

Z direkt!

DAS FACHMAGAZIN FÜR ZEITARBEIT

01/2022



Steter iGZ-Tropfen höhlt den Stein

Jahrelang wurde über unsere Branche von Bundesregierungen, Parteien und Medien das Narrativ verbreitet, Zeitarbeit sei ein „prekäres“ oder zumindest ein „atypisches“ Arbeitsverhältnis, weil etwa der Durchschnittsverdienst der Beschäftigten im Vergleich zu anderen Wirtschaftsbereichen im Durchschnitt 43 Prozent niedriger sei. Begründet wurde dies immer mit Verweis auf die halbjährlich veröffentlichten Statistik-Berichte der Bundesagentur für Arbeit (BA).

Obwohl die BA in einem gesonderten Methodenbericht selbst dieses Zahlenwerk längst relativierte, blieb es gleichwohl bei dieser offiziellen Darstellung. Dies haben wir kritisiert und überlegt, wie wir mit wissenschaftlicher Hilfe eine Korrektur herbeiführen können. Die vom iGZ in Auftrag gegebene Studie des RWI – Leibniz-Institut für Wirtschaftsforschung hat die Ergebnisse der „Zwillingsuntersuchung“ (Zeitarbeit versus vergleichbare Stammmitarbeiter) unter dem Titel „Die Lohnlücke in der Zeitarbeit – eine empirische Analyse auf Grundlage von BA-Daten und der Verdienststrukturerhebung“ im August 2021 vorgelegt. Im Ergebnis kamen die Wissenschaftler auf Grundlage ihrer statistischen Vergleiche auf eine Differenz von nur 12 Prozent für sämtliche Beschäftigte und 17 Prozent für Vollzeitkräfte.

Mit diesem wissenschaftlich untermauerten seriösen Befund im Gepäck haben wir dann mit Vertretern von BA, IAB, Bundesministerium für Arbeit und Soziales und Politik zahlreiche Gespräche geführt und Überzeugungsarbeit geleistet. Dabei sind wir mit unserem Aufklärungs-Anliegen auf Interesse gestoßen. Nur hat sich zunächst in den öffentlichen Verlautbarungen, wie etwa in Antworten der Bundesregierung auf entsprechende Anfragen im Bundestag, leider noch nichts geändert.

Erst der aktuelle Statistikbericht der BA zur Arbeitnehmerüberlassung aus Januar 2022 signalisiert einen ersten Erfolg unserer Anstrengungen. Dort heißt es jetzt in



Kapitel 6: „Die Entgelt Differenz zwischen Nichtleiharbeitnehmern und Leiharbeitnehmern würde demnach rund 600 Euro betragen (17 Prozent).“ Wermutstropfen allerdings in diesem Kontext: In der beigefügten Grafik wird auf Seite 23 immer noch die alte, untaugliche Darstellung mit den 43 Prozent abgebildet.

Nach dem Motto „steter Tropfen höhlt den Stein“ werden wir beim Thema aber nicht lockerlassen. Erst wenn alle Beteiligten endlich Abstand von ihren Branchen-Zerrbildern nehmen und die fundiert ermittelten Daten zur Grundlage ihrer Betrachtungsweisen machen, können wir auf fundierte Entscheidungen zu passenden Rahmenbedingungen hoffen. Deshalb haben wir beim RWI auch noch einmal den bisherigen Forschungsauftrag erweitert und eine Vergleichsberechnung auf der Basis von Brutto-Stunden- und nicht wie bisher auf der Basis von Brutto-Monatslöhnen beauftragt. Wir sind uns ziemlich sicher, dass dabei noch nominell wesentlich geringere Lohndifferenzen ermittelt werden.

Aber schon jetzt hat sich gezeigt, dass das „Zeitarbeits-Prekariat“ nur ein Märchen ist und auch von öffentlichen Stellen nicht weiter erzählt werden darf, sondern nur kontrollierte Vergleiche, die Sinn machen.

RA Werner Stolz | iGZ-Hauptgeschäftsführer

Inhalt

EDITORIAL2

KOMPAKT4



TITELTHEMA

- Mehr Service wagen – mehr als nur Arbeitnehmerüberlassung6
- Active Sourcing bis Zeitarbeit – das A-Z der Personaldienstleistungen8
- Personalvermittlung – das Beispiel Penum10
- Markt für Personalvermittlung – was ist möglich?14
- Personalberatung – Interview mit BDU-Geschäftsführer Kai Haake16
- Rechtliche Aspekte der Personalvermittlung18
- Private Arbeitsvermittlung – staatliche Förderung durch Gutscheine20
- Personaldienstleistungskaufmann – einer für alle22
- Personalvermittlung und Co – Aufschlauen mit dem iGZ24
- Gastbeitrag: Markendehnung – mit oder ohne neue Marke?26
- Check: Wie vermarkte ich Personaldienstleistungen?28

RECHT DIREKT

- Elektronisches AUB-Meldeverfahren ersetzt gelben Schein30

BERLIN DIREKT

- Gesetzlicher Mindestlohn – über Verfassungswerte und Pausenclowns32
- Wer jetzt Zeitarbeit spricht – die arbeitsmarktpolitischen Sprecher36

AKTIV

- iGZ-Mitglied Lenkzeit lässt's rollen38
- Fest verkuppelt – mit dem Verkehrsinstitut Rhein Ruhr40
- 10 Jahre KuSS – ein Jahrzehnt Wogenglätten42

BILDUNG

- PDK goes regional – runder Tisch zur Ausbildung44

SCHON REINGEHÖRT?



PDK-Ausbildung

Personaldienstleistung kann nicht jeder mal eben! In einer weiteren Podcast-Folge spricht iGZ-Redakteurin Sara Schwedmann mit PDK-Azubi Luca Scupin und Sina Sternberg von Felten Personalservice über die Ausbildung, die die Branche weiter professionalisiert hat. Wie hat sich die Ausbildung seit 2008 verändert? Für wen eignet sich der Beruf und wo sind Personaldienstleistungskaufleute gefragt?



In allen gängigen Podcast-Portalen und direkt hier!



Pflege und Zeitarbeit

Gestern beklatscht und heute? In der neuesten Verbandelt-Episode erzählt Pflegekraft Nina Böhmer, wie es ihr als Zeitarbeitnehmerin in der Pflege ergeht, wo die größten Baustellen sind und wie die Zeitarbeit zur Lösung der Probleme beiträgt. Andrea Resigkeit, iGZ-Fachbereichsleiterin Politische Grundsatzfragen, verrät, wie der Verband unterstützt und der Zeitarbeit in der Pflege mehr Gehör verschaffen will.

Anzeige

tutum
We digitalize the world of work

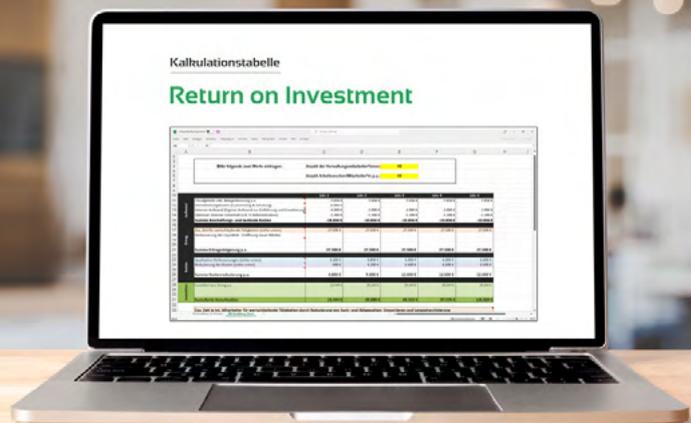
Lohnt sich die Einführung einer Digitalen Personalakte für Ihr Unternehmen?

Erfahren Sie Ihren Return on Investment

JETZT KOSTENFREI, SCHNELL UND EINFACH ROI ERRECHNEN!



SCAN ME



1.

Eckdaten Ihres Unternehmens eingeben

2.

Excel-Tabelle rechnen lassen

3.

Individuellen ROI erfahren!

SCHON ANGEMELDET?

Mitgliederversammlung und Bundeskongress 2022

Nach Lage der Corona-Entwicklung werden wir die iGZ-Mitgliederversammlung am 24. Mai in Hannover wieder in Präsenz durchführen. Ein zentrales Thema wird dabei ein Initiativ-Antrag des iGZ-Vorstandes sein, der sich mit der perspektivischen Neugründung eines Branchenverbandes unter Einbeziehung des BAP befasst. Eine Umfrage unter den iGZ-Mitgliedsunternehmen hat ergeben: 6 Prozent der 416 Mitglieder, die sich zurückgemeldet haben, sehen die Aufnahme solcher Gespräche (eher) negativ, 78 Prozent begrüßen die Idee und 16 Prozent stehen „neutral“ hierzu. Im sich anschließenden Bundeskongress im Congress Centrum geht es unter anderem um die Schwerpunkte Fachkräftemangel, Auswirkungen von Equal Pay ohne Tariföffnungsklausel, Zeitarbeit und Pflege sowie Sozialpartnerschaft als Zukunftsmodell in der Zeitarbeit.

www.ig-zeitarbeit.de/igz-bundeskongress-2022/anmeldung

SCHON REINGE-KLICHT?

Wenn mal wieder kein Klopapier im Supermarkt zu bekommen ist, könnte es daran liegen, dass wir zu wenige LKW-Fahrer haben. Jedes Jahr gehen deutlich mehr in Rente als in den Beruf einsteigen. Wie die Zeitarbeit da helfen kann? Die iGZ-Scrolltelling-Reportage zeigt's: igz.pageflow.io/berufskraftfahrer-gesucht-zeitarbeit-laesst-logistik-rollen



75%

der Personen, die aus der Arbeitslosigkeit eine Beschäftigung in der Zeitarbeit aufgenommen haben, sind sowohl nach sechs als auch nach zwölf Monaten sozialversicherungspflichtig beschäftigt, teilweise in anderen Branchen.

Bezugszeitraum:
Oktober 2019 bis September 2020
Quelle: Bundesagentur für Arbeit

48.000

Verleihbetriebe gibt es in Deutschland. 23 Prozent (= 11.000) von ihnen sind mit Schwerpunkt Arbeitnehmerüberlassung tätig.

Stand: 30. Juni 2021, Quelle: Bundesagentur für Arbeit

SCHON GEWUSST?

70%

Rabatt für iGZ-Mitglieder auf die neue Online-Weiterbildung „Digital Recruiter“! Neueste Trends und Tools – für Einsteiger und Experten! Mehr dazu auf www.ig-zeitarbeit.de.



mehr
**SERVICE
WAGEN**



Praktisch jeder versteht – zumindest in groben Zügen – ein Auto: Es fährt auf der Straße, wird über Pedale und Lenkrad gesteuert und benötigt eine stetige Treibstoffzufuhr. Sie wissen, was ich meine! Die Personaldienstleistungsbranche ähnelt in vielen Bereichen einem Auto – einem Servicewagen.

Der Service, der Dienst am Kunden, steht in der Personaldienstleistungsbranche an oberster Stelle. Die Geschäftsführenden der aktuell rund 3.600 iGZ-Mitgliedsfirmen steuern ihren jeweiligen Servicewagen derzeit über eine Autobahn, die teils mit Schlaglöchern und Unwägbarkeiten (wie die Coronapandemie und das politische Geschehen) gespickt und teils zugestaut ist (in Zeiten des Fachkräftemangels etwa durch die vielen Konkurrenten um neue Talente). Ein Vorwärtkommen ist nur langsam möglich. Wer die richtige Fahrzeugausstattung hat, hat es da oft leichter. Der Großteil der deutschen Zeitarbeitsfirmen verlässt sich auf Autos der Bauart „gute deutsche Wertarbeit“, teils aufgepimpt mit Extras. So fahren die meisten mit dem Aufdruck „AÜG“ – laut einer aktuellen Umfrage unter Personaldienstleistern konzentrieren sich 92 Prozent auf die klassische Arbeitnehmerüberlassung. Einige haben sich für die zusätzliche Einparkhilfe „PV“ entschieden – nach Angaben des Marktforschungsinstituts Lünen-donk & Hossenfelder sind drei Prozent in der Personalvermittlung tätig. Und nur wenige setzen auf Extras wie Kurvenlicht, Pre-Collision-Assist und Tempomat (etwa Outsourcing und Managed Service Providing). Dazu wird der Treibstoff der Branche knapp, der demografische Wandel und der Fachkräftemangel zeigen sich mittlerweile in voller Breite. Doch was können die Verantwortlichen am Lenkrad tun, um am besten ans Ziel zu kommen?

Zusätzliche Geschäftsfelder, wie etwa Personalentwicklung und innovatives Recruiting, haben das Potenzial für Personaldienstleister, sich dauerhaft als unverzichtbare Partner zu etablieren und auf der linken Spur zum

Überholen anzusetzen. Oft scheuen aber vor allem die kleinen und mittelständischen Unternehmen eine Portfolio-Erweiterung ihres Servicewagens neben dem Motor der Arbeitnehmerüberlassung, weil sie diese nicht von heute auf morgen umsetzen können.

Diese Ausgabe der Zdirekt! gibt einen Überblick über neue Trends und Entwicklungen in der Personaldienstleistungsbranche – angefangen bei Active Sourcing über Digital Recruiting und Executive Search bis hin zu Rec2Rec und Workforce Management. So beschreibt iGZ-Mitglied Penum Bremen etwa seinen Weg in die Personalvermittlung. Wir zeigen, welches Potenzial in dieser Personaldienstleistung steckt, welche rechtlichen Aspekte zu beachten sind und wie sie sich von der Privaten Arbeitsvermittlung unterscheidet. Im Gespräch mit dem Bundesverband Deutscher Unternehmensberater geben wir Einblicke in die Personalberatung. Dazu gibt's Tipps vom Profi, wie eine Marke gedehnt werden kann oder wann es sinnvoller ist, eine neue Marke zu schaffen. Wer neue Personaldienstleistungen anbieten möchte, braucht dazu aber auch die passenden internen Mitarbeiter. Personaldienstleistungskaufleute mit ihrer breitangelegten Ausbildung sind hier mehr denn je gefragt, aber auch Seiteneinsteiger und diejenigen, mit dem alten rosafarbenen Zeitarbeitsführerschein, finden im iGZ-Seminarangebot Passendes zum Aufschlauen. Also, steigen Sie gern ein zur Probefahrt mit dem hochmodernen iGZ-Servicewagen über die nächsten 41 Seiten! [SaS](#)



Personaldienstleistungen

Active Sourcing bis Zeitarbeit

Gute Leute sind schwer zu finden – heutzutage mehr denn je. Der Wettstreit um qualifizierte Führungskräfte ebenso wie um gut ausgebildete Nachwuchstalente hat neue Ebenen erreicht. Damit ist die Personalgewinnung längst zur strategischen Herausforderung für HR-Manager und Recruiter geworden. Doch was ist eigentlich was? Oft vermischen sich die Grenzen zwischen den jeweiligen Tätigkeitsfeldern, sodass es exakte und einheitliche Definitionen, etwa zu Personalvermittler, Headhunter und Personalberater, nicht gibt.

A

Ac·tive Sour·cing

[ˈæktɪv] [ˈsɔːsɪŋ] *Adjektiv, Substantiv* | *das* aktive Personalbeschaffung; Methoden, mit denen Unternehmen aktiv passende Kandidaten für aktuell oder künftig zu besetzende Stellen suchen, identifizieren und ansprechen

Ar·beit·neh·mer·ü·ber·las·sung

[arbaɪtˈne:mə] *Substantiv* | *die* auch Leiharbeit, Zeitarbeit, Personalleasing oder Temporärarbeit genannt; Überlassung von Arbeitnehmern durch ihren Arbeitgeber zur Arbeitsleistung an Dritte (dreiseitiges Beschäftigungsverhältnis zwischen Arbeitnehmer, Verleih- und Entleihfirma). Der Mitarbeitende ist fest beim Personaldienstleister angestellt und hat wechselnde, zeitlich begrenzte Einsätze bei verschiedenen Kundenunternehmen des Personaldienstleisters.

B

Busi·ness De·vel·op·ments

[ˈbɪznɪs] [dɪˈveləpmənts] *Substantiv* | *die* Geschäftsfeldentwicklung; damit ein Unter-

nehmen mit den Entwicklungen des Marktes Schritt halten kann, braucht es das strategische und operative Business Development, welches sich mit dem Ausbau oder der Erschließung neuer Produkte oder Geschäftsfelder beschäftigt

C

Can·di·date Jour·ney

[ˈkændɪdeɪt] [ˈdʒɜːni] *Substantiv* | *die* Weg, den Kandidaten vom ersten Kontaktpunkt mit einem Unternehmen bis hin zum Abschluss des Bewerbungsverfahrens gehen, aus Sicht des Kandidaten

Coa·ching

[ˈkəʊtʃɪŋ] *Substantiv* | *das* in der Personalentwicklung ziel- und lösungsorientierte Beratung und Begleitung von Fach- und Führungskräften mit dem Ziel, deren Beziehungs- und Führungsqualität weiterzuentwickeln und auf geänderte berufliche Rahmenbedingungen abzustimmen

Con·tract·ing

[kɔn'træktɪŋ] *Substantiv* | *das*

Vermittlung von freiberuflichen Experten; Kunden beauftragen einen Personaldienstleister, Projekte oder Aufgaben zu erledigen, für deren Umsetzung engagiert dieser wiederum einzelne Spezialisten oder Firmen als Erfüllungsgehilfen

D

Di·gi·ta·les Re·cruit·ing

[digi'ta:les] [rɪ'kru:tɪŋ] *Substantiv* | *das*

auch Electronic- oder Online-Recruiting genannt; Personalbeschaffung und -auswahl mithilfe elektronischer Tools und Instrumente mit dem Ziel, einfacher und schneller Personal zu finden und die richtige Zielgruppe – vor allem die Digital Natives der Generation Y – zu erreichen

Di·rekt·ver·mittlung

[di'rekt fɛʁ'mɪtlʊŋ] *Substantiv* | *die*

siehe Personalvermittlung

E

Em·ploy·er Bran·ding

[ɪm'plɔɪə] ['brændɪŋ] *Substantiv* | *das*

Marketing-Strategie für die Personalabteilung, um eine attraktive Arbeitgebermarke zu schaffen, durch die sich das Unternehmen von Wettbewerbern abgrenzt und Mitarbeitende gewinnt sowie langfristig bindet

Ex·ecu·tive Search

[ɪg'zekjətɪv] [sɜ:tʃ] *Substantiv* | *die*

Königsdisziplin der Personalsuche, Top-Führungskräfte sollen aktiv, aber möglichst vertraulich der Konkurrenz abgejagt werden; qualifizierte und spezialisierte Beratung, Suche und Ansprache von Kandidaten für gehobene Leitungspositionen durch eine externe Personalberatung

H

Head·hun·ting

['hɛθanɪŋ] *Substantiv* | *das*

gezielte Suche nach Fach- und Führungskräften; ein Headhunter identifiziert potenzielle Kandidaten, die beispielsweise bei der Konkurrenz arbeiten und offen für einen Stellenwechsel sind mithilfe diverser Recruitingmethoden, denn die Umworbene sind meist in Festanstellung beschäftigt und nicht aktiv auf der Suche nach einem Arbeitsplatz, die Kontaktaufnahme erfolgt gezielt und aktiv mittels Direktansprache (Direct Search) per Telefon oder E-Mail oder über Netzwerke wie Xing und LinkedIn, Facebook oder die Führungskräfte-Community YPO

HR 4.0

[ɛɪtʃ'ɑ:r] [fi:g] [pɔŋkt] ['nɔl] *Substantiv* | *das*

die intelligente Verknüpfung von Technologie, Datenauswertung sowie agiler Personalplanung und -organisation – mit der Bereitschaft, sich an steten Wandel anpassen zu können

I

In·sourc·ing

['ɪnsɔ:sɪŋ] *Substantiv* | *das*

Reintegration von Prozessen und Aufgaben, die den Kernkompetenzen eines Unternehmens entsprechen und die evtl. zuvor durch Outsourcing Fremdfirmen überlassen waren

In·te·rim Ma·nage·ment

['ɪnterɪm] ['menɪtʃmɛnt] *Substantiv* | *das*

auch Management auf Zeit; ist eine befristete Wahrnehmung von Spezialisten- und Management-Aufgaben eines externen Projektmanagers in Unternehmen, freiberufliche oder selbständige Interim Manager werden eingesetzt, wenn Kapazitäten in Unternehmen nicht ausreichen und/oder fachspezifisches Know-how benötigt wird (z. B. beim Ausfall einer Führungskraft, bei einer Umstrukturierung oder der Umsetzung eines bestimmten Projekts)

J

Job·sha·ring[ˈdʒɔʃɪːrɪŋ] *Substantiv | das*

Arbeitsplatzteilung; Form des Teilzeitarbeitsverhältnisses. Auf Grundlage eines zwischen Arbeitgeber und mehreren Arbeitnehmern geschlossenen Arbeitsvertrages teilen diese sich die Arbeitszeit an einem Vollarbeitsplatz.

M

Managed Ser·vice Provider (MSP)

[ˈmænɪdʒd] [ˈzɔʁvɪs] [proˈvaɪdɐ]

Substantiv | der

Dienstleister, der die Verantwortung für die Bereitstellung von Personal an ein Kundenunternehmen durch die Koordination sämtlicher eingesetzter externer Dienstleister und Lieferanten übernimmt

N

New Work[njuː] [wɜ:k] *Substantiv | das*

neue Arbeit; wurde Ende der 70er Jahre vom österreichisch-amerikanischen Sozialphilosophen Prof. Dr. Frithjof Bergmann eingeführt; beschreibt den strukturellen Wandel in unserer Arbeitswelt aufgrund von u. a. Digitalisierung, Globalisierung und Entwicklung Künstlicher Intelligenz; heute oft Oberbegriff für moderne Veränderungen an Arbeitsplätzen und eine neue Einstellung in der Arbeitswelt, die sich mehr auf Mitarbeiter konzentriert und auf deren Bedürfnisse eingeht

O

Out·place·ment[aʊtpleɪsmənt] *Substantiv | das*

auch Newplacement; Beratung zur beruflichen Neuorientierung, die meist vom Unternehmen finanziert wird, mit dem Ziel, einem Mitarbeiter schnell eine neue Perspektive au-

ßerhalb des Unternehmens zu eröffnen und so den Trennungsprozess möglichst reibungslos zu vollziehen

Out·sour·cing[ˈaʊtsoːrɪŋ] *Substantiv | das*

outside (außen) + resource (Quelle) + using (nutzen); externe Dienstleister werden beauftragt, um bestimmte Aufgaben oder Strukturen auszulagern, die eine Expertise benötigen, die intern (noch) nicht vorhanden oder zu teuer ist

P

Per·ma·nent Place·ment[permaˈnent] [ˈpleɪsmənt] *Substantiv | das*

auch perm genannt, Vermittlung von Mitarbeitern für eine Festanstellung – siehe Personalvermittlung, Direktvermittlung

Per·so·nal·be·ra·tung[perzoˈnalbɔˈraːtʊŋ] *Substantiv | die*

Teil der Managementberatung, bei der ein Personalberater einen Personalsuchauftrag für eine bestimmte zu besetzende Position erhält (Personalgewinnung); ist rechtlich und von den Prozessabläufen von der Personal- oder privaten Arbeitsvermittlung abzugrenzen; die Begriffe Personalberatung, Headhunting und Executive Search werden häufig synonym verwendet, es sind keine geschützten Begriffe, da die Tätigkeit ohne Zertifikate und Zeugnisse ausgeführt werden kann

Per·so·nal·dienst·lei·stung[perzoˈnaldɪːnstˈlaɪstʊŋ] *Substantiv | die*

Dienstleistungen rund um das Thema Personalgewinnung, Personaleinsatz und Personalfreisetzung

Per·so·nal·ent·wick·lung[perzoˈnalɛntˈvɪklʊŋ] *Substantiv | die*

auch Mitarbeiterentwicklung genannt; umfasst sämtliche Maßnahmen zur Förderung, Qualifizierung und Weiterbildung von Mitarbeitern, Führungs- und Führungsnachwuchskräften

Per·so·nal·ver·mitt·lung

[pɛrzoˈnalfɛgˈmitlʊŋ] *Substantiv* | *die* auch Direktvermittlung oder Permanent Placement genannt; Teilbereich der Personalberatung; Dienstleistung, gegen Provision geeignetes Personal an Unternehmen und potenzielle Arbeitgeber zu vermitteln; im Unterschied zur Arbeitnehmerüberlassung wird der Mitarbeiter vom Kundenunternehmen fest angestellt, womit die Zusammenarbeit mit dem Personaldienstleister abgeschlossen ist

Pri·va·te Ar·beits·ver·mitt·lung

[priˈvaːtɛ] [ˈarbaitʃfɛgˈmitlʊŋ] *Substantiv* | *die* die gewerbsmäßige Besetzung offener Stellenangebote durch Privatunternehmen; Schnittstelle zwischen Jobsuchenden und Arbeitgebern, die versucht, beide Seiten zusammenzubringen und freie Stellen bei Unternehmen mit passenden Kandidaten zu besetzen; die Bundesagentur für Arbeit fördert die private Arbeitsvermittlung als Ergänzung zur öffentlich-rechtlichen Vermittlung durch Ausgabe eines Vermittlungsgutscheines (VGS) bzw. eines Aktivierungs- und Vermittlungsgutscheines (AVGS) an Arbeitslose

R

Re·cruiting

[riˈkruːtɪŋ] *Substantiv* | *das* Personalbeschaffung oder -gewinnung; Teilfunktion der Personalwirtschaft mit der Aufgabe, die von einem Unternehmen benötigten Arbeitskräfte in qualitativer, quantitativer, zeitlicher und räumlicher Hinsicht zu beschaffen

Rec2Rec

[rek tuː rek] *Substantiv* | *das* Recruitment to recruitment, Personalrekrutierung speziell für Personaldienstleister; innovatives Geschäftsmodell aus dem angelsächsischen Raum, bei welchem die Gewinnung von Fach- und Führungskräften aus dem Personaldienstleistungssektor für die Personaldienstleistungsbranche (Zeitar-

beitsunternehmen, Personalvermittler, Personalberater, Executive-Search-Anbieter) im Fokus steht

T

Try and hire

[traɪ] [ænd] [haɪə] *Substantiv* | *das* versuchen und einstellen; Kombination aus Zeitarbeit und Personalvermittlung, die das Aufspüren, ausführliche Testen und Einstellen von zukünftigen Mitarbeitern ermöglicht; wie bei der Zeitarbeit steht der Bewerber während der vorab vertraglich festgelegten Testphase (try) bei einem Personaldienstleister unter Vertrag und kann anschließend vom Kundenunternehmen direkt in eine Festanstellung (hire) übernommen werden

W

War for ta·lents

[vaːɹ] [fɔːr] [taːˈlents] *Substantiv* | *der* zunehmender Kampf der Unternehmen um die besten Talente

Work·force Ma·nage·ment

[wɜːkfoːs] [ˈmɛntʃmɛnt] *Substantiv* | *das* Personaleinsatzplanung; die optimierte Disposition von mobilen Ressourcen (z.B. Mitarbeiter, Fahrzeuge, Maschinen), sodass die richtige Ressource zur richtigen Zeit entsprechend dem Auftrag disponiert wird – mit dem Ziel, die Produktivität zu optimieren

Z

Zeit·ar·beit

[ˈtsaɪtʔaɪbaɪt] *Substantiv* | *die* siehe Arbeitnehmerüberlassung

Quellen: bdu.de, haufe.de, hrm.de, karrierebibel.de, personio.de/hr-lexikon, wirtschaftslexikon.gabler.de

Personalvermittlung – eine lohnende Investition

Veränderung zieht Veränderung nach sich: Der Markt entwickelt sich weiter und die Nachfrage ändert sich. Viele Personaldienstleister zollen dem Tribut und stellen ihr Portfolio an angebotenen Leistungen neu auf. Auch iGZ-Mitglied Pensum Bremen GmbH geht seit vier Jahren zusätzlich neue Wege und konzentriert sich zunehmend auf die Personalvermittlung.



In Zeiten von Überlassungshöchstdauer und stetig steigendem Fachkräftemangel gilt es auch für die Zeitarbeitsbranche, sich der aktuellen Arbeitsmarktlage anzupassen. „Der Trend zur Personalvermittlung hat sich mit der AÜG-Reform und dem zunehmenden Mangel qualifizierter Arbeitskräfte noch verstärkt“, erläutert denn auch Sven Janßen, Geschäftsführer des iGZ-Mitgliedsunternehmens Pensum Bremen GmbH, warum die 1999 gegründete Firma seit 2018 verstärkt auf Personalvermittlung setzt. Die Erfahrung zeigt, dass Arbeitnehmer eher selten ihren Job aufgeben, um dann in die Zeitarbeitsbranche zu wechseln. Da sei die Vermittlung eine echte Alternative. Bei Pensum kümmern sich Anneke Meyer und Petra Zarrath in die-

sem Bereich verantwortlich um Angebot und Nachfrage. „Gute Bewerber kommen heute häufig nur noch bei Aussicht auf eine Direktvermittlung“, sind sie sich einig über das Klientel, an das sich die ausgeschriebenen Stellen richtet. „Unser Bewerbermanagement ist stark auf Active Sourcing ausgerichtet“, erklärt Meyer, und Zarrath ergänzt: „Das Recruiting ist deutlich aufwendiger als in der Arbeitnehmerüberlassung.“ Zum Beispiel sei auch die Qualität der Bewerbungsgespräche bei diesen zumeist hochqualifizierten Fachkräften deutlich anspruchsvoller. Headhunter-Methoden bleiben dabei außen vor: „Wir gehen nicht in andere Unternehmen und werben Mitarbeiter ab“, betont das Trio ausdrücklich.

„Im Fachkräftebereich wird sich das Procedere wandeln“, prognostiziert Janßen. Gut ausgebildete Berufstätige werden seiner Einschätzung nach künftig nur noch selten via Arbeitnehmerüberlassung besetzt. Der Personaldienstleister übernehme quasi eine Aufgabe der Personalabteilung des Kunden im Bereich Recruiting, erläutert Janßen. Gemeinsam werden die Anforderungen der zu besetzenden Stelle definiert – Penum kümmere sich dann um die Stellenausschreibung, Auswahl und Bewerbungsgespräche. „40 Prozent“, schätzt

lassung, hier sei nur die bloße Ausschreibung möglich. Kontakt- und Beziehungspflege spiele eine sehr wichtige Rolle – auch auf diesem Sektor sei die persönliche Weiterempfehlung von Kunden und Bewerbern eminent wichtig. Parallel dazu, so M.A. Anneke Meyer, gelte es, Trends auf dem Arbeitsmarkt zu beobachten. „Nicht nur die Ansprüche, auch die möglichen Kandidaten entwickeln sich laufend weiter“, weiß sie aus Erfahrung. Die Personalvermittlung habe sich zudem auf den Bereich Arbeitnehmerüberlassung ausgewirkt: „Oft wird von

»Gute Bewerber kommen heute häufig nur noch bei Aussicht auf eine Direktvermittlung.«

Sven Janßen | Penum Bremen GmbH

Janßen, „beträgt der Anteil der Vermittlung an unserer Gesamtleistung.“ Das Prinzip der Personalvermittlung ziehe mittlerweile auch Interessierte an, die sich initiativ bewerben, „denn die Personalvermittlung öffnet auch Türen zu höheren Managementposten“, blickt Anneke Meyer auf erfolgreiche Vermittlungen. „Das A und O ist ein gutes Netzwerk“, betont Zarrath in diesem Zusammenhang. Und dazu gehöre außerdem zwingend ein sehr gutes Bewerbermanagementsystem. Die Diplom-Kauffrau verweist auf den großen Aufwand, der bei der Anwerbung betrieben werden müsse: „Wir sind laufend in den Onlinebörsen und den Social-Media-Plattformen unterwegs.“ Dabei werden beispielsweise Profile in XING auf nachgefragte Merkmale gescannt. Da sei oft auch Durchhaltevermögen gefragt, denn der Recruitingprozess dauere auch manchmal bis zu einem halben Jahr.

Auch unter den Stellenanzeigen der Bundesagentur für Arbeit (BA) könne ein Angebot eingestellt werden – allerdings unterstütze die BA nur bei Arbeitnehmerüber-

den Kunden schon unter dem Aspekt der Übernahme nachgefragt. Wir haben aktuell eine Quote von 50 Prozent“, verdeutlicht Zarrath die Effekte. Gerade Berufseinsteiger, hat Janßen festgestellt, nutzen die Zeitarbeit, um ein Unternehmen näher kennenzulernen und bekommen im Idealfall anschließend ein Übernahmeangebot. Nach Einschätzung von Betriebswirt Janßen werde es die Überlassung auch weiterhin geben, jedoch vermehrt da, wo kurzfristig schnelle Einsätze – wie etwa im Logistikbereich und in der Pflege – gefragt sind.

Jeder Personaldienstleister, so Zarrath, könne zusätzlich Personalvermittlung anbieten – müsse sich aber darauf gefasst machen, dass dafür ein hohes Niveau in der Qualität unabdingbar sei. „Das“, betont Janßen, „macht auch hohe Investitionen, unter anderem in die Qualifizierung des eigenen Mitarbeiterteams und die technischen Anforderungen erforderlich.“ Eine Investition, die sich offenbar lohnt: „Mittlerweile wird Penum von Kunden und Bewerbern als kompetenter Partner im Recruitingprozess gesehen“, freuen sich die Drei. [WLI](#)

Wie Zeitarbeit sich weiterentwickeln kann

Der Teich ist leer – darin sind sich in der Zeitarbeitsbranche alle einig. Kundenanfragen sind da, Personal viel zu wenig. Die Branche muss sich bewegen. Aber wo liegt das Entwicklungspotenzial? Ein Weg führt Richtung Personalvermittlung.

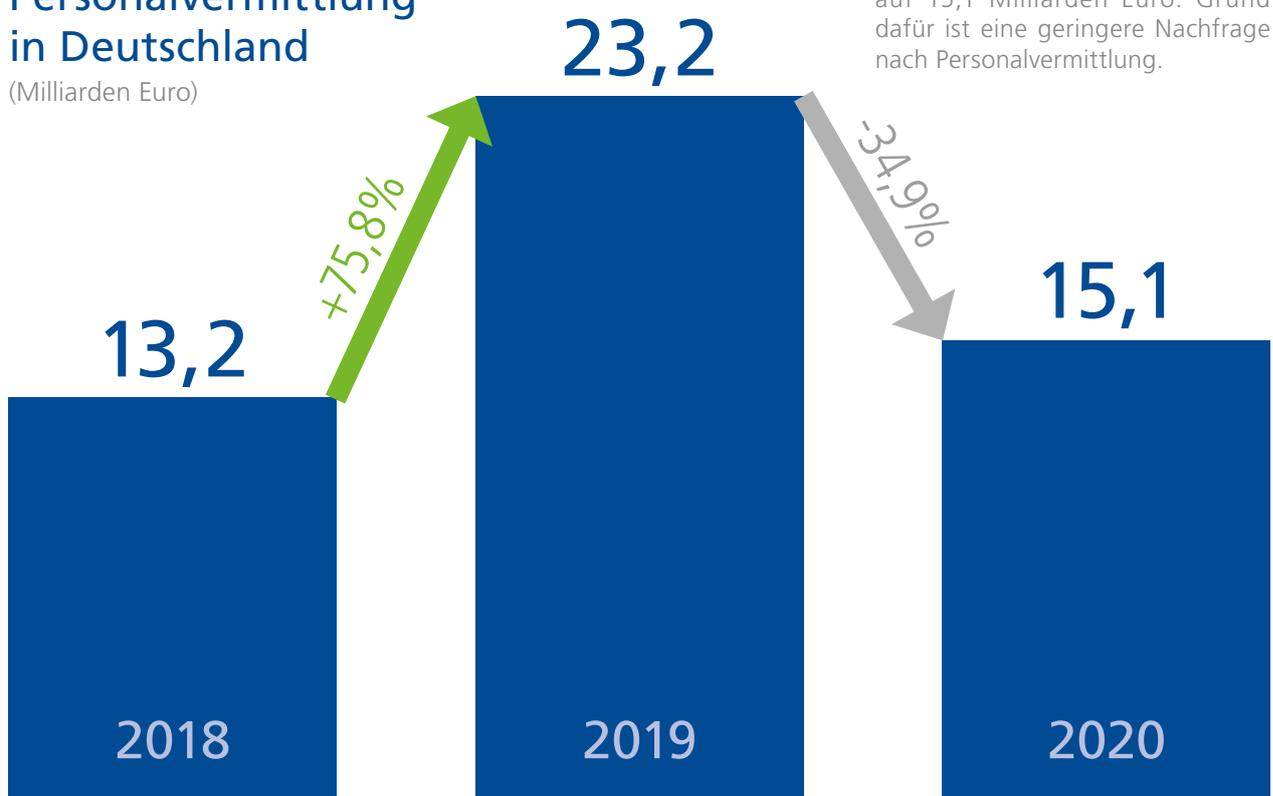
Der Markt hat sich gewandelt, hin zum Bewerbermarkt. Unternehmen suchen händeringend nach qualifiziertem Personal und greifen dabei mehr denn je auf externe Unterstützung zurück. Das gilt nicht nur für die Zeitarbeit, sondern für den gesamten Markt der Personalservices, merkt Thomas Ball, Partner beim Analysten- und Beratungshaus Lünendonk & Hossenfelder, an. Angefragte Qualifikationen wandeln sich durch Digitalisierung, veränderte Produktions- und Logistikprozesse und Internationalisierung. Das ist für Kundenunternehmen eine Herausforderung, bei der sie nicht nur personelle Unterstützung brauchen, sondern auch den Austausch und die Beratung auf Augenhöhe und nicht mehr nur die reine Personalabstellung. „Wir reden über erweiterte Services wie Recruiting, Matching und Netzwerken,

die Unternehmen selbst nicht haben“, beschreibt Ball. „Dabei geht es nicht nur um internationale Unternehmen. Die Mittelständler vor Ort brauchen diese Art von Unterstützung mehr denn je. Hier hängt nicht selten die Zukunft des Unternehmens an gutem Personal.“

Erkennbar ist die Gleichung: Wenn die Besetzungszeiten von offenen Positionen steigen, setzen Unternehmen verstärkt auf Personalvermittlung. Ein Entwicklungsfeld für die Zeitarbeit? Offenbar ist die Branche prädestiniert, denn Zeitarbeit beinhaltet vor allem langfristige Kundenbeziehungen, während Personalvermittlung bisher eher projektbasiert agiert. „Wir haben mittlerweile einen Arbeitnehmermarkt. Dadurch verschiebt sich für die Personalvermittlung der Fokus. Der Mensch, der Mitar-

Marktvolumen für Personalvermittlung in Deutschland

(Milliarden Euro)



Trotz leicht steigender Fluktuationsquote schrumpft der Markt 2020 auf 15,1 Milliarden Euro. Grund dafür ist eine geringere Nachfrage nach Personalvermittlung.

beitende rückt mit seinen Anforderungen in den Fokus“, hat Thomas Ball auch in Studien ermittelt. „Das fängt zum Beispiel bei Schulabgängern und Studierenden an. In dieser Generation sind eine gewisse Flexibilität und Orientierung gewollt. Dafür müssen Personalvermittler frühzeitig, aktiv auf die Zielgruppe zugehen, diese begleiten und passende Angebote machen. Ein Prozess, der für die Zeitarbeitsbranche zum Alltag gehört und in der Personalvermittlung von heute echte Vorteile bringt.“ Unternehmen bewerben sich bei den Kandidaten und nicht umgekehrt. „Da ist es wichtig, den Kandidaten Hintergründe und Geschichten zu den Unternehmen erzählen zu können. Darin sind Zeitarbeitsunternehmen sehr gut. Aber auch im Feld der Personalvermittlung müssen eigene Schwerpunkte, Kompetenzen und Netzwerke realistisch eingeschätzt werden.“

Headhunting und Personalvermittlung sind im kaufmännischen Bereich nicht neu. Im gewerblichen Bereich hingegen setzt dieses Modell durch den Fachkräftemangel gerade erst an. „Da ist eine andere Sprache gefragt, als wenn eine Executive-Position besetzt wird“, stellt Thomas Ball fest. „Auch hier ist die Zeitarbeit mehr als geübt.“ Es kommt also offenbar auf den Markt an, auf den abgezielt wird. Thomas Ball geht außerdem davon aus, dass die Verschiebung vom klassischen Helfer zum gefragten Facharbeiter der Zeitarbeitsbranche insgesamt gut tun wird. „Wenn vornehmlich Helfer überlassen, dann haben Sie als Branche ein Helferimage. Wertschätzung entsteht in Zeiten der Knappheit. Die Pflege ist hier ein positives Beispiel.“

STRUKTURELLE UNTERSCHIEDE

Schaut man allerdings tiefer in die Umsetzung der Unternehmen, die den Schritt Richtung Personalvermittlung bereits gegangen sind, zeigen sich strukturelle Herausforderungen. „Natürlich liegen Personalvermittlung und Arbeitnehmerüberlassung eng beieinander“, stellt Christian Baumann, Geschäftsführer der plus Personalmanagement GmbH, fest. „Aber wir mussten in unserer Organisation operative, klare Trennlinien zwischen Arbeitnehmerüberlassung und Personalvermittlung ziehen. Arbeitnehmerüberlassung bringt hohe Umsätze, bedarf aber auch kontinuierlicher, intensiver Betreuung, Führung und Steuerung, der bei uns angestellten Zeitarbeit-

nehmer. In der Personalvermittlung kommt es hingegen eher darauf an, den Cultural Fit, die kulturelle Passform, auch langfristig einschätzen zu können. Dafür müssen Sie Unternehmen, Teams und Bewerber sehr gut kennen.“ Ist das der Fall, kann Personalvermittlung eine zusätzliche Einnahmequelle sein, eine Möglichkeit, das unternehmerische Risiko breiter zu verteilen.

PERSONALENTWICKLUNG STATT -VERMITTLUNG

Auch Personalvermittler tun zukünftig gut daran, ihre Klienten auf Arbeitnehmerseite langfristig zu begleiten. „Personalentwicklung wird auch in der Personalvermittlung immer wichtiger“, sagt Thomas Ball. „Das Thema liegt zwar erstmal auf Seiten der Arbeitgeber, allerdings macht es natürlich Sinn, in Zeiten knapper Arbeitskräfte Vertrauen aufzubauen, Kontakte langfristig zu halten, zu coachen und zu begleiten.“ Die Folge: Bestehende Netzwerke zu Kundenunternehmen wie Mitarbeitenden bleiben zentraler Bestandteil. Sowohl Baumann wie auch Ball sehen hier für die Zukunft einen wichtigen Vorteil in der klassischen Personalvermittlung. Die Digitalisierung rücke auch in ihre Geschäftsbereiche vor. Verschiedene Lösungen, die das Identifizieren geeigneter Kandidaten erleichtern, seien sicherlich interessant. Beide beobachteten aber auch, dass der persönliche Kontakt zwischen allen Parteien nach wie vor hochgeschätzt werde.

Außer Frage steht für den Lünendonk-Experten jedoch, dass die Zeitarbeit auch in Zukunft ihre Berechtigung haben wird. „Spitzen in der Logistik, im Pflegebereich wird es auch in Zukunft geben. Es wird weiterhin Branchen geben, in denen sich Mitarbeitende auch bewusst für das Modell Zeitarbeit entscheiden werden.“

Aber gerade im Helferbereich macht Personalvermittlung wenig Sinn. Hier sieht Ball das Potential eher in der Weiterqualifikation und Personalentwicklung: „Mehr denn je sollten wir auch mal ins Risiko zu gehen, um Zeitarbeitnehmer langfristig zu binden und sie selbst zu qualifizieren. Höhere Verrechnungssätze, Wertschätzung und Mitarbeiterbindung können die Folge sein. Zudem wird man weniger austauschbar, kann sich vom Wettbewerb differenzieren. Das ist nicht immer der schnellere, aber sicher der längere Euro.“ **J**

Weitere Details zu dem Thema
im iGZ-Re/New-Livestream



www.youtube.com/FaireZeitarbeit

Interview

„Die Macht der Kandidaten nimmt zu“

Personalberatung, Personalvermittlung, Headhunting – gemein haben alle drei Begriffe, dass sie „irgendwas mit Personal“ zu tun haben. Aber was genau? Zdirekt!-Chefredakteurin Sara Schwedmann hat mit Kai Haake, Geschäftsführer des Bundesverbands Deutscher Unternehmensberater BDU e. V., über Beratungsbedarf, Recruiting-Markt und Kandidatenwünsche gesprochen.



Kai Haake

Verschiedene Studien zeigen: Die Zahl derjenigen, die ihren Job wechseln wollen, ist derzeit auffällig hoch. Wie wirkt sich das aufs Beratungsgeschäft aus, wie geht es ihrer Branche?

In den 2000er Jahren gab es viele Unkenrufe, dass Stellenbörsen den Beruf des Personalberaters obsolet machen würden – das war aber ein absoluter Trugschluss. Unsere Marktzahlen von 2020 zeigen: Mit 2,3 Milliarden Euro hat sich der Umsatz von 1,3 Milliarden Euro im Jahr 2010 nahezu verdoppelt. Im vergangenen Jahr hatten wir zwar einen Einbruch um acht Prozent,

aber das haben wir im gerade abgelaufenen Jahr weitgehend wieder aufgeholt. „Es brummt richtig“ ist das, was die Branche uns zurückmeldet. Das ist aber nicht primär ein Thema von Kandidatenseite, sondern von Arbeitgeberseite. Arbeitgeber schaffen es nicht mehr so leicht, in Eigeninitiative neue Mitarbeiter zu finden. Der Fachkräftemangel ist da auch in der Breite angekommen. Selbst der öffentliche Bereich greift immer öfter auf die Unterstützung durch Personalberater zurück. Mein Eindruck ist aber nicht, dass das zwingend mit einer erhöhten Wechselbereitschaft einhergeht.

Die Personaldienstleistungsbranche umfasst ein breit gestecktes Feld. Inwieweit ist die Personalberatung auch ein Teil davon?

Für uns ist Personalberatung weit mehr als das Finden und Abwerben von Bewerberinnen und Bewerbern. Der Prozess setzt schon viel früher an, gerade wenn Sie gewonnene Kandidaten dauerhaft an sich binden wollen, müssen Onboarding, Angebote wie Homeoffice, Vergünstigungen, Karriereentwicklung in der Firma sichergestellt werden – bis hin zum passenden Gehalt in der bestehenden Gehaltsstruktur. All das sehen wir als Aufgabe unserer Personalberater, dass sie im Vorfeld schon beratend zur Seite stehen, von der Stellen-Profilierung – was ist gewünscht und was ist auch realistisch – über die Vergütungsfrage und die Art der Herangehensweise in engeren Märkten mit beispielsweise Ziel-firmenlisten bis hin zur Ansprache, Karriereplanung und dem Cultural Fit. Pro Jahr werden über die Personalberatung 65.000 Stellen besetzt, davon sind 40.000 vorwiegend Spitzenkräfte und Spezialisten mit einem Gehaltsvolumen im Bereich von über 150.000 Euro pro Jahr. Die Personalberatung ist also durchaus ein relevanter Teil der Personaldienstleistungsbranche.

Was unterscheidet denn Vermittlung von der Personalberatung?

Es gibt eine ganz klassische Unterscheidung: Wenn Kandidaten selbst eine Vermittlung in Auftrag geben – über Jobgutscheine oder das Arbeitsförderungsgesetz laut Sozialgesetzbuch – ist das für uns auch eindeutig eine Personalvermittlung. Personalberater werden nicht durch Kandidaten vergütet oder beauftragt. Dazu sind das Anforderungsprofil an den Beratungsprozess sowie die Vergütungs- und Positionshöhen andere. Als Beispiel: Einen Manager suchen Sie anders als einen Gärtner, nicht lokal oder regional, sondern eher bundesweit und auch im Ausland. Die Ansprache ist auch eine andere. Und Berater analysieren Profile und den Werdegang, ob der jeweilige Kandidat und dessen Karriereentwicklung zu den Anforderungen der Stelle passen. Das ist üblicherweise nur bei Fach- und Führungskräften und aufwärts der Fall, die klassische Personalvermittlung fokussiert sich da auf ein anderes Marktsegment. Die Personalberatung ist zudem völlig zulassungsfrei und nicht wie über das Arbeitnehmerüberlassungsgesetz oder das SGB III reglementiert.

Laut einer Studie des Marktforschungsinstituts Lünendonk & Hossenfelder (siehe Seiten zuvor) sind 92 Prozent der befragten Personaldienstleister in der Arbeitnehmerüberlassung tätig. Nur drei

Prozent bieten Personalvermittlung an. Warum sind andere Bereiche wie Personalberatung oder Outsourcing aus Ihrer Sicht nicht so attraktiv?

Aus meiner Erfahrung ist die Kommunikation einer Marke schwieriger, wenn sie nicht markenrein ist. Wenn Sie auf der einen Seite Zeitarbeit mit dem Fokus auf Helfertätigkeiten, die ein sicherlich auch anspruchsvolles Lieferantenmanagement beinhaltet, und gleichzeitig auch Personalberatung im Segment Führungs- und Spitzenkräfte anbieten, ist das sehr komplex. Die Bühnen sind andere und ich bin mir sicher, dass weder unsere Personalberater einfach so in die Personalvermittlung einsteigen noch Personalvermittler ohne Weiteres in der Personalberatung tätig sein können und wollen. Die fachlichen Spezialisierungen der Mitarbeiter sind andere. Personalberater machen neben Suche und Auswahl etwa zu gut zehn Prozent auch Management-Diagnostik, also Assessment Center, Personalentwicklung bis hin zu Aufsichtsratsbesetzungen. Personalberater erhalten sehr tiefe Einblicke in die Unternehmen.

Ist Headhunting gleichbedeutend mit Personalberatung? Headhunter sind doch die, die gute Kandidaten von der Konkurrenz abwerben?

Ich benutze den Begriff eher ungern, denn er zielt so auf den Begriff „Kopf“ und das „Jagen“ ab. Das Wort ist in den 70er Jahren aus Amerika zu uns herübergeschwappt und natürlich sehr medienwirksam. HR-Recruiter oder -Consultant ist mir da lieber. Headhunter und Personalberater – das sind Synonyme, ein guter Headhunter muss die gleichen Anforderungen erfüllen wie auch ein Personalberater: Er muss beraten.

Wie hat sich die Personalberatung in den vergangenen Jahren verändert?

Immer wichtiger wird das Binden von Kandidaten. Wir erleben es immer häufiger, dass Kandidaten nach Vertragsunterschrift noch vor Arbeitsantritt wieder kündigen. Die Macht der Kandidaten nimmt zu und das führt dazu, dass wir als Berater auch im Onboarding-Prozess unterstützen müssen. Wir sind auch immer mehr Sparringspartner der Unternehmen, denn es bringt nichts, Kandidaten zu viel zu versprechen und dann folgt der Realitätsschock. Die Sensibilität auf beiden Seiten nimmt zu und dass man auch kulturell zusammenpasst, nimmt einen immer höheren Stellenwert ein.

KAI HAAKE

ist seit 2014 Geschäftsführer und Syndikusanwalt des BDU. Er verantwortet die Bereiche Strategie und Public Affairs, insbesondere kümmert er sich um die verbands- und wirtschaftspolitischen Netzwerke im deutschsprachigen Raum. Er sondiert die rechtlichen und politischen Rahmenbedingungen der Consultingwirtschaft.

Rechtliche Aspekte der Personalvermittlung

Wer schon länger dabei ist, erinnert sich: Bis 1994 bestand die gesetzlich manifestierte Meinung, die Arbeitsvermittlung sei in staatlichen Händen am besten aufgehoben. Die private Personalvermittlung war verboten. Seitdem ist sie stufenweise praktisch völlig freigegeben worden, nur eine Gewerbeanmeldung ist notwendig. Die Personalvermittlung gehört zum klassischen Portfolio eines Personaldienstleisters.



Eine erfolgreiche Vermittlung kann unter bestimmten Bedingungen auch dem zu Vermittelnden (im Folgenden: Kandidaten) in Rechnung gestellt werden. Den Rechtsrahmen dafür enthält der § 296 BGB. Erforderlich ist ein schriftlicher Vermittlungsvertrag zwischen den Parteien, in dem auch die Vergütung des Vermittlers anzugeben ist. Diese darf aber inklusive Umsatzsteuer 2.000 Euro nicht übersteigen. Etwas anderes kann gelten, wenn ein Aktivierungs- und Vermittlungsgutschein (§ 45 SGB III) vorgelegt wird. Für die Auszahlung des Gutscheins ist eine Zertifizierung des Vermittlers nach der Akkreditierungs- und Zulassungsverordnung Arbeitsförderung (AZAV) erforderlich. Alle Teilhand-

lungen, die typischerweise zur Vermittlung gehören, sind damit abgegolten und dürfen nicht gesondert abgerechnet werden. Der Gedanke eines Vermittlungsgutscheins atmet den Geist der Hartz-Gesetzgebung und der damals bestehenden hohen Arbeitslosigkeit. Im dem derzeitigen Arbeitnehmermarkt hat das an Bedeutung verloren und dürfte in vielen Fällen für den Kandidaten nicht notwendig und für den Vermittler wirtschaftlich uninteressant sein. Für eine Vermittlung eines Zeitarbeitnehmers an den Einsatzbetrieb darf hingegen keine Vermittlungsprovision vom Zeitarbeitnehmer verlangt werden (§ 9 Abs. 1 Nr. 5 AÜG).

DIREKTVERMITTLUNG

Die zwei wesentlichen rechtlichen Fragen, die im Zusammenhang mit der Direktvermittlung auftreten, sind: Wann tritt die Vergütungspflicht ein? Wie hoch darf die Vergütung sein?

Die erste Frage lässt sich abstrakt nicht beantworten, sondern hängt von den vertraglichen Vereinbarungen ab. In der Praxis der Personaldienstleister zahlt der Auftraggeber häufig erst, wenn der Arbeitsvertrag mit einem vom Personaldienstleister vermittelten Kandidaten mit dem Auftraggeber zustande kommt. Das entspricht dem Gedanken des Maklervertrages (§ 652 BGB). Denkbar ist auch, bereits erbrachte Dienstleistungen auch dann zu honorieren, wenn ein Arbeitsvertrag nicht zustande gekommen ist. Typische Fehler des Dienstleisters können darin liegen, dass er die Vergütung in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) geregelt hat, dem Vertragspartner aber vor Vertragsabschluss nicht bekannt gegeben hat. Das ist auch bei Geschäften unter Kaufleuten in der Regel erforderlich. Eine weitere Falle ist in der folgenden Konstellation denkbar: Der Kandidat wird dem Auftraggeber vorgestellt, beabsichtigt ist eine Arbeitnehmerüberlassung. Dann aber entschließt sich der (vermeintliche) Auftraggeber den Kandidaten selbst einzustellen, weil dieser einen solch überzeugenden Eindruck gemacht hat. Wenn der Personaldienstleister versäumt hat, auf seine AGB hinzuweisen, die für diesen Fall eine Vermittlungsprovision enthalten oder auf andere Weise auf die Entstehung einer Provision hingewiesen hat, dürfte er leer ausgehen.

Was die zweite Frage, die zulässige Höhe der Vermittlungsprovision anbetrifft, befindet man sich mangels Rechtsprechung wie in einer sich nicht wegbewegenden hartnäckigen Nebelbank. Rechtsprechung existiert kaum. In der Praxisliteratur findet man Angaben, wonach sich die Provision bei Fachkräften und Spezialisten im Bereich von 4.000 bis 10.000 Euro bewegt, bei gehobenen Führungskräften zwischen 25 und 40 Prozent des künftigen Jahresbruttogehalts. Das dürften aber nur wage Richtwerte sein. Der Aufwand, Spezialisten in einem leer gefegten Arbeitsmarkt zu finden, dürfte im Hinblick auf den Suchaufwand eher zu steigenden Provisionen führen. Unangemessen hohe Provisionen können auf Antrag vor Gericht herabgesetzt werden (§ 655 BGB). Das gilt aber nicht bei Sittenwidrigkeit, die zur Nichtigkeit des Vertrags führt.

VERMITTLUNG NACH VORHERIGER ÜBERLASSUNG

Eine vorherige Überlassung schließt eine angemessene Vermittlungsprovision nicht aus (§ 9 Absatz Nr. 3 AÜG). Aus der zitierten Regelung folgert die Rechtsprechung allerdings deutliche Schranken für die Höhe der Vermittlungsprovision. Der Gedanke dabei: Der Gesetzgeber möchte den Wechsel zum Einsatzbetrieb fördern. Zu hohe Provisionen können da hemmend wirken und sind deshalb unzulässig.

Der Bundesgerichtshof (BGH) hat hier eine recht klare Rechtsprechung entwickelt: Mehr als zwei Bruttomonatsgehälter sollte man als maximale Provision nicht vereinbaren, wenn man ruhig schlafen möchte. Von der Anknüpfung an den Verrechnungssatz ist derzeit abzuraten. Das Oberlandesgericht Stuttgart hat das als unzulässig angesehen. Die Entscheidung des Bundesgerichtshofs (BGH) steht aus. Manche Personaldienstleister empfinden das als zu gering, und sie mögen im Hinblick auf den durch den Arbeitskräftemangel immer größer werdenden Rekrutierungsaufwand damit recht haben. Deshalb gibt es auch in der Rechtsliteratur Überlegungen zu einer differenzierten Provisionsklausel: Sofern es sich um Arbeitskräfte handelt, die am Arbeitsmarkt nur schwer zu rekrutieren sind (wer ist das derzeit eigentlich nicht?), könnten auch höhere Provisionen verlangt werden. Man befindet sich damit im Risikobereich, denn eine bestätigende Rechtsprechung gibt es dazu derzeit noch nicht. Schlimmer noch: Die Rechtsprechung ist sich einig, dass es in dieser Konstellation „erst Arbeitnehmerüberlassung, dann Vermittlung“ keine Absenkung einer zu hohen Provision gibt. Deshalb ist eine unangemessene, hohe Vermittlungsprovision unwirksam und der Personaldienstleister geht leer aus. Auf der anderen Seite gibt es aus Sicht der Personaldienstleister auch Rechtsprechungs-Lichtblicke: So hat der BGH jüngst entschieden, dass eine Vermittlungsprovision auch dann verlangt werden kann, wenn der Arbeitnehmer gekündigt hat und dann zum vorherigen Einsatzbetrieb gewechselt ist.

Die Paragraphendichte ist bei der Personalvermittlung deutlich geringer als bei der Zeitarbeit. Herausfordernd ist derzeit eher der Mangel an Kandidaten. MD

Alle wichtigen rechtlichen Infos
finden Sie hier:



www.ig-zeitarbeit.de/tarife-recht

Private Arbeitsvermittlung – vom Staat gefördert

Wenn es um die Integration von Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern in den ersten Arbeitsmarkt geht, gehen sie Hand in Hand: die Bundesagentur für Arbeit (BA) und private Arbeitsvermittler. Neben der täglichen Beratung und Vermittlung durch die Agentur für Arbeit oder das Jobcenter können arbeitslos gemeldete Personen sich durch einen privaten Arbeitsvermittler bei der Jobsuche und bei der Integration in Arbeit unterstützen lassen.



Private Arbeitsvermittler agieren als Sparringspartner zwischen Arbeitssuchenden und Unternehmen. Die Arbeitsleistung wird erst und ausschließlich (monetär) honoriert, wenn sie die arbeitslose Person erfolgreich in ein sozialversicherungspflichtiges Arbeitsverhältnis vermittelt haben. Diese Art der Arbeitsmarktintegration kann auf zwei unterschiedlichen Wegen ablaufen. Zum einen können die privaten Arbeitsvermittler im Auftrag der arbeitssuchenden Person eine adäquate, nach den Wünschen des Auftraggebers gestaltete Arbeitsstelle suchen und im Erfolgsfall auch besetzen oder sie agieren im Auftrag eines Unternehmens, um eine „ideale“ Besetzung für eine offene Vakanz zu finden. Die private Arbeitsvermittlung stellt den Kontakt zwischen Bewerber und dem Unternehmen her, um im Zusammenspiel mit beiden Parteien die Stelle erfolgreich zu besetzen.

Grundsätzlich kann der private Arbeitsvermittler auch weitere Dienstleistungen anbieten, die der Integration in den ersten Arbeitsmarkt dienlich sind. Dazu gehören zum Beispiel auch die

Hilfestellung bei der Erstellung eines geeigneten Bewerberprofils, das Inserieren dieser Profile in den bekannten Bewerberportalen oder aber auch das Erstellen professioneller Bewerbungsunterlagen. Des Weiteren beinhaltet das Portfolio eines privaten Arbeitsvermittlers auch die professionelle Vorbereitung auf ein anstehendes Bewerbungsgespräch.

Unter bestimmten Voraussetzungen können die Kosten für eine erfolgreiche Vermittlung in ein sozialversicherungspflichtiges Beschäftigungsverhältnis durch einen

Aktivierungs- und Vermittlungsgutschein (AVGS) der Bundesagentur für Arbeit beziehungsweise des Jobcenters gedeckt werden. Dazu ist es erforderlich, dass die gemeldete Person bei der BA einen AVGS beantragt und diesen vor Einstellung in ein sozialversicherungspflichtiges Arbeitsverhältnis beim privaten Arbeitsvermittler einreicht.

Sollte eine erfolgreiche Vermittlung über einen AVGS finanziert werden, so erhält die private Arbeitsvermittlung eine Art „Erfolgshonorar“ auf Antrag (diesen muss der private Arbeitsvermittler selbst einreichen) von der ausgebenden Agentur für Arbeit oder dem zuständigen Jobcenter. Klingt erstmal einfach, aber um in den Genuss einer finanziellen Leistung für die Vermittlung zu kommen, muss der private Arbeitsvermittler eine Voraussetzung erfüllen:

Er muss nach der gängigen derzeit gültigen Akkreditierungs- und Zulassungsverordnung Arbeitsförderung (AZAV) zertifiziert und damit zugelassen sein.



Die Verordnung nach dem Dritten Buch Sozialgesetzbuch (SGB III) regelt die Zulassung von Bildungsträgern und Weiterbildungsmaßnahmen über Bildungsgutscheine durch die Agentur für Arbeit. Dieses Zertifizierungsverfahren ist mit erheblichen Kosten verbunden, die nach Art und Umfang der Zertifizierung variieren können. Wenn die Zertifizierung abgeschlossen ist und eine erfolgreiche Vermittlung stattgefunden hat, kann

man sich aber über eine Vergütung freuen. Diese Vergütungsregelung wurde zum 1. Januar 2022 geändert.

Die Vergütung für eine Vermittlung in eine versicherungspflichtige Beschäftigung nach § 45 Absatz 6 SGB III wurde um 500 € auf 2.500 € (+25 Prozent) bzw. bei Langzeitarbeitslosen oder Menschen mit Behinderungen auf 3.000 € (+20 Prozent) angehoben.

VERMITTLUNGSVERGÜTUNG

in versicherungspflichtige Beschäftigung	2.500 €
bei Langzeitarbeitslosen	3.000 €
in geringfügige Beschäftigung	0 €

Für die Vermittlung einer geringfügigen Beschäftigung nach § 8 SGB IV darf ein privater Arbeitsvermittler gemäß § 296 Absatz 3 SGB III künftig keine Vermittlungsprovision vom Arbeitsuchenden verlangen oder entgegennehmen. Dies gilt sowohl bei einer Geringfügigkeit in der Entgelt- als auch in der Zeitvariante. **CvK**

SIE HABEN FRAGEN ZU DIESEM THEMA?

Clemens von Kleinsorgen
 Fachbereich Bildung und Personal | Qualifizierung
 Tel. 0251 32262-161
kleinsorgen@ig-zeitarbeit.de

Anzeige

Forderungsverkauf & Inkasso für die Zeitarbeit

Vorteile durch:

- Rechnungsstellung
- Forderungsmanagement
- Ausfallschutz
- Sichere Auszahlung für Löhne
- Geldeingang binnen 24 Stunden

MERIDIEM FINANZ
 UNSER KÖNNEN FÜR IHREN ERFOLG



06331 - 53 17 34 6
www.meridiem-finanz.de



Eine für alle

Wo arbeitet eine Personaldienstleistungskauffrau oder ein Personaldienstleistungskaufmann (PDK)? Natürlich in der Arbeitnehmerüberlassung! Nein, längst nicht nur – denn wer die Ausbildung erfolgreich abschließt, startet gut vorbereitet auch in andere Personaldienstleistungen wie die Direktvermittlung oder die Personalberatung.

„Als ich 2011 das Ausbildungszertifikat in der Hand hatte, fühlte ich mich bereit – und habe mich dann selbständig gemacht.“ Christian Moskwa gehört zu den allerersten Absolventen des PDK-Ausbildungsganges und ist heute Geschäftsführer der Facharbeiterzentrum Münsterland GmbH. „In erster Linie überlasse ich Facharbeiter aus Rumänien, aber vermittele auch ab und zu jemanden direkt.“ Seine Firma ist seit der Gründung stetig gewachsen. „Und mir war klar: Für mein Unternehmen benötige ich selbst entsprechendes Fachpersonal und da ich ja aus eigener Erfahrung weiß, wie breit die Ausbildung aufgestellt ist, wollte ich auf jeden Fall einen PDKler einstellen.“ Heute arbeitet Florian Andrei als Disponent im Facharbeiterzentrum Münsterland. Der gebürtige Rumäne entschied sich 2017 für die Ausbildung zum Personaldienstleistungskaufmann – und hat dies nicht bereut: „Die Ausbildung hat mir viele Einblicke ermöglicht und ich konnte viel mitnehmen, auch wenn sie sehr herausfordernd ist.“ Der 44-Jährige hat in seinem Heimatland ein Management-Studium für die Hotel- und Gastronomie-Branche abgeschlossen und in Deutschland zunächst als Tischler gearbeitet. „Als ich die Ausbildung vor dreizehn Jahren gemacht habe, stan-

den viele der jetzt gefragten Personaldienstleistungen noch nicht so im Fokus“, erinnert sich sein Chef Christian Moskwa. „Wir haben uns vor allem mit Arbeitsrecht beschäftigt, aber auch damals waren beispielsweise [Personalleasing](#), [Outplacement](#) und [Outsourcing](#) bereits Thema.“ – „In meiner PDK-Ausbildung waren auch die neueren Personaldienstleistungen und Trends wie [Active Sourcing](#) und [Digital Recruiting](#) fester Bestandteil, weil auch einfach die Nachfrage eine andere ist“, berichtet Andrei aus seiner Berufsschulzeit.

Ins Leben gerufen wurde die Ausbildung zum Personaldienstleistungskaufmann 2008 von den beiden Arbeitgeberverbänden der Zeitarbeit BAP und iGZ. Als Sachverständiger der Arbeitgeber hat Dietmar Richter am Ausbildungsrahmenplan der neuen Ausbildung mitgearbeitet. Die neue Ausbildung fußt auf einer Idee des ersten Vorsitzenden des iGZ, die dann innerhalb von 30 Monaten umgesetzt werden konnte. „Die PDK-Ausbildung ist eine wesentliche Innovation in der Zeitarbeit“, betont Richter. „Im paritätisch besetzten Gremium zwischen Arbeitgebern und Gewerkschaften war es allen

ein Anliegen, dass die PDK-Ausbildung nicht nur auf die Arbeitnehmerüberlassung vorbereitet, sondern auf alle relevanten Personaldienstleistungen.“ Den Beweis dafür sieht Bildungsgangleiter Karsten Zerm nicht nur in den verschiedenen beruflichen Positionen, in denen seine ehemaligen Schüler nun arbeiten: „Die meisten gehen nach der Ausbildung natürlich in die **Arbeitnehmerüberlassung**, aber einige ehemalige Schüler sind nun als **Personalberater** oder **Vermittler** tätig und gehen dort ihre Wege“, weiß der Lehrer am Erich-Brost-Berufskolleg Essen. Seit zwölf Jahren unterrichtet er PDK-Azubis, aktuell eine Klasse mit mehr als 20 Schülern. „Besonders toll finde ich, dass wir immer öfter Auszubildende aus Unternehmen hier haben, die nicht aus der Zeitarbeit kommen. Auch Unternehmen wie die Deutsche Bahn und Organisationen wie die Diakonie oder die bbwe – die gemeinnützige Gesellschaft für Beratung, Begleitung und Weiterbildung – schicken ihre Mitarbeiter zu uns in die Ausbildung.“

welche Projekte die Azubis während ihrer Ausbildung angeschoben haben. „In meiner Klasse waren alle bei klassischen Personaldienstleistern“, erinnert sich Sebastian Howest, der seine PDK-Ausbildung 2014 bei ehemals Graeber und Partner Fachpersonal abschloss. „Wenn wir Azubis Fragen zu anderen Bereichen hatten, haben die Lehrer diese eingebunden und immer versucht, auch neue Trends oder Randthemen an praktischen Beispielen durchzunehmen.“ Bei Lehrer Zerm spielen dazu vor allem die Messe „Zukunft Personal“ und die intensiven Lernort-Kooperationen wichtige Rollen: „Vor Corona war ich mit meiner Klasse jedes Jahr auf der Messe. Von dort nehmen wir immer viele Anregungen und Trends mit, die wir dann in Projekten und Referaten im Unterricht vertiefen. Da lerne ich selbst noch so Einiges dazu!“ Ergänzend spiegeln die Ausbildungsbetriebe Zerm regelmäßig ihre Bedürfnisse wider. Mit einem Personaldienstleister ist daraus beispielsweise ein Projekt entstanden, in welchem die

»Die haben das Vertriebs-Gen und kennen die Branche.«

Arne Große | Personalvermittler

Personaldienstleistungskaufleute können in vielen Bereichen arbeiten – angefangen bei Personaldienstleistungsunternehmen über Personalberatungsunternehmen und Personalabteilungen von (größeren) Unternehmen bis hin zu Personalabteilungen von Behörden und Institutionen. Arne Große etwa sucht speziell PDKler, denn seine Firma simplecon ist auf **Rec2Rec** spezialisiert und sucht Recruiter für die Personaldienstleistungsbranche. Als Personalvermittler bietet Große Outsourcing, **Permanent Placement** und **Executive Search** für große Industrie-Kunden und Personalberatungsfirmen, die sich auf die Bereiche Finance, Banking, IT und Engineering fokussiert haben: „Die suchen zurzeit alle händeringend gute **Recruiter** – das ist Wahnsinn! Und da kann ich ausgebildete Personaldienstleistungskaufleute super vermitteln, denn sie bringen eine gute Grundlage mit. Die haben das Vertriebs-Gen und kennen die Branche. Ich habe schon einige frisch ausgebildete PDKler als Recruiter vermittelt. Ob sie gut auf die jeweilige Stelle passen, hängt natürlich aber auch davon ab, welche Schwerpunkte ihr Ausbildungsbetrieb gesetzt hat.“ Und auch davon,

PDK-Azubis ein Assessment Center speziell ausgerichtet auf die Analyse von Soft Skills entwickelt haben. „Da versuchen wir immer mit der Zeit zu gehen und zusätzlich zum Rahmenlehrplan auf neue Entwicklungen einzugehen. Der Lehrplan selbst ist eher starr, allein im Lehrbuch nehmen die verschiedenen Personaldienstleistungen im ersten Ausbildungsjahr seit dem Start des Ausbildungsgangs aber fast 200 Seiten ein.“ Ein Stück weit sind die Auszubildenden also auch selbstverantwortlich, in welche Bereiche der Personaldienstleistungen sie tiefer eintauchen wollen. „Ich fühle mich auf jeden Fall breit aufgestellt und gut vorbereitet, egal was da in Zukunft auf mich zukommt“, bestätigt Disponent Florian Andrei. „Aktuell mache ich hier im Facharbeiterzentrum Münsterland zwar in erster Linie klassische Arbeitnehmerüberlassung, aber wenn unsere Kunden eine **Direktvermittlung** oder auch mal **Try and hire** anfragen, weiß ich, was zu tun ist.“ **SaS**

WEITERE INFOS

www.pdk-ausbildung.de

www.ig-zeitarbeit.de/bildung/pdk





Weil ich mich entwickeln kann.

Zeitarbeit: Eine gute Wahl.

Murat Acer
Betriebsleiter | Meister und Fachkraft für Arbeitssicherheit

Was er damit meint, lesen Sie hier:
zeitarbeit-einegutewahl.de



Weil es ein ganz normaler Job ist.

Zeitarbeit: Eine gute Wahl.

Dittmar Martinek
Lagerhelfer Baustoffe

Was er damit meint, lesen Sie hier:
zeitarbeit-einegutewahl.de

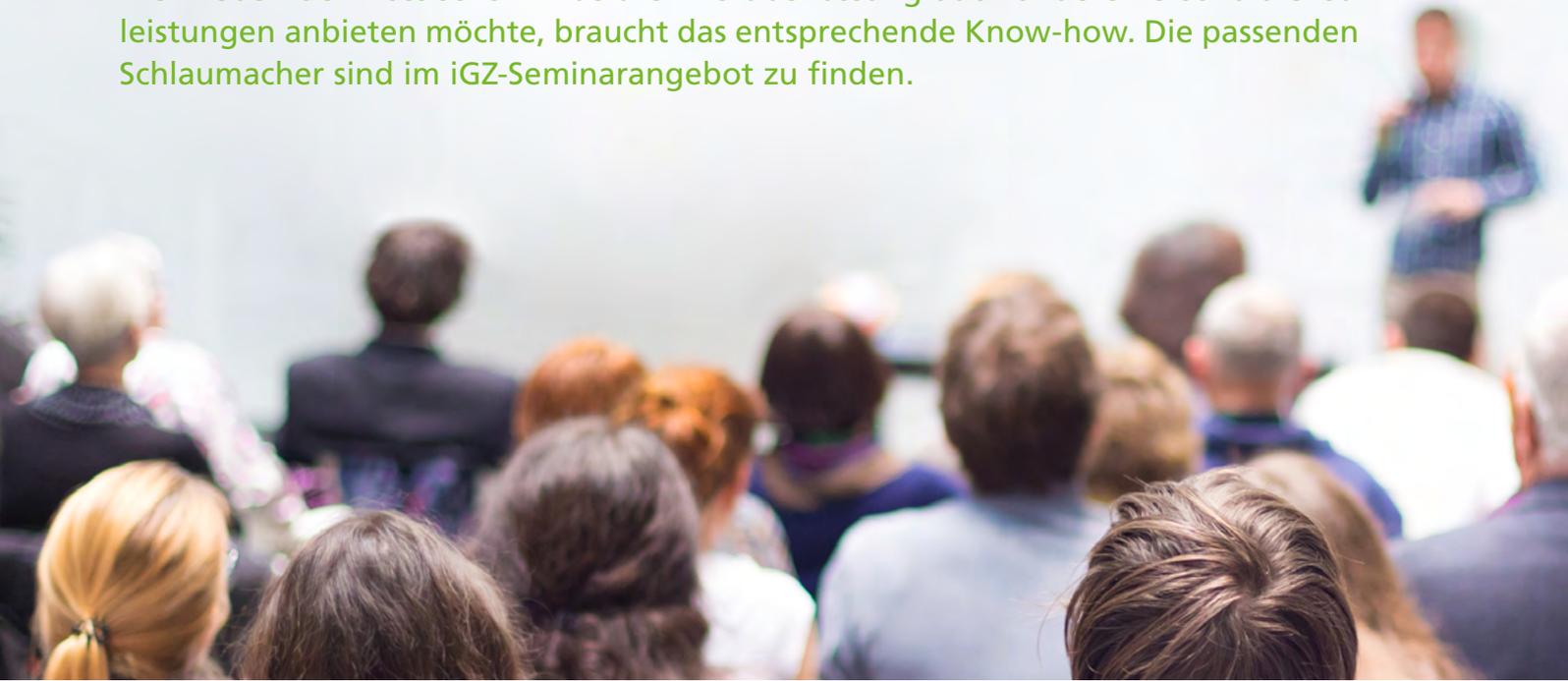
Die Branchen-Kampagne des iGZ stellt echte Zeitarbeitskräfte in den Mittelpunkt. Sie gibt Einblick in die zahlreichen Vorteile dieses Arbeitsmodells und macht klar, warum Zeitarbeit für Viele eine gute Wahl ist.

www.zeitarbeit-einegutewahl.de

Zeitarbeit: Eine gute Wahl.

Aufschlauen mit dem iGZ

Wer neben der klassischen Arbeitnehmerüberlassung auch andere Personaldienstleistungen anbieten möchte, braucht das entsprechende Know-how. Die passenden Schlaumacher sind im iGZ-Seminarangebot zu finden.



„Demografische Veränderungen, Fachkräftemangel und rechtliche Neuerungen bieten beträchtliches Wachstumspotenzial in der Personalvermittlung, fordern aber auch neue Kompetenzen und ein Umdenken“, so die Erfahrung von Nicole Truchseß, Beraterin, Buchautorin und langjährige iGZ-Referentin. „Denn wer sich vom reinen Personalbeschaffer und Anbieter von Zeitarbeit zum souveränen Berater und Coach in allen Personalfragen entwickelt, verfügt über die perfekten Voraussetzungen, um neue Kunden zu gewinnen, bestehende Geschäftsbeziehungen auszubauen und Umsätze erheblich zu steigern.“ So ist im umfangreichen iGZ-Seminarprogramm mit Themen wie Vertrieb, Personalmarketing, Mitarbeiterführung oder Arbeits- und Tarifrecht sicherlich eines der Highlights das Seminar „Personalvermittlung – Mehr als nur eine (Zusatz-)Dienstleistung in der Zeitarbeit für Kunden und Kandidaten“. Truchseß zeigt darin, wie Personaldienstleister neue Potenziale bei der Akquise von Arbeitgebern und Arbeitssuchenden erschließen können – mit Fallbeispielen aus ihrem Berateralltag und praxistauglichen Insider-Tipps. In einem späteren Follow-Up-Seminar können erste eigene Erfahrungen ausgetauscht werden. Ein Konzept, das ankommt: „Als Expertin für ganzheitliche Personalberatung bin ich immer auf der Suche nach praxisnahem fachlichem Input und diesen findet man in diesem Seminar auf jeden Fall – sowohl Einsteiger als auch alte Hasen“, resümiert eine Seminarteilnehmerin. „Besonders gut gefallen mir die vielen Tools, um gleich anzufangen und umzusetzen. Die verwendeten Beispiele erweitern den eigenen Horizont und entfachen

die Kreativität beim Anpassen an das eigene Angebot.“ Aus arbeitsrechtlicher Sicht gilt es bei der Personalvermittlung ebenfalls Einiges zu beachten. Der Rechtsanwalt und iGZ-Referent Dr. Adrian Hurst bietet neben seinem Longseller-Seminar „Zusatzdienstleistungen in der Zeitarbeit“ erstmals das zweistündige Onlineseminar „Personalvermittlung rechtssicher gestalten“ an. „Die Personalvermittlung ist eine wichtige und vor allen Dingen eigenständige Personaldienstleistung und so sollte sie im Unternehmen auch umgesetzt werden. Sowohl Kunden als auch Bewerber haben hohe Ansprüche an die Personalvermittlung. Nach meiner Praxiserfahrung setzt dies vor allem anderen eine klare Abgrenzung zur Zeitarbeit voraus“, berichtet der promovierte Jurist mit langjähriger Branchenerfahrung in der Personaldienstleistung. „Daher lege ich besonderen Wert auf die von Kunden und Bewerbern gestellten Anforderungen und setze einen Schwerpunkt in der Vertragsgestaltung und der Provisionssicherung.“ Ziel sei die rechtssichere Umsetzung in der Personalvermittlung im Unternehmen, um spätere Streitigkeiten zu vermeiden. IK

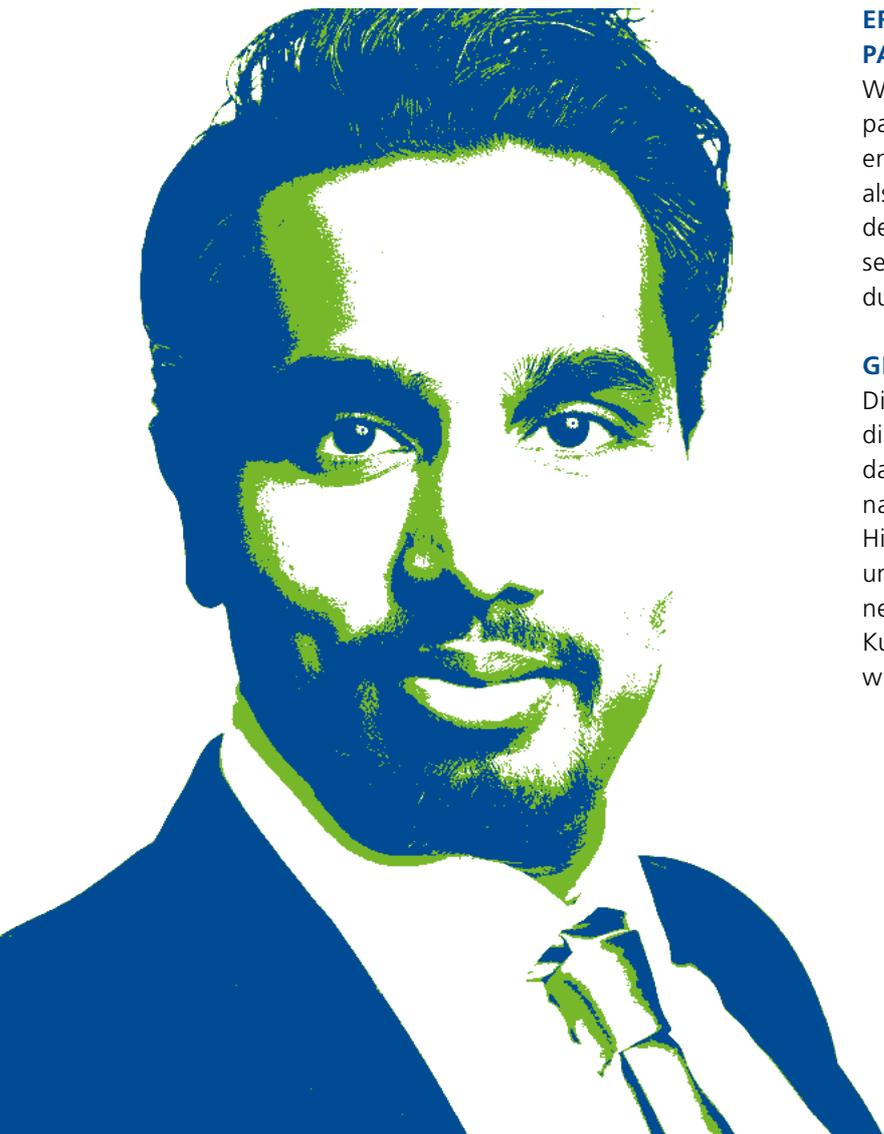
HIER GEHT'S ZUM iGZ-SEMINARANGEBOT
www.ig-zeitarbeit.de/bildung/seminare



Gastbeitrag

Markendehnung? Oder wann braucht es eine neue Marke?

„Schuster bleib bei deinen Leisten“ – es gibt kaum einen Ausspruch, der bei der strategischen Kernfrage der Markendehnung, also der Ausdehnung mit einer Firma in einen neuen Bereich, öfter fällt. Es gibt gute Gründe, bei seinen Leisten zu bleiben. Doch Personalberatung und Personalvermittlung sind lukrative Betätigungsfelder, die zusätzliches Wachstum, aber vor allem neue Renditen liefern können. Es stellt sich die Frage: Gründe ich eine neue Marke oder dehne ich meine bestehende?



ERFOLGSPRINZIPIEN STATT PAUSCHALER ANTWORT

Wer bei dieser hochstrategischen Frage nach dem einen pauschalen Weg und einer Standardantwort sucht, wird enttäuscht. Markendehnungen gelten nicht umsonst als Königsdisziplin in der strategischen Markenführung, denn eine Vielzahl an Variablen und Parametern müssen berücksichtigt werden, um die richtige Entscheidung zu treffen.

GLAUBWÜRDIGKEIT

Die zentrale Fragestellung bei der Markendehnung ist die der Glaubwürdigkeit. Stehe ich ausschließlich für das Thema Zeitarbeit oder kann ich glaubwürdig und nachvollziehbar in andere Bereiche hineinwachsen? Hierbei empfiehlt sich ein Blick auf die eigenen Stärken und Erfolgsmuster. Ergeben diese eine Möglichkeit, einen glaubwürdigen Bezug herzustellen, können sowohl Kunden als auch die eigenen Mitarbeiter die Weiterentwicklung besser nachvollziehen und auch umsetzen.

FANS

In Zeiten, in denen jedes Unternehmen von Kundenorientierung spricht, ist es gelernt, Kunden auch bei strategischen Fragen einzubinden. Zu oft wird hier auf eine quantitative Marktforschung zurückgegriffen. Diese liefert zwar eine Quasi-Sicherheit aufgrund der oftmals großen Stichprobe, ist aber zugleich aufwendig, kostenintensiv und die Ergebnisse müssen sorgfältig interpretiert werden. Wenig verbreitet sind dagegen qualitative Untersuchungen, bei denen mit einem Kundenstamm gesprochen wird, der das Unternehmen nicht nur gut kennt, sondern auch schätzt – das sind die sogenannten Fans. Persönlich geführte Gespräche bieten die Möglichkeit in die Tiefe zu gehen, Antworten besser einzuordnen und somit eine stärkere Aussagekraft für die Entscheidungsfindung zu generieren. Wenn Fans den Daumen senken, bedeutet das noch nicht das Ende der Expansionspläne, aber es sensibilisiert Unternehmen für die genaue Umsetzung, Kommunikation und Erklärung der Dehnung.

DIE METAPHER DER REGAL-METER

In der Konsumgüterindustrie, in der Marken am hemmungslosesten gedehnt und neu gegründet werden, gibt es die Metapher der Regal-Meter. Diese besagt: Eine neue Marke gibt die Möglichkeit, im Handel weitere „Regalmeter“ für sich zu gewinnen, weil beispielsweise andere Preispunkte besetzt und somit auch andere Kundengruppen angezogen werden. Gleiches kann auch auf die Zeitarbeitsbranche übertragen werden. Schaffe ich es mit meiner bestehenden Marke, überhaupt in das neue Regal der Personalvermittlung oder Beratung?

WETTBEWERB

Und da wäre natürlich der Wettbewerb: Allein die bewusste Auseinandersetzung mit Markt und Wettbewerb führt erfahrungsgemäß zu spannenden Diskussionen. Wer ist tatsächlich der Wettbewerber? Welche neuen Wettbewerber kommen auf das Tableau, wenn die Kategorie Zeitarbeit verlassen wird? Mit wem möchte sich die Marke wirklich vergleichen? Durch die Wettbewerbsanalyse wird zutage gefördert, welche sogenannten Hygiene-Faktoren auch bei der Dehnung geliefert werden müssen, weil diese zum Standard in der neuen Kategorie gehören. Diese Fragen liefern eine gute Entscheidungsgrundlage. Bleibt die Marke besser bei den zitierten Leisten? Oder wird expandiert? Sollte Letzteres der Fall sein, stellt sich die spannendste Frage: Gründe ich eine neue Marke oder dehne ich meine Bestehende?

GEFAHREN DER MARKENDEHNUNG UND WARUM DIE EIGENE SCHUBLADE AUCH SCHÖN SEIN KANN

Unabhängig von der finalen Entscheidung bleiben in beiden Fällen Risiken: Entscheidet sich die Marke für eine Ausgründung, entsteht beträchtlicher Aufwand für die notwendige Vermittlung und Kommunikation mit den neuen Zielgruppen. Diese sind auf den ersten Blick bei einer Markendehnung niedriger, denn es muss keine neue Marke etabliert und bekannt gemacht werden. Dafür bleibt allerdings das Restrisiko der Glaubwürdigkeit. Nimmt mir der neue Kunde die Dehnung meiner Marke ab, und bin ich vor allem in der Lage unter einer gedehnten Marke, die nah an der bestehenden Marke bleibt, die notwendigen neuen, vom Markt erwarteten Spitzenleistungen zu liefern? Oder verwässert zum Beispiel die bestehende Positionierung in der Kategorie Zeitarbeit die „Premium-Leistung“ in der Beratung und in der Vermittlung. Hierzu gibt es zum Abschluss noch drei kurze Tipps:

1. Beteiligen Sie Ihre Mitarbeiter bereits im Entscheidungsprozess und auch im Analyseprozess, dadurch wird die Umsetzungswahrscheinlichkeit gesteigert.
2. Testen Sie erste Ideen und Ansätze am Markt, bevor Sie wirklich live gehen.
3. Lernen Sie Ihre Schublade lieben. In der Markenführung gilt das Prinzip, dass Marken durch Fokussierung wachsen und nicht durch Ausdehnung, und dass Wachstumsfelder in den Rändern liegen. Deshalb könnte eine andere Variante zu nachhaltigem Erfolg führen: weiter in der Kategorie Zeitarbeit zu bleiben und sich hier in die Tiefe ausdehnen, statt den gleichen Weg zu gehen, den derzeit viele Marktteilnehmer wählen.

COLIN FERNANDO

ist Partner bei der Managementberatung Brand Trust (www.brand-trust.de). Als Experte für Markenanalysen, die strategische Optimierung von Markenportfolios und die Implementierung von Markenstrategien begleitet er Unternehmen unterschiedlicher Größen und Branchen auf ihrem Weg zu anziehungsstarken, zukunftsorientierten Marken. Fernando gibt sein Markenwissen als Dozent, Referent und Autor von Fachbeiträgen weiter.

Personaldienstleistungen VERMARKTEN

Es kann Vor- und Nachteile haben, sein Geschäftsfeld von Zeitarbeit auf weitere Personaldienstleistungen auszuweiten, gibt Colin Fernando von der Managementberatung Brand Trust auf den vorherigen Seiten dieser Zdirekt! zu bedenken. Jedes Unternehmen muss für sich genau abwägen, ob es diesen Schritt geht. Steht die Entscheidung fest, kommt es darauf an, sich mit seinen Personaldienstleistungen am Markt zu etablieren. Können Sie einen Haken hinter unsere Checkliste machen? Dann sind Sie gut aufgestellt!

Check 1

Ich weiß, wer ich bin und was ich kann!

Das Nonplusultra bei der Vermarktung von Personaldienstleistungen ist, dass Sie sich erst einmal darüber klar werden, wer Sie sind und was Sie genau anbieten. Das mag vielleicht banal klingen, aber können Sie – wie aus der Pistole geschossen – diese Fragen beantworten? Und zwar so, dass es Außenstehende nicht nur verstehen, sondern begeistert sind und keinen anderen Partner als Ihre Firma wollen? Wenn Sie planen, eine weitere Personaldienstleistung in Ihr Portfolio aufzunehmen, setzen Sie sich mit Kollegen zusammen und definieren Sie noch einmal ganz genau: Was ist der Nutzen Ihrer Dienstleistung, welchen Vorteil bieten Sie Ihren bestehenden und potenziellen Kunden und möglichen Bewerbern an? Sie können großartige Personalarbeit machen, aber erreichen Sie Ihre Zielgruppen? Wer sind die überhaupt? Bevor Sie Ihre Kanäle mit Werbung für Ihre Dienstleistungen befeuern, sollten Sie genau prüfen, wo und mit welchen Botschaften Sie Ihre Zielgruppen am besten erreichen.

Check 2

Ich bin besser als mein Wettbewerber!

Wie viele Wettbewerber haben Sie? Mehrere Hundert? In Ihrem direkten Marktumfeld sind es hoffentlich weniger. Trotzdem ist es eine hohe Kunst, sich vom Wettbewerber abzuheben. Analysieren Sie Firmen genauestens, die die gleichen Dienstleistungen in der gleichen Region anbieten. Was ist dem Internetauftritt zu entnehmen, wie werden die Social-Media-Kanäle bespielt oder wie treten sie auf Messen auf? Wo liegen Stärken und Schwächen des Mitbewerbers? Was können Sie über die Marktposition und das Image herausbekommen? Alles recherchiert? Dann geht es darum, zu vergleichen: Was können Sie besser machen? Was zeichnet Ihr Unternehmen besonders aus? Oft hilft es, nicht im eigenen Saft zu schmoren, sondern Außenstehende miteinzubeziehen. Also, binden Sie ruhig Freunde und Bekannte ein.

Check 3

Ich genieße Vertrauen bei Kunden und Bewerbern!

Dienstleistungsmarketing steht grundsätzlich vor der Herausforderung, dass eine unsichtbare Leistung „verkauft“ werden muss, die zudem nicht jeden Tag gleich ist. Ganz ausschlaggebend ist deshalb, dass Kunden und Bewerber Vertrauen zu Ihnen fassen, damit sie entweder Ihre Personaldienstleistung in Anspruch nehmen oder Sie als Arbeitgeber auswählen. Wie können Sie Vertrauen erzeugen? Wichtig ist eine offene und klare Kommunikation Ihrer Leistungen, Ihrer Haltung und Ihrer Anerkennung in der Landschaft der HR-Dienstleistungen. Das heißt, nutzen Sie Ihre Website und Social-Media-Kanäle dafür, Beispiele für Ihre Leistungen zu geben, die Atmosphäre in Ihrem Unternehmen zu vermitteln und Referenzen zu nennen.

Check 4

Ich lasse Markenbotschafter sprechen!

Apropos Referenzen: Papier bzw. ein digitaler Text ist geduldig. Viel glaubwürdiger und überzeugender ist es, wenn Menschen etwas Positives zu Ihren Leistungen und der Atmosphäre in Ihrem Unternehmen sagen. Lassen Sie deshalb Mitarbeitende und auch Kunden sprechen. Und erzählen Sie dabei am besten kurze Geschichten, die in Verbindung mit echten Gesichtern eine hohe Aufmerksamkeit erzeugen.

Check 5

Ich zeige Haltung!

Vor dem Hintergrund der Bewerberakquise ist es unerlässlich, Haltung zu zeigen. Sie müssen sich als Arbeitgeber attraktiv machen und es schaffen, mit Ihrem Profil die wenigen vorhandenen Arbeitskräfte anzuziehen. Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer können sich ohnehin ihren Arbeitsplatz aussuchen und sie achten spätestens seit der Pandemie sehr auf Qualitätsmerkmale wie Arbeitsklima, Work-Life-Balance und Nachhaltigkeit. Sie tragen als Arbeitgeber eine hohe Verantwortung für das Wohlergehen Ihrer Mitarbeitenden und für eine funktionierende Wirtschaft. Nennen Sie Beispiele für Ihre verantwortungsvollen Aktivitäten und überzeugen Sie damit genauso auch Ihre Kunden. Firmen, die Personaldienstleistungen in Anspruch nehmen, achten immer mehr darauf, dass ihre Partner Haltung bei nachhaltigen Themen zeigen. JR

Anzeige

ACTIVE – SALES – DEVELOPMENT
ASD COACHING
 FÜR ZEITARBEITSVERTRIEB

- Change Management
- Digital Leadership
- Vertrieb
- Personalmanagement

Mit **ASD Coaching** unterstütze ich Sie als Dienstleister mit 30 Jahren praktischer Erfahrung als Führungskraft in der Personaldienstleistung. Dabei unterstütze ich meine Kunden und deren Mitarbeiter **operativ** bei der Neukundengewinnung, Kundenbindung, Mitarbeitergewinnung – und das direkt am Point of Sale!



„Mit Leichtigkeit zu neuen Kunden“

- Wie bringen Sie neuen Schwung in den Vertrieb?
- Wie steigern Sie die Anzahl Ihrer Neukunden?
- Wie können Sie die Anzahl Ihrer externen Mitarbeiter steigern?
- Wie können Sie Struktur und Leichtigkeit in den Vertrieb bringen?

Werden Sie jetzt aktiv und bringen Sie Leichtigkeit in Ihren Vertrieb.

www.asd-coaching.de

Carsten.schroeder@asd-coaching.de

Mobil: 0176 - 80112635

Tschüss gelber Schein – Hallo elektronisches Meldeverfahren

Die Arbeitsunfähigkeitsbescheinigung auf gelbem Papier ist bald Geschichte. Ab dem 1. Juli soll ein elektronisches Meldeverfahren die bekannte Papierform ersetzen. Die Grundlage bildet das dritte Bürokratieentlastungsgesetz (BEG III). Behandelnde Ärzte können bereits seit vergangenem Oktober die entsprechenden Arbeitsunfähigkeitsbescheinigungen digital an die zuständigen Krankenkassen übermitteln. Hierfür bildet das Terminservice- und Versorgungsgesetz (TSVG) die gesetzliche Grundlage.



Arbeitsunfähigkeitsbescheinigungen werden auch „gelber Schein“ genannt, weil bisher Patienten von ihrem behandelnden Arzt gelbe Formulare erhalten, welche bei der Krankenkasse und dem Arbeitgeber vorgelegt werden müssen. Nach Angaben des GKV-Spitzenverbands werden jährlich ca. 77 Millionen Arbeitsunfähigkeiten (AU) festgestellt und die Bescheinigungen in vierfacher Ausführung ausgestellt. Davon geht bisher jeweils eine an den Arzt, den Versicherten, die Krankenkasse und den Arbeitgeber.

Ursprünglich hatte der Gesetzgeber die digitale Weiterleitung von AU-Daten durch die Krankenkassen an die Arbeitgeber bereits zum 1. Januar 2022 geplant. Allerdings wurde der Starttermin zur Einbeziehung der Arbeitgeber in das elektronische Meldeverfahren auf den 1. Juli verschoben.

WAS ÄNDERT SICH?

Bisher erhalten Arbeitgeber von ihren Arbeitnehmenden noch den bekannten gelben Schein. Ab dem 1. Juli stellen die Krankenkassen die Arbeitsunfähigkeitsdaten elektronisch zur Verfügung. Arbeitnehmende müssen dann die Arbeitsunfähigkeitsbescheinigung nicht mehr in Papierform beim Arbeitgeber einreichen. Ziel der Einführung ist es, den hohen bürokratischen Aufwand für Arbeitgebende, Arbeitnehmende und Krankenkassen zu verringern. Allerdings müssen für eine erfolgreiche Umsetzung auch die technischen Voraussetzungen gegeben sein.

ÜBERMITTLUNG DURCH KRANKENKASSEN

Seit Oktober 2021 sind Ärzte bereits prinzipiell verpflichtet, die Krankschreibungen in einem elektronischen Verfahren an die Krankenkassen zu übermitteln. Zukünftig sollen Arbeitgeber durch die digitale Weiterleitung über Beginn und Dauer der Arbeitsunfähigkeit ihrer gesetzlich versicherten Arbeitnehmenden informiert werden. Sobald bei Arbeitnehmenden eine Arbeitsunfähigkeit festgestellt wird und der Arbeitgeber darüber informiert wird, ist er berechtigt, die entsprechenden Daten bei der zuständigen Krankenkasse abzurufen.

Arbeitgeber müssen daher künftig die AU-Daten von der Entgeltabrechnung abrufen lassen. Daher ist es erforderlich, dass Unternehmen erforderliche Maßnahmen einleiten, um künftig sicherstellen zu können, dass die Daten zeitnah vorliegen. Andernfalls könnte es zu Schwierigkeiten in der Abrechnung kommen.

MITTEILUNGSPFLICHTEN BEI KRANKHEIT

Arbeitnehmende, die arbeitsunfähig erkranken, haben ihrem Arbeitgeber gemäß § 5 Absatz 1 Entgeltfortzahlungsgesetz (EFZG) ihre Arbeitsunfähigkeit und deren voraussichtliche Dauer unverzüglich mitzuteilen. Die Mitteilungspflicht besteht unabhängig von einem etwaigen Anspruch auf Entgeltfortzahlung. Eine besondere Form der Anzeige ist nicht vorgeschrieben, daher würde ein Telefonanruf oder eine Mitteilung per E-Mail ausreichen.

Die Einführung der digitalen Arbeitsunfähigkeitsbescheinigung ändert nichts an der bestehenden Meldepflicht der Arbeitnehmenden. Diese unterliegen weiterhin der Verpflichtung, den Arbeitgeber über eine Arbeitsunfähigkeit zu informieren. Der Arbeitnehmer soll jedoch weiterhin zu Beweis Zwecken eine Bescheinigung über die Arbeitsunfähigkeit von seinem Arzt erhalten.

VORLAGEPFLICHT BEIM ARBEITGEBER

§ 5 Absatz 1 Satz 2 EFZG regelt, dass wenn die Arbeitsunfähigkeit länger als drei Kalendertage dauert, der Arbeitnehmer eine ärztliche Bescheinigung über das Bestehen der Arbeitsunfähigkeit sowie deren voraussichtliche Dauer spätestens an dem darauffolgenden Arbeitstag vorzulegen hat. Der Arbeitgeber ist jedoch berechtigt, die Vorlage der ärztlichen Bescheinigung früher zu verlangen. Bis zum 30. Juni 2022 stellen die Ärzte neben der digitalen Übermittlung der AU-Daten an die Krankenkassen weiterhin eine Papierbescheinigung aus, die der Patient an seinen Arbeitgeber weiterleiten kann, da Arbeitgeber erst ab dem 1. Juli in das elektronische Meldeverfahren einbezogen werden.

BESONDERHEITEN FÜR MINIJOBBER

Bei geringfügig Beschäftigten erfolgen Meldungen grundsätzlich über die zuständige Minijob-Zentrale. Daher war es bisher oft nicht relevant, bei welcher gesetzlichen Krankenkasse ein Minijobber versichert ist. Damit Arbeitgeber für Minijobber die elektronische Arbeitsunfähigkeitsbescheinigung abrufen können, müssen sie deren Krankenkasse kennen und erfassen. MO/SR

Verfassungswerte und Pausencloawns

Es war ein zentrales Wahlversprechen der SPD und die Ampel-Koalition hat daraus ihren ersten bedeutenden Gesetzentwurf gemacht: Der gesetzliche Mindestlohn soll zum 1. Oktober auf 12 Euro steigen. Die Diskussion hierüber läuft in gewohnten Bahnen – genau hierin könnte ein Problem liegen.



Warum erhöht nicht jede Bundesregierung den gesetzlichen Mindestlohn spürbar? Der Applaus einer großen Mehrheit wäre ihr sicher. Ein höheres Einkommen wird jeder Empfänger und jede Empfängerin dankbar entgegennehmen und einkommensstärkere Gruppen, die nicht unmittelbar von der Mindestlohnhöhe profitieren, werden es gönnen. Gedanken an Wohnungsmieten oder Stromrechnungen rufen sehr schnell ein Gefühl von „richtig“ hervor.

Weshalb fährt dann nicht jede Bundesregierung (mehrfach) die Stimmenbeute eines höheren Mindestlohns ein? In Demokratien müssen Regierungen immer wieder Spannungen zwischen Mehrheitswünschen und „objektiven Mechanismen“ aushalten, die in Märkten angelegt sind. Erkannt wurde dies vor langer Zeit – und

mag schmerzen, dass hier wesentliche Entscheidungen dem Mehrheitswillen entzogen wurden. Gerade hieran kann man aber auch erkennen, dass gewichtige Gründe für diese Lösung sprechen. Politiker und Politikerinnen lassen sich in Zeiten mangelnden Wählerzuspruchs womöglich doch nicht durch unsichtbare Marktprozesse davon abhalten, Geld zu verschenken. Die unsichtbaren Marktprozesse haben allerdings das Potential, das gesamtwirtschaftliche Gleichgewicht empfindlich zu stören, wenn sie ignoriert werden. Kommt es so weit, hält es für niemanden Vorteile bereit. Genau deshalb haben die Mütter und Väter des Grundgesetzes unter anderem die Tarifautonomie im Grundgesetz verankert. Sie ist

»Es ist nicht nachzuvollziehen, dass die neue Regierung durch eine politisch festgesetzte Vorgabe die Arbeit der Mindestlohnkommission konterkariert und die Tarifautonomie geringschätzt.«

hat auch in Deutschland zu gravierenden praktischen Konsequenzen geführt. Die Entscheidungskompetenz über einige bedeutsame Fragen wurde bewusst dem direkten demokratischen Zugriff, den (oftmals lautstarken) Wahlkämpfen und den politischen Verlockungen nach beliebten Entscheidungen entzogen. Sie wurden in die Hände unabhängiger Institutionen gelegt, die sich nicht unmittelbar dem Wählervotum stellen. Gerade vor der Versuchung, Geld im Übermaß zu verteilen, ohne die Nebenwirkungen zu berücksichtigen, sollen Regierung und Gesetzgeber geschützt werden: Geldpolitische Entscheidungen trifft eine unabhängige Zentralbank und Lohnentwicklungen vereinbaren Gewerkschaften und Arbeitgeberverbände autonom. Es

kein Schlagwort, sondern der Versuch, Störungen der volkswirtschaftlichen Stabilität durch einen Interessenausgleich der beteiligten Gruppen zu verhindern. Es gibt keine „objektiv richtigen“ Löhne. Es gibt nur Löhne, auf die sich Arbeitgeber und Arbeitgeberinnen mit Arbeitnehmern und Arbeitnehmerinnen verständigen können.

Die gesamtwirtschaftliche Stabilität ist nur ein Ziel des deutschen Staates. Zu den anderen zählt die Armutsbekämpfung. Für sie steht ein breiter Instrumentenkasten zur Verfügung. Viele Ökonomen und Ökonomen trennen Armutsbekämpfung und Lohnfindung strikt voneinander. Sie wollen die skizzierten Zusammenhänge schützen. Löhne sind in dieser Lesart eine ökonomische

Größe, die in Abhängigkeit zu anderen Größen zu bestimmen ist. Armut muss anders bekämpft werden. Die Praxis, die sich viele Jahrzehnte an diese Lehre gehalten hat, weicht seit einiger Zeit hiervon ab, hat sich jedoch zunächst bemüht, Armutsbekämpfung und Stabilität der unsichtbaren ökonomischen Prozesse in Einklang zu bringen. Mit der Einführung eines gesetzlichen Mindestlohns wurde Ende 2014 auch eine Mindestlohnkommission mit dem Auftrag geschaffen, die Höhe alle zwei Jahre neu festzusetzen. Ihr gehören zu gleichen Teilen Vertreterinnen und Vertreter der Arbeitnehmer und der Arbeitgeberseite an, ergänzt um zwei wissenschaftliche Mitglieder. Das Prinzip bleibt gewahrt, die Lohnhöhe wird von Betroffenen ausgehandelt – sie folgt (mit Ausnahme des Eingangslohns im Jahr 2015) nicht unmittelbar politischen Wünschen. Allerdings ist die Kommission per Gesetz verpflichtet, die Mindestlohnhöhe in regelmäßigen Abständen neu festzulegen. Sie kommt dem Willen des Gesetzgebers nach, entscheidet aber selbst, wie sie ihm nachkommt. Im Rahmen der Sozialen Marktwirtschaft soll ein soziales Ziel unter Wahrung der marktwirtschaftlichen Stabilität erreicht werden. Die damalige Arbeitsministerin Andrea Nahles drückte es bei Gründung der Mindestlohnkommission so aus: „Die künftige Entwicklung des Mindestlohns sollen Gewerkschaften und Arbeitgeber bestimmen. Sie kennen die Lage in den Betrieben und Branchen und können so am besten tragfähige und verantwortliche Entscheidungen treffen. Dafür haben wir das Instrument einer unabhängigen Mindestlohnkommission geschaffen. Sie entscheidet in Zukunft über die Erhöhung des Mindestlohns und die Bundesregierung ist an diese Entscheidung gebunden.“

In jüngerer Zeit entfernen sich die fachliche und politische Diskussion schleichend von der Tarifautonomie. Wissenschaftlerinnen haben Theorien entwickelt, in denen der Staat die Tarifautonomie nur gewährt, solange die Tarifparteien im Gegenzug staatliche Ziele berücksichtigen (eine interessante Definition von Autonomie). In der aktuellen politischen Debatte erreicht diese Tendenz mitunter humoristische Höhen. In einer Diskussionsrunde der Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände (BDA) berichtete ihr Hauptgeschäftsführer, die Mindestlohnerhöhung folge dem OWD-Prinzip („Olaf will das“).

Wie stehen die Gewerkschaften zu dem Eingriff oder Übergriff des Gesetzgebers in ihr Hoheitsgebiet? Sie begrüßen die Initiative und begründen es damit, dass die Mindestlohnkommission keine entsprechende Erhöhung vereinbart habe. Ich verhandle gern autonom, solange ich meine Position durchsetzen kann?

Es geht im Kern nicht um das Selbstbewusstsein der Gewerkschaften, nicht um die Stimmung bei Tarifverhandlungen, ja nicht mal um das, was Olaf will. Die Arbeitgeberreaktionen zielen nicht in erster Linie auf die geplanten 12 Euro Stundenlohn. Sie sorgen sich um die Verlässlichkeit ihrer Autonomie. Zur Erinnerung: Bereits die Einführung des gesetzlichen Mindestlohns war ein Bruch mit der Tarifautonomie. Die geplante Erhöhung hat bereits ein wenig den Charakter eines „unspektakulären Schritts“. Unspektakuläre Schritte können immer gegangen werden, auch immer wieder. In der Diskussion bei der BDA wurde die folgerichtige Frage gestellt, ob die Mindestlohnkommission in Zukunft als „PausencLOWN“ auftreten solle – immer, wenn der Staat sich gerade nicht um den Mindestlohn kümmern will. Sven Kramer, Verhandlungsführer der Tarifgemeinschaft Zeitarbeit, hat sein Unverständnis ebenfalls zum Ausdruck gebracht: „Es ist nicht nachzuvollziehen, dass die neue Regierung durch eine politisch festgesetzte Vorgabe die Arbeit der Mindestlohnkommission konterkariert und die Tarifautonomie geringschätzt.“

Kommen wir weg von PausencLOWNs und OWD – kehren wir zurück zu Verfassungswerten und zu dem, was hier hinter steht. Ja, Deutschland geht es trotz Corona verhältnismäßig gut. Diese Stabilität liegt auch an dem Respekt gegenüber autonomen Entscheidungen innerhalb des Wirtschaftslebens über viele Jahrzehnte. Grundlegende Bedingungen von Erfolg können zu Schlagwörtern werden, wenn der Erfolg sich selbstverständlich anfühlt. Die Gefahr besteht dann darin, nicht mehr grundlegende Erfolgsbedingungen zu diskutieren, sondern Schlagwörter. Das darf hier nicht passieren. **BT**

ECHT JETZT!

Zeitarbeit kann man auch studieren

BWL für Personaldienstleister | FernUniversität Hagen | www.studium-zeitarbeit.de



Brauche ich dafür ein Abi?



Geht das auch neben dem Job?



Wie teuer ist das?

Alle
Antworten:



iGZ

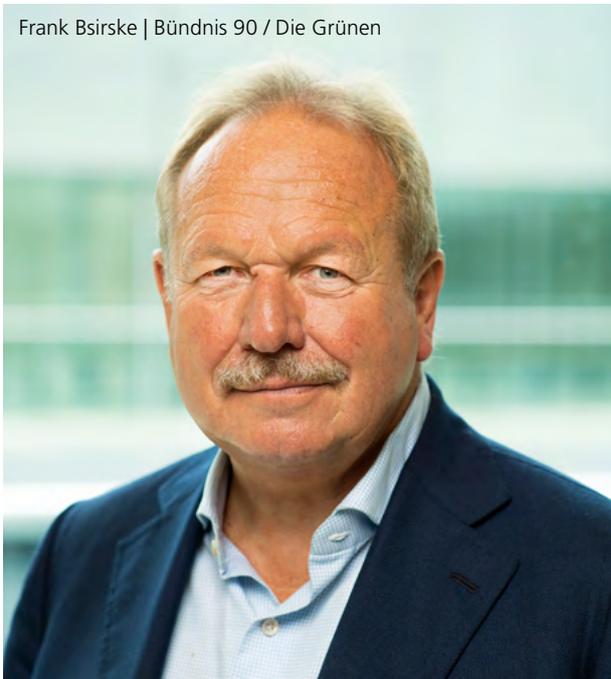
iGZ-STUDIENBERATUNG

Claudia Schütte | Tel. 0251 32262-125
schuette@ig-zeitarbeit.de

Wer in Berlin jetzt Zeitarbeit spricht

Peter Weiß von der CDU will die Sozialwahlen organisieren, Kerstin Tack aus der SPD ist zu den niedersächsischen Paritätären gewechselt: Vor der neuen Legislaturperiode haben viele arbeitsmarktpolitische Sprecher das Handtuch geworfen. Ring frei für neue Gesichter im Bundestag.

Frank Bsirske | Bündnis 90 / Die Grünen



Dr. Martin Rosemann | SPD



Neuer Kopf bei der Arbeiterpartei: **Dr. Martin Rosemann**, bisher eher mit Gesundheitsthemen im Ausschuss für Arbeit und Soziales aufgefallen, soll jetzt der Regierungsfraktion als Sprecher die Themen organisieren. Obwohl der Diplom-Volkswirt bereits seit drei Legislaturperioden im Bundestag sitzt, wird die Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit wohl nur sehr begrenzt auf dem Tübinger ruhen, zu omnipräsent ist Bundesminister Hubertus Heil als Taktgeber der Gesetzgebung. Bei der Union wird künftig ein CSUler die Bundesregierung mit arbeitsmarktpolitischen Themen vor sich hertreiben. Stephan Stracke, seit 2009 im Deutschen Bundestag, ein Verfechter der Ordnungspolitik und Mittelstandsunterstützer setzt auf die „Zukunft der Arbeit“. Unter die-

sem Titel wurde bereits eine Arbeitsgruppe eingesetzt. Doch auch in der Union kamen die lauten Töne zu den Themen Wirtschaft und Arbeit und Soziales eher aus München. Mit dem neuen CDU-Vorsitzenden, Friedrich Merz, wird der Spot vielleicht wieder eher auf Berlin gerichtet sein.

Auch **Pascal Kober** ist neu auf dem arbeitsmarktpolitischen Chefsessel, nachdem Johannes Vogel als Parlamentarischer Geschäftsführer in die erste Reihe im Bundestag gerückt ist, tritt Kober dessen Nachfolge an. Der Baden-Württemberger begleitet die Zeitarbeit in den vergangenen Jahren mit großem Interesse. Seit 2009 sitzt der begeisterte Reiter im Bundestag fest im

Sattel der Sozialpolitik. Mit ihm als ersten Ansprechpartner für die Überlassungsbelange steht ein fundierter Gesprächspartner bereit.

Das gilt auch für [Frank Bsirske](#). Der Ex-ver.di-Chef ist nicht mehr der Leitwolf der Dienstleistungsbranche. Der Gewerkschafter ergänzt seit dieser Legislaturperiode den Deutschen Bundestag. Von den Grünen ist er zum arbeitsmarktpolitischen Sprecher und Berichterstatter für die Arbeitnehmerüberlassung gewählt worden. Ein Kenner der Szene, für die Fraktionsarbeit von großem Wert. Natürlich werden wir in diesen Gesprächen mit starken Argumenten für unsere Positionen kämpfen müssen, aber das Wissen über das Dreieckverhältnis, das den Zeitarbeitsunternehmer im Austausch mit Mitarbeitenden und Kunden so speziell macht, ist vorhanden. Für die „Alternative für Deutschland“ (AfD) spricht Renè Springer.

„Arbeit und Mitbestimmung“ heißt die Abteilung bei den „Linken“ im bundespolitischen Parlament. [Susanne Ferschel](#). Obwohl die Linke bei der letzten Bundestagswahl unter der Fünf-Prozent-Hürde blieb, zog die Partei durch die drei Direktmandate mit 39 Abgeordneten in den Bundestag ein. 735 sind es insgesamt. Ferschel, 1973 geboren, gibt als Beruf Betriebsratsvorsitzende an. Damit bleibt sie ein Novum, wie auch die neun Abgeordneten, die als „Schüler, Auszubildende, Studierende“, oder die vier, die sich als „Rentner oder Pensionäre bezeichnen. Trotzdem ist der neue Durchschnittsabgeordnete jünger. Das Durchschnittsalter aller Abgeordneten beträgt 47,3 Jahre, bei den Frauen 45,5 Jahre und bei den Männern 48,2 Jahre. Am jüngsten sind die Grünen mit durchschnittlich 42,4 Jahren. Das Durchschnittsalter nach der Bundestagswahl 2017 betrug 49,4 Jahre.

Bei der Geschlechterverteilung haben eindeutig die Grünen die Nase vorn: Von den 735 Abgeordneten im Parlament sind 480 Männer und 255 Frauen. Damit sitzen 37 Frauen mehr und elf Männer weniger im Bundestag als nach der Wahl vor vier Jahren. Der Frauenanteil liegt bei knapp 35 Prozent, vier Prozent höher als 2017. Bei der SPD beträgt der Frauenanteil nahezu 42 Prozent, bei der CDU knapp 24 Prozent, bei den Grünen gut 58 Prozent, bei der FDP fast 24 Prozent, bei der AfD etwas mehr als 13 Prozent, bei den Linken knapp 54 Prozent und bei der CSU gut 22 Prozent. Ihrer Prozentzahl fast entsprechend sind die Frauen auch in den Ausschüssen präsent. In den 25 Gremien führen neun Frauen den Vorsitz. [AR](#)

Nicht auf dem Laufenden,
sondern **up to date.**

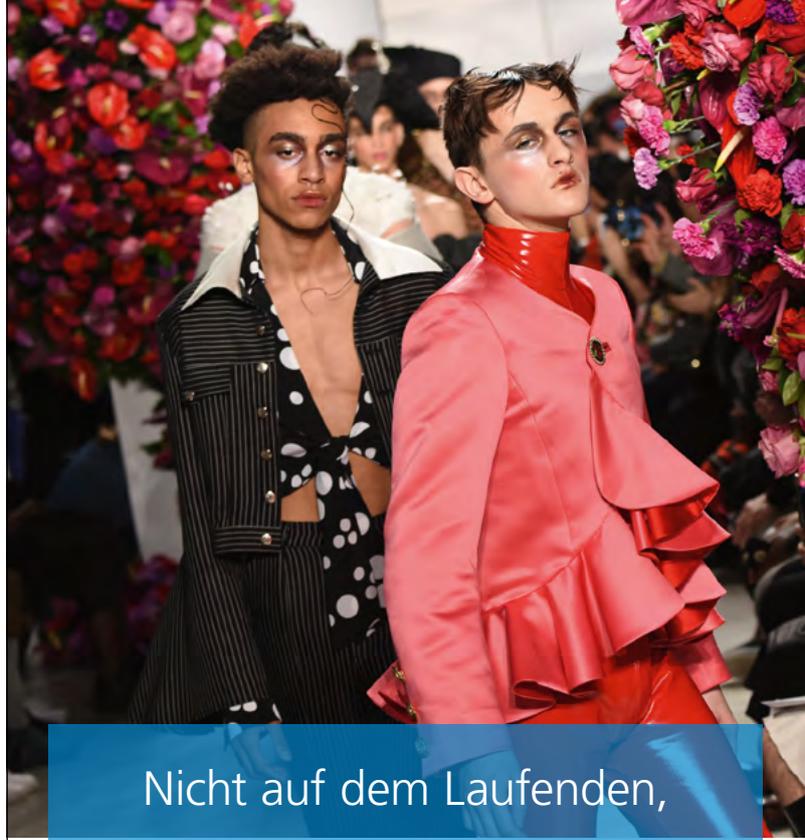
AGILZEIT

**Die perfekte Softwarelösung
für Personaldienstleister.**

Topmoderne Programmentwicklung, leichte
Bedienbarkeit und effiziente Administration.

Damit können Sie alle Geschäftsprozesse im
Bereich Arbeitnehmerüberlassung und
Zeitarbeit abbilden – mit perfekter Funktionalität,
effektiv, immer up to date und flexibel an
jede Unternehmensgröße anpassbar.

Wir beraten Sie gerne. Völlig unverbindlich.
T +49 (0)7331 300800 . [agil-software.de](https://www.agil-software.de)



Lenkzeit lässt's rollen

Jedes Jahr gehen etwa 30.000 deutsche Berufskraftfahrer in Rente, es rücken aber nur 17.000 Berufseinsteiger nach, aktuell fehlen 80.000 LKW-Fahrer, und Deutschland steuert ähnlichen Verhältnissen wie England entgegen. Eine Entwicklung, die Thomas Waltke, Geschäftsführer des iGZ-Mitgliedsunternehmens Lenkzeit, Kraftfahrer und Logistik Personalleasing GmbH, schon 2015 erkannte.

Mit der Idee, die Zeitarbeit als Mittel gegen diesen zunehmenden Fachkräftemangel zu nutzen, machte er sich selbstständig. Mit Erfolg – mittlerweile hat das Unternehmen deutschlandweit zehn Niederlassungen mit insgesamt 267 Mitarbeitern, Tendenz steigend. Das Unternehmen kümmert sich auch intensiv um die Weiterbildung seiner Mitarbeitenden: „Seit 2015 stellen wir fest, dass die Qualifizierung sinkt und gleichzeitig die Anforderungen steigen“, hat Waltke beobachtet. Das Unternehmen mit Hauptsitz in Minden reagierte frühzeitig, bot im Schulterchluss mit der Bundesagentur für Arbeit (BA) Weiterbildungen parallel zur Arbeit an: „Angebote wie etwa den CE-Führerschein, den Staplerschein oder auch Praktika übernehmen wir“, erläutert der Geschäftsführer. Mit dem CE-Führerschein können LKW jeglicher Gesamtmasse gefahren werden. Bei dem Angebot nutze er beispielsweise auch Fördermöglichkeiten, wie etwa die „Weiterbildung Geringqualifizierter und beschäftigter älterer Arbeitnehmer in Unternehmen“ (WeGebAU).

Das Zeitarbeitsunternehmen kooperiert außerdem erfolgreich mit mehreren Fahrschulen, die Aus- und Weiterbildungen für den Kraftverkehr anbieten. „Unsere Mitarbeiter können sich dabei ihre Schwerpunkte aussuchen. Normalerweise findet das zudem in Absprache mit den Kundenunternehmen statt“, erklärt der 52-Jährige. „Zunächst einmal können die Mitarbeiter, je nach Qualifizierung, alles fahren. Wenn ein Fahrer zum Beispiel Interesse daran hat, statt eines Sattelschleppers eine Wechselbrücke zu fahren, kann er dann auch mit entsprechender Weiterbildung bei uns wechseln“, verweist Waltke auf die zahlreichen Möglichkeiten. Eine Wechselbrücke ist ein austauschbarer Ladungsträger für LKW, der vom Trägerfahrzeug getrennt werden kann. Gerne werde auch auf Tank- und Gefahrstoffe umgesattelt, weil in diesem Bereich der Verdienst besser sei. Und für treue Seelen gibt's einen Bonus: Bei langjährigen Mitarbeitern übernehme Lenkzeit komplett die zu bezahlende Fortbildung. Attraktive Ange-

bote, Lenkzeit liege laut Waltke bei den Vergütungen auch über den in dieser Branche üblichen Bruttolöhnen, die dennoch eher zögerlich wahrgenommen werden.

Das Image des Kraftverkehrs habe sich in den vergangenen Jahrzehnten regelrecht ins Gegenteil verkehrt. Vom „König der Landstraße“ seien die Brummifahrer quasi zum Buhmann der Autobahn mutiert. Überlange Lenkzeiten, Dauerstaus und verheerende Unfälle hätten, so Waltke, dazu beigetragen, dass der Beruf des Kraftfahrers ins Abseits geraten sei. Und unter den Fahrern habe die Zeitarbeitsbranche – bislang – kein gutes Image. Viele Vorurteile lassen die Beschäftigten laut Geschäftsführer zögern. Ein mühsames Überzeugungsgeschäft, das denn auch in erster Linie von der Mund-Propaganda lebe. „Kraftfahrer orientieren sich in erster Linie an den Bruttolöhnen, die in der Branche

Besonderes Augenmerk gelte auch den Mitarbeitern mit Migrationshintergrund – bei Lenkzeit sind es rund 50 Prozent der Belegschaft. „Wir kümmern uns um die Behördengänge und Familienangelegenheiten wie etwa Kitaplätze für kleine Kinder. Kommt ein Kraftfahrer beispielsweise aus Syrien, gilt seine Fahrerlaubnis hier nicht. Dann organisieren wir hier die entsprechenden Kurse, damit er in Deutschland fahren kann.“ Außerdem helfe Lenkzeit dabei, dass der Führerschein umgeschrieben werde. An die Agentur für Arbeit werde bei Bedarf eine Einstellungszusage geschickt, damit der Mitarbeiter die Ausbildung bezahlt bekomme. Um die Situation langfristig zu verbessern, müsse seiner Ansicht nach, das Berufsbild attraktiver gestaltet werden, die Ausbildung sei zu beschleunigen, und die mangelnde Wertschätzung in der Gesellschaft müsse vom Tisch. Bei Flüchtlingen sei es politisch wichtig, dass sie auch in Deutschland arbei-

»Angebote wie CE-Führerschein, Staplerschein oder Praktika übernehmen wir.«

Thomas Waltke | Lenkzeit, Kraftfahrer und Logistik Personalleasing GmbH

teils sehr schlecht sind. Da ist das Misstrauen erstmal groß, obwohl wir weit über dem Durchschnitt liegen“, betont der studierte Diplom-Ingenieur. Hinzu komme, dass mittlerweile der Wunsch, abends zuhause bei der Familie zu sein, sehr groß geworden sei. Lenkzeit trage dem Rechnung – über 90 Prozent der Kraftfahrer seien im Nahverkehr eingesetzt. Um dem schlechten Image – hier wie da – die Stirn zu bieten, gebe es bei Lenkzeit klare Ansagen auch an die Kundenunternehmen: „Lenkzeitüberschreitungen oder Missachtung von Tempolimits tolerieren wir nicht“, unterstreicht Waltke.

Auch Themen wie etwa eine solide Ladungssicherung gehören bei Lenkzeit zu den Standards. Selbst bei Jobs wie etwa dem Lenken eines Ladekrans biete die Zeitarbeit Vorteile. „Das ist Saisonarbeit und wenn die Saison vorbei ist, kann der Mitarbeiter bei fortlaufender Bezahlung das Plus seines Arbeitszeitkontos nutzen oder wir schicken ihn auf Schulungen“, zeichnet Waltke die Alternativen nach. „Der iGZ-Ethikkodex wird hier gelebt“, freut sich Waltke.

ten dürfen und – vor allem sprachlich – weitergebildet werden. „Dazu müssen dem Regulierungswahn Einhalt geboten und die Bürokratie eingedampft werden“, weiß Waltke aus der täglichen Praxis. [WLI](#)



Thomas Waltke

Fest verkuppelt

„Wer heute einen LKW-Führerschein hat oder bekommt und arbeiten will, wird nicht arbeitslos.“ Frank Fild weiß, wovon er spricht. Als Leiter des Verkehrsinstituts Rhein Ruhr GmbH in Recklinghausen hat er die Zahlen und vor allem den stetig steigenden Fachkräftemangel in dieser Branche im Blick – und setzt auf Synergieeffekte durch die Kooperation mit dem iGZ-Mitgliedsunternehmen Lenkzeit, Kraftfahrer und Logistik Personalleasing GmbH.



Frank Fild

„Wir sagen unseren FahrSchülern immer, dass sie in der Zeitarbeit viel mehr Möglichkeiten haben, verschiedene LKW zu fahren“, erläutert der Fahrlehrer aller Klassen. Das sei ein echter Vorteil und überzeuge auch jene, die Zeitarbeit kritisch sehen. Als Einstieg sei die Branche ideal, denn hier könne jeder für sich herausfinden, was für ihn die beste Alternative sei. Weiterer Vorteil sei, dass das Lenkzeit-Team hauptsächlich im Nahverkehr unterwegs sei, „und das wird bei Berufskraftfahrern zunehmend sehr geschätzt.“ Die Kooperation beruhe auf gegenseitigem Austausch: „Wir bilden Interessierte aus, die zumeist als Arbeitsuchende von den Jobcentern zu uns geschickt werden und fragen bei Lenkzeit an, wen sie mit welcher Ausbildung brauchen“, erklärt der 55-Jährige das Prozedere. Das geschehe aus gutem Grund. Über Deutschlands Straßen rollen nicht nur 40-Tonner in allen möglichen Variationen – auch Kranwagen, Schwertransporter, Gefahrguttransporter oder beispielsweise Gabelstapler wollen bewegt werden. Umgekehrt geht’s natürlich auch: Lenkzeit meldet sich im Bildungsinstitut und fragt gezielt nach. Durch dieses kundenorientierte Arbeiten des Zeitarbeitsunternehmens könne sich zum Beispiel ein Gefahrgutfahrer direkt nach der zwölfmonatigen Ausbildung vorstellen und dann beim Kundenunternehmen der Zeitarbeitsfirma anfangen.

Die Kommunikation der Kooperationspartner sei besonders beim Thema Bildungsgutscheine zu schätzen: „Das wird untereinander abgesprochen, denn es ist eine Einstellungszusage nötig, um den Bildungsgutschein zu bekommen“, zeichnet Fild die Praxis nach. Zu Deutsch: Der FahrSchüler hat den Job schon in der

Tasche, wenn er mit der Ausbildung anfängt. Einen Extraservice gibt's beim Institut wie auch bei Lenkzeit für Flüchtlinge: „Wir helfen ihnen, den Führerschein, wenn sie einen haben, hier umschreiben zu lassen. Sonst verfällt er nach einem Jahr“, erklärt Fild. Im Durchschnitt absolvieren 110 Fahrschülerinnen und Fahrschüler im Jahr ihre Prüfung, „und wir haben seit unserer Gründung 2017 eine Erfolgsquote von 100 Prozent“, ist Fild sichtlich stolz. Noch nie sei jemand durch die Prüfung bei der IHK gefallen – und das, obwohl der Anteil von Auszubildenden mit Migrationshintergrund sehr hoch sei. Das liege wohl auch an der sechsmonatigen Zusatzschulung in fachspezifischer Sprache – die Prüfung vor der Industrie- und Handelskammer verlaufe ausschließlich in deutscher Sprache. Die Ausbildung werde von der Bundesagentur für Arbeit (BA) zudem komplett gefördert. Rund 80 Prozent, schätzt er, gehen nach der Ausbildung in eine passende Beschäftigung. Der Rest orientiere sich anders, habe teils utopische Vorstellungen über den Verdienst in der Branche.

Mit Corona seien die Ausbildungszahlen eingebrochen. „Die Jobcenter saßen teils im Homeoffice, hatten keinen Kundenkontakt mehr, und dann meldeten sich immer weniger Anwärter“, blickt der Institutsleiter zurück. Hinzu komme das bislang eher negative Image des Berufskraftfahrers, das mit zum Fachkräftemangel beigetragen habe. „Aber als das Toilettenpapier in der Coronapandemie knapp wurde, applaudierten die Bürger den Fahrern von den Autobahnbrücken hinunter“, schmunzelt Fild. Ebenfalls positiv auf das Image habe sich der Trucker-Einsatz in der Flutkatastrophe ausge-

wirkt: „Das hat doch sehr zu einer Verbesserung des Bildes beigetragen“, ist er sicher und verweist auf steigende Ausbildungszahlen.

Und dann ist da ja noch der Traum vom König der Landstraße. Fahrlehrerin Lara Groß, die unlängst als Kandidatin bei Günther Jauchs „Wer wird Millionär?“ für Furore sorgte, schwärmt: „Das Gefühl von Freiheit und Abenteuer, wenn du morgens in den Sonnenaufgang fährst, gibt's nur auf dem Truck.“ Vier hochmoderne große 40-Tonner und ein Reisebus stehen auf dem Hof und warten auf die Auszubildenden. Schüler Marian ist begeistert: „Sitzen wie im Wohnzimmer und vor sich ein Cockpit wie im Flugzeug“, freut er sich auf seinen künftigen Job. Damit das auch weiterhin Hand in Hand läuft, veranstaltet das Verkehrsinstitut regelmäßig Speed Datings in Form kleiner Messen: „Unter anderem Lenkzeit baut dann hier einen Stand auf und stellt sich und mögliche Arbeitsbereiche vor“, erläutert Fild. Das klappe ganz gut, denn es nehme den Schülern auch Berührungspunkte. „Und im Zweifelsfall gibt's ja auch noch die Möglichkeit, ein Praktikum zu absolvieren. Dabei können sich beide Seiten beschnuppern, kennenlernen und am Ende entscheiden, ob sie zusammenbleiben wollen“, zwinkert der Institutsleiter. [WLI](#)

ZUR IGZ-SCROLLYTELLING-REPORTAGE

igz.pageflow.io/berufskraftfahrer-gesucht-zeitarbeit-laesst-logistik-rollen



Anzeige

BSS.TIME

Die All-in-One Software für Personaldienstleister

Die BSS Gruppe ist spezialisiert auf ERP-Systeme für die Zeitarbeit, die Basis bildet Microsoft Dynamics 365 Business Central. Durch unsere langjährige Erfahrung kennen wir die Anforderungen der Branche und haben eine Software entwickelt, die Sie als Profis in der Zeitarbeit schnell, effizient und gut arbeiten lässt.

Ein gutes ERP-System bildet die kaufmännischen Prozesse eines Unternehmens präzise ab. Als Experten für digitale Lösungen bieten wir mittelständischen Unternehmen zudem ein komplettes Leistungsportfolio - von der Bedarfsanalyse bis zur Anpassung maßgeschneiderter und individueller Kundenwünsche.

Business Solutions for Services

Software für Dienstleister

BSS Business Solutions for Services GmbH
Zentrale Kassel Königstor 35
34117 Kassel
Mit 6 Standorten in Deutschland sind wir immer in Ihrer Nähe.

Telefon: +49(0)561 400 48 0
info@bss-it.de
www.bss-it.de



Gold Enterprise Resource Planning

Ein Jahrzehnt Wogenglätten

Unternehmen müssen mehr gesellschaftliche Verantwortung übernehmen. Diesen Zeitgeist griff der iGZ bereits 2012 auf und führte einen verpflichtenden Ethik-Kodex ein. Damit dieser auch gelebt und praktiziert wird, brauchte es zeitgleich eine neutrale und unabhängige Einrichtung außerhalb des Verbandes: die Kontakt- und Schlichtungsstelle (KuSS).



10 Jahre

KuSS

Kontakt- und
Schlichtungsstelle

Die KuSS feiert nun zehn Jahre Erfolgsgeschichte. „Mit der Kontakt- und Schlichtungsstelle haben wir einzigartige Branchenstandards zur Qualitätseinhaltung guter Zeitarbeit geschaffen und sind insoweit auch für andere Wirtschaftsbereiche ein Vorreiter.“, zieht iGZ-Hauptgeschäftsführer Werner Stolz Bilanz. Die Beschwerdestelle setzt sich aus drei Experten zusammen: Prof. Franz Josef Düwell, vorsitzender Richter am Bundesarbeitsgericht a.D., Holger Dahl von Holger Dahl Konfliktmanagement und Torsten Oelmann von Oelmann Consulting.

Im Mai 2012 nahm die Schlichtungsstelle ihre Arbeit auf – es dauerte, bis die Stelle bei den Mitgliedern Bekanntheit erlangte. Torsten Oelmann erinnert sich noch an schwierige Telefonate in der Anfangszeit. Zuerst begegneten ihm einige noch mit Skepsis und Unverständnis: „Schlichtungsstelle? Kenne ich nicht. Wir sind Ihnen keine Auskunft schuldig!“ Doch diese Zeiten seien glücklicherweise vorbei. Mittlerweile kenne ein Großteil der

Mitgliedschaft die KuSS und wisse ihre Leistungen zu schätzen. Gerade bei den Arbeitnehmern brauche es manchmal einfach einen neutralen Ansprechpartner, berichtet der Schlichtungsexperte Oelmann. Dabei nehme er fast schon eine therapeutische Funktion ein: „Die Menschen sind froh und dankbar, ihren Ärger und Frust loszuwerden.“ Allein dadurch ließen sich Konflikte lösen und einfacher Kompromisse finden.

In zehn Jahren konnte die KuSS bei mehr als 5.000 Anfragen helfen, Konflikte zu schlichten und zu vermeiden. Dabei werden nahezu alle Beschwerden außergerichtlich beigelegt. Von rund 500 Fällen im Jahr müssen im Schnitt nur etwa sechs von einem Richter geschlichtet werden. Dabei blieb die Zahl der Anfragen im Laufe der Jahre konstant – die Dienste der Schlichtungsstelle sind auch nach einem Jahrzehnt weiterhin sehr gefragt. „So richtig lustig ist diese Arbeit nicht, aber es gibt Momente, in denen man schmunzeln kann.“ Als Bei-

spiel nennt der Vermittler Anrufe von besorgten Eltern. Wenn das Gefühl entsteht, der Sohnemann oder die Tochter werde im Zeitarbeitsbetrieb ungerecht behandelt, greift das Elternteil selbst zum Hörer – auch wenn das Kind schon 30 Jahre alt ist. Oft heiße es dann aus der Leitung: „Ich hab’ selber mal in der Personalabteilung gearbeitet.“ Meist sind die Einsätze jedoch zehn Jahre her. „Dann muss man vorsichtig erklären, dass sich die Umstände geändert haben“, erklärt Oelmann. „Aber die meisten sind da durchaus aufnahmefähig.“

Was der professionelle Schlichter zu Beginn seiner Karriere bei der KuSS selbst lernen musste: Neutralität wahren und sich selbst von scheinbar eindeutigen Sachverhalten

nen Momente, wenn man aus den Rückmeldungen hört, dass die Sache für alle gut geklärt worden ist.“ Oelmann ist stolz auf die Glaubwürdigkeit und Akzeptanz der Schlichtungsstelle in der Branche. Dabei war es wichtig, von Anfang an klar zu kommunizieren, dass die Stelle neutral arbeitet und nicht für den Verband oder Mitgliedsunternehmen spricht.

Diesen Ruf musste sich die KuSS im Laufe der zehn Jahre erst erarbeiten. Doch auch in der Branche als Ganzes konnte Oelmann erfreuliche Entwicklungen beobachten. „Nicht nur das Image der Zeitarbeit, aber auch das der iGZ-Mitglieder hat sich positiv verändert – da ist viel passiert. Das liegt nicht nur am Ethik-Kodex

»Mit der Kontakt- und Schlichtungsstelle haben wir einzigartige Branchenstandards zur Qualittseinhaltung guter Zeitarbeit geschaffen ...«

Torsten Oelmann | Oelmann Consulting

nicht beeinflussen lassen. „Es ist nicht wichtig, was ich darüber denke, sondern zu vermitteln und einen für beide Parteien tragbaren Kompromiss zu finden.“

In manchen Fällen geht das erstaunlich schnell: Ein Mitarbeiter beschwerte sich über einen Fehler in der Lohnabrechnung. Kaum hatte der Schlichter den Sachverhalt dem iGZ-Mitgliedsunternehmen beschrieben, kam bereits ein Dank für den Hinweis mitsamt der korrigierten Lohnabrechnung als Antwort zurück. Bereits eine Viertelstunde nach Eingang der Beschwerde konnte Oelmann den Beschwerdeführer anrufen und ihm mitteilen, dass sich der Verhalt geklärt hatte. „Der war natürlich positiv überrascht und total zufrieden mit seinem Arbeitgeber, dass es jetzt so schnell und unkompliziert ging“, erinnert sich Oelmann.

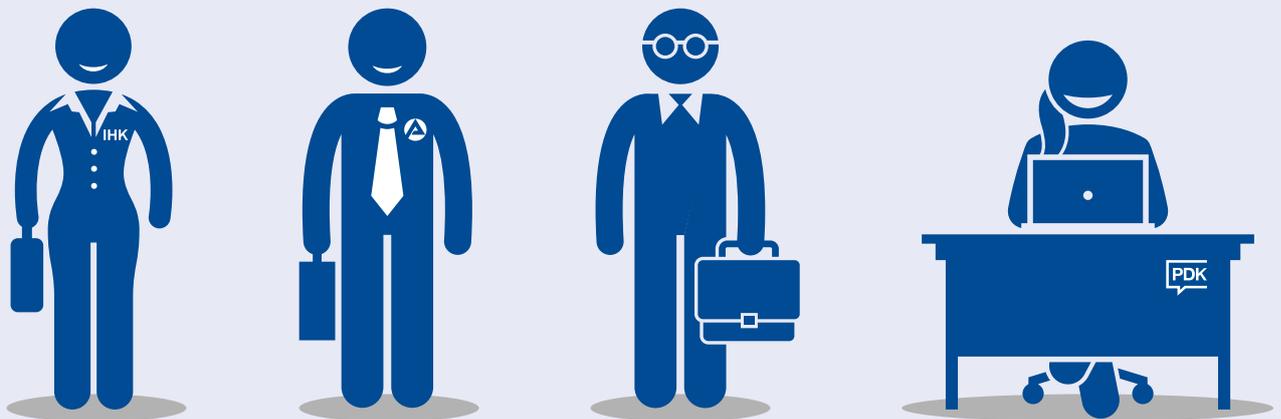
Das Erfüllende an seiner Arbeit seien eben diese Erfolgserlebnisse, wenn ein Konflikt befriedet und eine Lösung gefunden werden kann. „Das sind die sch-

und der KuSS, sondern auch viel daran, wie die Mitglieder arbeiten.“ Den Ethik-Kodex leben und soziale Verantwortung übernehmen – das passt in die moderne Arbeitswelt und die Anforderungen an die Corporate Social Responsibility (CSR) der Unternehmen.

Dennoch sieht Oelmann bei den Mitgliedern noch Luft nach oben. Er wünscht sich für die kommenden zehn Jahre einen offenen Umgang mit der Schlichtungsstelle gegenüber Bewerbern und Angestellten, denn auf Seiten der Arbeitnehmer lasse sich die Bekanntheit noch ausbauen. Dabei seien gerade diese Menschen sehr angetan von dem Angebot. Sich im Bewerbungsgespräch selbstsicher und kritikoffen zu präsentieren, hält der Experte für einen klaren Vorteil: „Die richtige Einstellung ist, die Probleme nicht als Angriff zu empfinden, sondern als Anregung, etwas zu ändern und zu verbessern.“ GB

PDK goes regional

Rund 750 Neuabschlüsse für die Ausbildung zu Personaldienstleistungskaufleuten (PDK) meldete das Bundesinstitut für Berufsbildung (BIBB) zum Jahresende 2021. Der leichte Anstieg – für 2020 wurden nur knapp 600 Neuabschlüsse gezählt – ist ein starkes Signal, aber für den Interessenverband Deutscher Zeitarbeitsunternehmen kein Grund zum Ausruhen. Zum Jahresauftakt ist der iGZ mit einer neuen Projektgruppe an den Start gegangen. Gemeinsam mit Verantwortlichen der PDK-Ausbildung will der Verband in drei verschiedenen Regionen Deutschlands Lösungsansätze zur Stabilisierung des abwechslungsreichen Ausbildungsgangs erarbeiten.

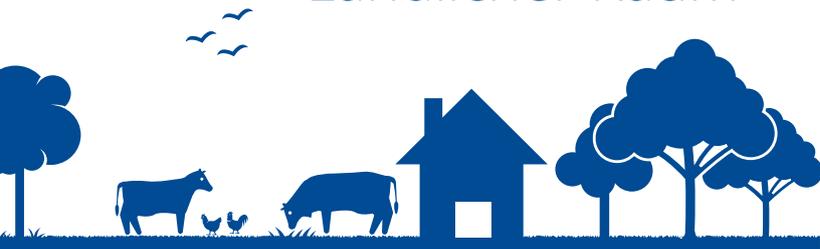


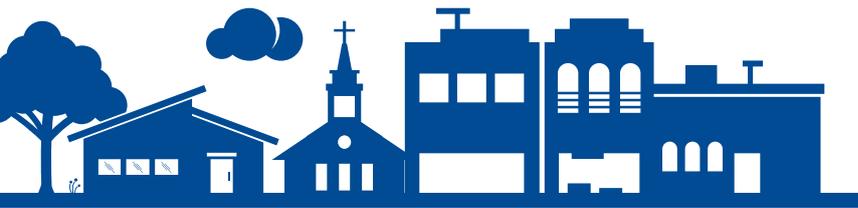
„Jetzt geht es um die Zukunft des PDK“, zeigt sich Prof. Dr. Jens Große, Leiter des iGZ-Fachbereichs Bildung, überzeugt: Nach der Initiierung durch die führenden Verbände der Personaldienstleistungsbranche im Jahr 2008 sei der Ausbildungsgang regelmäßig unter den Top 100 der beliebtesten Ausbildungsberufe gewesen. „Im Jahr 2020 mussten wir diesen Titel vorübergehend

abtreten. Daraufhin haben wir alle Hebel in Bewegung gesetzt, um eine neue PDK-Vermarktungsstrategie zu entwickeln.“

Das Herzstück dieser Strategie bildet die Projektgruppe „(virtueller) runder Tisch zur PDK-Ausbildung“. Hier sollen regelmäßig Vertreter von Industrie- und Handelskammern (IHK), der Bundesagentur für Arbeit (BA) und von den Berufsschulen mit Personaldienstleistungskaufleuten (PDK), Ausbildern und Unternehmern der Zeitarbeitsbranche ins Gespräch kommen. „Als Interessenvertretung der Zeitarbeitsbranche möchten wir diesen Prozess moderieren und in drei Regionen tagen, die sich durch ihre wirtschaftliche Struktur und Stärke voneinander abgrenzen – im Mittelzentrum, in einer Metropole und im ländlichen Raum“, erläutert Große die Projektidee. „Konkret sind das: München, das Münsterland und Thüringen.“

Ländlicher Raum





Mittelzentrum

Dabei sei die Zielsetzung klar: Gemeinsam mit den Verantwortlichen sollen Wege gefunden werden, um das Berufsbild des PDK, seine Voraussetzungen, Inhalte und Karrierechancen noch bekannter zu machen. „Wenn wir jetzt nicht von allen Seiten gegensteuern, drohen die Auszubildenden-Zahlen in diesem Bereich wieder einzubrechen“, umreißt Bettina Richter vom iGZ-Fachbereich Digitale Bildung und Ausbildung ein mögliches Zukunftsszenario. Dies hätte zur Folge, dass Berufsschulklassen zusammengelegt würden oder ganz schließen müssten, so die iGZ-Ansprechpartnerin für die PDK-Ausbildung weiter. Daraufhin würden immer mehr Betriebe die Ausbildung zum PDK einstellen. „Die langfristige Konsequenz wäre, dass einer gesamten Branche ihr Fachkräfte-Nachwuchs ausginge. Und das müssen wir verhindern.“

Die zeitliche Planung des Projekts sieht vor, dass die ersten drei Treffen im Frühling über die Bühne gehen sollen. Je ein weiteres Treffen pro Region wird dann nach der Sommerpause erfolgen. „Wir gehen davon aus, dass wir am Ende einen ‚Instrumenten-Kasten‘ für unsere Mitglieder zusammengestellt haben,“ unterstreicht

Fachbereichsleiter Jens Große. „Wenn wir regelmäßig alle Treffen aufzeichnen und weiteren Multiplikatoren zur Verfügung stellen, entwickelt sich ein schöner Schneeballeffekt. So können wir bis Ende des Jahres den Wissenstransfer zu allen relevanten Stakeholdern sicherstellen.“ BR

Metropole



Anzeige

TIME JOB ist die ERP-Lösung für Personaldienstleister - finden Sie mit uns die Edition, die für Sie passt!



TIME JOB Office

Ihr Einstieg in die TIME JOB Welt



TIME JOB Business

Die Software, die sich Ihrem Unternehmen anpasst



TIME JOB Enterprise

Unsere ERP-Lösung mit individuellen Erweiterungen

TIME  **JOB**[®]

Jetzt Beratung vereinbaren!

Telefon 06421 9445-0
E-Mail info@gedat.de
Webseite www.timejob.de

ein Produkt von



IMPRESSUM

Herausgeber

iGZ – Interessenverband Deutscher
Zeitarbeitsunternehmen e.V.
PortAL 10 | Albersloher Weg 10
48155 Münster

iGZ-Hauptstadtbüro Berlin
Schumannstr. 17
10117 Berlin

presse@ig-zeitarbeit.de
www.ig-zeitarbeit.de

Verantwortlich

Werner Stolz (WS)
Hauptgeschäftsführer

Chefredaktion

Sara Schwedmann (SaS)

Redaktion

Georg Buterus (GB)
Wolfram Linke (WLI)
Andrea Resigkeit (AR)

Texte

Martin Dreyer (MD)
Jens Issel (JI)
Clemens von Kleinsorgen (CvK)
Ina Knekties (IK)
Mandy Ostermeier (MO)
Bettina Richter (BR)
Jenny Rohlmann (JR)
Sandra Rühland (SR)
Benjamin Teutmeyer (BT)

Art Direction

Tanja Kossack

Illustration (Titelseite)

André Kröker

Fotos

Timo Beylemans
Wolfram Linke

Druck

IVD GmbH & Co. KG
Wilhelmstraße 240
49475 Ibbenbüren

PEFC-Logo

CO₂-Logo

Anzeige

prosolution.com 

ERP Software für Personaldienstleister

PROZESSORIENTIERT . PROZESSOPTIMIERT . CLOUD/SAAS

WorkExpert

WEBBASIERTER ERP-SOFTWARE
KOMPLETTLÖSUNG AUS EINER HAND.

go!

ZEITMANAGEMENT
MEHR ZEIT FÜR UNABHÄNGIGKEIT.

talents!

BEWERBERMANAGEMENT
BEHALTEN SIE DEN ÜBERBLICK.

DocuExpert

DOKUMENTEN MANAGEMENT SYSTEM
IMMER GRIFFBEREIT.

Kommen Sie zu uns!
Mit uns haben Sie
eine gute Zeit.

www.prosolution.com | office@prosolution.com | +49 211 924 180 12
WEBBASIERT . MOBIL . DIGITAL . INNOVATIV

 **ProSolution**[®]
Business Software Technology

Eingehende Bewerber schneller qualifizieren



Mit der richtigen Software effektiver sein bei der Qualifizierung und Auswahl bester Bewerber



Solid Personalservice GmbH

Als Grundlage für Wachstum und Erfolg wurde talent360 als Partner und Softwareanbieter ausgewählt.

Fehlende Automatisierung und unklare Abläufe verlangsamten jeden Prozess. Dabei kommt es bei der Qualifizierung eingehender Bewerbungen gerade auf Schnelligkeit an. Das talent.Flow Bewerbermanagement vereinfacht und beschleunigt die Qualifizierung:

- Passende Bewerber mit Stellenbeschreibungen gezielter ansprechen und damit Einstellungsquote erhöhen
- Markierung von bereits abgesagten Kandidaten in der Bewerberübersicht
- Features rund um Kommunikation mit dem Bewerber sparen wertvolle Zeit und erleichtern Arbeitsprozesse
- Interviewplanung mit Outlook-Synchronisation inkl. Terminbestätigung &-erinnerung bequem aus talent.Flow



Schnellere Reaktionszeiten auf Kunden-Anfragen bedeuten für uns einen Wettbewerbsvorteil. Dabei nimmt uns die automatisierte Kandidaten-Kommunikation viel Arbeit ab.

900 Stellen

14 NL

deutschlandweit



Gerriet Cornelius

Prokurist Solid Personalservice GmbH

ohne talent360



Passende Bewerber sofort erkennen



1

talent.Flow als Basis für Ihren Erfolg im Recruiting und Vertrieb

Mehr Bewerbungen generieren mit umfangreicher Reichweite

Mehr qualifizierte Bewerber erreichen

2

Eingehende Bewerber schneller qualifizieren

Intuitiver Bewerbungsprozess

3

Schneller und einfacher Profile erstellen und versenden

Interaktive Kundenkommunikation

4

Sofort TOP's und FLOP's Ihrer Stellenanzeigen erkennen

Auf mehr Einstellungen optimieren

Werden auch Sie mit unserer Recruiting-Software zum Wachstumschampion!

Jetzt Termin vereinbaren unter:

get.talent360.io/igz-bonus

SEMINARE



Personalvermittlung rechtssicher gestalten

4.5.2022 | digital

Active Sourcing Basics – Kandidaten aktiv ansprechen und Gewinnen

22.– 24.6.2022 | 3 Sessions | digital

**Personalvermittlung – Mehr als nur eine (Zusatz)-Dienstleistung
in der Zeitarbeit für Kunden und Kandidaten**

28.6.2022 | Frankfurt

Follow-Up-Seminar: 18.7.2022

EVENTS



MITGLIEDERVERSAMMLUNG & BUNDESKONGRESS

23.– 24.5.2022 | Hannover

