

## Trend zur Spezialisierung in der Branche hält an

Kaum ein Wirtschaftszweig unterliegt einer so dynamischen Entwicklung wie die Zeitarbeitsbranche. Umsatzstarke Anbieter mit breiten Angebotspaletten kontrollieren nur einen geringen Bereich des Marktes. Zu einem großen Teil wird das Geschehen von kleinen und mittelständischen Unternehmen dominiert.

Beispiel: Die Firma Fahrzeit ist das, was man einen ausgesprochenen Spezialisten nennen könnte. Das Münchner Unternehmen mit Zweigstelle in Berlin bietet Zeitarbeit an, und zwar lediglich für ein ganz bestimmtes Marktsegment. In 24 über das ganze Bundesgebiet verteilten Filialen werden ausschließlich Lkw-Fahrer vermittelt. „Wir haben um die 600 Fahrer auf der Straße“, berichtet Peter Rauschenbach, Niederlassungsleiter in Berlin, nicht ohne



Spezialisiert: Die Zeitarbeitsfirma Fahrzeit vermittelt ausschließlich Lkw-Fahrer

Stolz. Denn die Qualifikationen, mit der Fahrzeit seine Kunden beliefert, sind rar. Nur noch wenige Unternehmen können sich die teure Ausbildung leisten. Zwischen 6000 und 8000 Euro kostet ein Führerschein der Klasse C.

Für Fahrzeit hat sich die Spezialisierung gelohnt. „Was die bundesweite Vermittlung von Lkw-Fahrern angeht, sind wir Marktführer“, berichtet Rauschenbach.

Das Erfolgskonzept ist vor allem der besonderen Struktur des Zeitarbeitsmarktes hierzulande geschuldet. Im Unterschied zu anderen europäischen Staaten teilen sich in Deutschland die drei größten Zeitarbeitsfirmen gerade einmal einen Marktanteil von 30 Prozent. Der große Rest entfällt auf kleine und mittelständische Unternehmen. Gerade umgekehrt ist die Situation beispielsweise in Ländern wie Frankreich. Hier kontrollieren die Top Drei der Branche fast 70 Prozent des Marktes.

Durch das dort vorherrschende „Equal Pay“-Prinzip fallen die Margen in der Bran-

che deutlich geringer aus: Ein französischer Zeitarbeitnehmer hat keinen festen Vertrag, bekommt aber mehr Geld, um die mangelnde Sicherheit wieder auszugleichen. Dadurch haben es kleinere Firmen erheblich schwerer, sich zu behaupten.

Doch nicht nur für kleine und mittelständische Zeitarbeitsunternehmen ist Spezialisierung ein Thema. Auch große Firmen bemühen sich immer stärker darum, Kräfte auf einzelne Marktsegmente zu bündeln. So unterhält der Branchenriesen Manpower mittlerweile eine ganze Reihe von Joint Ventures, die sich auf Bereiche wie den Finanzmarkt (Bankpower, Kooperation mit der Deutschen Bank), Luftfahrt (AviationPower, Kooperation mit der Lufthansa) oder die Telekommunikation (Kooperation mit der Deutschen Telekom) konzentrieren.