

Outplacement oder People Development: Zeit für einen Namenswechsel?

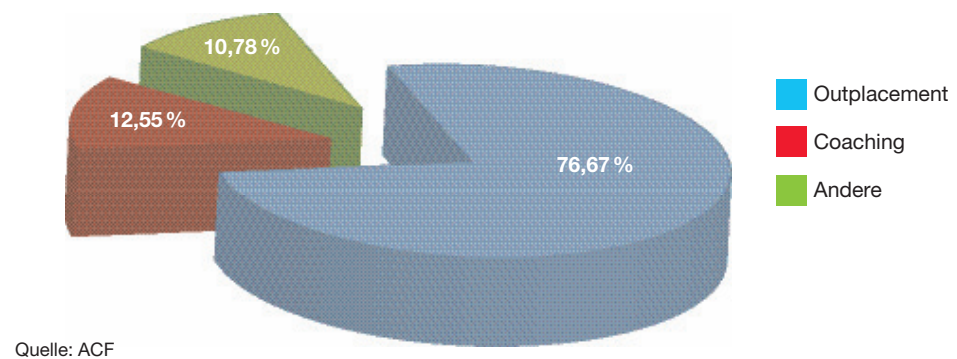
Outplacement-Firmen werden in den kommenden Monaten vermehrt Konjunktur haben, behauptet der ACF Schweiz. Der Branchenverband rechnet auch mit einem Anstieg für Coaching-Aufträge für das mittlere bis Top-Management, was jedoch nicht zum aktuellen Kerngeschäft der Outplacement-Firmen gehört. Woran könnte das gehobene Segment harzen?

Einer Erhebung des ACF vom Juli dieses Jahres zufolge bilden Dienstleistungen im ausschliesslichen Outplacement-Bereich mit einem Anteil von 77 Prozent den Löwenanteil des Geschäfts in der Schweiz. Zudem stellt der Verband fest, dass innerhalb dieses Geschäfts zunehmend auch das untere Management und Angestellte ohne Managementfunktion eingebunden werden. Zwar wird der Bedarf an Coaching für mittleres bis Top-Management beobachtet, gegenwärtig macht dieses Segment gemäss ACF jedoch erst knapp 13 Prozent der Einnahmen der Branche aus. Doch wo liegt eigentlich der Unterschied zwischen People Development Coaching nach Entlassung und Outplacement in der Praxis? Vielleicht einfach nur in der Sprachterminologie oder in einem damit verbundenem Cliché?

Keine Stellensuche

Der Begriff des Outplacement hat seinen Ursprung in den USA. Die Soldaten, die nach dem Zweiten Weltkrieg in die USA zurückkehrten, mussten in zivile Beschäftigungen reintegriert werden. Hierzu richtete die Teilstreitkraft des Heeres der US-Armee eigene Beratungsstellen ein. Später griffen die Psychologen Drake und Beam das Thema erneut auf und gründeten in den sechziger Jahren das Beratungsunternehmen D&B, welches später zu Drake Beam Morrin (DBM) wurde. Und wo steht dieser Beratungszweig heute? «Unsere Motivation ist es, das Potenzial von Menschen zu identifizieren, um für sie das Optimum in der Situation nach einer Entlassung herauszuholen, sie frei für Neues zu machen», so der Vorsitzende des Verbandes, Riet Grass. «Wir unterstützen und coachen, aber wir suchen keine Stellen. Wir machen die häufig verunsicherten Entlassenen fit für den Arbeitsmarkt. Diese profitieren zwar von unserem weit verzweigten Netzwerk – wir zeigen aber auch auf, wie man selbst Netzwerke knüpft. Jeder muss jedoch selber auf die Suche gehen. Wir ermöglichen unter anderem eine neue Standortbestimmung und einen überzeugenden Auftritt bei der Bewerbung; das verbessert die Chancen wesentlich.» So weit die Definition des Co-Präsidenten Riet Grass zum Outplacement, wie es über alle Hierarchiestufen hinweg gelten dürfte.

Einkünfte der Outplacement-Firmen nach Dienstleistung



Wenn es um die Ausnutzung eben dieser Outplacement-Dienstleistung für Führungspersonen geht, lässt sich erstaunlicherweise beobachten, dass die wenigsten entlassenen Führungskräfte bereit sind, mit ihrer ausgezahlten Abfindung von sich aus in eigene Outplacement-Programme zu investieren. Manager mit einem Einkommensniveau von CHF 200 000 und mehr, die eine grosszügige Abfindung erhalten, verzichten laut Grass oft auf eine Outplacement-Unterstützung, wenn sie diese selber finanzieren müssten.

Führungskräfte scheuen sich

Wie könnte sich diese Zurückhaltung bei Top-Managern erklären lassen? Die Terminologie «Outplacement» könnte negativ behaftet sein. Etwas oder jemanden nach aussen platzieren, klingt nicht besonders aufbauend und vorwärtsdenkend, sondern eher nachträglich diskriminierend. Kaum eine (Führungs-) Person lässt eine Abschiebung seiner oder ihrer Person zu. Abgesehen von dieser Negativbehaftung könnten Outplacement-Firmen ein internes Mitarbeiterproblem haben, wenn sie es bisher hauptsächlich gewohnt sind, unteres bzw. Nichtmanagement zu begleiten. Die Frage ist, ob sie unter ihren Beratern genügend Alpha-Tiere haben, die auf adäquater und geforderter Augenhöhe entlassene Alpha-Tiere überzeugend coachen können. Führungspersonen haben häufig bereits ein Netzwerk von Coaches aufgrund ihrer früheren Leadership-Entwicklungskurse. Tut sich also zudem die Frage auf, ob es überhaupt Sinn macht, wenn sich Outplacement-Unternehmen verstärkt in diese Richtung bewegen. Besonders in Führungskreisen ist das ganz per-

sönliche Netzwerk in den «higher places» der grösste Erfolgsfaktor bei der Suche nach neuen Möglichkeiten.

Stellt sich die Frage, ob sich die Branche einen neuen Namen geben sollte, um sich ein gehobeneres Image zu verschaffen, wie beispielsweise «People Developers» oder «Performance Developers», wie bereits von einem der ACF-Mitglieder namentlich übernommen.

Connie Voigt