

Jürgen Bauerreiß ist nicht zimperlich, wenn es darum geht, den eigenen Erfolg kräftig herauszustreichen. „Sensationell“ sei das Projekt bisher gelaufen, sagt der Geschäftsführer der Nürnberger Personalberatungsfirma PM. Schließlich habe man mit dem „Gruppen-outplacement“ gewissermaßen Neuland betreten.

Daß überflüssig gewordene Führungskräfte vor dem abrupten Sturz in die Arbeitslosigkeit bewahrt werden, indem spezialisierte Personalberater ihnen im Auftrag ihres alten Arbeitgebers bei der Stellensuche behilflich sind – im Branchenjargon nennt sich das dann vornehm *outplacement* –, ist inzwischen nichts Ungewöhnliches mehr. Aber daß gleich eine ganze Belegschaft mit 150 Leuten, wie im Falle der VP Schickedanz, weitervermittelt wird, das ist nach Jürgen Bauerreiß' Einschätzung doch ein absolutes Novum.

Ausgelöst wurde die Aktion durch den Verkauf der Vereinigten Papierwerke Schickedanz (Tempo) von der Schickedanz-Gruppe (Quelle-Versand, Noris-Verbraucherbank) an den Markenartikler Procter & Gamble (Ariel, Pampers). Die deutsche Tochter des US-Konzerns zögerte denn auch nicht lange und verlegte die Verwaltung des Papierunternehmens an ihren Sitz ins hessische Schwalbach.

Die meisten der ehemaligen Beschäftigten der VP-Zentrale in Nürnberg mochten den Umzug nicht mitmachen oder bekamen keinen adäquaten Arbeitsplatz in Schwalbach geboten. Doch die sonst eher für wenig zimperliche Managementmethoden bekannten Amerikaner wollten sich offenbar nichts nachsagen lassen. Sie schalteten die Berater von PM ein, um die Mitarbeiter weiterzuvermitteln.

Bislang liegt freilich nur eine Zwischenbilanz der Aktion vor, die Anfang März gestartet wurde und noch bis Ende Juni laufen soll: Danach wurde ein Katalog mit 170 Einzelprofilen der überflüssigen Tempo-Leute (einige Angestellte von VP Schickedanz wollten mehrfach vertreten sein) an rund 1500 Unternehmen verschickt, vor allem in der Region Mittelfranken, aber auch darüber hinaus. Knapp die Hälfte, nämlich 680 Betriebe, ließen sich daraufhin die gesamten Bewerbungsunterlagen eines oder mehrerer Kandidaten zuschicken. In 280 Fällen – das freut Bauerreiß besonders – kam es dann zu Vorstellungsgesprächen.

Dabei offenbarte sich dann freilich auch der Unterschied zwischen Katalog und Realität: Nur vierzig bis fünfzig Angehörigen des Papiertaschentücher-Herstellers wurde ein neuer Arbeitsvertrag in Aussicht gestellt – eine Quote, die sich so „sensationell“ auch wieder nicht anhört. Jürgen Bauerreiß wäre denn auch schon froh, bis zum Ende des Projekts zwei Drittel oder wenigstens die Hälfte der VP-Belegschaft bei einem neuen Arbeitgeber untergebracht zu haben. Für dieses Ziel hat er inzwischen die zweite Stufe seines Projekts gezündet: In knallgelben Anzeigen preist er einzelne Stellungsuchende an und hängt dann – nach der Manier einer Heiratsvermittlung – ein Dutzend Aspiranten aus verwandten Berufsfeldern mit dran. Wieder können sich die Personal-

Arbeitsvermittlung:  
Eine spezielle  
Form der Beratung  
hilft nur  
den Privilegierten

# Service de Luxe

Von Dietmar Bruckner

chefs wie bei einer Sammelbestellung aussuchen, wen sie haben wollen und wen nicht.

Gerade aber diese extrem arbeitgeberfreundliche Ausrichtung scheint ein Grund für den Vermittlungserfolg des kollektiven *outplacement* zu sein. „Es verursacht uns keine Kosten, und der Betrieb kann sich erst mal bedeckt halten“, erklärt Helmut Maczek, Personalleiter einer Nürnberger Speditionsfirma, der im PM-Katalog bei seiner Suche nach einem Sachbearbeiter mit Import-/Exportkenntnissen fündig geworden ist. Er engagierte die Kandidatin („Ohne den Vermittlungsservice hätte das wohl nicht so schnell geklappt“) von der Stelle weg. Nicht ohne leise Wehmut erzählt der Personalchef in diesem Zusammenhang, daß er selbst erst vor zwei Jahren bei Triumph-Adler „abgebaut“ worden sei. „Damals hätten wir es sehr begrüßt, wenn es ein *outplacement* gegeben hätte.“

Der moderne Service ist und bleibt freilich ein Angebot für Privilegierte. Nicht einmal Jürgen Bauerreiß will bestreiten, daß es künftig, sollte das Modell Schule machen, Kündigungen erster und zweiter Klasse geben wird: den sanften Raus-

wurf de' Luxe mit vom abgebenden Arbeitgeber bezahlten Rat vom Personalberater und die übliche Entlassung mit Abfindung nach Sozialplan. So kann auch die Belegschaft von VP Schickedanz von Glück sagen, daß ihr Unternehmen nicht etwa Pleite gemacht hat, sondern von Procter & Gamble übernommen wurde. Der finanzkräftige Konzern will die wertvollen Marken (Tempo, Bess) und auch die Produktion insgesamt weitgehend erhalten. In zähen Verhandlungen erreichte dann der Betriebsrat von VP Schickedanz, daß zuzüglich zu den üblichen Abfindungen das *outplacement*-Netz unter der Belegschaft gespannt wurde – eine Serviceleistung, welche die Ariel-Leute immerhin rund eine halbe Million Mark kostete.

Doch selbst in dieser geradezu idealtypischen Konstellation wurden gravierende Nachteile des neuartigen Verfahrens offenbar. Die eigenen Initiativen, einen neuen Arbeitsplatz zu finden, hätten spürbar abgenommen, hat Jürgen Klieme, Leiter der Personalbetreuung bei VP Schickedanz, beobachtet. Viele würden sich auf das Vermittlungsgeschick der Personalberatungsfirma verlassen und hätten damit die Gefahr einer drohenden Arbeitslosigkeit erst mal erfolgreich verdrängt. Ein Effekt, der auch Berater Bauerreiß nicht verborgen geblieben ist. Die Flexibilität der Leute, so klagt er, habe abgenommen, um dann von jener 23jährigen zu berichten, die potentielle neue Arbeitgeber mit ihren Maximalforderungen („Unter 4900 brutto im Monat läuft bei mir nichts“) verschreckt habe. In solchen Fällen muß auch der *outplacement*-Strategie passen.

„Wir können nur die Vorlage geben. Ins Tor bringen muß der Bewerber den Ball schon alleine“, grenzt der Berater seine Dienstleistung ein.

Und noch eine Einschränkung nimmt der Personalberater vor: Das *outplacement*-Konzept sei im Augenblick auch deshalb so erfolgreich, weil es zum einen „innovativ“ sei, zum anderen aber nur in Einzelfällen praktiziert werde. Bekämen dagegen die Personalchefs jeden Tag ein paar Kataloge mit Bewerberprofilen auf den Tisch, würde die Wirkung schnell verpuffen.

Beim Arbeitsamt sieht man die neue Konkurrenz freilich heute schon mit einer Mischung aus Erstaunen und Zerknirschung. „Wir sind grundsätzlich über jeden froh, der vermittelt werden kann“, sagt Eberhard Mann, Sprecher der Bundesanstalt für Arbeit in Nürnberg, doch so recht froh klingt es dann doch nicht. Auf die Erfolge der privaten Dienstleister angesprochen, verweist Eberhard Mann auf den „Ausschöpfungsgrad“ der Arbeitsämter bei der Stellenvermittlung, der angeblich nicht wesentlich darunter liege. In aller Regel würden sie bei Firmenpleiten jedoch viel zu spät informiert, und dann sei es in der Tat oft nicht mehr möglich, Leute etwa aus einer ungekündigten Stellung heraus zu vermitteln. Mit mangelnder Professionalität der berufsmäßigen Arbeitsvermittler habe dies jedoch keineswegs zu tun, und im übrigen werde das *outplacement* über eine „sehr begrenzte Bedeutung“ nicht hinauskommen.