

Personalleiter & Personaldienstleister

Ergebnisse und Hypothesen der Expertendiskussion

Was bewegt Ihre Zielgruppe?

Welche Kriterien sprechen für und gegen die Zusammenarbeit mit Personaldienstleistern?

Inhaltsverzeichnis:

1. Einleitung
2. Die größten Herausforderungen Ihrer Zielgruppe
3. Insights der Expertendiskussion
4. Einige Kriterien für und gegen die Zusammenarbeit mit Personaldienstleistern
5. Hypothesen
6. Lösungen
7. Literatur

1 Einleitung

Wissenschaftler aus dem Bereich des Human Resource Development beschäftigen sich seit geraumer Zeit mit der Position von Angestellten als „Kapital“ eines Unternehmens. Das Resultat dieser Überlegungen ist die Erkenntnis, dass Arbeitnehmer eine zentrale Rolle in Firmen haben, nämlich insofern, als dass sie zwar nicht als einfacher finanzieller Wert betrachtet werden können, aber als Sammlung von Erfahrungen und Wissen. Diese Faktoren sind ausschlaggebend für die Produktivität und den Erfolg einer Organisation und wirken darüber hinaus als Dämpfer für wirtschaftlich schwere Zeiten. In vielen Bereichen in Deutschland stehen die Angestellten als wertvolles Gut zwischen Personalmanagern und Personaldienstleistern. **Obwohl Dienstleister über flexible und moderne Personalkonzepte, Lösungen und effektives Recruiting verfügen, befindet sich die Branche dennoch in einer ungünstigen Marktlage.** Daher haben wir als professionelles Marktforschungsinstitut im Rahmen einer explorativen Expertendiskussion einiger weniger Personalmanager großer Firmen den Versuch unternommen, erste Hintergründe dieser Situation zu entschlüsseln. Die folgende Zusammenfassung soll die relevanten Punkte für Ihre Branche fundiert und verständlich darlegen. Darüber hinaus möchten wir einen Ausblick auf kommende Themen erörtern, die sich aus den Erkenntnissen der Diskussion – aber auch aus einschlägiger wissenschaftlicher Literatur – ergeben. Ausgangspunkt unserer Überlegungen stellt ein genereller Einblick in die Köpfe der Zielgruppe von Personaldienstleistern dar – die Personalmanager.

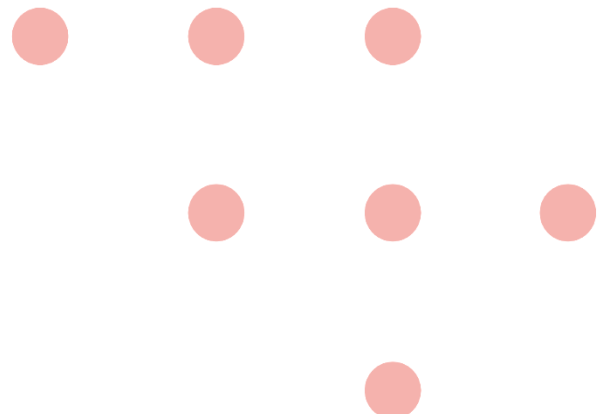
Dabei haben wir nicht nur nach den größten Herausforderungen der Personalleiter gesucht. Im Rahmen eines eigenen Segments interessierten wir uns auch für Kriterien, die für und gegen eine Zusammenarbeit mit Personaldienstleistern sprechen und was genau Dienstleister tun können, um mehr zu vermitteln. Im Folgenden werden diese auch als Kooperationskriterien bezeichnet.

teleResearch GmbH
B2B Marktforschung / Mediaforschung / Mitarbeiterbindung

Daniel Felix Handermann
Berliner Platz 1 - 67059 Ludwigshafen
fon 06 21 / 59 58 95-12 - fax 06 21 / 59 58 95-99

teleResearch GmbH - Geschäftsführung: Helmut Faulstich, Ruben Stritzinger

Registergericht Mannheim HRB 4442 - Sitz der Gesellschaft: Ludwigshafen



2 Die größten Herausforderungen für Personalleiter

Bei der Themensammlung der größten aktuellen Herausforderungen des Personalmanagements standen vor allem Recruiting und die neue Arbeitsplatz-Situation des Home Office an erster Stelle. Bemerkenswert scheint aber, dass das Thema des Fachkräftemangels trotz der Corona-Pandemie (die gerade durch die ersten beiden Punkte mittelfristig einiges überschattet) immer noch Teil der Herausforderungen für Personalleiter ist.

Wo sehen die Teilnehmer aktuell die größten Herausforderungen für ihr/e Unternehmen/ Branche?



3 Insights der Expertendiskussion zu Personaldienstleistern

- (1) Zeitarbeitsfirmen kommen vor allem im kaufmännischen und produzierenden Bereich in Frage.
- (2) Fachkräfte – wie z.B. Techniker oder Digitalisierungsexperten – werden nicht von Dienstleistern bezogen.

Personaldienstleister scheinen in diesem Ressort nicht das richtige Angebot zu haben ODER vorhandene Qualitäten der Bereitstellung von Fachkräften nicht überzeugend zu kommunizieren.

- (3) Langfristige Mitarbeiterbindung ist eine Kernstrategie der Personalleitung.

Für eine Mehrzahl der Teilnehmer ist es wirtschaftlicher, Personal langfristig zu binden. Daher ist die Beliebtheit von Zeitarbeit gering, jedoch ermöglichen Dienstleister durch Vermittlung bei Übernahmeabsicht eine „lange Probezeit“, was als Chance gesehen wird.

4 Ganz Konkret – welche Kriterien ermöglichen eine Zusammenarbeit mit Personaldienstleistern – und welche Kriterien sprechen gegen Dienstleister?

Was muss erfüllt sein?

- (1) Ersparnisse und vereinfachte Arbeitswege

Eine Mehrzahl der Teilnehmer sprechen sich für ein gutes allgemeines Verständnis des Dienstleisters aus. Personaldienstleister, die etwas von der zu beliefernden Branche und der aktuellen Situation des Marktes verstehen, vermeiden Missverständnisse und sparen Kommunikation – und somit auch Arbeitszeit. Natürlich wirkt sich auch eine vorherige Zusammenarbeit positiv auf künftige Kooperation aus. Denn ähnlich zur Zeitersparnis aus Branchenkenntnissen sind bekannte Partner schneller in der Materie und vereinfachen damit künftige Kommunikationswege. Deshalb sehen Personalleiter die Zusammenarbeit mit Dienstleistern in Verbindung mit der langfristigen Übernahme des Personals als Vorteil. Wer tendenziell zur Übernahme des Personals neigt, sieht die Beschäftigung über den Dienstleister als „ausgedehnte“ Probezeit – doch wie bewirbt man diesen positiven Aspekt?

- (2) Flexibilität und Regionalität

Das Steckenpferd der Dienstleistungsbranche ist die hohe Flexibilität. Als eines der stärksten Verkaufsargumente spielt sie eine wichtige Rolle bei der Kooperation. Auch die Regionalität des Personaldienstleisters ist für die Teilnehmer ein entscheidendes Kooperationskriterium. Dabei scheint es aber nicht ganz klar, welche Aspekte der Regionalität als positive Kriterien überwiegen. Zum einen lässt sich der Vorzug ausgereifter lokaler Netzwerke identifizieren – also Rekrutierungsquellen und Belieferungskanäle vor Ort. Gerade im kaufmännischen Bereich aber wollen Arbeitgeber Personal, das auch mit lokalen Gepflogenheiten vertraut ist. Die speziellen Details und unterbewussten Kriterien gilt es nun herauszufinden.

Was spricht dagegen?

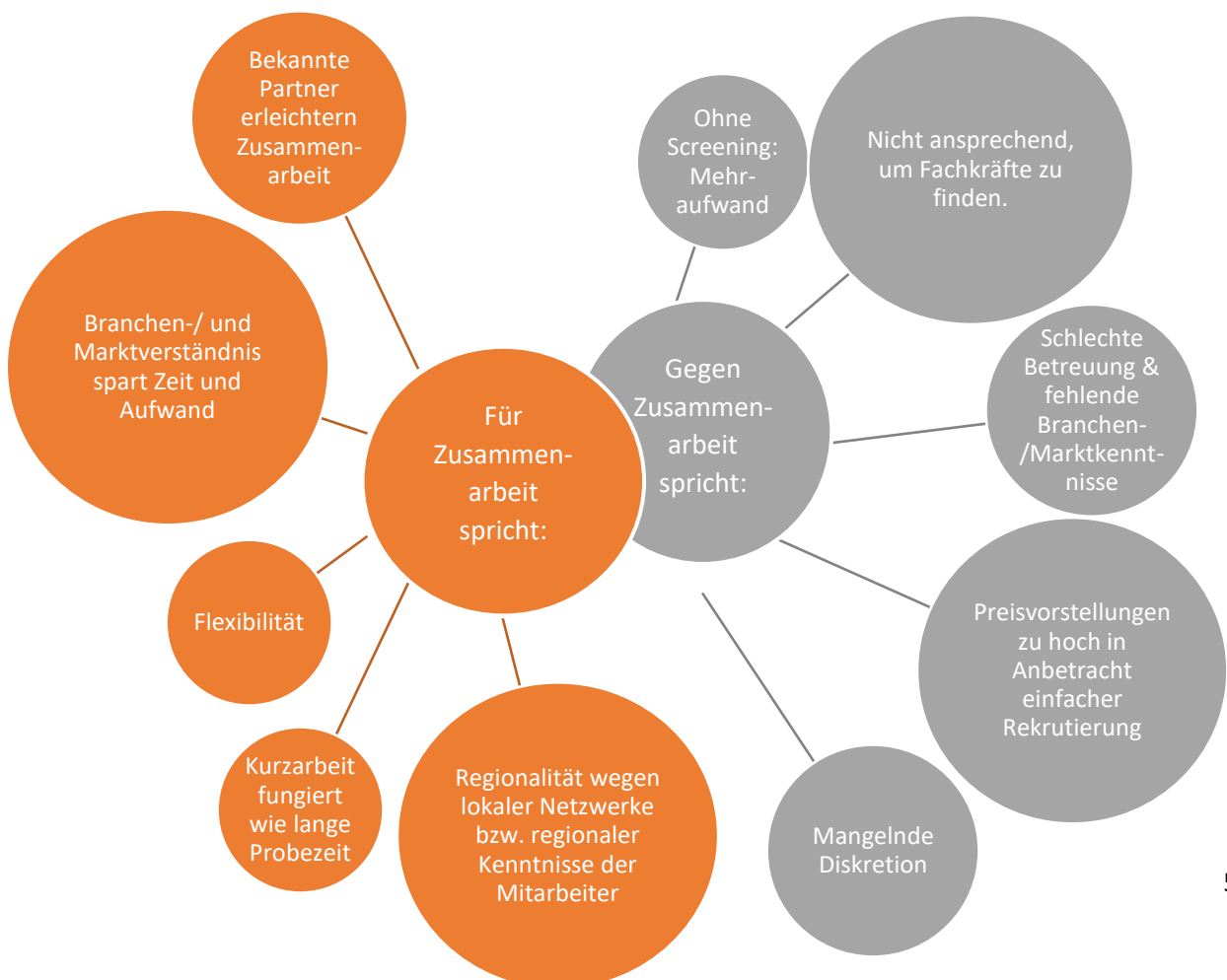
(3) Hohe Preisvorstellungen und fehlender Service

Gegen eine Kooperation mit Personaldienstleistern spricht natürlich nicht zuletzt der Preis. Begründet wurde diese Aussage exemplarisch anhand der Annahme, der Recruiting-Prozess sei verhältnismäßig einfach und rechtfertige die verlangten Summen eigentlich nicht. Welche Implikationen diese Auffassung mit sich bringt, wird auch später noch einmal thematisiert. Aber bereits hier zeigt sich, dass Personalleiter den Mehrwert der Dienstleister nicht immer sehen. Außerdem wirken sich – anknüpfend an (1) – erwartete fehlende Markt- und Branchenkenntnisse negativ auf die Kooperationsbereitschaft aus. Wie kann man dieses Problem lösen?

(4) Fachkräfte

Obwohl der Fachkräftemangel ein zentrales Problem der Personalleiter ist, scheinen sie mit diesem Anliegen nicht auf Dienstleister zuzukommen. Gründe dafür sind die Erwartung, dass das Angebot vor allem unqualifiziertes Personal enthält. Personalmanager nehmen an, dass Fachkräfte und qualifizierte Arbeitnehmer nicht flexibel genug für Personaldienstleistungsfirmen sind. Es stellt sich zwangsläufig die Frage, ob das in allen Branchen der Personalleiter so ist.

Hier finden Sie eine zusammenfassende Übersicht aller genannten Kriterien:



5 Hypothesen

Wissenschaftler aus dem HRD Bereich verweisen seit geraumer Zeit auf die Wichtigkeit von Angestellten. Was zunächst trivial erscheinen mag, ist eine zentrale strategische Komponente des Personalmanagements. Gutes Personal zu verlieren bedeutet Wissen und Erfahrung zu verlieren. Dabei handelt es sich um Faktoren, die maßgeblich zum Erfolg von Unternehmen beitragen und schwerwiegende Krisen abfedern (Jacobs 1990; Kurian 2018; Munduli 2015; Snell, Youndt und Wright 1996; in: Dirani/ Abadi/ Alizadeh/ Barhate 2020: 3 ff.). Daran anknüpfend – und unter Berücksichtigung der genannten Erkenntnisse unserer Expertendiskussion – scheint es wahrscheinlich, dass die langfristige Mitarbeiterbindung und eigenes Recruiting noch wichtiger für Personalmanager werden. Wir folgern hieraus:

Personalleiter wollen Mitarbeiter langfristig binden und in allen Fällen selbst rekrutieren. Durch diesen Prozesswandel läuft die Personaldienstleistungsbranche Gefahr obsolet zu werden.

Personaldienstleister haben zudem mit einem Imageproblem zu kämpfen, was sie daran hindert, effektiv/überhaupt mit Personalleitern zusammenzuarbeiten. Dieses Imageproblem verschlechtert die Vermittlung von Arbeitskräften.

Die Zusammenarbeit mit Personaldienstleistern beruht auf gemachten Erfahrung der Personalleiter mit Dienstleistern allgemein. Die unterbewussten Kooperationskriterien zu kennen, ermöglicht es Dienstleistern auch in neuen Geschäftsfeldern Fuß zu fassen bzw. Neukunden zu gewinnen.

6 Lösungsansätze

Um die zunehmenden langfristigen Effekte der beschriebenen Hypothesen abzufedern, gilt es neue Marketing-Strategien auf Basis konkreter nachweisbarer Forschung und Erkenntnisse zu entwickeln. **Das bedeutet, dass verborgene handlungsleitende Kooperationskriterien für Personalleiter aufgedeckt werden müssen.** Wissenschaftlich fundierte Erkenntnisse und gezielte Verbesserungen des branchenspezifischen Imageproblems führen zu einer besseren Vermittlung. Nur so ist es möglich, effektiv und erfolgreich die Qualitäten der Personaldienstleistungsbranche **auch in Zukunft zu vermarkten und Personal zu vermitteln.**

Dabei sehen wir den Mehrwert nicht nur in der Verbesserung der Vermittlung. Eine Vertiefung des Verständnisses für Kooperationskriterien geht Hand in Hand mit der untergeordneten Ebene der Zufriedenheit mit vermitteltem Personal – und damit beispielsweise auch den Gründen, die für und gegen Übernahme sprechen.

Daher setzen führende deutsche Unternehmen regelmäßig auf Marktforschungs-Studien. Die Daten, die sich aus solch einer Studie zu diesen und weiteren branchenspezifischen Problemen

6

teleResearch GmbH
B2B Marktforschung / Mediaforschung / Mitarbeiterbindung

Daniel Felix Handermann
Berliner Platz 1 - 67059 Ludwigshafen
fon 06 21 / 59 58 95-12 - fax 06 21 / 59 58 95-99

teleResearch GmbH - Geschäftsführung: Helmut Faulstich, Ruben Stritzinger

Registergericht Mannheim HRB 4442 - Sitz der Gesellschaft: Ludwigshafen

gewinnen lassen, stellen vor dem Hintergrund unserer hier vorgestellten Ergebnisse und Hypothesen eine große Chance dar.

Interessiert?

Seit mehr als 30 Jahren forschen wir, die teleResearch GmbH, als B2B Markt- und Meinungsforschungsinstitut für unsere Kunden. Basierend auf individuellen Studien mit höchstem Qualitätsanspruch liefern wir fundierte Erkenntnisse für weitreichende Entscheidungen.

■ **Wir erreichen jeden!** Dafür forschen wir deutschlandweit an einer hohen Anzahl von Entscheidern aus allen Branchen und stellen dabei sicher, dass wir Ihre Zielgruppe direkt erreichen.

Bei teleResearch beRaten wir nicht wild in der Gegend herum, sondern forschen und beweisen. Um belegbare Erkenntnisse zu gewinnen muss alles stimmen, vom Forschungsdesign über die Durchführung bis hin zur Auswertung. Als Partner stehen wir unseren Kunden beim gesamten Forschungsprozess, von der Definition der Forschungsfrage bis zum Ableiten der Handlungsempfehlungen, mit Rat und Tat zur Seite. Im Zentrum der wissenschaftlichen Forschung mit teleResearch stehen dabei unsere Qualitätsversprechen:

■ **Alles aus einer Hand!** Wir legen Wert auf echtes Forschungshandwerk von Anfang bis Ende. Bei uns sitzen Feldteam, Supervision, Projektleitung und Geschäftsleitung Tür an Tür für direkte Steuer-möglichkeiten und eine optimale Qualitätskontrolle.

■ **Volle Transparenz!** Wir haben nichts zu verbergen und das zeigen wir Ihnen auch gerne. Kommen Sie doch einfach mal bei uns vorbei und überzeugen sich vor Ort!

■ **Akademische Erfahrung!** Mit unserer langjährigen Erfahrung im B2B-Bereich und hervorragenden wissenschaftlichen Kenntnissen stellen wir optimale methodische Bedingungen sicher.

Mit Studien-Erkenntnissen lässt sich jedes Problem lösen.

Für Fragen und Feedback stehen wir Ihnen gerne jederzeit zur Verfügung.

Ansprechpartner: Mario Bauriegel, Daniel Felix Handermann

Telefon: 0621 595895-12

E-Mail: bauriegel@tele-research.de / handermann@tele-research.de

7 Literatur

Dirani, Khalil M./ Adabi, Mehrangiz/ Alizadeh, Amin/ Barhate, Bhagyashree et al. 2020: Leadership competencies and the essential role of human resource development in times of crisis: a response to Covid-19 pandemic. In: Human Resource Development International. DOI: 10.1080/13678868.2020.1780078

Jacobs, R.L. 1990: Human Resource Development as an Interdisciplinary Body of Knowledge. In: Human Resource Development Quarterly 1 (1): S. 65-71.

teleResearch GmbH
B2B Marktforschung / Mediaforschung / Mitarbeiterbin

Daniel Felix Handermann
Berliner Platz 1 - 67059 Ludwigshafen
fon 06 21 / 59 58 95-12 - fax 06 21 / 59 58 95-99

teleResearch GmbH - Geschäftsführung: Helmut Faulstich, R

Registergericht Mannheim HRB 4442 - Sitz der Gesellschaft: