



EDITORIAL

Personalberatertag 2010: Wer oder was ist das Netz?

Es gibt sie noch: die Berufsgruppen, die vergleichsweise wenig mit dem Internet zu tun zu haben glauben. Zu einer solchen Gruppen zählen offenbar die Personalberater. Auf dem Personalberatertag Anfang Mai auf dem Petersberg bei Bonn wurde jedenfalls deutlich: Die Searcher suchen, aber sie suchen nicht im Netz. Twitter und Facebook? Ja, schon mal gehört, einige wenige kannten soziale Netzwerke. Aber auch schon benutzt? Eher nicht. Die Erklärung für die Abstinenz vom Netz folgte auf dem Fuße: Die höheren Statusgruppen seien nicht im Netz. Ob schon mal jemand die Vita eines xy-Leiters bei Xing gesehen habe? Überhaupt seien in den Social Networks eher die Digital Natives unterwegs, jene also, die mit der Maus in der Hand aufgewachsen sind.

Ob die Netzresistenz auf Arroganz oder Unwissenheit zurückzuführen ist, lässt sich schlecht beurteilen. Aber sie irritierte. In zweifacher Hinsicht. Zum einen hatte der Veranstalter des Personalberatertags, der Bundesverband Deutscher Unternehmensberater, als Keynote-Sprecher eben gerade solche Personen geladen, die auf gesellschaftliche Veränderungen wie etwa den Zustrom zu sozialen Netzwerke hinwiesen. Um wachzurütteln. Zum anderen haben die Personalberater 2009 das dunkelste Jahr hinsichtlich ihrer Umsätze hinter sich gebracht. Satte 26,2 Prozent minus fuhr die Branche ein. Die Erklärungen klangen einleuchtend: Das Business der Headhunter sei stark konjunkturabhängig. Und in der Krise wurde nun mal nicht so viel eingestellt (vgl. auch Bericht S. 6). So weit so klar, und jetzt sieht alles wieder besser aus, die Konjunktur zieht an und damit auch das Geschäft der Personalberater. Business as usual?

Mitnichten. Der demografische Wandel steht vor der Tür und damit die Frage, wer überhaupt rekrutiert werden kann. Prof. Michael Kersting mochte sich in einer ebenso launigen wie informativen Keynote über die normierte Eintritts- und Aufstiegsselektion der Unternehmen und damit auch der Berater. Er verwies auf das, was auch jenseits eines War for Talents negative Auswirkungen haben kann: Alters-, Geschlechts- und Kulturhomogenität, die entsteht, wenn die Raster der Suche zu eng sind. Mit dem Glauben an die Generation Digital Natives räumte indes Prof. Dr. Peter Kruse auf. Und damit auch mit der Sicherheit, die höheren und daher meist zwangsweise älteren Mitarbeiter nicht im Netz zu finden. Eine Untersuchung seines Beratungsunternehmens nextpractice GmbH unter Heavy-Internet-Usern hatte ergeben, dass die Netzaffinität keine Altersfrage ist. Er spricht daher von Digital Visitors und Digital Residents. Die Gruppen unterscheiden sich vor allem hinsichtlich ihrer Werte: Während die Residents ihre Werte im Onlineleben verwirklichen, spielen die Visitors mit den sozialen Werkzeugen, hängen aber den alten Werten des Prä-Internet-Zeitalters weiterhin an.

Was das für die Personalberater bedeutet? Der Transfer kam den erfolgsgewöhnten Beratern im dunklen Zwirn zu kurz. Sie haben bisher nur eine Auswirkung des Netzes am eigenen Leib erfahren: Die Ansprache von Fach- und Führungskräften über Print-Anzeigen funktioniert nicht mehr.

Nicole Bußmann