

Mitmachen.  
Mitbewegen.  
Mitgewinnen.



www.giessen-friedberg.ihk.de



Industrie- und Handelskammer  
Giessen-Friedberg

Die Unternehmer-Mitmachorganisation



## Mobilität heute und morgen

Von Stromern auf vier Rädern, neuen  
Vertriebswegen und digitalen Autohäusern

### Genehmigt

Vollversammlung verabschiedet  
Wirtschaftsplan

Seite 20

### Landesbeste

Drei Azubis mit  
herausragenden Abschlüssen

Seite 32

### Ehrensache

Wirtschaft hilft mit  
wohlütigem Engagement

Seite 58

# Kandidat gleich Kunde

Personalbeschaffer Markus Klimesch sieht das gängige Rekrutierungsverfahren als überholt an.

VON GABRIELE REINARTZ

Die Kunst, die Dinge auf den Punkt zu bringen, beherrscht der Personalbeschaffer aus Nidda aus dem Effeff. Immerhin holte sich Markus Klimesch im Sommer den Excellence Award im internationalen Redewettstreit „Speaker Slam“. In nur vier Minuten fasste er in seinem Beitrag seine Erfahrungen als Personaler zusammen. Kritische Töne inklusive. „Personalbeschaffung sollte niemals aus der Arbeitgeberperspektive betrachtet werden, sondern aus Sicht der Kandidaten“, fordert er. „Damit meine ich, dass Bewerber wie Kunden behandelt werden sollten und nicht wie zeitaufwändige Kostenfaktoren.“

Der Experte für Personalbeschaffungsprozesse und IHK-geprüfte Personalkaufmann analysiert und auditiert Rekrutierungsstrategien und -Prozesse von Unternehmen, weist die (Personal-) Chefs auf Verbesserungspotenziale hin und begleitet sie durch die Phase der Personalauswahl. Und das seit über 20 Jahren. Seine Dienstleistungen werden unter anderem von der RKW Hessen GmbH bezuschusst. Klimesch ist auch Mitbegründer des Instituts praxisorientierter Unternehmer (IpU), einem Zusammenschluss von rund dreißig Experten unterschiedlicher Fachgebiete, die Führungskräfte auf ihren Fachgebieten schulen.

## Unternehmen als Marke positionieren

„Ich stelle immer wieder fest, dass Unternehmen weitaus mehr Zeit und Engagement in die Pflege ihrer Kundschaft investieren als in die Suche neuer Mitarbeiter“, sagt er. Oft blieben Bewerbungen gänzlich ohne Rückmeldung, wie er vor nicht allzu langer Zeit in



Foto: G. Reinartz

Noch als angestellter Personaldienstleister engagierte sich Markus Klimesch für die Initiative 50 plus: „Wer dreißig Jahre und länger in seinem Job gearbeitet hat, weiß doch, wie es geht und ist schnell einsetzbar.“

einem Selbstversuch feststellen musste. „Das darf nicht passieren, denn eine Rückmeldung ist ein Zeichen der Wertschätzung und neue Mitarbeiter eine Chance, das Unternehmen weiter voranzubringen.“ Den Fachkräftemangel sieht Klimesch daher nicht ausschließlich im demografischen Wandel begründet, sondern auch in der Tatsache, dass Arbeitgeber oft keine überzeugende Antwort darauf geben könnten, warum man sich als Fachkraft bei ihnen bewerben sollte. Kurzum: sich schlecht verkaufen. „Mit der Generation Z drängt eine Klientel auf den Markt, die gelobt werden möchte, weil sie einfach da ist“, weist der Experte auf die Veränderung hin.

Um sich von den Wettbewerbern abzuheben und bei den potenziellen Kandidaten Emotionen zu wecken, empfiehlt er, das eigene Unternehmen als Marke zu positionieren, Employer Branding zu betreiben. Stellenausschreibungen müssten daher unverwechselbar formuliert werden. „Wenn Arbeitgeber nicht über die Qualifikationen und Eigenschaften reden, die sie zu hundert Prozent von dem neuen Mitar-

beiter erwarten, müssen sie sich nicht wundern, wenn nicht einmal ein Prozent erfüllt wird.“ Vorbereitung hieße nicht nur, die richtigen Fragen zu stellen, sondern auch ganz genau zu wissen, was vom künftigen Mitarbeiter erwartet werde. Der größte Fehler sei die Frage nach der Gehaltsvorstellung. „Niemand möchte feilschen. Setzt der Kandidat ein zu hohes Gehalt an, ist er draußen, bei einem zu niedrigen ärgert er sich.“

## Mitarbeiter als Headhunter rekrutieren

Und auch das befürwortet Klimesch: „Die sozialen Medien sind ein gängiger Weg. Aber ein besserer ist es, neue Mitarbeiter über die eigenen Mitarbeiter zu suchen. Warum denen dafür nicht auch eine Prämie zahlen?“ Viele Unternehmen unterschätzten die Mund-zu-Mund-Propaganda. Denn wer in seinem Job zufrieden sei, mache gern Werbung für sein Unternehmen. Auch der Arbeitsmarktbericht der Agentur für Arbeit sowie die interne Stellenbesetzung seien lohnenswerte Alternativen: „Wenn Sie eine Position mit einem bereits bei Ihnen tätigen Mitarbeiter besetzen können, sollten Sie das tun“, rät er. Klimesch fordert die Personalchefs auf, das Schubladendenken endlich zu beenden und neue Wege der Personalbeschaffung zu beschreiten. Veränderungen – und auch Krisen – müssten als Chance verstanden werden.

Sein Fazit zum Schluss: „Ein Arbeitgeber muss sich nicht nur attraktiv darstellen, sondern auch attraktiv sein. Gute Kandidaten – die richtigen für Ihr Unternehmen – sind wie scheue Rehe: Behandeln Sie diese gut.“ ■

ONLINE

[www.markusklimesch.de](http://www.markusklimesch.de)