



Hol dir die Besten!

Da bin ich wieder! Haben Sie mich vermisst? Ich Sie auch. Ich hatte in den letzten Wochen so unglaublich viel zu tun – neue Projekte, neue Kunden, neues Buch. Aber jetzt bin ich wieder für Sie da. Und mit mir zwei große Deutsche: BMW und die Münchner Stadtwerke.

Wie geht's den beiden? Ziemlich gut, wie man hört. Warum? Aus demselben Grund, aus dem heraus es allen Unternehmen gut geht, denen es gut geht: Sie haben gute Leute. Oder wie der MBA-Absolvent sagt: „It's a people's business!“ Wie machen die beiden Münchner das? Zahlen sie einfach mehr als die Konkurrenz?

Das wäre ziemlich dämlich, da Preisschlachten immer dämlich sind und teuer obendrein. Nein, sich die Besten zu schnappen ist heutzutage ganz einfach und ganz schwer: Beide Erfolgsunternehmen reden mit den Besten, bevor sie sie kriegen. Nämlich unter anderem auch via neuer Internet-Medien. Beide Unternehmen schauen zum Beispiel, in welchen Internet-Foren sich die besten Ingenieure tummeln – und dann melden sie sich dort zu Wort. Mit ganz normalen Sachbeiträgen. Reden einfach so mit. Was bringt das?

Das, was es bringt, wenn Sie auf einer x-beliebigen Party einem x-beliebigen Menschen auch nur fünf Minuten aufmerksam zuhören: Sie brauchen nur diese fünf Minuten, um herauszufinden, ob das ein Guter oder ein Blender ist. Und das merken auch die Bewerber, die im Internet surfen: „Hoppla, interessante Meinung, hoher Sachverstand, gute Ideen. Wie heißt der? Und wo arbeitet der? Bei den Stadtwerken? Interessant. Vielleicht sollte ich denen auch mal meinen CV schicken.“ Natürlich braucht es auch gute Konditionen, interessante Arbeit und gutes Arbeitsklima. Doch um die Besten aufmerksam auf sich zu machen, brauchen Sie deren Aufmerksamkeit. Und die liefert das Internet quasi gratis. So einfach ist das. Und so schwer.

Schwer, weil mir immer noch viele Führungskräfte von kleinen, mittleren, aber auch großen Unternehmen sagen: „Web 2.0? Kenn ich nicht, brauchen wir nicht, funktioniert doch nicht, setzen wir höchstens zum Vertrieb ein, für etwas Green Washing und den üblichen Schmus auf der Homepage.“ Das ist zu wenig! Wer gute Leute will, muss vorher mit ihnen ins Gespräch kommen. Nicht nur im Internet. Sondern auch bei Jobbörsen, Semesterveranstaltungen, Gastvorlesungen, Praktika, Events, ... Die Devise lautet: Präsenz zeigen, Attraktivität demonstrieren, dem Unternehmen ein Gesicht geben. Auf dem flachen Land funktioniert das noch.



In ländlichen Regionen sind die Chefs von kleinen und mittleren Firmen noch im Turnverein, in der Feuerwehr und im Kirchengemeinderat. Sie nehmen regelmäßig am Gemeindeleben teil. Man kennt sie, man schätzt sie, man sieht und hört sie öfters und man bewirbt sich deshalb auch ganz selbstverständlich bei ihnen, weil sie zum eigenen Leben gehören.

Fachkräftemangel? Führungskräftemangel? Warm Bodies? Underperformer? Minderleister? Passive, lustlose Mitarbeiter? Die Unternehmen, die sich draußen zeigen, kennen so etwas nicht. Weil sie die besseren Mitarbeiter haben. Und weil sie genug davon haben. „Aber auf unsere Stellenangebote melden sich immer viel zu wenige Bewerber und dann auch noch lauter schwache!“ Ja natürlich! Wenn die Stellenanzeige rausgeht, ist es doch schon viel zu spät! Was meinen Sie, wie viele Kaltbewerbungen BMW bekommt. Und nicht, weil es BMW ist! Ich kenne auch etliche kleine Unternehmen, deren Namen kein Mensch kennt, die in den letzten fünf Jahren so gut wie keine Stellenanzeige schalten mussten. Weil sie genügend Initiativbewerber haben. Warum? Weil sie ein Gesicht haben. Weil sie schon lange vor deren Bewerbung mit den Bewerbern im Gespräch stehen, Attraktivität zeigen und sich um die Bewerber bemühen. Der FC Bayern wartet doch auch nicht, bis ein Robben oder Ribéry ans Tor der Allianz-Arena klopfen! Die Bayern gehen raus in den Markt und holen sich die besten Talente. Warum machen das nicht alle Unternehmen so?

Weil viele Manager Recruiting mit Anbetung verwechseln. Neulich sagte mir ein Geschäftsführer: „Die wollen was von uns. Nämlich einen Job. Also sollen die zu uns kommen, nicht umgekehrt!“ Ist das Arroganz, die aus dem Manne spricht? Eher Angst. Er kann offensichtlich nicht so gut mit Menschen, kann nicht den ersten Schritt machen, steht wie das hässliche Entlein in der Ecke vom Tanzsaal und wartet drauf, dass es der Ballkönig anspricht. Diese Passivität ist zwar bequem, wird aber unweigerlich bestraft. Unternehmer sollten nicht passiv sein. Unternehmer sollten unternehmen. Weil es belohnt wird. Wie der alte Management-Spruch sagt: „Jeder Chef hat die Mitarbeiter, die er verdient.“ Wenn ich in meinem Chefsessel hocke und die Hände in den Schoß lege, werde ich sicher jede Menge Bewerber zum Haareraufen anziehen. Wenn ich mich dagegen regelmäßig an den Wasserlöchern sehen lasse, an denen sich die High Potentials treffen, dann kann ich mir die Rosinen aus dem Kuchen herauspicken. Und das sollten Sie auch. Für das Recruiting gilt: Keine zweite Wahl! Keine Kompromisse! Für uns bitte immer nur die Besten!