

# Erfolg durch Vielfalt

3 Fragen an: Stefan Süß, Geschäftsführer der Barlag Werbe- & Messeagentur

**Berliner Morgenpost:** Deutschlandweit gibt es 18 Jobmessen. Was ist ihr Erfolgsrezept?

**Stefan Süß:** Unsere Messe besticht durch Vielfaltigkeit, da sie keine monothematische Veranstaltung ist. Eben diese Vielfalt der Angebote und Zielgruppen macht den Unterschied aus: Es sind Unternehmen aller Branchen dabei, die Personal suchen, Weiterbildungsinstitute sowie Experten, die das Rahmenprogramm mit Vorträgen und Workshops betreuen. Besucher können etwa vorab ihre Bewerbungsunterlagen prüfen lassen, fürs Assessment Center trainieren oder sich Tipps und Feedback bei Personalern und Fachleuten holen. Das bietet viele Vorteile. Neben dieser Vielfalt sind es die persönlichen Kontakte, die im Berufsleben zählen – die Jobmesse bietet hierfür ideale Voraussetzungen.

*Ähneln sich die Messen oder gibt es regionale Unterschiede?*

Jede Region hat ihre Besonderheiten. Berlin ist sehr urban, das spiegelt sich natürlich auch auf der Messe wider. Wir haben hier eine große Bandbreite, sowohl was die Aussteller, als auch was die Besucher betrifft. Vom Abiturienten und Einsteiger, über Studierende und Absolventen, bis hin zu Fach- und Führungskräften sind alle dabei.

*Wie sehen Sie die Zukunft der Jobmesse und wurden ihre Erwartungen erfüllt?*

Wir sind sehr zufrieden und es lief an beiden Messetagen ausgesprochen gut. Im Vergleich zu den Vorjahren sind wir gewachsen und werden dies weiter tun. Auch das Rahmenprogramm wurde weiter verbessert.

Im kommenden Jahr werden wir am 10. und 11. Oktober in der Mercedes-Welt am Salzufer bereits die siebte Jobmesse in Berlin starten. Der Fachkräftemangel schlägt immer mehr durch. Daher nutzen Aussteller und Besucher die Messe, um sich zu informieren und zu präsentieren. Im nächsten Jahr werden wir beispielsweise auch ein Sonderareal für die Hotellerie haben, das optisch sehr attraktiv gestaltet sein wird. Die Branche hat gerade in Berlin viel zu bieten.

**mtn**



**Veranstalter**  
Stefan Süß von der Agentur Barlag



**Gut besucht** Fast 12.000 Interessenten nutzten am Wochenende die Jobmesse Berlin, um sich zu informieren und berufliche Kontakte zu knüpfen

## Wunderland für Bewerber

Die Jobmesse Berlin positioniert sich mit erweitertem Rahmenprogramm

■ VON MARIE-THÉRÈSE NERCESSIAN

Während draußen zeitweise die Sonne schien als wäre noch Sommer und sich die Besuchermassen auf dem Flohmarkt an der Straße des 17. Juni drängelten, ging es am Wochenende in den Ausstellungsräumen der Mercedes-Welt am Salzufer nicht minder belebt zur Sache. Insgesamt 11.700 Besucher waren zur 6. Jobmesse Berlin der Barlag Werbe- und Messeagentur GmbH gekommen und flanieren auf roten Teppichen, vorbei an künstlichen Wasserfällen, alten Sportwagen und modernen Limousinen. Die Automobile waren diesmal freilich ausnahmsweise mal nicht die Stars der Ausstellung.

Rund 90 Aussteller präsentierten insgesamt 5600 Karrierechancen für Bewerber aller Altersstufen, Qualifikationen und Fachrichtungen – vom Schüler bis zum Ingenieur. Und trafen auf ein interessiertes und in der Regel gut qualifiziertes Publikum. „Ein voller Erfolg“, konstatierte denn auch Geschäftsführer Stefan Süß (siehe auch Interview).

### Vorträge und Workshops

Seit 2009 macht die deutschlandweite Jobmesse bei freiem Eintritt nun auch in Berlin Station. Die Berliner Morgenpost ist Kooperationspartner. Das erweiterte Rahmenprogramm bot auch in diesem Jahr wertvolle Unterstützung für Messe-Besucher. Beim „Live-Matching“ konnten die Bewerber ihr Profil elektronisch mit den Anforderungen der teilnehmenden Aussteller abgleichen lassen und so passende Arbeitge-

ber finden. Es gab Assessment-center-Training, Vorträge für die richtige Bewerbung, Stil-Beratung, Persönlichkeitstests, Englisch-Sprachniveau-Einstufung, einen Bewerbungsmappencheck, Fotoservice und zum ersten Mal auf der Messe ein „Speeddating“ für Jobsuchende. Hier konnten sich Teilnehmer nach einem dreiminütigen Vorstellungsgespräch bei den Beratungs-Profis von Job-Konzept ein direktes Feedback über ihre Außenwirkung holen.

„Wir hatten extrem viel Resonanz“, sagt Maximilian Brede, Projektmanager Weiterbildungen bei Job-Konzept. „Es geht um professionelles Auftreten, Rhetorik und Mimik“, umschrieb er, worauf es bei den Gesprächen im Wesentlichen ankam. Vor allem die Hochschul-Absolventen standen Schlange, um den Service zu nutzen. Um an eventuellen Schwachstellen zu arbeiten, können sie bei Job-Konzept Weiterbildungen absolvieren oder ein Akademiker-Coaching machen. Die Kosten, so Brede, würden häufig von der Agentur für Arbeit übernommen.

„Auf der Messe waren sehr viele Akademiker“, sagt Brede. Darunter seien zahlreiche Absolventen gewesen, aber auch berufserfahrene Akademiker aus ganz Europa. „Ich bin erstaunt, wie viele Akademiker hierher zur Messe gekommen sind“, sagt Jacqueline Klemm, freiberufliche Trainerin mit dem Schwerpunkt Bewerbungs-Coaching. Es gebe viele Bewerber, die zwar Persönlichkeit mitbrächten, aber nicht so richtig wüssten, wohin es gehen soll. Dies sei häufig ein strukturelles, kein persönliches Problem. Auch viele Abiturienten und Schulabgänger waren gekommen. Für sie könnte auch erst einmal eine Ausbildung das Richtige sein. Hierfür fanden sie bei den Ausstellern reichlich Auswahl.

„Wir sagen den Jobsuchenden, wie sie ihre Bewerbung und ihr

professionelles Auftreten optimieren können und empfehlen auch mal, es mit Initiativbewerbungen oder einer anderen Branche zu probieren“, sagt Klemm. „Manchmal muss man eben zweigleisig fahren.“

Das versucht auch Messebesucher Marin G. (34). Er ist bereits zum zweiten Mal auf der Jobmesse und sucht eigentlich nach einem Job im Medienbereich. Alternativ hat er sich nun aber auch nach einer Stelle in der Hotellerie oder im Vertrieb umgeschaut.

Die Hotelbranche ist – gerade in Berlin – im Kommen und soll auch auf der Jobmesse im nächsten Jahr noch mehr Raum einnehmen. Bereits jetzt gab es unter den Ausstellern einige Hotelketten, unter anderem Motel One. „Wir bieten verschiedene Ausbildungsberufe, wie die zum Hotelkaufmann, an und suchen auch Interessenten für unser duales Studium“, sagt Katja Blomberg aus dem Human Resources.

### Persönlichkeit gefragt

Die Bewerber müssten Abitur oder drei Jahre Berufserfahrung mitbringen. „Wir setzen in erster Linie auf Persönlichkeit.“ Ein Vierernotendurchschnitt ist aber auch bei anspruchsvoller Persönlichkeit nicht gerne gesehen. Besonders begehrt seien die Standorte Berlin und München. „Wir expandieren aber in ganz Europa stark.“ Die Berufspraxis findet in einem Motel One-Hotel statt, die Theorie in München an der neuen eigenen Trainingsakademie One Campus. Partner ist die IUBH School of Business and Management. „Viele Bewerber wollen ins Management“, sagt Blomberg. Natürlich brauche man aber auch Servicekräfte. Bezahlt werde jeweils nach Tarif. Dazu gebe es Bonuszahlungen.

Komplizierter gestaltet ist die Personalsuche in der Finanzbranche. „Wir suchen Auszubildende zu Bankkaufleuten“, sagt David Jüngst, Vertriebsdirektor Finanzmanagement. An und für sich kein Problem. Allerdings müssten die jungen Leute auch eine besondere Affinität zu den Bereichen Baufinanzierung und Immobilien haben. „Das ist eine komplexe Tätigkeit mit viel Verantwortung, nicht jeder kann beraten und erklären.“