

MBI EINKÄUFER IM MARKT

Mit Content von Dow Jones

STRATEGIEN | MÄRKTE | ROHSTOFFE

Montag, 1. Februar 2021 | Nr. 3

D 14007

Digitale Plattform für den Beratungseinkauf White Label Advisory setzt auf Klasse statt Masse

White Label Advisory ist ein junges Start-up aus Hamburg. Es bringt auf seiner digitalen Plattform Unternehmen, die Beratungsleistungen einkaufen wollen, mit Beratern zusammen (<https://www.whitelabeladvisory.de/>). Das Besondere dabei: „Wir zielen mit unserem Angebot auf den Mittelstand ab“, wie **Philipp Maier** im Gespräch mit MBI Einkäufer im Markt sagte. Er hat mit seinem Kompagnon **Philipp Weber** vor zwei Jahren White Label Advisory gegründet.



Philipp Maier
Foto: privat

Ein weiteres Alleinstellungsmerkmal sieht Maier darin, dass WLA nicht mit Freelancern zusammenarbeitet. „Wir haben nichts gegen Freelancer. Aber es gibt schon viele

Plattformen, die die Dienste von Freien vermitteln. Wir arbeiten dagegen mit einem Netzwerk von vorausgewählten, mittelständischen Beratungsunternehmen zusammen, die schon seit Jahren am Markt sind und für deren Qualität wir einstehen können. Klasse statt Masse, heißt unsere Devise.“

Die beiden Phillips haben in ihrem Netzwerk aktuell 40 Beratungsfirmen und kennen jeden Geschäftsführer davon persönlich, wie sie versichern. Das sei in diesem Geschäft besonders wichtig, erläutert Maier: „Unternehmensberater ist keine geschützte Berufsbezeichnung. Deshalb versuchen wir, so viel wie möglich über die Beratungen, mit denen wir zusammenarbeiten wollen, in Erfahrung zu bringen.“

Der Betriebswirt Maier und der Jurist Weber kommen beide aus dem IT-Beratungsgeschäft. Der Anstoß zur Gründung eines eigenen Unternehmens kam bei der Arbeit mit Kunden. Da seien häufig Fehler gemacht worden, wie Maier am Beispiel einer Berufsgenossenschaft erläutert. Eigentlich sollte er dort nur als Berater in einem Reorganisationsprojekt mitarbeiten.

„Aber dann hieß es: Wenn Sie sowie so schon mal da sind, können Sie sich auch gleich um den Relaunch unserer Website kümmern. Ob ich fachlich dafür geeignet war und unter Umständen auch zu teuer, darüber hat man sich keine Gedanken gemacht.“

Aus Erfahrungen wie dieser heraus gründeten Maier und Weber schließlich White Label Advisory. Sie sehen viel Potenzial im mittelständischen Beratungsgeschäft: „Das wird in den Unternehmen oftmals nicht genutzt. Am Ende bekommen meistens doch die großen Player den Auftrag“, sagt Maier. Oftmals werde die Einkaufsabteilung nicht informiert – nicht aus Vorsatz, sondern eher, weil es intern keine verbindlichen Regeln für die Ausschreibung von Beratungsleistungen gebe.

Unternehmen können Aufträge auf Plattform platzieren

In diese Lücke stößt WLA. „Wenn beispielsweise ein Kunde einen Berater für 15 Tage Projektunterstützung sucht, kann er den Auftrag auf unserer Plattform platzieren. Der ist für alle bei uns angeschlossenen Beratungen sichtbar und die können dann entscheiden, ob sie dafür die Kapazitäten haben und ein Angebot abgeben sollen. Wir machen Angebot und Nachfrage transparent“, erklärt Maier das Geschäftsmodell.

White Label Advisory stellt ihren Klienten alle durch die jeweils ausgesuchten Berater erbrachten und abgenommenen Tage auf Tages-

satzbasis in Rechnung. Die Kunden erhalten – wie in einem 1-Kreditoren-Modell – eine monatliche Sammelrechnung über alle erbrachten Leistungen. Zwischen den Klienten-Preisen und den Preisen, die die Beratungen WLA in Rechnung stellen, liegt eine Marge von 15 Prozent. „Das ist marktüblich und für beide Seiten von vornherein bekannt und transparent“, sagt Maier.

Berater suchen nach neuen Vertriebswegen

Das Start-up profitiert nach Maiers Worten in gewisser Weise von der Corona-Pandemie: „Weil sie nicht mehr einfach so zu den Kunden fahren können, suchen viele Berater nach neuen Vertriebswegen. Und da bietet sich White Label Advisory an.“ Die Bandbreite der Aufträge reicht von Rechtsdienstleistungen über Automobilprojekte bis zu Prozess-Redesign in der Kosmetikindustrie. Ein größerer Auftrag ist ein technisches Projektmanagement im Glasfaserausbau, der über zwei Jahre läuft.

„Aktuell sind wir in einer öffentlichen Ausschreibung in Hamburg mit einem Volumen um die sieben bis acht Millionen Euro“, verrät Maier. Projekte solcher Größenordnung seien früher an die Roland Bergers oder McKinseys dieser Republik vergeben worden. Aber mittlerweile wollten viele Auftraggeber auch mit mittelständischen Beratern zusammenarbeiten.

Mark Krieger

Aus dem Inhalt

Führungswechsel	2
BME mit Frau an der Spitze	
Kompetenzen	4
„Global Mindset“ ist wichtig	
Nachhaltigkeit	6
Besser proaktiv	
Kunststoff	8
Rezyklat könnte knapp werden	
Edelstahl	10
„Es herrscht ein Tsunami“	