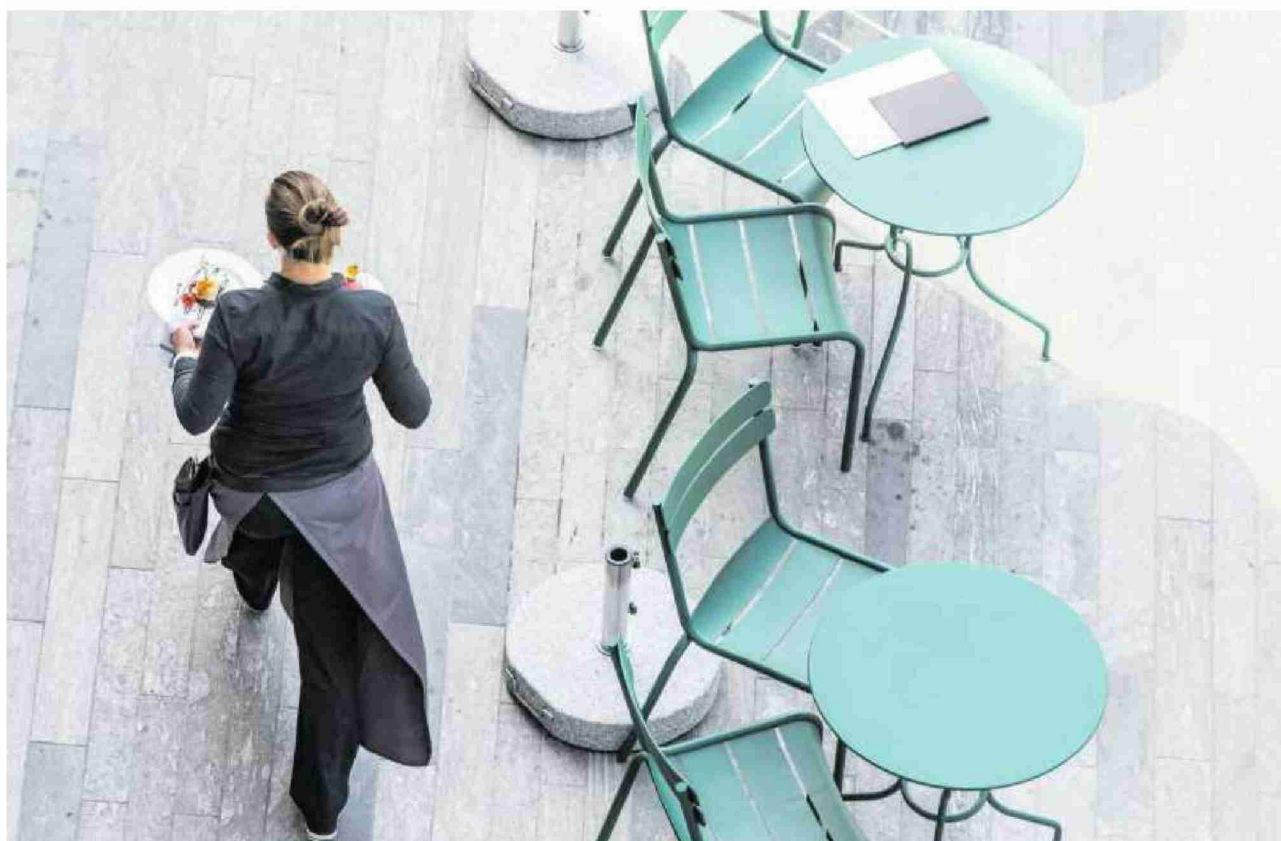




Mit ein paar Klicks zum neuen Job

Die Online-Personalvermittlung ist auf dem Vormarsch – digitale Anbieter wie die Zürcher Firma Coople mischen die Branche auf



Digitale Plattformen machen den Markt für temporäre Arbeiten effizienter – für Anbieter und Unternehmen. CHRISTIAN BEUTLER / KEYSTONE

NATALIE GRATWOHL

Auf die Schnelle die richtigen Mitarbeiter für einen grösseren Anlass zu rekrutieren, kann ganz schön nervenaufreibend sein. Diese Erfahrung hatte vor einigen Jahren auch Viktor Calabrò gemacht. Da der Inhaber einer Event-Agentur damals keinen Dienstleister fand, der innert weniger Stunden Personal für kurze Arbeitseinsätze vermittelte, kam er auf die Idee, daraus selbst ein Geschäft zu machen. 2011 wurde die

Firma gegründet, fünf Jahre später tauchte sie bereits auf der Liste der 100 weltweit disruptivsten Unternehmen auf. Heute beschäftigt Coople (ehemals Staff Finder) rund 100 Mitarbeiter in der Schweiz und in Grossbritannien.

Daumen hoch oder runter

Mittlerweile sind auf der Online-Plattform 6500 Unternehmen und über 130 000 Arbeitnehmer aus verschiedensten Branchen registriert, die sich

auf direktem Weg für Arbeitseinsätze finden. Die allermeisten Jobs würden in weniger als vier Stunden besetzt, sagt Calabrò. Das System wickelt für die Firmen den Prozess von der Stellenausschreibung über den Arbeitsvertrag bis zur Lohnauszahlung und Rechnungsstellung automatisiert ab.

Die Kandidaten stellen sich auf der Plattform vor, laden ihren Lebenslauf hoch und geben an, wann und wo sie was arbeiten wollen. Manchmal nur für ein paar Stunden, gelegentlich aber auch für



einige Monate. Nach getaner Arbeit bewerten sich Firmen und Mitarbeiter gegenseitig auf der Plattform. Coople ist zwar rechtlich ein Temporärunternehmen, doch Interviews und Beratungen, wie man sie von traditionellen Personalvermittlern kennt, gibt es bei der Zürcher Firma nicht. Deshalb kann sie ihre Dienste zu besseren Konditionen anbieten. Längst scheinen Firmen in anderen Ländern das Modell kopiert zu haben.

In der Schweiz sind die grossen Personalvermittler Randstad und Adecco seit einiger Zeit mit einer ähnlichen Plattform am Markt. Randstad ist im November 2016 mit Ploy gestartet. Das Angebot beschränkt sich auf die Bereiche Hotellerie und Gastronomie, wo kurzfristige Arbeitseinsätze häufig sind.

Adecco mit ehrgeizigen Plänen

Es ist derzeit auch nicht vorgesehen, das Angebot auf weitere Branchen auszuweiten. Man wolle als Spezialist für die Hotellerie und Gastronomie wahrgenommen werden, sagt Ploy-Managerin Karin Habegger. Zudem bleibe die Beratung wichtig.

Die Adecco-Gruppe hat im März dieses Jahres die digitale Plattform Adia offiziell lanciert und will nun laut Adia-Chef Ernesto Lamaina das Angebot auf weitere Branchen, weitere Städte und weitere Länder ausdehnen. In Grossbritannien wurde bereits mit der Markteinführung begonnen. Die Pläne sind ehrgeizig: Lamaina erwartet, dass die Zahl der Nutzer auf der Plattform innert fünf Jahren auf eine Million steigen wird. Die beiden anderen grossen Temporärunternehmen, Manpower und Kelly Services, planen dagegen gegenwärtig keine vergleichbaren Angebote.

Angesichts der fortschreitenden Digitalisierung fragt sich, ob die grossen Personalvermittler damit ihr angestammtes Geschäft konkurrenzieren. Adia fokussiert sich auf Segmente, in denen das traditionelle Geschäft der Gruppe bisher nur begrenzt präsent war. Dennoch gibt es gewisse Überschneidungen. Das Marktpotenzial der

Online-Personalvermittlung ist laut Lamaina aber so gross, dass sich Adecco vielmehr darauf konzentriert, ein möglichst grosses Stück des schnell wachsenden Kuchens zu ergattern.

Der Kuchen wird grösser, weil der Bedarf der Firmen an kurzfristig einsetzendem Personal rasch wächst. Zudem steigt bei den Mitarbeitern mit den neuen technologischen Möglichkeiten auch das Interesse am flexiblen Arbeiten. Die stärkere Flexibilisierung der Arbeitswelt zeigt sich auch daran, dass mehr Internetplattformen entstehen, wo Selbständige ihre Dienste anbieten.

Wer geht als Gewinner hervor?

Im Vergleich mit Branchen wie dem Gast- oder Taxigewerbe, wo Airbnb und Uber dominieren, hat die Digitalisierung das Geschäft der Personaldienstleister bisher wenig verändert. Laut Marius Osterfeld, Ökonom bei Swissstaffing (Verband der Schweizer Personaldienstleister), ist aber eine ähnliche Entwicklung in Gang. Nicht nur Temporäreinsätze werden vermehrt über Online-Plattformen abgewickelt, sondern die Digitalisierung erstreckt sich auf den gesamten Human-Ressources-Prozess.

Es gibt weltweit unzählige Firmen in diesem Bereich, die häufig einen bestimmten Teil der Prozedur abdecken. Durchsetzen würden sich am Ende aber eines oder ein paar wenige Unternehmen, die am meisten Nutzer auf ihrer Internetplattform vereinen und die den Kunden die besten Dienstleistungen anbieten, denkt Osterfeld. Die Crux für die Firmen ist, das Geschäft auf dem Weg dahin schnell zu skalieren. Für neue digitale Anbieter wie Coople sprechen laut Osterfeld die Affinität zur Technologie und die kreative Kultur. Etablierte Temporärfirmen dagegen haben den Vorteil, auf einen grossen bestehenden Kandidaten-Pool zugreifen und weitere Dienstleistungen bieten zu können, die schwierig zu kopieren sind. Wer das Rennen macht, ist noch offen. Es dürfte sich aber in den kommenden fünf bis zehn Jahren entscheiden.