

FAIRE ARBEITSBEDINGUNGEN, HOHE QUALITÄT, NEUES IMAGE: WARUM SICH DIE TEMPORÄR- BRANCHE GEWANDELT HAT

IN DEN VERGANGENEN JAHREN HAT DIE PERSONALDIENSTLEISTUNGSBRANCHE EINEN IMAGEWANDEL VOLLZOGEN UND SICH IN DER QUALITÄT STETIG VERBESSERT. POSITIV BEEINFLUSST HABEN DIES VERSCHIEDENE FAKTOREN: UNTER ANDEREM DER GAV PERSONALVERLEIH, EIN OBLIGATORISCHES QUALITÄTSLABEL FÜR SWISSSTAFFING-MITGLIEDER, DIE DIGITALISIERUNG UND DER TREND ZU FLEXWORK BEI HOCHQUALIFIZIERTEN.

Text: Julia Bryner

Die Personaldienstleistungsbranche hat sich in den vergangenen Jahren und Jahrzehnten stark gewandelt – zum Positiven. Nicht nur in ihrem Image, sondern auch in der tatsächlichen Qualität der Dienstleistungen und Arbeitsbedingungen. Temporärarbeitende verdienen heute zum Beispiel gleich viel oder sogar mehr als ihre direkt angestellten Kolleginnen und Kollegen. Sie müssen weniger Überstunden leisten, und wenn, dann werden sie dafür häufiger finanziell entschädigt. Das zeigt eine Auswertung der Schweizerischen Arbeitskräfteerhebung.¹

Digitalisierung und Flexwork-Trend

Dass die Branche heute attraktive Bedingungen bietet, zeigt sich auch darin, dass immer mehr Hochqualifizierte temporär arbeiten. Hochqualifizierte Flexworker nutzen die Nachfrage in Mangelberufen, in hochspezialisierten Sektoren oder in projektbezogenen Bereichen und schätzen die Kombination von Flexibilität und sozialer Sicherheit, die ihnen die Temporärarbeit bietet. Auch bei solchen Konstellationen fallen die Löhne mehr als wettbewerbsfähig aus.² Die hohen Ansprüche dieser Flexworker tragen wiederum dazu bei, dass immer mehr Personaldienstleister Employer Branding betreiben und dabei beispielsweise Onboarding-Prozesse und Kommunikation verbessern.

Trägerinnen und Träger des positiven Branchenwandels sind Inhaberinnen und CEOs, die diese Entwicklungen vorantreiben. Parallel dazu hat die

Digitalisierung auch in der Personaldienstleistungsbranche diverse neue Softwares hervorgebracht, welche die Qualität fördern: Digitale Systeme verbessern die Kommunikation mit Einsatzbetrieben und Temporärarbeitenden, vereinfachen Abläufe, hebeln Fehlerpotenzial aus und machen vieles messbar.

Weitere Faktoren spielen beim positiven Wandel der Branche eine Rolle:

Bewilligungspflicht und GAV

Wer in der Personaldienstleistungsbranche ein Unternehmen gründen will, muss gemäss Arbeitsvermittlungsgesetz (AVG) einige Grundvoraussetzungen erfüllen. Um die obligatorische Bewilligung für den Verleih und die Vermittlung von Personal zu erhalten, müssen Gründerinnen und Gründer unter anderem eine Kautions von 50 000 bis 100 000 Franken hinterlegen, ein passendes Geschäftslokal sowie eine geeignete Ausbildung für die Tätigkeit haben und einen guten Leumund vorweisen. Diese Bewilligungspflicht stellt ein Minimum an Qualität in der Branche sicher.

Ein wichtiger Meilenstein im Image- und Qualitätswandel war der 2012 eingeführte Gesamtarbeitsvertrag Personalverleih (GAVP), der für alle Unternehmen in der Branche verbindlich ist. Der GAVP wurde auf Initiative und Wunsch der Branche von den Sozialpartnern entwickelt. Er regelt die Mindeststandards betreffend Arbeitsbedin-

gungen – beispielsweise die obligatorischen Sozialversicherungen, Mindestlöhne, Zuschläge sowie die Krankentaggeldversicherung. Durch die paritätische Kommission des GAVP finden regelmässige Kontrollen bei den Unternehmen statt.

Auch der Weiterbildungsfonds temptraining, der Teil des GAVP ist, trägt zur Qualität in der Branche bei, indem er die Weiterbildung von Temporärarbeitenden fördert.

Obligatorisches Qualitätslabel für Verbandsmitglieder

swisstaffing geht in Sachen Qualität noch einen Schritt weiter: Wer Mitglied beim Verband der Personaldienstleister werden will, muss sich einem SQS-Qualitätsaudit stellen und das Qualitätslabel alle drei Jahre erneuern. Während der GAVP vor allem die Arbeitsbedingungen regelt, soll das swisstaffing-SQS-Label die Qualität der Dienstleistungen garantieren und die Prozesse der Unternehmen verbessern.

Um das Label zu erhalten, müssen Personaldienstleister unter anderem nach klar definierten und nachvollziehbaren Abläufen arbeiten, sich zu fai-

¹ White Paper – Mehr als gleichwertig: Löhne und Überstunden in der Temporärarbeit

² White Paper – Flexwork: Immer mehr Hochqualifizierte arbeiten temporär



Julia Bryner,
Leiterin Operations & Mitgliederservices
swisstaffing

rem Verhalten gegenüber Temporärarbeitenden verpflichten, Mindestlöhne und Arbeitszeitregeln einhalten und vorweisen, dass interne Mitarbeitende eine abgeschlossene Berufslehre oder mehrjährige Berufserfahrung auf dem Gebiet ihrer Dienstleistung haben. swisstaffing hat 452 Mitglieder, die alle mit dem SQS-Label zertifiziert sind.

Dass dieses Label die Qualität in der Branche fördert, sehen auch die swisstaffing-Mitglieder. «Durch die wiederkehrenden Kontrollen sind die Branche und die einzelnen Unternehmen angehalten, sich den Normen anzupassen und die eigene Qualität hoch zu halten», sagt Dominik Strebel, Geschäftsführer der Job 3000 AG.

Auch Roman Nadig, Geschäftsführer und Inhaber der Dommen Nadig Personal AG, sieht einen Mehrwert für die Branche: «Das SQS-Label verbessert das Branchenimage. Es trägt zu einem einheitlicheren Auftritt innerhalb der Branche bei,

geniesst eine hohe Akzeptanz bei den Kundinnen und Kunden und lässt «schwarzen Schafe» in der Branche weniger werden.»

Doch nicht nur die Branche, sondern auch die einzelnen swisstaffing-Mitglieder profitieren von den SQS-Audits. «Die Zertifizierung ist immer wieder interessant und herausfordernd, da wir laufend unsere Prozesse anschauen und anpassen müssen, damit wir die Standards erfüllen», sagt Manfred Käser, Geschäftsführer der KMU Jobs AG.

Auch das neue swisstaffing-Mitglied Impirio, das kürzlich das SQS-Zertifizierungsaudit durchlaufen hat, sieht darin eine grosse Chance: «Anhand der gewonnenen Kenntnisse können wir unser internes Personal in vielen Fachbereichen wie Datenschutz, Arbeitssicherheit und Betreuung der externen Angestellten schulen und auf hohe Qualitätsstandards sensibilisieren», sagt Filialleiter Andreas Neuenschwander, der das Audit intern betreute.

Projekte und Angebote für die Branche

Mit verschiedenen Projekten und Services fördert swisstaffing die Qualität in der Branche und damit auch ihr Image weiter. Ein aktuelles Projekt befasst sich mit Arbeitssicherheit und Gesundheitsförderung und erarbeitet für die Branche eine Gesamtlösung in diesem Bereich.

Mit diversen Angeboten für Mitglieder und Nichtmitglieder unterstützt swisstaffing Personaldienstleister ausserdem kontinuierlich dabei, ihre Qualität hoch zu halten und zu verbessern. Zu diesen Angeboten gehören unter anderem die kostenlose Rechtsberatung für Mitglieder, diverse Weiterbildungsangebote, Merkblätter zu branchenrelevanten Themen sowie eine eigene Pensionskasse, die allen Mitgliedern von swisstaffing offensteht. ●

Hier bloggt der Vorstand ... Employer Branding – mehr als eine Marketing- Strategie



Taco de Vries, CEO Randstad (Schweiz) AG

«Du suchst? Wir bieten! Und zwar das volle Programm: Arbeite wann, von wo und was auch immer du möchtest, im tollsten Team mit dem besten Chef!» Das klingt zu schön, um wahr zu sein? Ist es meistens auch. Mit Stellenausschreibungen wie diesen tut sich das HR keinen Gefallen. Im Kampf um die Talente, kommt es nicht darauf an, sich als Unternehmen möglichst perfekt zu vermarkten, sondern möglichst ehrlich. Wer Employer Branding richtig einsetzt, kann die passenden Mitarbeitenden mit weniger Rekrutierungsaufwand finden.

Es ist kein Geheimnis: Beim aktuellen Fachkräftemangel bewerben sich nicht mehr Talente bei Unternehmen, sondern andersrum. Um sich von der Masse abzuheben, ist Employer Branding ein wirksames Mittel – Attraktivitätssteigerung durch Markenstärkung. Was nach einer berechnenden Marketing-Strategie klingt, birgt grosses Potenzial sowohl in der Mitarbeitenden-Gewinnung als auch bei der Optimierung interner Recruiting-Prozesse. Eins ist dafür unabdingbar: Authentizität.

Das Potenzial von Employer Branding

Es bringt nichts, das eigene Unternehmen als das einzig Wahre darzustellen, wenn es das nicht ist. Das ist schnell durchschaut und tut am Ende auch der Reputation nicht gut. Employer Branding ist viel mehr als eine theoretische Strategie. Damit sollte man herausfinden, welches die Kernwerte eines Unternehmens sind, worauf es besonderen Wert legt, was es gut kann. So stellt es seine Merkmale gegenüber Mitbewerbenden heraus. Natürlich kann sich nicht jeder mit diesen Werten identifizieren und geht eher zur Konkurrenz. Gut so!

Den ganzen Blogbeitrag lesen Sie auf blog.swisstaffing.ch



FOTO: SHUTTERSTOCK