



## Der Talent-Magnet

Warum wurden die Brasilianer häufiger Fußball-Weltmeister als jede andere Nation? Eine einfache Frage. Die Antwort: Weil sie die besten Fußballspieler der Welt haben. Es ist nicht schwer, der Beste zu sein, wenn man die Besten hat. Das ist im Fußball so wie im Business.

Auch im Business gibt es „Brasilianer“. In jeder Branche. Das sind jene Unternehmen, die immer irgendwie die besten Manager und Mitarbeiter rekrutieren. Weil sie am meisten bezahlen? Das vermuten viele. Vor allem Laien. Doch das ist nicht das Geheimnis. Das Geheimnis ist der Talent-Magnet. Ich kenne einige dieser Talent-Magnete, die mit scheinbar magischen Kräften immer die besten Kandidaten anziehen. Ich verrate deren Erfolgsgeheimnisse jedem, der sie hören will.

Zum Beispiel dem Geschäftsführer eines Industrieunternehmens, der mir klagte: „Jedes Mal, wenn ich höre, dass ein Topkandidat verfügbar wäre, bin ich zwei Schritte zu spät.“ Warum? Weil er von den Wechselabsichten eines Topkandidaten meist erst dann hört, wenn dieser bereits gewechselt hat. Also eröffnete ich ihm lustlos das erste Erfolgsgeheimnis der Talent-Magneten: „Von den Wechselabsichten eines Top-Kandidaten erfahren Sie nur dann rechtzeitig, wenn Sie optimal vernetzt sind.“ Lustlos verriet ich ihm dieses Erfolgsrezept deshalb, weil ich seine Antwort schon kannte, bevor er sie kannte. Er sagte: „Sie sind gut! Ich kann ja nicht auf alle Veranstaltungen marschieren, zu denen ich eingeladen werde! Da wäre ich ja überhaupt keinen Tag mehr zu Hause!“ Ist das nicht niedlich? Ist das nicht symptomatisch für das ganze leidige Krisengewäsch? Wir wollen so viel. Wir wollen die Besten sein, die Besten haben, die tollsten Zahlen. Wir wollen raus aus der Krise! Die nächste Karrierestufe! Den Markt umkrepeln! Aber wenn uns einer sagt, wie wir es machen sollen, dann lassen wir die Hosen runter, fallen ins Alter von sieben Jahren zurück und nehmen zu einer Art der Verdrängung Zuflucht, die so alt und albern ist, dass sie schon Sigmund Freud zu Tode gelangweilt hat: Wir übertreiben den Ratschlag ins Irrsinnige. In solchen Fällen überlege ich mir ernsthaft, ob ich einen Manager oder ein kleines Kind vor mir habe. Meist entscheide ich mich für Letzteres.



Also erklärte ich auch diesem Kind: „Bub, niemand verlangt von dir, dass du jede verdammte Einladung annimmst. Hast du mich eben sagen hören, du sollest jede Einladung annehmen? Nein? Sonst jemanden? Gut.“ Stattdessen fragte ich ihn, mit wem er denn jeden Tag zu Mittag esse. „Na, mit Leuten aus dem Büro.“ Das ist ja putzig! Als ob die ihm sagen könnten, was da draußen so vor sich geht, wer bald wen verlassen möchte. Also empfahl ich ihm: „Gehen Sie zweimal die Woche mit zwei unterschiedlichen Kontakten aus Ihrem Adressbuch zum Essen. Vereinbaren Sie Lunch-Dates.“ Beim Small Talk mit Lunch-Dates erfährt man immer noch am meisten über Markt und Menschen. Dann fragte ich ihn, mit wem er jeden Nachmittag Kaffee trinke. „Na allein oder mit einem meiner Bereichsdirektoren.“ Auch ganz niedlich. Ich empfahl ihm, zusätzlich zweimal die Woche Kontakte von außerhalb zum Kaffee zu treffen.

„Sport?“ Er spielt jeden Dienstag Tennisdoppel mit drei anderen Managern. Natürlich mit immer denselben drei. Warum trifft er sich nicht wenigstens einmal im Monat zu einem zusätzlichen Tennistermin mit einem Managerspieler von außerhalb dieses Quartetts? Nach diesen drei Tipps schaute er mich mit großen Augen an. Nach einem Monat rief er mich an und meldete, dass er bereits von vier Kandidaten gehört habe, die Wechselabsichten hegen. Zwei davon konnte er tatsächlich rekrutieren, weil er diesmal rechtzeitig mitbieten konnte. Das hat ihn lediglich zwei Mittagessen, zwei Kaffee die Woche und einen Tennistermin gekostet. Und jede Menge Überwindung.

Denn entgegen landläufiger Meinung sind Manager alles andere als kontaktstark. Wenn der US-Präsident nach Ljubljana kommt, schüttelt er Dutzenden Passanten die Hand, lächelt und macht Small Talk. Wenn ein CEO auf die Straße geht, dann ist er froh, wenn er nicht erkannt und angesprochen wird. Viele Topmanager sind notorisch menschen scheu und kontaktschwach. Sie fürchten sich geradezu vor Menschen. Deshalb ist es dem Geschäftsführer aus unserem Beispiel hoch anzurechnen, dass er diese Scheu überwand und sich vernetzte. Deshalb ist es auch so wichtig, dass er eben nicht jede Einladung annahm: Offensichtlich hat er Angst vor Menschenmengen. Auch das ist typisch Management. Deshalb ist es entscheidend, sich auf eine Art und Weise zu vernetzen, die einem ganz persönlich angenehm ist. Es gibt Manager, die essen lieber alleine. Dann sollen die nicht beim Lunch networken. Es gibt sogar welche, mehr als Sie ahnen, die überhaupt niemanden gerne außerhalb eines Meetingraumes treffen mögen. Aber sie telefonieren oder mailen gerne. Dann empfehle ich ihnen, viermal die Woche ein Network-Telefonat zu führen oder eine Network-Mail zu schreiben. Das alles kostet nicht viel Zeit und im Endeffekt auch nicht viel Überwindung. Aber es macht wahnsinnig viel aus: Wer die Besten rekrutiert, wird auch der Beste sein. Das kann ich Ihnen garantieren.