

PERSONALVERMITTLUNG: DISKRETIION GARANTIIERT

Private Personalvermittler nehmen Unternehmen die aufwendige Suche nach neuen Mitarbeitern ab und versprechen bessere Ergebnisse.

Der Alptraum des Personalchefs hat das Format DIN A 4 und ist gut einen halben Meter hoch: Das sind die Maße von 200 Bewerbungsmappen, mittlerweile der übliche Rücklauf einer Stellenausschreibung. „Die Leute bewerben sich inzwischen für Jobs, die sie gar nicht wollen oder für die sie überqualifiziert sind“, sagt Heidrun Jürgens, Gesellschafterin der gleichnamigen Personalvermittlung.

Ein Grund für immer mehr Firmen, die Suche an Dienstleister zu übertragen. Sie akquirieren Kandidaten über anonymisierte Anzeigen, Datenbanken und andere Quellen, führen Tests und Gespräche durch und präsentieren schließlich eine handverlesene Auswahl. Das spart Ressourcen im Unternehmen und führt zu besseren Ergebnissen, sagt Heidrun Jürgens die eine selbst entwickelte Datenbank mit 1 600 interviewten Bewerbern führt: „Bei uns sind die Menschen offener und verhalten sich anders. Wir entdecken schneller ihre Fehler, aber auch ihr Potenzial.“ Und das liege nicht immer da, wo es der Kandidat vermutet: „Wir haben viele gute Leute erfolgreich auf Stellen vermittelt, für die sie sich selbst nie beworben hätten.“ Ein weiterer Vorteil der Dienstleistung ist Anonymität, erklärt Lutz Gosewisch, Vorstand der Personalberatungsfirma Get A Head Recruitment Consultants, die sich auf Spezialisten und Führungskräfte konzentriert: „Öffentliche Stellenausschreibungen können für Ihre Konkurrenten ein Hinweis darauf sein, dass Sie an neuen Strukturen oder Produkten arbeiten.“ Diskretion und Schnelligkeit bei der Stellenvergabe seien wichtige Wettbewerbsfaktoren. Gosewisch nennt einen weiteren Vorteil eines zügigen Verfahrens: „Sie minimieren die Gefahr, dass Ihnen ein qualifizierter Kandidat wieder abspringt.“

Die strategische Bedeutung der Personalarbeit stellt hohe Anforderungen an das Vertrauen zwischen Kunde und Vermittler. Dazu gehört nicht nur, dass er keine Mitarbeiter des Kunden abwirbt, wie Personalberater Gosewisch erklärt. Für eine erfolgreiche Arbeit, ist Heidrun Jürgens überzeugt, muss sich ein Unternehmen dem Vermittler und seinen Fragen öffnen, denn: „Wie gut ein Kandidat auf eine Stelle passt, liegt zu 50 Prozent an sozialen Faktoren.“

Skeptisch sieht die Branche die im März 2002 eingeführten Gutscheine für die Vermittlung von Arbeitslosen. Nur 16 000 Gutscheine wurden im ersten Jahr eingelöst, dem standen laut Bundesverband der Personalvermittler (BPV) 100 000 ohne Gutscheine besetzte Stellen gegenüber.

Neben der Bürokratie schreckt der Gegenwert von 1 500 bis 2 500 Euro: „Wer darauf ein Geschäftsmodell aufbauen will, muss schon eine sehr effiziente Methodik haben“, bilanziert Ralf Bultschnieder, Geschäftsführer der deutschen Niederlassung von PKO International Consulting. PKO betreibt das Jobportal auf hamburg.de sowie andere regionale und fachspezifische Börsen. Dass er eine kostenlose Vermittlung per Gutscheine anbieten kann, erklärt Bultschnieder damit, „dass wir auf ein großes Netzwerk zurückgreifen und eigene Technologien haben, die den Vermittlungsprozess optimieren“. Zusätzlich berät die Consulting-Firma Unternehmen über Fördermöglichkeiten bei der Einstellung von Arbeitslosen.

Eine Vermittlung ohne Gutschein kann zwei Bruttomonatsgehälter ebenso wie zwei Bruttojahresgehälter kosten. Gesetzliche Grenzen gibt es nicht und seit dem Wegfall der Zulassungspflicht im März 2002 darf jeder mit einem Gewerbeschein als Personalvermittler auftreten. Der Bundesverband hält mit höheren Anforderungen für seine Mitglieder und einer Ausbildung zur „Fachkraft für Personalvermittlung (IHK)“ dagegen.

Zur Vorsicht raten auch die Anbieter, die sich seit der Zulassung der privaten Vermittlung 1994 etabliert haben – seien es spezialisierte kleine Agenturen oder große Firmen aus der Zeitarbeitsbranche wie die Hamburger Pluss-Gruppe, die Arbeitskräfte aller Berufsgruppen vermittelt. „Mitarbeiter, die Ihr Unternehmen voranbringen“, sagt Lutz Gosewisch, „sucht man nicht mal eben von der Bettkante aus.“

Hamburger Wirtschaft – Extra Journal – 10/2003