



Gezielt suchen – treffsicher finden

Der Einsatz von neuen Medien bei der erfolgreichen Suche nach Dienstleistern für Beratung und Personalentwicklung

Bei der Suche nach externen Fachpersonen besteht ein erhebliches Optimierungspotenzial. Der Einsatz des Internets schafft die Voraussetzung für eine systematische Recherche, minimiert den Aufwand und führt zu einer gezielten Vorauswahl möglicher Anbieter. Die optimale Passung zwischen Auftraggeber, externer Fachperson und Aufgabe ist eine wichtige Voraussetzung für erfolgreiche Beratungs- und Weiterbildungsprojekte.

von Stephanie Fehr und Olivier Inhelder

In der schnelllebigen Welt der Wirtschaft müssen alle Akteure ihr Wissen stetig pflegen und weiterentwickeln. Ganz besonders gilt das für Unternehmer, die sich jeden Tag im Wettbewerb gegenüber Mitbewerbern zu behaupten haben. Deshalb kann gerade in kleineren und mittleren Unternehmen ein zeitlich beschränkter Einsatz von erfahrenen (kompetenten) Beraterinnen/Beratern und Trainerinnen/Trainern nützlich sein, um spezielles

Know-how zu erlangen, Engpässe zu überwinden oder auch einfach, um neue Impulse von aussen zu erhalten. Eine entscheidende Weiche für den Erfolg wird bereits bei der Auswahl der externen Fachperson gestellt.

In der Praxis gehen viele Firmen bei der Wahl von Beraterinnen/Beratern und Trainerinnen/Trainern wenig strukturiert vor. Das Angebot an Beratungs- und Weiterbildungsdienstleistungen

ist unübersichtlich und teilweise intransparent. Ohne sinnvolle Auswahlhilfen ist die Informationsgewinnung über geeignete Angebote und deren Qualität erschwert. In vielen Unternehmen existieren keine systematisierten Prozesse oder Instrumente, welche bei der Berater- oder Trainerwahl angewendet werden. Man verlässt sich häufig auf bekannte Unternehmen und Empfehlungen. Eine Umfrage bei 22 KMU im Jahr 2007 führte zu folgenden Ergebnissen:



Die Suche nach der richtigen Person für die Weiterbildung

- Nur knapp ein Viertel der Befragten sucht eine externe Fachperson über eine Internet-suchmaschine.
- Etwas mehr als ein Drittel erhält Adressen potenzieller Anbieter über die Suche in einschlägigen Verzeichnissen oder Datenbanken.
- 59 Prozent der Befragten sagen aus, dass sie unbekannte Anbieter sicher oder eher nur dann engagieren, wenn keine bereits bekannten verfügbar sind.
- Die überwiegende Mehrheit der KMU gibt an, dass sie Anbieter bevorzugt, welche bereits mit ihnen selber oder dem Unternehmen zusammengearbeitet haben.
- Eine ähnlich hohe Zustimmung erhält die gezielte Befragung von Personen aus dem Umfeld nach entsprechenden Anbietern (Empfehlungen).

Die Auswahl basierend auf Empfehlungen geschieht oft, ohne genau zu prüfen, ob die empfohlene Fachperson wirklich den Anforderungen des Unternehmens entspricht. Die

genaue Passung bei einer Beratung oder PE-Massnahme beziehungsweise bei betrieblicher Weiterbildung ist essenziell. Wenig erfolgreiche Kooperationen haben ihre Ursache in der Regel nicht in der mangelnden Qualität des Dienstleisters, sondern in der ungenügenden Übereinstimmung zwischen seinem Kompetenzprofil und dem Projekt.

Eine noch wenig genutzte Form der Suche nach Beraterinnen/Beratern und Trainerinnen/Trainern erfolgt über die neuen Medien. Solche sind im engeren Sinne Dienste, welche über das Internet möglich sind. Diese Form der Informationsbeschaffung ermöglicht eine einfache und zielgenaue Suche nach einer passenden Fachperson.

Ein Beispiel

Frau K., Geschäftsführerin eines KMU in der Elektrotechnik, steckt mitten in der Planung eines betriebsinternen Kommunikationstrainings für den Kundendienst. Die Ziele, die zentralen Inhalte und auch die Rahmenbedingungen für diese Weiterbildung wurden bereits in einem Kadermeeting erarbeitet und vereinbart. Nun fehlt noch eine geeignete

Fachperson, welche diese Personalentwicklungsmassnahme kompetent leiten kann.

Da sie bereits recht konkrete Vorstellungen über das benötigte Profil hat, steht rasch fest, dass keiner der bisherigen Trainer für diese Aufgabe infrage kommt. Sie überlegt sich, ob sie jemanden in ihrem Netzwerk um eine Empfehlung bitten oder selber im Internet recherchieren soll. In Sachen Empfehlungen ist sie skeptisch. Früher hatte sie einmal eine gute Trainerin und einmal einen erfahrenen Organisationsberater empfohlen bekommen; richtig zum Unternehmen und zur Aufgabenstellung hatten jedoch beide nicht gepasst. Auch das Googeln im Internet überzeugt sie nicht. Was nützen ihr 2600 Suchtreffer, wenn sie nach einem Kommunikationstrainer sucht?

Plötzlich erinnert sie sich an einen Fachbeitrag im KMU LIFE, in dem es um die Suche nach Trainerinnen/Trainern und Beraterinnen/Beratern ging. Es scheint ihr einen Versuch wert zu sein, die Weiterbildungsmassnahme kostenlos auszuschreiben. Sie vergibt sich damit nichts – und wenn es funktioniert, hat sie so mit geringem Aufwand Anbieterprofile für ihre ▶

Vorauswahl zur Hand. Rasch findet sie den Link auf den Marktplatz des Beratungspools, eröffnet ein Benutzerkonto für die Abwicklung des Vorhabens und schreibt ihr Projekt mithilfe des Online-Formulars aus. Dass dies anonym geschieht, also ohne dass jemand Rückschlüsse auf ihr Unternehmen als Auftraggeber schliessen kann, ist ihr wichtig.

Nach Ablauf der Einreichungsfrist sind neun Angebote in ihrem Benutzerkonto eingetroffen. Sie drückt die PDF-Dateien aus. Bei Durchsicht der strukturierten Offerten mit Vorschlägen zum Trainingsverlauf sowie zum Profil des jeweiligen Anbieters zeigt sich rasch, welche drei Fachpersonen in die engere Wahl kommen. Diese lädt sie zu einem Erstgespräch ein, den anderen schickt sie eine automatische Absage-mitteilung. Erst im Anschluss an das persönliche Gespräch will sie entscheiden, an wen sie das Mandat vergeben wird.

Fazit: die Chancen der neuen Medien

Weiterbildung und Beratung sind Dienstleistungen, die massgeblich von den beteiligten Personen abhängig sind. Es ist deshalb unbestritten, dass es das direkte Gespräch braucht, bevor es zu einer erfolgreichen Zusammenarbeit kommen kann. Die Recherche im Internet oder die Ausschreibung eines Projekts auf einem geeigneten Portal ersetzen nicht den persönlichen Kontakt. Sie erleichtern jedoch die Vorauswahl potenzieller Dienstleister.

Eine gute Übereinstimmung zwischen dem Kunden mit seinem konkreten Bedarf und seiner spezifischen Unternehmenskultur UND dem Dienstleister mit seinem einzigartigen Profil ist eine der zentralen Bedingungen für gutes Gelingen.

Im Gegensatz zu Empfehlungen lässt sich durch den Einsatz neuer Medien ein grösserer Ausschnitt aus dem Beratungs- und Weiterbildungsmarkt in die Suche einbeziehen. Dies ermöglicht passgenauere Ergebnisse. Überdies erleichtert die Ausschreibung bei sehr individuellen Vorhaben beziehungsweise bei spezifischen Wünschen an die externe Fachperson die Suche. Bei diesem Vorgehen spricht nicht der Auftraggeber potenzielle Dienstleister an, sondern umgekehrt. Fachpersonen bewerben sich auf das ausgeschriebene Projekt, wenn es optimal zu ihrem Profil passt. Mit einem konkreten Vorschlag zum Vorgehen sowie den Angaben über ihren beruflichen Hintergrund geben sie dem Auftraggeber eine gute Grundlage für seine Vorauswahl an die Hand.

Die Stärke der neuen Medien liegt darin, dass sie von den definierten Kriterien ausgehend sofort eine gezielte Auswahl aus einer riesigen Datenmenge bieten. Gezielt suchen, treffsicher finden – das ist die grosse Chance für Auftraggeber UND Anbieter. Vorbei sind die Zeiten, in denen Nachfrage und Angebot nur in seltenen Fällen im selben Moment übereinstimmen.

Und Sie?

Stehen Sie vor der Herausforderung, eine geeignete Fachperson für eine Beratung oder PE-Massnahme zu finden? Dann nutzen Sie auch die erweiterten Möglichkeiten der neuen Medien. Schreiben Sie Ihr Vorhaben kostenlos und anonym aus oder recherchieren Sie direkt in einer passenden Datenbank. Über ein entsprechendes Portal erreichen Sie mit wenigen Mausklicks eine grosse Anzahl kompetenter Fachpersonen in der ganzen Schweiz. ●

Tipps für die Suche einer Fachperson

Je genauer Sie das Problem definieren und eingrenzen, desto eher finden Sie den passenden Dienstleister.

Entscheidend ist, dass Sie das Projekt vorgängig detailliert beschreiben:

- Welches Problem ist in meinem Unternehmen aufgetreten?
- Welche Lösung strebe ich als Unternehmer an?
- Was kann und will ich an Zeit und Geld in das Projekt investieren?
- Habe ich Wünsche in Bezug auf das Profil der gesuchten Fachperson?

Die gezielte Suche kann anhand dieser Vorüberlegungen zum Beispiel über den Beratungspool erfolgen. Möglich sind die selbstständige Recherche in der Datenbank oder die Projektausschreibung.

Es empfiehlt sich, eine Vorauswahl von ungefähr drei potenziellen Anbietern zu treffen, die zu einem Erstgespräch eingeladen werden. In eine optimale Vorauswahl fliessen die Vorüberlegungen zum Projekt und die Qualitätsmerkmale professioneller Anbieter ein.

Fragen zu ausgewählten Qualitätsmerkmalen:

- Ist das Angebotsspektrum des Anbieters klar umrissen? Erkennt man seine Kernkompetenzen?
- Ist das Profil des Anbieters kongruent in Bezug auf Ausbildung, Angebotsspektrum und Erfahrung?
- Ist der Anbieter Mitglied in einem Verband?
- Wie sind seine Referenzen und Erfahrungen mit ähnlichen Aufträgen?

Durch die systematisierte Suche finden Sie mit vertretbarem Aufwand den optimalen Anbieter für das jeweilige Projekt, denn der Schlüssel des Erfolgs einer PE-Massnahme liegt in der Passung zwischen Unternehmen, Aufgabe und Fachperson.

Olivier Inhelder



ist Geschäftsführer der Beratungspool AG. Als Organisationsberater und Weiterbildungsmanager unterstützt er Auftraggeber bei der Planung von Beratungs- und Personalentwicklungsprojekten und hilft beim Finden eines geeigneten Dienstleisters für das Vorhaben.

Stephanie Fehr



ist Praktikantin bei der Beratungspool AG. Sie schloss Ende Mai an der Universität Basel ihren Bachelor in Psychologie mit dem Schwerpunkt Sozial- und Wirtschaftspsychologie ab. Vor dem Masterstudium sammelt sie praktische Erfahrungen in der Personal- und Organisationsentwicklung.

Weitere Informationen

Beratungspool AG
Telefon +41 (0) 61 683 32 05
office@beratungspool.ch
www.beratungspool.ch