

Erfolgsgeheimnis der Headhunter

Oft versuchen wir unser Gegenüber mit den besten Argumenten von unserer Kompetenz und Qualifikation zu überzeugen, um eine Entscheidung zu unseren Gunsten zu erzwingen. Doch warum führt das nur so selten zum Erfolg?

Als ich noch im Dunkeln tappte und die Grundlagen der erfolgreichen Personalberatung erst langsam entdeckte, erzählte mir einer meiner ehemaligen Dozenten folgende Geschichte: »In der schlimmsten Zeit einer Wirtschaftskrise bewarb ich mich als junger Mann, der soeben seine Universitätsstudien abgeschlossen hatte, um eine Stelle in einem großen Warenhaus. Ich war im Besitz eines Empfehlungsschreibens meines Vaters, der mit dem Direktor des Warenhauses befreundet war. Der Direktor sagte: ›Ich würde Ihnen sehr gerne eine Stelle verschaffen. Ihr Vater war mein bester Freund während der Schulzeit und ich freue mich jedes Jahr, ihn beim Klassentreffen zu sehen. Unglücklicherweise aber kommen Sie zur ungünstigsten Zeit, die man sich denken kann. Unser Geschäft geht so schlecht, dass wir gezwungen waren, außer unseren besten und bewährtesten Mitarbeitern viel Personal zu entlassen.‹ Alle meine Kommilitonen, die sich bei der gleichen Adresse bewarben, erlebten ähnliche Absagen. Als wieder einer sein Glück versuchen wollte, wurde er von uns ausgelacht. Wir sagten ihm, er werde seine Zeit verschwenden. Doch er ließ sich nicht entmutigen. Er besaß kein Empfehlungsschreiben, dafür aber eine brillante Idee, wie wir später neidlos anerkennen mussten:

Als er sich beim Direktor meldete, sagte er kein Wort von einer Stelle, auf die er sich bewerben möchte. Er ließ dem Direktor folgende Notiz überreichen: ›Ich habe eine Idee, die Ihnen helfen wird, die Krise zu überwinden. Kann ich Ihnen darüber berichten?‹ Darauf ließ der Direktor den Mann eintreten. Mein Kommilitone kam ohne Umschweife auf den Punkt: ›Ich möchte Ihnen helfen, eine Studenten-Abteilung in Ihrem Warenhaus einzurichten. Diese Abteilung wird sich ausschließlich mit dem Verkauf von Kleidern und Wäsche für Studenten befassen. Die Universität der Stadt zählt 19.000 Studierende und diese Zahl nimmt

Genau hinhören, die Bedürfnisse seines Gegenübers herausfinden und Lösungen aufzeigen – diese Strategie führt oft zum Erfolg



jedes Jahr zu. Geben Sie mir einen Ihrer besten Einkäufer und ich werde ihn genau instruieren, was angeboten werden muss. Dann Sorge ich dafür, dass Ihre Abteilung von den Studenten besucht wird!‹ Er wurde sofort eingestellt. In kurzer Zeit hatte das Warenhaus die lebendigste und rentabelste Abteilung eingerichtet, die das Haus je geführt hatte.«

Als ich später selbst in der Personalberatung als Junior-Consultant arbeitete, habe ich diesen Grundsatz unbewusst ebenfalls angewandt. Er brachte mir den ersten großen Abschluss ein. Mein Chef, der mich beim Kundenbesuch begleitet hatte, gratulierte mir und fragte: »Warum, glaubst du, hast du Erfolg?« Mit dieser Frage hatte ich nicht gerechnet. Eher hatte ich erwartet zu hören, welche Fehler ich im Akquisitionsgespräch gemacht hatte. Er sagte: »Das größte

Erfolgsgeheimnis besteht darin herauszufinden, was jemand will und ihm dann zu helfen, es zu bekommen. Der Kunde wollte gar keine Personalberatung. Niemand will überhaupt je eine Personalberatung! In der ersten Minute des Gespräches fandest du zufällig heraus, was er wollte. Dann zeigtest du ihm, wie er es bekommen könnte und stelltest ihm die richtigen Fragen, die das Ziel für ihn mehr und mehr in greifbare Nähe rückten. Wenn du immer nach diesem Grundsatz vorgehst, wirst du bald herausfinden, dass erfolgreich zu sein, nicht allzu schwer ist.«

Diese Worte beeindruckten mich tief. Ich erkannte ihre Bedeutung und unterstellte meine ganze berufliche Laufbahn diesem Grundsatz: Finde heraus, was die Menschen wollen, und hilf ihnen, es zu bekommen! Dieses Prinzip gab mir schließlich neue Kraft, Mut und Begeisterung. Da war etwas, das weit über jeder »Verkaufstechnik« stand. Ich hatte eine Lebenshaltung gewonnen, die mir später als Personalberater half, Klienten und Kandidaten nachhaltig zusammenzubringen.

Stellen Sie sich nun vor, Sie setzten dieses Prinzip als Kandidat bei Ihrer nächsten Bewerbung ein. Oder als Chef, weil Sie unbedingt diesen einen Top-Kandidaten für Ihr Unternehmen gewinnen wollen. Oder als Hotelverkäufer, der einen neuen Kunden überzeugen will, oder, oder, oder...? **TH**



Albrecht von Bonin ist Inhaber der VON BONIN Personalberatung in Gelnhausen und Autor des Buches »Mitarbeiter suchen, finden, fördern, binden«.

Leserfragen beantwortet er gern unter 06051-48280 oder per E-Mail an: info@von-bonin.de

www.von-bonin.de