

Personaldienstleister unter die Lupe genommen

Prof. Dr. Steffen Hillebrecht, Buchautor, im BAP-Serieninterview „Drei Fragen an...“

23.10.2013 BAP | Welche Leistungsvielfalt bieten Personaldienstleister? Wie ist das Nachfrageverhalten der Kundenunternehmen? Wie sieht die Situation auf dem deutschen Arbeitsmarkt aus? Prof. Dr. Steffen Hillebrecht von der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften an der Hochschule für angewandte Wissenschaften Würzburg-Schweinfurt hat Personaldienstleister unter die Lupe genommen. „Führung von Personaldienstleistungsunternehmen“ heißt sein Buch, das kürzlich im Springer Gabler-Verlag erschienen ist. Im Rahmen der BAP-Interviewserie „Drei Fragen an...“ beantwortet Prof. Dr. Hillebrecht die folgenden Fragen.

1) Herr Hillebrecht, wie hart ist aktuell der Wettbewerb für Personaldienstleister in Deutschland?

Ich sehe einen sehr harten Wettbewerb in den verschiedenen Bereichen. Im Bereich der Zeitarbeit sind es für mich die Parameter Angebotspreis und Fachkräfte. Am Markt lassen sich insbesondere im Bereich der einfacheren Tätigkeiten kaum höhere Preise durchsetzen. Und es lassen sich auch nicht unbedingt die Fachkräfte rekrutieren, die viele Zeitarbeitsunternehmen gerne einstellen würden, um ihren Kunden einen guten, einen umfassenden Service zu bieten. Dies führt natürlich zu einigen ganz interessanten Ansätzen. In Dresden bietet beispielsweise ein Unternehmen inzwischen Hilfen bei der Kinderbetreuung an. Aber andere Teile der Personaldienstleistung erfahren ebenfalls einen hohen Wettbewerbsdruck. Klassische Personalberater werden in den Gehaltsbereichen bis 100.000 Euro Jahresgehalt seit zwei, drei Jahren von den sozialen Netzwerken und Druck gesetzt. Da verzeichnen manche Beraterkollegen Umsatzeinbußen bis zu 50 Prozent. Und wenn man an die Coaching- und Beratungsdienstleistungen denkt, treten hier ebenfalls immer mehr Anbieter auf, die die Konditionen ganz erheblich senken. Da kann man letztendlich nur noch mit ein, zwei besonderen Merkmalen punkten, die der Wettbewerb so nicht bietet. Dazu muss man aber eigene Stärken kennen und wissen, was der Markt davon akzeptiert oder gerade besonders sucht.

2) Sie sagen, auch Marktstrukturen würden sich kontinuierlich verändern, dies alles erzwingt eine „systematische Orientierung an den Bedürfnissen der Nachfrager“. Was heißt das konkret?

Das heißt für mich, dass man das Bedürfnis des Kunden umfassender analysieren muss. Geht es allein um den Ausgleich einer kurzfristigen Vakanz, oder steckt nicht eher ein umfassendes Defizit in der Personalgewinnung beim Kunden dahinter? Was kann ich als Personaldienstleister anbieten, dass mein Kunde das Gefühl bekommt, mehr als nur den Standard zu erhalten? Klar, bei dem hohen Kostendruck kann man nicht immer alles Mögliche *on top* packen. Aber

viele Unternehmen mit Vakanzen haben zum Beispiel keine optimale Personalentwicklung oder ein verbesserungsbedürftiges Personalmarketing. Wenn man sich hier als vorgelagerte Abteilung für die Gewinnung und Entwicklung von Fachkräften positioniert, hat man im Hinblick auf den Fachkräftemangel und den demografischen Wandel einen Wettbewerbsvorteil. Und diese Fähigkeit zur Problemlösung wird es sein, die den erfolgreichen Wettbewerber auszeichnet.

3) Ihr Buch trägt den Titel „Führung von Personaldienstleistungsunternehmen“. Welche Konsequenzen hat das Gesagte nun explizit für Unternehmer in der Branche?

Ich habe die Darstellung am Marketing-Prozess ausgerichtet. Mir ging es weniger um komplexe Managementmodelle, das würde am betrieblichen Alltag der meist mittelständisch geprägten Personaldienstleistung vorbei gehen. Mir ging es um die Frage, an welchen Stellen das einzelne Unternehmen Stellschrauben hat, um sich gegenüber dem Wettbewerb heraus zu heben, wo und wie man die eigenen Angebote mit wenig Aufwand verändern kann und trotzdem Wirkung erzielt. Und das ist aus meiner Sicht auch der sinnvollste Ansatz: wenige Gesichtspunkte heraus greifen, und an diesen überlegen, wo und wie man die eigene Arbeit noch besser an die Anforderungen des Marktes ausrichten kann.

Prof. Dr. Steffen Hillebrecht: Führung von Personaldienstleistungsunternehmen. Eine strukturierte Einführung. Verlag Springer Gabler, Wiesbaden 2013. 127 S., 26 Abb. 34,99 Euro. ISBN 978-3-658-02566-3.

Interview honorarfrei / Belegexemplar erbeten

