
- Sie können die Lebensgewohnheiten der Kontaktperson ausspähen oder ausspähen lassen und eine "zufällige" Begegnung ermöglichen.

Machen Sie sich klar, dass Sie als Top-Manager über ein hohes Maß an Lebenserfahrung verfügen und mit Sicherheit schon so manche "Schlacht" erfolgreich bestanden haben. Deshalb wäre es fatal, wenn Sie sich nun von der Aufgabe, sich für eine Top-Position zu bewerben, einschüchtern ließen. Jede erfolglose Bewerbung würde sich dann zentnerschwer um Ihren Hals legen und Sie von Mal zu Mal mutloser machen. Vielmehr ist Ihre Bewerbung um einen Top-Job lediglich eine ungewohnte Situation. Das ist grundsätzlich nicht so verschieden von den vielen Herausforderungen in der Vergangenheit, die Sie bestanden haben.

Fazit

Anzeigen für Top-Jobs sind rar. Entsprechend hoch ist die Zahl der Bewerber. Es empfiehlt sich daher, sich nicht auf den Umweg über die schriftliche Bewerbung zu verlassen, sondern den direkten Weg zu suchen. Hier spielt die Psychologie eine entscheidende Rolle: Als Top-Manager begegnen Sie Ihren Gesprächspartnern mindestens auf Augenhöhe. Je spontaner und unprätentiöser so eine Begegnung verläuft, desto besser sind Ihre Chancen, als Führungskraft wahrgenommen zu werden. Sie sollten alles dafür tun, sich nicht in die Rolle des Bittstellers drängen zu lassen. Seien Sie vielmehr von Anfang an ein Verhandlungspartner, der über etwas verhandelt, das in beiderseitigem Interesse ist.

- Bei Bewerbungen auf Top-Niveau sind Kompromissbereitschaft und Bescheidenheit fehl am Platze.
- Sie müssen innerhalb von ca. 6 Monaten zum Ziel kommen, wenn Sie glaubwürdig bleiben wollen.
- Anforderungen und Ausleseprozess bei Top-Jobs werden Ihnen alles abverlangen.

Das bedeutet, dass Sie sich nicht nur auf einen Weg verlassen dürfen. Sie sollten mehrere gleichzeitig verfolgen und alle Ressourcen und Verbindungen nutzen, die Ihnen zur Verfügung stehen, um einen neuen Job auf Top-Niveau an Land zu ziehen.



Top Job-Chancen über Headhunter

Dem Berufsstand der Jobvermittler ist mit der Bezeichnung "Headhunter" ein Marketing-Coup gelungen. Unter dem Mythos sich auf der Jagd nach fähigen Köpfen befindlicher Jäger stellen sich Millionen von Jobsuchenden genau das vor: Gurus, die bestens vernetzt mit den Stars der diversen Branchen sind und nun ihre Netze auswerfen, um für ihre Auftraggeber Edelfische einzufangen. Die Wirklichkeit ist deutlich prosaischer:

- Headhunter sind nur für einen geringen Prozentsatz vermitteltler Top-Jobs verantwortlich.
- Die erste Motivation eines Headhunters ist seine Provision, altruistische Motive sind ihm weitgehend fremd.
- Wer darauf wartet, dass ein Headhunter ausgerechnet ihn aus der Fülle der XING- und LinkedIn-Profile auswählt, kann lange warten. Zu lange.

Auch wenn Sie gut mit Headhuntern vernetzt sind und sich im verdeckten Stellenmarkt eines erstklassigen Rufes erfreuen, werden Sie von Headhuntern kaum mehr als ein oder zwei Angebote pro Jahr erhalten. Dass dies ausgerechnet dann der Fall ist, wenn Sie dringend einen neuen attraktiven Job benötigen, ist eher unwahrscheinlich.



Statistische Fakten

Die Bundesagentur für Arbeit schätzt, dass lediglich 30% aller Stellen über Stellenanzeigen besetzt werden. 70% der freien Stellen werden auf anderen Wegen besetzt. Dabei baut sich dieses Verhältnis wie eine Pyramide auf: Je geringer die Qualifikation, desto größer der Erfolg von Stellenanzeigen. Die Top-Jobs an der Spitze der Pyramide werden bestenfalls noch zu 5% über Stellenanzeigen besetzt. Da diese Erkenntnis sich inzwischen auch bei denen, die sich um Top-Jobs bewerben, durchgesetzt hat, hält sich der Mythos der Headhunter. Das führt dazu, dass die meisten Bewerber

- ihren aktuellen Marktwert falsch einschätzen, nur weil sie in der Vergangenheit mal von Headhuntern angesprochen wurden,
- sich in Unkenntnis über die Arbeitsweise von Headhuntern befinden,
- die Erfolgsquote von Headhuntern massiv überbewerten.

Egal, ob Sie einen Headhunter bitten, sich nach einem geeigneten Job für Sie umzuschauen oder ob Sie hoffen, auf die Kandidatenliste eines Headhunters zu gelangen, die Chancen, über die Aktivitäten eines Headhunters zu Ihrem neuen Traumjob zu gelangen, sind marginal:

- Woher wissen Sie, dass der Headhunter Sie nicht nur als "Auffüller" präsentiert, um seinem Auftraggeber scheinbar eine hochqualifizierte Auswahl zu bieten? In Wirklichkeit ist ein ganz anderer Kandidat der Favorit des Headhunters.
- Der Headhunter ist vor allem an seinem eigenen Erfolg interessiert. Seine Kandidaten sind nur Mittel zum Zweck.
- Für die einen Top-Job ausschreibende Firma ist der Headhunter nur eine von diversen Wegen, die Stelle zu besetzen. Häufig werden sogar mehrere Headhunter gleichzeitig eingesetzt. Bezahlt wird ja nur im Erfolgsfall.

Chancen durch den "Headhunter-Buddy"

Eine der gefährlichsten Fehleinschätzungen, was Headhunter betrifft, ist die Auffassung, nur weil Sie ihn in der Vergangenheit regelmäßig beauftragt haben, würde er sich nun, wo Sie selbst einen neuen Job benötigen, für Sie besonders einsetzen:

- Jemand, der Sie als Auftraggeber geschätzt hat, muss Sie nicht zwangsläufig auch als Stellungssuchender schätzen
- Nicht Sie bezahlen den Headhunter, sondern sein Auftraggeber: "Wes Brot ich ess, des Lied ich sing."
- Es wäre eine unrealistische Annahme zu glauben, dass ihr alter "Headhunter-Buddy", mit dem Sie sich doch so gut verstanden haben, als er noch Aufträge von Ihnen bekam, sich für Sie ein Bein ausreißt.
- Es wäre schon ein sehr glücklicher Zufall, wenn er ausgerechnet jetzt, wo Sie ihn brauchen, eine passende Position in seinem aktuellen Portfolio hätte.

Natürlich wird Ihre Headhunter-Connection behaupten, dass sie sich mit allen ihr zur Verfügung stehenden Mitteln für Sie umsehen wird. Das kostet ja nichts und der

Headhunter erhält sich Ihr Wohlwollen, falls Sie wieder in eine Position kommen sollten, in der Sie Aufträge für ihn haben. Aber überlegen Sie einmal selbst:

- Headhunter betreuen vielleicht 10 Top-Jobs im Jahr. Dazu noch mehr oder weniger viele Jobs auf unteren Ebenen.
- Da muss man sich zu 100% konzentrieren, um seine Auftraggeber zufrieden zu stellen und die Konkurrenz in Schach zu halten.
- Ihr Buddy kann es sich einfach nicht leisten, Ihnen gefällig zu sein.
- Nur für den sehr unwahrscheinlichen Fall, dass Position, Branche und Anforderungsprofil seiner laufenden Projekte mit Ihrem Profil übereinstimmen, kann er Sie mit einbeziehen.



Headhunter und Vitamin "B" reimt sich einfach nicht

Damit Sie Ihren Headhunter-Buddy und seine Möglichkeiten noch etwas realistischer einschätzen, machen Sie sich klar, wie Sie als Auftraggeber reagieren würden, wenn Ihr Headhunter Ihnen Bewerber vorstellen würde, deren hervorstechendste Eigenschaft es ist, dass sie seine "best buddies" sind. Weitere Gründe dafür, dass eine Headhunter-Beziehung aus der Zeit, als Sie Aufträge zu vergeben hatten, keine Garantie für die Pole-Position bei der Job-Suche ist:

- Die Aufträge, die Sie zu vergeben hatten, betrafen logischerweise Positionen unterhalb Ihrer Stellung im Unternehmen.
- Headhunter spezialisieren sich gern. Ein Headhunter für das Mittelmanagement wird kaum für die Suche nach Top-Managern in Frage kommen.
- Vitamin "B" kann bei Headhuntern schon deshalb nicht funktionieren, weil sie einen Ruf zu verlieren haben.

Je höher die Position, desto enger wird der Markt. Da kann sich Ihr Headhunter-Freund nicht den kleinsten Fehler leisten. Deshalb wird sein einziges Kriterium für eine Empfehlung sein, ob Ihre Qualifikation zu einer der Positionen passt, für die er auf der Suche ist. Und das so perfekt wie möglich. Der Umstand, dass Sie sich aus Ihrer früheren Zusammenarbeit nach Ihrer Meinung besonders sympathisch waren, kann dabei keine Rolle spielen. Aus Sicht des Headhunters ist das sogar ein absolutes "No Go". Aus all diesen Gründen tun Sie gut daran, die Headhunter-Schiene bei Ihren Bemühungen um einen neuen Job nur als eine von vielen zu betrachten.

Spreu und Weizen unter den Headhuntern

Der Begriff Headhunter fordert ja geradezu dazu heraus, ihn relativ unreflektiert anzuwenden. Deshalb wird die ganze Breite der Jobvermittler in den Medien und im allgemeinen Sprachgebrauch schnell mal als Headhunter abgestempelt. Darunter fallen

- Personalberater, die vor allem Anzeigen schalten,
- Researcher, die in den etablierten Firmen den eigentlichen Headhuntern zuarbeiten,
- Selbsternannte Quereinsteiger - Headhunter ist natürlich keine geschützte Berufsbezeichnung.

Das hat dazu geführt, dass Gepflogenheiten, an die sich die alteingesessenen und angesehenen Executive-Search-Firmen gebunden fühlen, heute zunehmend missachtet werden:

- Das Abwerben von Mitarbeitern aus dem eigenen Kundenstamm für Dritte,
- das Anbieten von Kandidaten, obwohl für den Headhunter gar kein Suchauftrag vorliegt,
- die Neudefinition von Headhunting als Maklertätigkeit in beide Richtungen.

Besonders die neu auf den Markt gekommenen Personalagenturen verfolgen längst kein traditionelles Executive Search mehr. Sie suchen gegen Honorar Jobs für Stellensuchende wie für Firmen gleichermaßen. Dabei nehmen sie alles mit, was sie kriegen können und tummeln sich auf allen nur denkbaren Kanälen.



Gift für Top-Manager

Wenn Sie als Top-Manager nach einem neuen Job Ausschau halten, ist es pures Gift, sich in die Hände solcher Personalagenturen zu begeben. Sie verlieren vollständig die Kontrolle über Ihre Bewerbungsunterlagen. Diskretion ist hier ein Fremdwort. Es geht nur um den schnellen Erfolg und den schnellen Euro. Wenn die Reputation der Bewerber dabei auf der Strecke bleibt, ist das für Personalagenturen dieser Couleur kein Drama. Sie leben von der Masse der Aufträge, nicht von der Klasse. Ein Grund mehr für Sie als Top-Manager um derartige Dienstleister einen großen Bogen zu machen.

Nicht anders ist die Situation bei den digitalen Jobbörsen. Sie haben nicht die geringste Kontrolle darüber, welche Personalagenturen sich Ihr Profil ansehen oder an wen sie es weiterreichen. Diese vielfach mit Künstlicher Intelligenz operierenden Plattformen sind auf Effizienz und Tempo ausgelegt, nicht auf Diskretion. Sie sind durchaus geeignet für

- Spezialisten im IT-Bereich und Ingenieurwesen
- Berufsanfänger
- Start-Ups

aber sicherlich nicht für einen gestandenen Top-Manager Ü-50, der einen Top-Job anstrebt, der noch über dem liegt, den er bislang ausgefüllt hat. Wenn Sie sich also mit einem Headhunter einlassen, prüfen Sie ihn sehr sorgfältig, bevor Sie persönliche Unterlagen an ihn herausgeben. Bei einer Executive Search Firma mit langjähriger Erfahrung und entsprechend prominentem Kundenstamm können Sie mit der für Sie lebenswichtigen Diskretion rechnen. Das ist noch keine Garantie für eine erfolgreiche Vermittlung, aber zumindest kommt Ihr Renommee nicht unter die Räder.

Fazit

Fallen Sie nicht dem Headhunter-Mythos zum Opfer, der lediglich ein Marketinginstrument der Branche ist. Der Weg über professionelle Job-Vermittler ist nur ein Weg unter vielen und nicht zwingend der Königsweg. Was nicht ausschließt, dass der Weg über den Headhunter für Sie erfolgreich sein kann. Nur sollten Sie nicht allzu große Hoffnungen daraufsetzen und ihn als einen von vielen beschreiten. Wesentlich ist für Sie eine realistische Einschätzung Ihres aktuellen Marktwertes, und der ergibt sich nicht aus dem manchmal nur vermeintlichen Interesse von Headhuntern. Warum ein Headhunter Sie anspricht, wissen Sie nicht und müssen immer davon ausgehen, dass der Headhunter vor allem sein eigenes Interesse im Auge hat.

Setzen Sie nicht allzu sehr auf die Headhunter-Karte, nur weil Sie glauben, besonders gut mit der Headhunter-Branche vernetzt zu sein. Wer Ihnen als Kunde schöne Augen gemacht hat, kann für den Bewerber plötzlich nicht mehr erreichbar sein. Das sollte Sie nicht überraschen. Das Geld kommt vom aktuellen Kunden und nicht mehr von Ihnen. Natürlich sollten Sie die bestehenden Kontakte ansprechen, aber hüten Sie sich davor, mit Erfolgsmeldungen zu rechnen. Schon gar nicht mit kurzfristigen. Lassen Sie auf keinen Fall kostbare Zeit ungenutzt vergehen, weil Sie mit einer positiven Rückmeldung von Ihren Headhunter-Buddies aus den Zeiten rechnen, als Sie noch auf der Auftraggeberseite saßen.

Im Vergleich zum vorigen Jahrhundert hat sich die Situation im Executive Search grundlegend verändert. Heute herrscht ein gnadenloser Wettbewerb unter den Personaldienstleistern. "Gloves off!" ist angesagt. Mit allen Mitteln wird vor allem um Spezialisten, Ingenieure und IT-ler gerangelt. Auch die Ebene der Top-Jobs wird davon zunehmend erfasst. Umso wichtiger ist es für Top-Bewerber, sich von hemdsärmeligen oder gar unseriösen Vermittlern fernzuhalten. Ihr Ruf ist Ihr wichtigstes Kapital. Den dürfen Sie auf keinen Fall in Gefahr bringen, indem Sie Ihre Unterlagen Firmen anvertrauen, deren Reputation nicht untadelig ist.

Das heißt, selbst dann, wenn ein Headhunter auf Sie zukommt, sollten Sie diesen erst sehr genau unter die Lupe nehmen, bevor Sie sich mit ihm näher einlassen. Das gilt sogar für Headhunter, die Sie von früher kennen und mit denen Sie erfolgreich zusammengearbeitet haben. Die Sitten sind rauer geworden und als Bewerber sind Sie erheblich größeren Gefahren ausgesetzt, als Sie es als Auftraggeber jemals waren.

Networking

"Netzwerk" und "Networking" sind zwei Modeworte, die ehemalige Selbstverständlichkeiten beschreiben. Jeder lernt im Laufe seines Lebens beruflich oder privat jede Menge Leute kennen. Ob er diese Bekanntschaften pflegt oder nicht, ist meist eine Frage der persönlichen Veranlagung. So ein Netzwerk setzt sich u.a. zusammen aus

- Schulkameraden
- Studienbekanntschaften
- Sport- und Vereinskameraden
- Urlaubsbekanntschaften
- Arbeitskollegen
- Kunden
- Lieferanten



Früher führte man ein Notizbuch, in das man die Adressen der Leute, die einem wichtig waren, eintrug. An sie wurden dann gelegentlich Urlaubskarten, Weihnachtskarten und Glückwunschkarten verschickt. Wenn es sich ergab, traf man sich. Das hat sich grundlegend geändert. Heute gibt es das digitale Notizbuch, das vor WhatsApp-Kontakten überläuft. Es gibt Facebook-Gruppen und Facebook-Freunde. Es gibt Twitter, Instagram, Pinterest, LinkedIn und zahlreiche weitere Plattformen, auf denen man sich austauschen kann. Über alle Grenzen hinweg und ohne jemals die Menschen hinter den Accounts persönlich kennenzulernen.

Ist das schon ein Netzwerk? Manchmal kommt ein Hilferuf z.B. an die Facebook-Freunde. Wer sich angesprochen fühlt, versucht dann auch zu helfen. Aber ist dieses Netzwerk, das zunehmend die alten Netzwerke aus Freunden, Kollegen und Verwandten ersetzt, tragfähig genug, um Ihnen zu einem Top-Job zu verhelfen?

Ist es nicht so, dass diese neuen Netzwerke zwar wesentlich umfangreicher, aber auch wesentlich unverbindlicher sind? Beziehungsweise, dass sie eher für Kleinigkeiten, Tipps und Gefälligkeiten taugen, aber keinesfalls für eine Größenordnung wie einen Top-Job?

Wo die neuen Netzwerke versagen

Vielleicht haben Sie schon Erfahrungen mit der Tragfähigkeit Ihres so akribisch digital gepflegten Netzwerkes gemacht, wenn es um etwas wirklich Wichtiges ging. Da ist dann nämlich in der Regel Schweigen im Walde. Die alten Netzwerke basierten auf "do ut des" und "Hand wash Hand". Bei den neuen Netzwerken fehlt einfach der Zugriff auf den anderen. Wenn ich jemandem aus dem neuen Netzwerk einen Gefallen tue, gibt es nicht die geringste Gewähr dafür, dass er das als Verpflichtung sieht, auch mir bei Gelegenheit einen Gefallen zu tun.

Einen Top-Job über sein Netzwerk zu ergattern, ist sicherlich nicht unmöglich, aber doch äußerst unwahrscheinlich. Das hängt u.a. damit zusammen, dass

- man naturgemäß horizontal vernetzt ist, also mit seinesgleichen. Personen, die Top-Jobs zu vergeben haben, werden sich darunter kaum befinden,
- die Kontakte so oberflächlich sind, dass sich kaum jemand für Sie aus dem Fenster hängen wird, weil er sie ja nur digital kennt,
- selbst dann, wenn Sie mit Ihrem Netzkontakt persönlich bekannt sind, die Empfehlung für einen Top-Job wie ein Sechser im Lotto wäre.

Wenn es zum Schwur kommt, wird Ihr Netzwerk sich als ziemlich grobmaschig erweisen. Jedenfalls, wenn Sie auf eines der heute üblichen Netzwerke vertrauen. Die Netzwerke früherer Zeit hingegen lösen sich nicht nur zunehmend auf, durch die neuen Formen des Umgangs miteinander entstehen sie auch gar nicht mehr.

Effektives Networking

Die Kritik an den neuen Netzwerken sollte Sie allerdings nicht davon abhalten, das, was Sie an Verbindungen zu Personen und Institutionen haben, für Ihre Jobfindung zu nutzen. Nur sollten Sie sich einerseits keinen Illusionen hingeben, andererseits sollten Sie Networking nicht eindimensional verstehen. Networking ist vielmehr die Inanspruchnahme von allem, was Sie mit der Außenwelt verbindet. Unter anderem:

- Kundenkontakte
- Lieferantenkontakte
- jetzige und frühere Kollegen und Vorgesetzte
- Clubkontakte
- Urlaubskontakte

Nichts ist zu groß oder zu klein, als dass es nicht in Betracht kommen könnte. Eine wesentliche Voraussetzung wird dabei allerdings oft übersehen: Wissen die Leute eigentlich, was genau Sie beruflich machen? Wie oft weiß gerade bei Top-Managern nicht einmal die eigene Frau, was Ihr Mann so den ganzen Tag über treibt? Gehen Sie also dazu über, mehr von sich und Ihrer Tätigkeit preis zu geben. Sie werden überrascht sein, wie schnell sich daraus Anknüpfungspunkte für Ihre Jobsuche ergeben.

Ganz ähnlich steht es mit der Auswahl der Leute, die Sie bezüglich Ihrer Job-Suche ins Vertrauen ziehen. Das werden in erster Linie Personen sein, von denen Sie annehmen, dass Sie sich mit Ihrer Tätigkeit auskennen. Aber gerade in heutiger Zeit, wo die persönliche Kommunikation immer spärlicher wird, können Sie den Background einer Person immer weniger einschätzen. Werfen Sie darum Ihre Netze weitläufiger aus.

Erarbeiten Sie sich eine effektive Selbstdarstellung

Verständlich ist, dass Sie sich nur Ihren vertrautesten Kontakten gegenüber umfassend öffnen wollen. Wenn allerdings Ihre Kontakte nicht wissen, wer Sie sind, was Sie machen und wo Ihr Schuh drückt, wie sollen Sie Ihnen dann bei Ihrer Jobsuche behilflich sein? So eine Selbstdarstellung will allerdings wohlüberlegt sein. Sie muss

- umfassend informieren
- unaufdringlich sein
- und so beiläufig im Plauderton daherkommen, als wenn Sie von einem amüsanten Urlaubserlebnis erzählen.

Das ist eine ganz schöne Herausforderung. Das müssen Sie üben, bevor Sie sich damit an die Öffentlichkeit wagen. Machen Sie sich am besten dazu ein Skript, das sie memorieren und zunächst an Personen Ihres Vertrauens ausprobieren:

- Erzählen Sie etwas von sich, ohne daran eine Forderung zu knüpfen.
- Flechten Sie das, worauf es Ihnen eigentlich ankommt, unverfänglich ein.
- Warten Sie auf eine Reaktion Ihres Gesprächspartners, bevor Sie das Thema vertiefen.

Sie werden sich wundern, welche überraschenden Ergebnisse Sie so erzielen. Kontakte, von denen Sie das nie geglaubt hätten, haben plötzlich Bekannte oder Freunde, die Ihnen weiterhelfen können. Wenn Sie auf so einen Treffer stoßen, pflegen Sie das Pflänzchen behutsam, bis es kräftig genug ist, damit Sie mit Ihrem eigentlichen Anliegen herausrücken können.



Das richtige Wording beim Networking

Noch eine Sache wird beim Networking häufig unterschätzt. Gerade als Top-Manager sind Sie es gewohnt, sich fachbezogen und anspruchsvoll auszudrücken. Häufig verlangt das die Materie, nicht selten spielen aber auch sachfremde Aspekte eine Rolle:

- Sie wollen sich beweisen als jemand, der von seinem Fachgebiet sehr viel versteht.
- Es geht Ihnen darum, Ihr Revier zu markieren und den einen oder anderen Junghirsch auf seinen Platz zu verweisen.
- Oder es macht ihnen einfach Spaß, andere mit Ihrem Wissen und Ihrer Erfahrung zu beeindrucken.

Das alles ist wenig hilfreich, wenn Sie Kontakten in Ihrem Netzwerk Ihren Job näherbringen wollen. Nicht wenige Fachgebiete sind so speziell, dass Nichteingeweihte selbst dann kaum etwas verstehen, wenn man auf jedes Fachchinesisch verzichtet. Ihre gewohnte Ausdrucksweise nun herunterzubrechen auf ein Wording, mit dem auch ein Hauptschüler klarkommt, ist eine größere Herausforderung, als Sie sich vorstellen können. Sie können sich nämlich dabei nicht mehr hinter Worten verstecken nach Goethes "...denn immer wo Begriffe fehlen, da stellt ein Wort sich ein zur rechten Zeit.". Begriff kommt von begreifen und Ihr Gegenüber begreift nur, was Sie ihm sagen wollen, wenn Ihre Begrifflichkeit das möglich macht. Da hilft es Ihnen nichts, wenn

- Ihr Kontakt zwar schwer beeindruckt ist, aber kein Wort verstanden hat,
- Sie sich in der Darstellung Ihrer eigenen Wichtigkeit sonnen, Ihr Gegenüber aber keine Ahnung hat, was Ihr Job eigentlich für die Allgemeinheit an Nutzen stiftet.

Ihr Netzwerk muss Sie verstehen, um Ihnen von Nutzen sein zu können

Wenn Sie von Ihrem Gegenüber verstanden werden wollen, ist die beste Methode, wenn Sie sich in ihn hineinversetzen. In seine Situation, seinen Bildungsgrad, sein Umfeld. Von hier aus versuchen Sie für das, was Sie ihm von sich mitteilen wollen, Interesse zu erwecken:

- Den Fußballfan erreichen Sie durch Paradigma aus der Fußballerwelt: "Mir ging es wie damals Schweinsteiger, als er den Elfmeter verschoss."
- Den Kunstbegeisterten mit einer Bezugnahme auf die bildende Kunst: "Stellen Sie sich das Brandt-Porträt von Kokoschka vor."
- Die Hausfrau mit einer ihr naheliegenden Analogie: "Kennen Sie schon diese kleinen Staubsauger-Roboter?"

Sie brauchen die Aufmerksamkeit Ihres Gesprächspartners, damit Sie ihm das mitteilen können, was Ihnen am Herzen liegt. Sie müssen sich auf seine Begriffs- und Bilderwelt einlassen, damit er Sie versteht. Nebenbei erlernen Sie damit eine Fähigkeit, die Ihnen auch unter anderen Bedingungen von großem Nutzen sein wird.

Wenn Sie eine allgemein verständliche Begrifflichkeit für Ihre Job-Beschreibung gefunden haben und die notwendige Flexibilität, unterschiedliche Personen dort abzuholen, wo Sie sich befinden, können Sie daran gehen, Ihr Wording in Schriftform zu gießen. Denn natürlich verkürzt es Ihre Suche im Netzwerk nach Kontakten, die ihnen behilflich sein können, wenn Sie das per Mail erledigen. Aber auch hier können Sie keinesfalls eine Rundmail mit einem Standardtext schicken, sondern müssen sich jeden Kontakt noch einmal vor Augen führen, um ihn ganz persönlich anzusprechen und so sein Interesse zu erwecken.



Top-Jobs über die sozialen Netzwerke

Bis zum Mittelmanagement sind soziale Netzwerke wie LinkedIn, XING und Facebook sicherlich nützlich. Für Top-Jobs scheinen Sie derzeit noch weniger geeignet. Einfach deshalb, weil das Establishment sich nicht so gern unter das einfache Volk mischt. Die Führungsetagen von Unternehmen sind naturgemäß relativ konservativ und beäugen die sozialen Medien eher mit Misstrauen.

Aber die Dinge entwickeln sich heute wesentlich schneller als früher. Was gestern noch galt, kann heute schon überholt sein. Deshalb sollten sie die Entwicklung sehr genau im Auge behalten. Wenn Sie Online-Accounts haben, sollten Sie sie unbedingt pflegen:

- Profil und Lebenslauf müssen übereinstimmen.
- Beides muss immer auf dem neusten Stand sein.
- Ihre Präsenz muss Ihren Top-Job widerspiegeln und in allen Belangen makellos sein.
- Wenn Sie Zeit und Lust haben, können Sie sich auch an Diskussionen auf diesen Plattformen beteiligen oder hin und wieder Beiträge aus Ihrem Fachgebiet beisteuern.

Denn ausgeschlossen ist es nicht, dass Ihnen über diesen Weg ein Angebot auf den Tisch flattert. Ein Headhunter der nach einem ganz bestimmten Job-Profil sucht, wird sich nicht zu schade sein, auch die sozialen Netzwerke zu scannen.

Überwachen Sie Ihre Internet-Präsenz

Als Inhaber eines Top-Jobs sind Sie in der Regel auch eine Person von öffentlichem Interesse. Was bedeutet, dass in den Medien immer mal wieder über Sie berichtet wird. Ab einem bestimmten Umfang ist es ratsam, eine Agentur einzuschalten, die solche Veröffentlichungen recherchiert und im Bedarfsfall korrektive Maßnahmen vorschlägt. Das Bild, das Sie im Internet abgeben, ist für Personen, die sich für Sie interessieren, also auch potentielle Arbeitgeber, von großem Interesse. Durch eigenen Einsatz oder mit Hilfe einer Agentur können Sie dieses Bild beeinflussen, indem Sie

- dafür sorgen, dass falsche Berichte korrigiert oder gelöscht werden,
- nach dem Motto handeln: "Tue Gutes und rede darüber" und zu Pressekonferenzen einladen oder Interviews geben,
- als Person öffentlichen Interesses einen Wikipedia-Artikel über sich lancieren.

Es hilft nichts, über Fake-News und Hass-Kommentare zu lamentieren. Stattdessen müssen Sie das Ihnen Mögliche tun, um die Chancen des Netzes für sich zu nutzen. Sorgen Sie für einen optimalen Fußabdruck von sich im WorldWideWeb. Wer dann nach Ihnen googelt, wird das Bild, das er dort vorfindet für überzeugender halten als jeden Lebenslauf.

Fazit

Netzwerk ist ein schönes Bild und suggeriert, dass Sie als Teil eines Netzwerkes halten und gehalten werden. In der digitalen Dimension erfüllt sich diese Vorstellung auch. Aber in der realen Welt und der Dreidimensionalität erweisen sich die neuen Netzwerke als wenig tragfähig. Das bringt die Verlagerung aus der Realität in die Digitalität so mit sich. Das hat auch solange keine Konsequenzen, als Sie nicht versuchen, Ihr digitales Netzwerk mit realen Forderungen zu konfrontieren. Da müssen Sie mit Enttäuschungen rechnen. vor allem dann, wenn es um eine Größenordnung wie einen Job auf Top-Ebene geht. Versuchen werden Sie es wahrscheinlich trotzdem, aber Hoffnungen sollten sie sich nur wenige machen.

Netzwerke und Networking sind nicht per se abzulehnen. Sie wollen nur etwas umfassender definiert werden und eigentlich alle Kontakte, die Sie haben oder hatten, einschließen. Und Sie müssen sich klarmachen, dass die meisten Ihrer Kontakte, vor allem auf privater Ebene, gar nicht wissen, was Sie beruflich machen. Um das aber besser zu kommunizieren, benötigen Sie eine geeignete Selbstdarstellung. Die besteht nicht darin, dass Sie Ihre Kontakte mit Ihrem Bewerbungs-Lebenslauf in Verlegenheit bringen. Für eine unaufdringliche Selbstdarstellung, die Ihr Gegenüber auch erreicht, müssen Sie schon etwas mehr Gehirnschmalz investieren. Wenn Sie das aber geschafft haben, können Sie damit Kontakte aktivieren, von denen Sie nie angenommen hätten, dass die Ihnen einmal behilflich sein könnten.

Networking besteht vor allem aus dem richtigen Networding. Nur wer verstanden wird, kann eine Wirkung erzielen. Verzichten Sie deshalb auf Ihre gewohnte Ausdrucksweise und versetzen Sie sich in Ihren Gesprächspartner:

- Was könnte ihn interessieren?
- Welche Begrifflichkeit benötige ich, damit er begreift, was ich meine?
- Mit welchen Analogien erhalte ich seine Aufmerksamkeit?

Wenn Sie ein allgemein verständliches Wording für Ihre Berufsbeschreibung gefunden haben, haben sich Ihre Chancen, über Ihr Netzwerk einen neuen Job zu finden, erheblich verbessert.

Noch sind die sozialen Netzwerke nur bedingt geeignet, wenn Sie sich auf der Suche nach einem Top-Job befinden. Aber wie so vieles ist auch das gerade im Wandel. Schon jetzt werden Recruiter routinemäßig Ihre Präsenz im Netz checken. Sollte sich da ein negatives Bild abzeichnen, hilft Ihnen auch der schönste Lebenslauf nicht mehr.

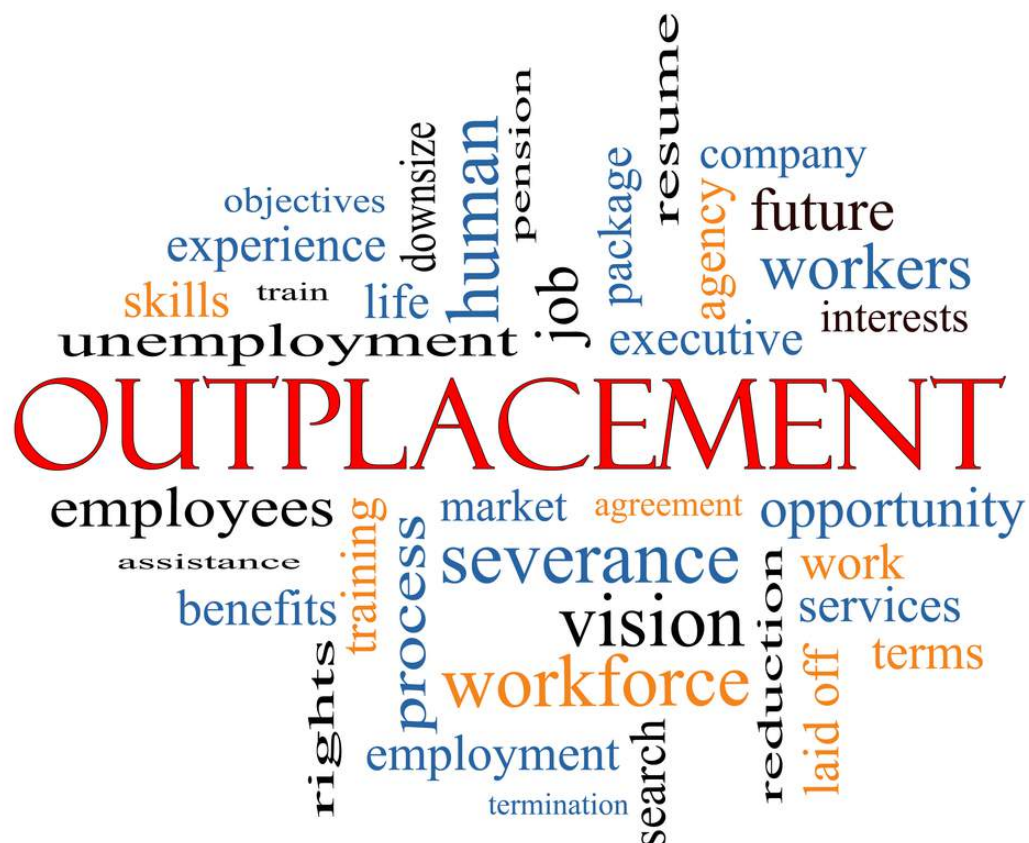
Genauso wird umgekehrt ein Schuh daraus: Eine glänzende Net-Präsenz, die von Ihnen oder Ihrer Agentur akribisch überwacht wird, steigert Ihre Chancen um ein Mehrfaches. Als Top-Manager können Sie es gar nicht vermeiden, Spuren im Netz zu hinterlassen. Entscheidend ist, dass Sie diese Spuren kennen und so weit wie möglich kontrollieren. Die traditionelle Zurückhaltung des Top-Managements gegenüber den sozialen Medien ist verständlich, aber nicht mehr zeitgemäß. Gehen Sie in die Offensive. Damit verbessern sie auch Ihre Aussichten bei einem Jobwechsel.

Top Jobs über Outplacement

Outplacement ist eine von Unternehmen für ausscheidende Mitarbeiter finanzierte Dienstleistung. Externe Beraterfirmen bieten den ehemaligen Mitarbeitern professionelle Hilfe für eine Neuorientierung und rasche Wiedereingliederung in die Arbeitswelt. Letztere kann in einen neuen Job oder in eine Existenzgründung münden.

Ein Outplacement wird meist im Zusammenhang mit einem Aufhebungsvertrag angeboten. Es soll ja alles „sozialverträglich“ ablaufen. Logisch, dass die Kosten für ein Outplacement, die schon mal 18% Ihres letzten Jahres-Einkommens betragen können, zzgl. Sachkostenpauschale, zzgl. MwSt., sich auf die Höhe Ihrer Abfindung auswirken. Gerade Top-Manager zögern deshalb häufig, ein Outplacement-Angebot anzunehmen. Oft aus der Überzeugung, ein Headhunter würde sie schneller zum Ziel bringen und außerdem für sie kostenlos sein. Das könnte sich schnell als Fehlkalkulation herausstellen, wenn

- wie zu erwarten die Job-Angebote des Headhunters ausbleiben,
- die Zeit verrinnt und Ihr Geldbeutel, Ihre Nerven und Ihre Reputation strapaziert werden,
- die Outplacement-Beratung Sie in der Zwischenzeit ein gutes Stück weitergebracht hätte.



Gerade große Firmen arbeiten regelmäßig mit Beraterfirmen zusammen, die sich ihrer Schützlinge mit großer Sachkenntnis und Intensität annehmen. Wenn Sie sich darauf voll und ganz einlassen, ist das sicher ein erfolversprechender Weg, in absehbarer Zeit eine angemessene neue Top-Position zu finden, die auch zu Ihnen passt.

Die Wahl der richtigen Outplacement Beraterfirma und Leistung

Am einfachsten ist es natürlich, wenn Sie sich der Empfehlung Ihres freistellenden Arbeitgebers anvertrauen. Da das Vertrauen zu diesem in der Regel aber getrübt sein dürfte, kann es sein, dass Sie sich damit schwertun. Alternativ wird häufig eine Pauschale angeboten. Sie suchen dann auf eigene Faust nach passenden Beratungsunternehmen. In diesem Fall sollten Sie sich bewusst machen, welche Leistungen Sie benötigen.

Beraterfirmen, die Outplacement anbieten, unterscheiden sich in Größe und Qualität. Der Leistungsumfang umfasst in der Regel

- Schulung
- Training, auch Rollenspiele
- Coaching
- und Service. Z.B. wird ein Büroservice geboten, über den Sie für eine Weile den Anschein erwecken können, als würden Sie weiterhin Ihrer gewohnten Tätigkeit nachgehen.

Es gibt Einzel-Outplacement und Gruppen-Outplacement, in dem Sie sich mit Leidensgenossen austauschen können. Darüber hinaus gibt es modulare Angebote, bei denen Sie nicht das gesamte Paket in Anspruch nehmen, sondern nur ausgewählte Leistungen. Das kann dann Sinn machen, wenn Sie die Leistungen selbst bezahlen. Allzu viel sollten sie sich davon aber nicht versprechen, weil die Pakete schon gut durchdacht und Resultat langer Erfahrung sind.



Das klassische Outplacement ist unbefristet, daneben gibt es befristete Varianten

- das 3-Monats-Paket
- das 6-Monats-Paket
- das 9-Monats-Paket

Letzteres dürfte sich im Umfang nicht mehr wesentlich vom unbefristeten Outplacement unterscheiden. Während die grundsätzlichen Vorbereitungen für die Suche nach einem neuen Job bereits innerhalb von 3 Monaten abgeschlossen sind, geht das individuelle Coaching mit zunehmender Dauer immer mehr auf Ihre Besonderheiten ein. Wenn Sie nach 3 Monaten merken, dass Sie noch individuelles Coaching benötigen, können Sie zwar oft monatsweise nachbuchen, zahlen dann aber höhere Gebühren.

Der Outplacementberater ist kein Jobvermittler

Wenn Sie glauben, die Beratungsfirma, die Outplacement anbietet, würden Sie in einen neuen Job vermitteln, unterliegen Sie einem Trugschluss. Die Berater versetzen Sie lediglich in den Stand, sich einen neuen Job zu suchen. Suchen müssen Sie ihn dann allerdings selbst. Wenn ein Outplacement-Berater damit wirbt, dass er sich mit Unternehmen sehr gut auskennt und langjährig vernetzt ist, heißt das nur, dass er mit diesen Firmen zusammenarbeitet. Meist, wie schon erwähnt in beide Richtungen:

- er berät die Firmen, wie man sich möglichst geräuschlos von führenden Mitarbeitern trennt
- und er bietet Outplacement an, um die freigestellten Mitarbeiter fit für die Suche nach einem neuen Job zu machen.
- Die Beraterfirma selbst vermittelt keine Jobs.

Noch ein Wort zur psychologischen Beratung, die ebenfalls im Rahmen von Outplacement angeboten wird:

- Suchtprobleme
- Depressionen
- Burn-Out

gehören in die Hand von erfahrenen Psychologen und ggfs. Psychiatern. Auch Persönlichkeit-Tests können in der Hand von lediglich psychologisch angelernten Beratern Unheil anrichten. Seien Sie daher auf der Hut, wenn im Rahmen von Outplacement zu viel Gewicht auf Psychologie gelegt wird. Wenden Sie sich Bedarf doch eher an einen erfahrenen Fachmann.

Coaching hingegen, das Ihnen vermittelt, wie Sie im Vergleich mit anderen Führungskräften, die der Coach kennengelernt hat, abschneiden, ist äußerst hilfreich. Ein solches Coaching ist praxisnah und macht Sie fit im Wettbewerb um einen neuen Job. Es zeigt Ihnen Ihre Stärken und Schwächen und hilft Ihnen, Defizite zu beseitigen.

Fazit

Outplacement ist ein durchaus zweckmäßiges Zusatzangebot seitens des freistellenden Arbeitgebers, mit dem er die Härten der Kündigung abmildern möchte. Es versteht sich, dass Sie im Falle einer Ablehnung dieses Zusatzangebotes eine höhere Abfindung aushandeln können, die aber wohl nicht dem Sachwert einer Outplacement-Beratung gleichkommt. Wenn Sie einer solchen Beratung grundsätzlich gegenüber aufgeschlossen sind, sollten Sie, vor allem wenn Ihr Arbeitgeber ein größeres Unternehmen ist, dieses Angebot annehmen. Rein rechnerisch ist das für Sie die günstigste Lösung. Sich eine Pauschale für das Outplacement auszahlen zu lassen und dann auf eigene Faust eine Beraterfirma zu suchen, kann ratsam sein, wenn Sie sich Alternativen zum Angebot Ihres Alt-Arbeitgebers schaffen wollen.

Eine Beraterfirma, die Outplacement anbietet, trainiert Sie darin, wie Sie schnell wieder einen neuen Job finden, der Ihren Ansprüchen entspricht. Für die Vermittlung von Jobs ist sie meist nicht zuständig. Sie können daher nicht darauf warten, dass sich im Laufe Ihres Trainings Fenster attraktive Angebote von selbst für Sie öffnen. Um Ihren neuen Job müssen Sie sich mit Hilfe Ihrer neu erworbenen Fähigkeiten täglich bemühen. Das Training ist eine sehr professionelle Unterstützung dabei und die einzelnen Module, die aufeinander aufbauen, meist wohl durchdacht. Es macht daher Sinn, das klassische Outplacement in Anspruch zu nehmen.

Top-Jobs über die eigene Recherche finden

Inzwischen wissen Sie, dass Ihr Outplacement-Berater keinen neuen Job für Sie herbeizaubert. Dennoch wird Ihnen das nicht immer in dieser Eindeutigkeit gesagt. Die Beraterfirmen lassen sich unschwer in drei Kategorien unterteilen:

- Die erste schenkt Ihnen von vornherein reinen Wein ein: "Bei uns werden Sie trainiert, wie man einen neuen Job findet. Für die Suche sind Sie selbst verantwortlich."
- Die zweite hat zwar ebenfalls nicht die Absicht, Ihnen bei der Jobsuche behilflich zu sein, lässt Sie darüber aber im Unklaren.
- Die dritte Kategorie verspricht Ihnen tolle Positionen, verfügt aber außer großen Worten über keinerlei erprobte Mittel. Hier hilft nur eine akribische Nachfrage, was sich denn Handfestes hinter dem Wortgeklingel verbirgt.

Outplacement-Training und -Coaching verbessert Ihre Chancen, selbständig einen neuen Job zu finden, erheblich. Die Recherche nach den gewünschten Positionen und die Bewerbung liegt jedoch allein in Ihren Händen. Das müssen Sie sich klar machen, bevor Sie Zeit und Geld verlieren, weil Sie sich unrealistischen Hoffnungen hingeben. Vielmehr müssen Sie nunmehr sichten, welche Mittel Ihnen für Ihre Recherche zur Verfügung stehen.

Hilfsmittel für die Recherche

Recherche-Hilfsmittel werden Ihnen auch von Ihrer Berater-Firma angeboten. So zum Beispiel Datenbanken, die branchenübergreifend Firmendaten zur Verfügung stellen:

- AESC (Association of Executive Search and Leadership Consultants) bietet Zugang zu einer 4.000 Headhunter umfassenden Beraterbank von bluesteps.com. Sie können sich auch direkt bei bluesteps.com anmelden.
- Bisnode hat seinen Sitz in Stockholm und seine ursprünglichen Tochterfirmen Hoppenstedt, Dun und Bradstreet inzwischen einverleibt.
- Kompass verzeichnet 43 Millionen B2B-Unternehmen aus 70 Ländern.

Um diese und vergleichbare Datenbanken zu nutzen, benötigen sie allerdings Ihre Beraterfirma nicht. Der Umgang mit den Datenmengen, die diese Unternehmen zur Verfügung stellen, will gelernt sein. Das sprengt den Rahmen der Outplacement-Beratung und muss von Ihnen im Alleingang geleistet werden. Das bedeutet

- Daten sammeln,
- Daten filtern,
- die Ergebnisse kombinieren und interpretieren.

Wie bei jeder Recherchearbeit gehört dazu ein ausgeprägter Spürsinn und vor allem Ausdauer. Wer sich mit Recherche im Netz auskennt, weiß davon ein Lied zu singen. Er weiß aber auch um die überraschenden Möglichkeiten, die sich dort auftun können.

Als Top-Manager, der bereits eine Outplacement-Beratung absolviert hat, sind Sie für diese Recherche-Arbeit gut gerüstet. Sie kennen die Bedingungen Ihrer Branche und sicherlich auch die wichtigen Firmen und vielleicht sogar deren Führungspersonal. Dieses Wissen gilt es in Ihre Recherche mit einzubringen und die bekannten Daten mit den neu recherchierten zu verknüpfen. Irgendwann ergeben sich dann Kombinationen, die zum Handeln animieren. Wie Sie richtig handeln müssen, um einen Top-Job an Land zu ziehen, sollten Sie in Ihrer Outplacement-Beratung gelernt haben.



Inverses Headhunting

Nachdem wir Ihnen Stärken und Schwächen von Headhuntern und Outplacement vor Augen geführt haben, kommen wir nun zu einer Methode der Stellensuche für Führungskräfte, die beides miteinander verknüpft: das inverse Headhunting. Der etwas erklärungsbedürftige Begriff steht für

- ein Headhunting, bei dem die Stoßrichtung quasi umgedreht wird.
- Der Headhunter sucht nicht im Auftrag eines Unternehmens Führungskräfte,
- vielmehr sucht nun der Headhunter im Auftrag einer Führungskraft das zu ihm passende Unternehmen für eine ihm vorschwebende Position

Der große Vorteil ist dabei, dass diese Suche auf dem verdeckten Stellenmarkt stattfindet. Der verdeckte Stellenmarkt ist deshalb verdeckt, weil die dort gehandelten Stellen nicht öffentlich ausgeschrieben werden. Gerade hier finden sich aber die interessantesten Positionen. Logischerweise ist die Führungsebene eines Unternehmens ein ganz besonders sensibler Bereich, auf der Veränderung extreme Behutsamkeit erfordern. Und je größer ein Unternehmen ist, desto sensibler ist es hier.

Zu Ihren Gunsten erfährt, wenn der Headhunter sein Handwerk versteht, niemand außer den direkt Involvierten davon, dass Sie sich auf Stellensuche befinden. Das kann bei Führungspositionen durchaus ein entscheidender Vorteil sein. Zumindest, wenn der Headhunter seine Fühler nicht nur in eine Richtung ausstreckt.



Inverses Headhunting setzt Spezialisten voraus. Diese Kombination von Outplacement-Training und Headhunting in umgekehrter Richtung verlangt nach Headhuntern, die

- außergewöhnlich gute Kontakte zu Unternehmen haben
- ihre Kandidaten perfekt vorbereiten
- überdurchschnittliche Erfolgsquoten vorzuweisen haben

Solche Personalberatungsfirmen, die Ihnen fast schon eine Jobgarantie liefern, gibt es. Aber die Diskretion der Branche bringt es mit sich, dass ihre Erfolge vornehmlich durch Mund-zu-Mund-Propaganda publik werden. Zuviel Geräusch würde die sensiblen Kontakte verschrecken. Um diese Firmen dennoch zu finden, müssen Sie sich auf die Suche begeben:

- Fragen Sie in Ihrem Netzwerk gezielt nach Erfahrungen mit inversem Headhunting.
- Sprechen Sie Headhunter an, die Ihnen in der Vergangenheit durch Ihre Effizienz positiv aufgefallen sind, ob sie auch inverses Headhunting anbieten.
- Fragen Sie Entscheider in Firmen, welche Erfahrungen sie mit inversem Headhunting gemacht haben.

Die auf diese Weise in Erfahrung gebrachten Adressen sollten Sie einer sorgfältigen Prüfung unterziehen, ob Sie "inverses Headhunting" nicht nur als billiges Schlagwort benutzen, um sich für Führungskräfte interessant zu machen. Fragen Sie danach,

- wie viele Rechercheure einem Senior-Adviser für die Recherche auf dem verdeckten Stellenmarkt zur Verfügung stehen
- welche technischen Lösungen genutzt werden, um mehr Informationen in kürzerer Zeit zu bekommen und zu verarbeiten. Mit künstlicher Intelligenz und Nischensoftware lassen sich umfangreiche Recherchearbeiten auf einen Bruchteil des Aufwands reduzieren, was Kosten senkt und Zeit spart
- mit wie vielen Stellenangeboten auf dem von Ihnen gewünschten Niveau Sie innerhalb der ersten 3 Monate rechnen können.

Erst wenn Sie sich absolut sicher sind, dass Sie einen Headhunter gefunden haben, der mit der nötigen Power und Seriosität ans Werk geht, sollten Sie ihn ernsthaft für ein inverses Headhunting in Betracht ziehen.

Job Search

Wenn Sie sich weder dem inversen Headhunting, noch einer inversen Executive Search anvertrauen möchten, vielleicht auch, weil Sie die Ausgaben für eine solche Dienstleistung scheuen, wird Ihnen nichts anderes übrig bleiben, als sich selbst auf die Suche zu begeben. Da hilft es auf jeden Fall, die Methoden der Headhunting- und Executive Search-Beratungen eingehend zu studieren. An die bei diesen Firmen vorhandenen Kontakte kommen Sie natürlich nicht kurzfristig heran, aber aus den Recherche-Methoden können Sie einiges übernehmen:

- Recherchieren Sie, was sich auf dem verdeckten Stellenmarkt tut.
- Recherchieren Sie, in welchen Führungsetagen es knirscht und wo damit Bedarf für frisches Blut besteht.
- Recherchieren Sie, wo aus Altersgründen Top-Manager vor dem Abschied stehen und Sie sich selbst diskret in Stellung bringen können.

All das kann jemand, der dies hauptberuflich bereits seit vielen Jahren macht, sicherlich besser als Sie. Das heißt aber nicht, dass Sie von vornherein auf verlorenem Posten stehen. Mit der notwendigen

- Findigkeit,
- Beharrlichkeit
- und einer Portion Glück

können Sie durchaus einen Treffer landen. Sie müssen eben genau abwägen, wie lange Sie sich Zeit geben wollen für einen Job Search auf eigene Faust. Es ist auch eine relativ simple Rechnung: Jeder Tag ohne Job kostet Sie Geld. Nach spätestens 6 Monaten kommt zu dem Geldverlust noch der Verlust an Reputation hinzu. Wie an der Börse ist es deshalb geraten, sich ein Stop-Loss zu setzen, auf die Gefahr, dass Sie bis dahin bereits mehr Geld verloren haben, als Sie die Beauftragung einer Beratungsfirma mit inversem Headhunting oder Job Search gekostet hätte.

Was müssen Sie bei eigener Job Search leisten?

Vergessen Sie auf jeden Fall die traditionelle Initiativ-Blindbewerbung. Selbst wenn Sie per Zufall einen Nerv in dem angesprochenen Unternehmen treffen sollten, jeder weiß, dass es sich bei dieser Bewerbung um eine Rundmail an möglichst viele Unternehmen handelt. Das wertet die Initiativ-Bewerbung von vornherein ab. Nur naive Firmeninhaber werden sie deshalb tatsächlich lesen, und das dürften nicht gerade die sein, die Top-Jobs zu vergeben haben. Vielmehr müssen Sie für Ihre Recherche eine tragfähige Strategie entwickeln:

- Welche Stärken habe ich?
- Welche meiner Fähigkeiten ist bei welchen Unternehmen besonders gefragt?
- Welche Unternehmen expandieren oder befinden sich in einer Umstrukturierung und haben deshalb zusätzlichen Bedarf im Top-Management?
- Welche Unternehmen kriseln und könnten deshalb für einen Top-Manager mit Ihren Fähigkeiten aufgeschlossen sein?



Geeignete Unternehmen zu recherchieren, dürfte noch der leichtere Teil bei Ihrer individuellen Job-Search sein. Wesentlich schwieriger ist der Teil, über den Sie mit den recherchierten Unternehmen ins Gespräch kommen. Wohlgedenkt ohne Einschaltung eines professionellen Headhunters. Es bleibt Ihnen eigentlich nur der frontale Approach:

- Sie tauchen unangemeldet in der Firma auf und versuchen, zu einer der Führungspersonen vorgelassen zu werden.
- Sie versuchen, die Führungspersonen anlässlich einer Messe anzusprechen.
- Sie suchen den Kontakt über eine Verbandstagung.
- Sie suchen den Kontakt über ein Gespräch an der Bar.
- Sie sprechen die Führungspersonen im Golf-, Reit- oder Tennisclub an.

Sollten Sie dann tatsächlich das Ohr einer Führungsperson gefunden haben, benötigen Sie ein absolut unwiderstehliches Angebot. Wie Sie sehen, bedarf es für den direkten Approach einer gehörigen Portion Chuzpe und dann noch großer Überzeugungskraft.

Fazit

Dass Beraterfirmen, die Outplacement anbieten, keine Jobs vermitteln, sollte Ihnen inzwischen sattsam klar geworden worden sein. Dass manche dieser Firmen die Hoffnung Ihrer Klienten dennoch schüren, ist wenig seriös und sollte für Sie ein Kriterium sein, von ihnen Abstand zu nehmen. Vielmehr sollten Sie all das, was Sie im Outplacement-Training gelernt haben, einsetzen, um über eigene Recherche Verbindungen zu erschließen, aus denen sich Ihr künftiger Job ergeben könnte. Neben diversen Datenbanken hilft da vor allem die unermüdliche und fantasievolle Recherche im Netz. Erarbeiten sie sich ein System, mit dem Sie die gesichteten Daten sammeln, filtern und interpretieren können. Aus der Kombination mit dem bei Ihnen aus langer Berufstätigkeit bereits vorhandenen Wissen ergeben sich irgendwann die Chancen, die darauf warten, von Ihnen ergriffen zu werden.

Wenn Sie schon bereit waren, für Outplacement eigenes Geld in die Hand zu nehmen, um Ihre Chancen für einen Job zu verbessern, so ist dieses Geld bei inversem Headhunting wahrscheinlich noch besser angelegt. Weil Sie einen erfahrenen Headhunter damit beauftragen, auf dem verdeckten Stellenmarkt nach einem zu Ihnen passenden Job und einer zu Ihnen passenden Firma zu suchen. Allerdings sollten Sie sich vor einer Beauftragung unbedingt vergewissern, dass der Headhunter auch über

- das entsprechende Personal bzw. technische Lösung zu deren Ersatz,
- die entsprechende Erfahrung,
- und die entsprechenden Kontakte verfügt.

Wenn das so ist, kann inverses Headhunting gerade auf der Führungsebene das geeignete Instrument für Sie sein, in absehbarer Zeit eine Position zu finden, die Ihren Vorstellungen entspricht. Wenn Sie beim Abwägen von Pro und Contra bei der individuellen Job Search zu der Überzeugung gelangen, dass das Pro überwiegt, sollten Sie sie unbedingt ausprobieren. Sollten allerdings das Contra oder Zweifel überwiegen, setzen Sie Ihr Geld besser auf inverses Headhunting bzw. inverse Executive Search.

Fragen?

Melden Sie sich unter
0171-9946061

Mehr Informationen zur
individuellen Beratung unter:

<https://karrierehelden.de>

