

Innovation für den Arbeitsmarkt: MARKTGERECHTE ARBEITSVERMITTLUNG

Die Geschichte der Frau stand letztes Jahr in den Zeitungen. Sie landete unvermittelt aus einem geregelten Leben unter erstaunlichen Umständen auf der Strasse. Im freien Fall aus Arbeit, Lohn und Wohnung gefallen. Mit Koffer, Schulden und ohne Arbeit bei wohlmeinenden Bekannten auf dem Sofa gelandet. Nach diesem Albtraum stand die Frau eines Tages bei uns im Büro, gewillt, professionell «gecoacht» wieder Arbeit zu finden, noch einmal eine Existenz aufzubauen und all die schlechten Gefühle und Erfahrungen hinter sich zu lassen. Sie hat es geschafft – und wie.



Daniel Sieber,
CEO Ingeus AG

Der Bereich der professionellen Arbeitsvermittlung hat es schwer, mit Innovationen aufzutrumphen. In einem Arbeitsmarkt, in dem Stabilität für Unternehmen und Beschäftigte zwar wünschbar, aber kaum mehr Realität ist, sind schnelle, passende und damit erfolgreiche Rekrutierungen oder Neuplatzierungen ein Weg zur gewünschten Produktivität. Wir erwarten und loben Flexibilität im Markt, stellen aber immer noch lange Betriebszugehörigkeit, Betriebserfahrung und langjährige Loyalität als das Nonplusultra dar.

Und auch hier zeigt die Geschichte der erwähnten Frau einen innovativen Ansatz. Die Motivation der Frau wurde von einem Arbeitgeber höher gewertet als alle Zettel, die eine bestimmte Qualifikation nachweisen würden. In Kombination mit klaren Zielen und Erwartungen an die Ergebnisse der Zusammenarbeit wurde es möglich, die Frau in einem neuen Umfeld anzustellen und einzuführen.

Heute macht sie im Unternehmen eine berufsbegleitende Ausbildung, um den fachlichen Anforderungen noch besser zu genügen. Das Unternehmen profitiert von einer hochmotivierten Mitarbeiterin, welche für die Leistungen fair bezahlt und für die Zukunft stark im Unternehmen eingebunden wird. Und: Sie ist bereit für den Arbeitsmarkt mit neuem Knowhow.

Welche ausgewählten Faktoren gestalten diesen Markt von personellen Restrukturierungen, Umgang mit Leistungseinschränkungen, Weitergeben und Aufbau von professionellem Wissen, Veränderung der eigenen Berufslaufbahn, Entlassungen, Kündigungen und Neuanstellungen innovativ?

PROFITORIENTIERT UND SOZIAL IST KEIN WIDERSPRUCH

Profitorientierten Geschäftsmodellen gelingt eine neue und individuelle Vermittlung schneller und effizienter. Smarte Zahlungsmodelle verhindern Missbrauch und Verfahren, die nur für eine Seite Verbesserungen bringen. Bezahlt werden Erfolge, die Unternehmen und Mitarbeitende weiterbringen und stabil machen.

VERSTECKTER PERSONALMARKT, DEN GIBT ES

Arbeitsvermittlung schafft Zugang zu einem versteckten Personalmarkt. Die Parallelwelten von «normalen» und «besonderen» Bedürfnissen im Arbeitsmarkt führen nicht zur Inklusion aller Arbeitsmarktfähigen, sondern zu verschiedenen Klassen von Bewerbern. Marktorientierte Vermittlung kann aufgrund von Daten neue Gruppen definieren, deren Attraktivität sich aus dem Bedarf des Marktes ergeben. Wie banal ist es doch, «jung und technikaffin» zu unterscheiden von «älter und technikungewohnt»! Dabei zeigen unsere Daten, wenn es um Technik und Anwendung geht: Das Alter ist nicht relevant, das Geschlecht ist nicht relevant, die geografische Herkunft ebenfalls nicht. Mit falscher Einordnung verbaut sich jeder Unternehmer den Zugang zu Ressourcen.

HÖCHSTE INDIVIDUALISIERUNG ZU VERNÜNFTIGEM PREIS

Profitorientierte Geschäftsmodelle sind die einzigen, die individuelle Vermittlung zu einem vernünftigen Preis offerieren können. Die Menge der Kunden, das Potenzial der Personen, die anerkannt unterschiedlichen Bedürfnisse und die angenommenen Erfolgsquoten machen es möglich, im Modellmix einen gerechten und günstigen Preis zu bieten, der gleichzeitig eine hochindividuelle und fundierte Dienstleistung für jede Person ermöglicht. Traditionell werden alle Zielgruppen definiert aufgrund von Kriterien, die klassischen Modellen (oder Vorurteilen) folgen. Die Folge davon: Alte sind schwer zu vermitteln, ergo teuer, Junge sind kompliziert zu vermitteln, also auch teuer, Flüchtlinge sind ganz schwierig zu vermitteln, also extrem teuer. Die Unterscheidung von einfachen Regelfällen und «komplizierten» Zielgruppen ist aus unserer Sicht weder sinnvoll noch notwendig.

THINK BIG AND OUT OF THE BOX

Individuell zugeschnittene Programme bei Stellensuche, Outplacement und Rekrutierungen sind nur zu halten, wenn Unternehmen oder Institutionen grosszügig denken. Nur bei vernünftig grossen Zahlen sind Aussagen über Resultate und Auswirkungen verbindlich und lohnend. Der Markt zeigt, dass ein Sozialdienst, der z.B. zwei Personen vermitteln lässt, grosse Chancen hat, erfolglos zu bleiben. Bereits ab 10 bis 20 Personen zeigen die Zahlen, dass die Hälfte mit einer Arbeitsstelle aus der Vermittlung kommt, die Dienstleistung also für beide Seiten erfolgreich verlaufen ist. In der Gesamtzahl bedeutet es, dass die Einsparungen an Unterstützung die Kosten der Programme innert weniger Monate wettmachen.

NUR SPAREN WOLLEN IST KURZSICHTIG: GENERIEREN WIR MEHREINNAHMEN

Die Sichtweise und der Fokus auf Kosten und Sparen sind falsch. Natürlich ist der Sparkurs bei Renten und Unterstützungsbeiträgen an sich nicht schlecht. Aber nur, wenn es darum geht, die Unterstützung jenen Personen zukommen zu lassen, die sie tatsächlich nötig haben und schlicht nicht in den ersten Arbeitsmarkt integriert werden können. Die gibt es nämlich auch.

Bei allen anderen aber ist der Fokus nur auf Einsparungen kurzfristig. Denn genauso wesentlich ist die Tatsache, dass alle, die wieder arbeiten, auch wieder Steuern und Sozialversicherungsbeiträge bezahlen. Der Gewinn eines innovativen Systems ist also die Summe von Einsparungen und neuen, individuellen Beiträgen an die Gemeinschaft.

Marktgerechte Arbeitsvermittlung bietet Möglichkeiten, die im Arbeitsmarkt noch immer völlig unterschätzt werden. ◇