

CleverMatch – Recruiting neu gedacht

HR Der Fachkräftemangel verändert nicht nur den Arbeitsmarkt, sondern die Grundlagen unternehmerischen Handelns. Insbesondere im Mittelstand ist Recruiting heute kein reiner Suchprozess mehr, sondern ein Erkenntnisprozess: Es geht darum zu verstehen, welche Menschen ein Unternehmen wirklich voranbringen. Wer echte Talente gewinnen will, braucht mehr als Lebensläufe und Jobprofile – er braucht Gespür für Motivation, Persönlichkeit und kulturelle Passung. CleverMatch aus Frankfurt am Main definiert Personalberatung neu – mit einer Methode, die wissenschaftliche Eignungsdiagnostik mit psychologischem Verständnis und unternehmerischer Erfahrung verbindet. So entstehen Besetzungen, die nicht nur passen, sondern nachhaltig wirken.



In kaum einem Bereich zeigt sich der Wandel der Arbeitswelt so deutlich wie in der Personalgewinnung. Jahrzehntlang funktionierte Recruiting nach einem Muster: Stelle ausschreiben, auf Bewerbungen warten und Kandidaten mit scheinbar bestem Lebenslauf nach Gespräch den Zuschlag geben. Heute ist das anders. Die Bewerberlage hat sich umgekehrt – nicht mehr Unternehmen wählen Kandidaten aus, sondern Kandidaten die Unternehmen. Die Erwartungen an Arbeitgeber, an Führung und an Kultur sind gestiegen. Gerade im Mittelstand führt das zu neuen Herausforderungen. Hier zählt Persönlichkeit oft mehr als Titel, Nähe mehr als Hierarchie, Loyalität mehr als Tempo. Eine Fehlbesetzung trifft nicht nur Zahlen und Strukturen, sondern Menschen – in Teams, die eng miteinander arbeiten und wo Vertrauen der eigentliche Kitt ist. „Viele Unternehmen unterschätzen, was eine falsche Besetzung für Folgen hat“, unterstreicht Gabriela Jaecker, Gründerin und Geschäftsführerin von CleverMatch. „Das betrifft nicht nur das Budget. Es betrifft das Betriebsklima, die Motivation, manchmal auch die Reputation eines Unternehmens.“

Vom Bauchgefühl zur Methode

Der Weg, auf dem CleverMatch zu seiner heutigen Positionierung fand, begann mit einer Frage. Als

Gabriela Jaecker vor rund 15 Jahren ihre erste eigene Personalberatung gründete, las sie einen Artikel des renommierten Familienunternehmensforschers Prof. Dr. Peter May. Darin stand: „50 Prozent aller Fremdgeschäftsführer scheitern in Familienunternehmen.“



„Unsere Aufgabe ist es, zu erkennen, ob aus Potenzialen Perspektiven werden können. Wenn das gelingt, entsteht Bindung – und das ist im heutigen Arbeitsmarkt die wertvollste Währung überhaupt.“

Gabriela Jaecker,
Gründerin und Geschäftsführerin
von CleverMatch

Für Jaecker, selbst Betriebswirtin und damals Quereinsteigerin in die Branche, war das der Auslöser. „Ich fragte mich, wie kann ich dieses Problem lösen?“ Zwei

Jahre später war sie am Markt – erfolgreich, aber auch selbstkritisch. „Ich hatte viele Platzierungen, aber nicht alle waren erfolgreich. Mir wurde klar, dass ich verstehen musste, warum das so ist.“

Wissenschaft trifft Menschenkenntnis

Die entscheidende Wendung kam, als sie auf die Wirtschaftspsychologin Martina Rosa traf. Sie stellte Jaecker eine einfache, aber fundamentale Frage: „Wie erkennen Sie, wer wirklich zu Ihrem Kunden passt?“ Und sie ergänzte: „Was sagt die Wissenschaft dazu?“ Diese Begegnung führte zu einer Neuorientierung. Statt auf Intuition und Intervieweindruck zu vertrauen, begann Jaecker mit psychologisch fundierten Kompetenzmodellen zu arbeiten. Gemeinsam entwickelten Jaecker und Rosa die Basis für das, was heute als CleverMatch-Methode bundesweit bekannt ist. Das Verfahren macht überfachliche Kompetenzen wie Führungsfähigkeit, Veränderungsbereitschaft oder analytisches Denken messbar und integriert sie in den Auswahlprozess. „Wir haben den gesamten Prozess der Personalauswahl umgestellt“, erzählt Jaecker. „Seitdem hat sich die Dynamik komplett verändert: Keine unzufriedenen Kunden mehr, keine Überraschungen. Die erfolgreichen Besetzungen sind deutlich höher, und die Kundenbeziehungen sind stabiler geworden.“

Fotos: © iStockphoto, Unternehmen



Mittelständische Unternehmen im Fokus

Heute konzentriert sich CleverMatch auf die Besetzung von Führungspositionen im gehobenen Mittelstand – also dort, wo Verantwortung, Identifikation und Nachhaltigkeit zählen. Geschäftsführer, kaufmännische Leiter, Vertriebschefs oder Nachfolger in Familienunternehmen. Rollen, die nicht nur Fachwissen, sondern Charakter und Führungsqualität verlangen. Die Methodik ist dabei immer dieselbe: Erst verstehen, dann suchen. Gemeinsam mit dem Auftraggeber wird definiert, welche Kompetenzen im jeweiligen Umfeld wirklich erfolgsrelevant sind. Diese Faktoren sind selten rein fachlicher Natur. Ebenso wichtig sind Kommunikationsvermögen, Offenheit für Wandel, Selbstreflexion und die Fähigkeit, Menschen zu führen und zu fördern. Erst wenn dieses Kompetenzbild steht, beginnt die Suche in der eigenen Bewerberdatenbank, über LinkedIn, oft aber auch über direkte Ansprache im Netzwerk. Jede Kandidatin, jeder Kandidat wird dabei nicht nur nach Qualifikation, sondern auch nach Persönlichkeit bewertet. Online-Assessments und Interviews ergeben ein mehrdimensionales Bild, das es erlaubt, Stärken, Potenziale und Entwicklungsfelder realistisch einzuschätzen.

Sprache des Mittelstands verstehen und sprechen

„Das Entscheidende ist, dass wir die Sprache des Mittelstands sprechen“, so Jaecker: „Unsere Kunden sind Unternehmer, keine Konzerne. Sie erwarten Verbindlichkeit, Klarheit und Ergebnisse. Und sie wollen Partner, die verstehen, wie wichtig Passung für ihre Organisation ist.“ Der Mangel an qualifizierten Fach- und Führungskräften wird laut Prog-

Warum klassische Methoden weniger erfolgreich sind

Viele Unternehmen investieren Zeit und Geld in die Personalsuche, doch am Ende springt der Funke nicht über. Das liegt nicht daran, dass es keine qualifizierten Menschen mehr gibt, sondern daran, dass die Auswahlmechanismen zu oberflächlich sind. Ein Lebenslauf zeigt, was jemand getan hat; aber nicht, wie er denkt, entscheidet und handelt. Ein Be-

„Das Entscheidende ist, dass wir die Sprache des Mittelstands sprechen.

Unsere Kunden sind Unternehmer, keine Konzerne. Sie erwarten Verbindlichkeit, Klarheit und Ergebnisse.“

Gabriela Jaecker

nosen der Bundesagentur für Arbeit in den kommenden Jahren weiter steigen. Gerade im Mittelstand, wo persönliche Verantwortung, kurze Entscheidungswege und langfristige Bindung prägend sind, kann die richtige

„Viele Unternehmen unterschätzen, welche Folgen eine falsche Besetzung hat.“

Gabriela Jaecker

Besetzung über Wachstum oder Stillstand entscheiden. CleverMatch sieht darin nicht nur eine Herausforderung, sondern eine Chance, Recruiting neu zu denken – als Schnittstelle zwischen Markt, Mensch und Marke.

werbungsgespräch offenbart Eloquenz, aber keine Belastbarkeit. Und ein Bauchgefühl, so charmant es ist, ist kein Instrument. CleverMatch hat diese Lücke geschlossen – durch die Kombination aus wissenschaftlicher Eignungsdiagnostik und persönlicher Beratung. Das Ziel: Fehlbesetzungen vermeiden, Potenziale erkennen, Unternehmenskultur stärken. Und dabei Menschen finden, die bleiben – nicht, weil sie müssen, sondern weil sie wollen.

Mehr als Beratung: ein Netzwerk aus Erfahrung

CleverMatch arbeitet mit einem Partner-Modell, das bewusst auf Eigenverantwortung setzt. Die Beraterinnen und Berater sind keine angestellten Vermittler, sondern Unternehmer im System. Viele von ihnen kommen



selbst aus Führungspositionen im Mittelstand – sie wissen also, wie Unternehmen ticken, wie Entscheidungsprozesse laufen und welche Dynamik entsteht, wenn ein neuer Kopf Verantwortung übernimmt. Diese Struktur macht CleverMatch agil und authentisch. Sie erlaubt individuelle Betreuung, ohne die Anonymität großer Beratungshäuser. Und sie zieht genau die Menschen an, die sich für Personalberatung begeistern – weil sie verstehen, dass es am Ende um Menschen geht, nicht um Mandate.

Der Mensch als Erfolgsfaktor

Die Philosophie hinter CleverMatch ist einfach: Ein Unternehmen ist nur so stark wie die Menschen, die es prägen. Deshalb ist jede Besetzung mehr als ein Ver-

trag. Sie ist ein Stück Zukunft – für das Unternehmen und für die Person, die Verantwortung übernimmt. Jaecker: „Wir verstehen uns als Partner für mittelständische Unternehmen und Führungskräfte, die offen sind für

**„Am Ende geht es
immer um Menschen.
Und darum,
dass die richtigen
zusammenfinden.“**

Gabriela Jaecker

eine berufliche Veränderung. Unsere Aufgabe ist es zu erkennen, ob aus Potenzialen Perspektiven werden können. Wenn das gelingt, entsteht Bindung – und das ist im heutigen Arbeitsmarkt die wertvollste Währung überhaupt.“

Recruiting als Kulturarbeit

Recruiting ist heute mehr als Besetzung. Es ist Kulturarbeit – und vielleicht der sensibelste Bereich moderner Unternehmensführung. Denn hier entscheidet sich, wer ein Unternehmen prägt, welche Werte gelebt werden und wie Zukunft gestaltet wird. CleverMatch hat dafür einen eigenen Weg gefunden: wissenschaftlich präzise, menschlich feinfühlig und in der Umsetzung konsequent unternehmerisch. Ein Weg, der zeigt, dass Passung kein Zufall ist – sondern das Ergebnis von Wissen, Erfahrung und echtem Interesse am Menschen. Oder, wie Gabriela Jaecker es formuliert: „Am Ende geht es immer um Menschen. Und darum, dass die richtigen zusammenfinden.“

Friedrich M. Kirn