

Der Boom der Berater- plattformen

SUCHMASCHINEN FÜR CONSULTANTS

Foto: Ojo Images



Enttäuschend – so fällt sie nicht selten aus, die Zusammenarbeit mit Beratern. Viele Firmen merken irgendwann, dass der Consultant ihrer Wahl gar nicht der Profi ist, den sie brauchen. Eine neue Gattung von Internetplattformen will die ersten Schritte der Beraterauswahl erleichtern. Welchen Mehrwert solch ein Berater-Booking dem Kunden bringt – und wo die Grenzen der Technik liegen.

Preview: ► Kenn' ich, nehm' ich: Wie Beraterauswahl bis dato häufig abläuft ► Überblick in Echtzeit: Wie die neuen Internetplattformen die Beratersuche beschleunigen ► Grenzen der Technik: Warum auch Consulting-Suchmaschinen keinem Entscheider den letzten Schritt bei der Wahl eines Beraters abnehmen können

■ Wer heute ein gebrauchtes Klappfahrad kaufen will, hat es leicht. Ein paar Klicks auf Ebay – und das Gewünschte ist gefunden. Dasselbe gilt für die Ferienwohnung in San Francisco. Hier ist Airbnb.com die Plattform der Wahl. Selbst im Business-to-Business-Einkauf muss heute keiner mehr Angebote einholen, Kataloge wälzen oder Messen abklappern. Der versierte Einkäufer begibt sich auf Alibaba.com, hier gibt es von der Möbelfarbe über den Gabelstapler bis hin zu Elektromotoren alles, was die Industrie braucht.

In vielen Bereichen haben sich Plattformen als Standard digitalen Wirtschaftens herausgebildet. Die Tür zum Markt ist damit nie weiter entfernt als der nächste Internet-Zugang. Wer heute ein Ersatzteil braucht, muss nicht warten, bis der Vertreter der Herstellerfirma kommt. Das Smartphone ersetzt den Bestellzettel. E-Marktplätze schaffen eine Transparenz, die in vorgigitalen Zeiten nicht denkbar war.

Aber was tut der Einkäufer, wenn ein Auftrag vom Vorstand kommt, der so lautet: „Wir brauchen zum nächsten Monatsersten

einen Berater, der den Vertrieb neu aufstellt.“ Alibaba, die ultimative B2B-Einkaufsplattform, liefert dazu nichts, hier ist nur Ware zu bekommen, die man anfassen kann. Also die alten, aber mäßig bewährten Wege gehen?

Beraterauswahl: Oft nichts anderes als ein Glücksspiel

„Beschaffer kontaktieren jene Berater, die sie schon kennen. Oder sie fragen bei befreundeten Firmen nach, ob die jemanden kennen“, beschreibt Thomas Lünendonk, Analyst der Beraterbranche, eine lange ausgeübte Praxis des Griffs nach dem Naheliegenden. Die freilich führte oft dazu, dass die Jobs doch wieder bei den Altbekannten landeten – entweder beim Haus- und Hofberater, der ohnehin alles macht, oder bei einem der Großen, etwa der Boston Consulting Group (BCG), Booz oder Bain.

Ob der so gefundene Dienstleister aber wirklich der Richtige für genau diesen Job ist, wusste der Kunde nicht. Die Vergabe à la main geriet allzu oft zum Glücksspiel. Manchmal bekam der Kunde das, was er brauchte, manchmal auch nicht. Das liegt an einer Eigenheit der Beratungsbranche: Im Andienungsgespräch sagen viele Berater „Ja“, wenn einer mit einem Auftrag winkt – ganz gleich, ob sie das angefragte Thema wirklich gut beherrschen oder nicht.

Doch mittlerweile müssen Beschaffer, Linienmanager oder Vorstände nicht mehr halbblind entscheiden. Wer einen Berater sucht, kann sich neuerdings von einer Art B2B-Google helfen lassen – den Berater-Findemaschinen. Sie hören auf Namen wie Consultingsearcher oder Unternehmensberater-finden.de. Ihr Versprechen ist immer ähnlich: „Wir zeigen die Abkürzung auf dem Weg zum passenden Berater.“ Die Plattformen wenden die Logik der digitalen Marktplätze auf den Beratungseinkauf an. Der interessierte Kunde gibt seinen Projektbedarf in ein Suchfenster ein, drückt den Knopf und bekommt eine Liste von Anbietern, die für seinen Job in Frage kommen.

Das Versprechen der Plattformen: Der verkürzte Weg zum passenden Berater

Der jüngste Newcomer auf diesem Markt ist Betterheads. Die Berater-Findemaschine ging im September 2013 ans Netz. Sie ordnet Personalberater dem Suchauftrag des Kunden zu. Sucht ein schwäbischer Maschinenbauer etwa einen Headhunter, der besonders geeignet ist, einen Vertriebler mit Chinaerfahrung zu finden, schlägt Betterheads einen passenden Profi vor. Dieses Know-how wird, ähnlich wie bei einer Produktsuche über E-Bay, just in time ermittelt und angezeigt. Der Kunde registriert sich, gibt die Details seiner Suche ein („Vertrieb Industriegüter

China“) und lässt die Maschine eine Shortlist zusammenstellen.

„Wir zeigen dem Kunden eine Liste genau jener 15 Personalberater, die für seinen Suchauftrag am besten geeignet sind“, wirbt Markus Krampe, einer der beiden Gründer des Heidelberger Dienstleisters. Jeder Berater wird mit Firmennamen, Spezialisierung und Branchenerfahrung vorgestellt. Überdies kann der Kunde per Mausklick direkt eine Anfrage an den Berater seiner Wahl senden. Bezahlt wird diese Dienstleistung über eine Provision – Betterheads rechnet das normale Honorar des Headhunters mit dem Auftraggeber ab und bekommt zehn Prozent des Auftragswertes als Vermittlungsgebühr. Für die suchenden Unternehmen indes ist der Service wie üblich kostenlos. 420 Personalberater sind bereits auf der Plattform vertreten.

Diese Dienstleistung holt viele Auftraggeber aus einer Falle: Der Personalberater ist bereits an der Arbeit – und der Kunde merkt erst dann, dass er an den Falschen

geraten ist, weil Erfahrung in der Branche fehlt oder der Berater nur Kandidaten präsentiert, die nicht zur Kultur der Firma passen. Dass dieser Fall durchaus nicht selten ist, wurde Gründer Krampe beim Aufbau seines Geschäfts klar. „51 Prozent der deutschen Personalchefs sind unzufrieden mit ihrem Personalberater“, berichtet er über das Ergebnis einer Studie der Marketing Corporation aus dem vorigen Jahr. Warum, weiß der Betterheads-Geschäftsführer auch aus eigener Erfahrung: In seinem Vorleben war er Personalmanager beim Handelskonzern Metro. Er kennt also die Nöte bei der Beratersuche. Diese gibt es in gleicher Form auch anderswo auf dem Beratungsmarkt. Auch der Markt für Management- und Strategie-

beratung ist für viele Kunden alles andere als ein offenes Buch. Akquisitionspräsentationen der Berater versprechen oft viel, helfen dem nachfragenden Unternehmen aber kaum, herauszufinden, was ein Berater gut kann.

Gefilterter Zugang zu Anbieterdaten

Weiterhelfen sollen hier Plattformen wie der Consulting-Searcher der Firma Cardea. Unternehmen können hier ihre Beratungsaufgabe in ein Suchfenster stellen („Einkauf Ostasien optimieren“). Als Antwort produziert der Berater-Finder eine Shortlist jener Anbieter, die die Anforderungen des Projektes am besten bedienen können. Die Passung für die konkrete Aufgabe ist an einem Indikatorbalken ablesbar – überdies gibt es Einblick in die Kundenbewertungen nach Noten von zehn (für „sehr gut“) bis null („unbefriedigend“).

Diese Information erzeugt eine Datenbank, die Cardea selbst entwickelt hat. Sie ist so etwas wie das Gehirn des Marktes, das sich jedes Detail über die Leistung von Consultingfirmen merkt und bei Bedarf offenlegt. Beratungsanbieter können die Daten ihres Angebots hier freiwillig aufnehmen lassen; nach einem standardisierten Verfahren wird das Profil des Beraters erfasst, dazu

Consultant-Suchmaschinen im Überblick

Name der Datenbank

- ▶ Web-Adresse
- ▶ Anbieter

- ▶ Spezialisierung/Ausrichtung
- ▶ Anzahl der gelisteten Berater
- ▶ Zertifizierung der Berater durch den Plattformbetreiber

Leistung

BDU-Beraterdatenbank

- ▶ www.bdu.de/beraterdatenbank
- ▶ Bundesverband Deutscher Unternehmensberater (BDU), Bonn

- ▶ Berater aller Sparten, außer IT, die Mitglieder im BDU sind
- ▶ 500
- ▶ nein

- ▶ Gesucht werden kann nach Kriterien wie Region, Tätigkeitsfeld und Firmennamen. Der Kunde erhält eine Adressliste von Beratern, auf die die Suchkriterien zutreffen. Bei Interesse kann er zu den Unternehmensprofilen weiterklicken.

Beraterbörse KfW

- ▶ www.kfw-beraterboerse.de
- ▶ KfW-Bank, Frankfurt/Main

- ▶ v.a. Einzel- und Kleinst-Consultingfirmen, die sich auf die Beratung von KMU und Gründern spezialisiert haben.
- ▶ über 17.000
- ▶ nein

- ▶ Das Angebot ist eng auf den Bedarf von Gründern und Kleinunternehmen zugeschnitten. Es lässt sich detailliert nach Kriterien wie Beratungsprodukt, eigene Situation (Existenzgründung, Nachfolge, Krise/Sanierung ...), Beratungsthema, Region, Tagessatz und auch Mindestalter und Erfahrung des Beraters suchen. Das Resultat ist eine Liste mit Beratern, auf die die Kriterien zutreffen. Im Idealfall sieht der Kunde Kundenbewertungen früherer Projekte des Dienstleisters. Wer diese überprüft, bleibt unklar.

Betterheads

- ▶ www.betterheads.de
- ▶ Betterheads GmbH, Heidelberg

- ▶ Personalberater
- ▶ 470
- ▶ Jeder Personalberater wird überprüft. Mandate werden stichprobenartig überprüft.

- ▶ Unternehmen müssen sich zunächst auf der Plattform registrieren und können dann anhand von Details zu Branche, Fachgebiet und Region nach passenden Personalberatern suchen. Die Maschine stellt daraufhin eine Shortlist mit 15 Personalberatern zusammen, die für den Suchauftrag am besten geeignet sind. Per Mausklick kann der Kunde eine direkte Anfrage an die Berater senden.

Consultingsearcher

- ▶ www.Consultingsearcher.com
- ▶ Cardea AG, Zürich

- ▶ Management- und Strategieberatung
- ▶ 60 Anbieter mit 800 verifizierten Kompetenzen
- ▶ ja, Gütesiegel Cardea Audited Performance (CAP)

- ▶ Unternehmen können über Stichworte wie Region, Branche, Beratungsthema und Beraterrolle nach passenden Beratern suchen. Sie erhalten eine Anbieterliste geprüfter Berater, in der neben den Angaben zu Branchen, Region und Themen u.a. verzeichnet ist, wie lange die Beratungsfirma bereits im Geschäft ist, wie viele Experten für das angefragte Thema in der Firma arbeiten und wie zufrieden Kunden bisher mit Projekten der Consultants waren. Auch der Grad der Passung wird ausgewiesen.

Trainingaktuell

Die Zeitschrift für Trainer, Berater und Coachs

Dieses Abonnement zahlt sich aus!



IHR STÄNDIGER IMPULSGEBER

- 12 x jährlich Branchen-Updates ▪ Trends
 - Praxistests ▪ neue Zielgruppen ▪ Tools
 - frische Ideen ▪ Methoden
-
- + Honorarstudie gratis
 - + Beitragsarchiv gratis
 - + Messekarten gratis

WEITERE ABONNENTENVORTEILE

- + Sonderpreise auf eBooks
- + Sonderpreise auf die Buch-Edition
- + Rabatte auf weiterbildungsprofis.de
- + Rabatt auf den Petersberger Trainertagen



Einfach bestellen unter
www.trainingaktuell.de/abo

seine Erfahrungen auf verschiedenen Arbeitsgebieten, Projektbeispiele und Feedback von Kunden. „Anschließend prüft Cardea in einem Zertifizierungsverfahren den Wertgehalt dieser Angaben“, beschreibt Christoph Treichler, Geschäftsführer des Zürcher Metaberaters, die Vorgehensweise, die die Qualität der Einträge sichert. So wird ausgeschlossen, dass ein Berater aus dem Fach „Marketing“, der gerade nichts zu tun hat, auf die Shortlist für ein Projekt im Fach „Einkauf“ gelangen kann. Finanziert wird diese Dienstleistung von den Anbietern: Jeder Berater, der sich von Cardea für die Aufnahme in die Datenbank zertifizieren lässt, zahlt für diese Leistung. 60 Beratungsunternehmen haben sich der aufwendigen Durchleuchtung bereits unterzogen, jede Woche kommen neue hinzu. Für Kunden ist der Consultingsearcher kostenfrei.

Auch andere Anbieter bringen Transparenz in den Markt. Der Bundesverband Deutscher Unternehmensberater (BDU) betreibt seit vielen Jahren eine Berater-Datenbank. Hier können Interessenten nach Region, Tätigkeitsfeld und Firmennamen suchen – und bekommen eine Adressliste von Beratern, auf die das Suchkriterium zutrifft. Mit einem Klick gibt es Zugang zu ausführlichen Unternehmensprofilen von BDU-Mitgliedern mit Kontaktdaten, Kundenbewertungen und geprüfte Referenzen bietet die Datenbank allerdings nicht.



„Beschafter kontaktieren jene Berater, die sie schon kennen. Oder sie fragen bei befreundeten Firmen nach, ob die jemanden kennen.“

Thomas Lünendonk, Gründer des Marktforschungs- und Beratungsunternehmens Lünendonk GmbH, Kaufbeuren. Kontakt: info@lunendonk.de

Sie spiegelt das Spektrum der Beratungswirtschaft wider (ohne IT-Berater), und funktioniert dabei wie ein Branchenverzeichnis: Die Einträge liefert der Berater, ohne dass der BDU Einfluss darauf nimmt.

Für kleinere Unternehmen interessant ist die Beraterbörse der KfW-Bank, die diese mit Mitteln des Bundeswirtschaftsministeriums eingerichtet hat. Hier können die Profile von 17.000 Beratern abgesucht und selektiert werden. Allerdings sind fast ausschließlich Einzel- und Kleinstberater erfasst, die speziell den Bedarf von Gründern und KMU decken. Auch hier werden die Einträge von den Beratern gestaltet.

„Den kenne ich vom Golf“ zieht heute nicht mehr

Für die nachfragenden Unternehmen liegt der Nutzen dieser Plattformen auf der Hand: „Sie machen die Suche nach einem Berater schneller und genauer“, benennt Analyst Thomas Lünendonk den Wertbeitrag. Denn ist die Entscheidung, einen Berater einzuschalten, einmal gefallen, soll dieser in den meisten Fällen auch schnell zum Einsatz kommen.

Zudem leisten die Plattformen einen wichtigen Dienst, wenn es darum geht, die Vergabe des Auftrags intern zu rechtfertigen.

Denn die Empfehlung „Den Berater kenne ich seit vielen Jahren aus meinem Golfclub“ reicht heute nicht mehr als Begründung für die Vergabe eines Auftrags. Viele Unternehmen wählen ihre Lieferanten nach genau vorgegebenen Regeln aus, in Compliance- und Einkaufsvorgaben ist zum Beispiel festgelegt, dass Aufträge ausgeschrieben und Vergleichsangebote eingeholt werden müssen. Da hilft es, wenn die Plattformen mehr bieten als gelbe Seiten im Netz – Consultingsearcher etwa liefert als einzige Plattform zertifizierte Qualitätsnachweise, Betterheads überprüft die Werthaltigkeit einzelner Mandate von Personalberatern.

Beim letzten Auswahlschritt hilft keine Plattform

Dennoch muss sich jeder Nutzer darüber im Klaren sein, wo die Leistung der Portale endet: „Einen Ersatz für die eigene Entscheidung des Auftraggebers liefern sie nicht“, sagt Christoph Weyrather, Geschäftsführer des BDU. „Die letzte Meile auf dem Weg zum passenden Berater muss der Kunde selbst gehen.“ Die Datenbanken liefern nur ein starres Datenwerk, wie ein Navigationssystem, das mit synthetischer Stimme „Nächste rechts!“ sagt. Ob das Ziel, das sich am Ende der Straße zeigt, auch wirklich gefällt, sagt das Navi nicht. Beratung ist People Business, heißt es allorten. Da muss die Chemie stimmen, ein gemeinsames Verständnis zwischen Kunden und Berater aufgebaut werden. Der Auftraggeber muss ein funktionierendes Briefing liefern und das Projekt überlegt führen – und der Consultant hat die Aufgabe, sich wirklich in die Aufgabe des Kunden hineinzu-denken. Bei all dem kann auch die beste Beraterdatenbank nicht helfen. Sie liefert einen probaten, nachvollziehbaren Weg zu einem geeigneten Berater. Nicht mehr und nicht weniger.

Axel Gloger ■



managerSeminare

DAS WEITERBILDUNGSMAGAZIN



Lernprojekt Selbsterkenntnis: Wer bin ich? Wie bin ich? Was will ich?

- ▶ Warum das Selbstbild fast immer verzerrt ist
- ▶ Wie Selbsterkenntnis die Führungskompetenz steigert
- ▶ Erkenntnispfad: Fünf Schritte zum Selbst

Wertvolle Wut: Warum Aggressivität eine Managementkompetenz ist
Kollegencoaching: Wie die Beratung von Führungskraft zu Führungskraft funktioniert
Gehirnjogging: Welche Methoden tatsächlich Nutzen bringen
Seminarmarkt: Aktuelle Weiterbildungen für Mitarbeiter und Führungskräfte

Abonnent zu sein lohnt sich:

- ▶ vollständiger **Zugriff** auf 20 Jahre Artikelarchiv

und ...

- ▶ **alle** Themendossiers **gratis**
- ▶ **50 Euro** Rabatt beim Kauf von Führungstrainings auf CD-ROM
- ▶ **bis zu 100 Euro** Rabatt bei den Petersberger Trainertagen
- ▶ Motivationsposter zum **Sonderpreis**
- ▶ **kostenfreie** Messekarten, z.B. für die Zukunft Personal
- ▶ digitale Ausgabe **inklusive**
- ▶ **Gratis-Prämie** bei Bestellung

Einfach bestellen unter

www.managerSeminare.de/abo