



## PRESSEMELDUNG

### Umfrage zum Einkauf von Beratungsleistungen: Mangelnde Anbieter-Vielfalt als größtes Problem identifiziert

- 52% der befragten Teilnehmenden aus der Zielgruppe Einkauf und Projektleitungen empfinden es als größte Herausforderung, dass Projektanfragen nur an „etablierte“ Beratungen gehen
- Mehr als ein Drittel der Befragten sehen fehlende Strategien im Einkauf von Beratungsleistungen und mangelnde Bewertungsmöglichkeiten eingesetzter Dienstleister als weitere Probleme an
- Online-Umfrage von White Label Advisory im Rahmen des Webinars „Bye Bye 90er-Jahre Consulting | 10 Fehler im Beratungseinkauf“ im Zeitraum März Februar – Juli 2021

Hamburg, 27. Juli 2021 | Die mangelnde Anbieter-Vielfalt ist das größte Problem im Einkauf von Beratungsdienstleistungen. Zu diesem Ergebnis kommt eine aktuelle Umfrage von White Label Advisory, der führenden Plattform für die Vermittlung und Abrechnung mittelständischer Beratungsunternehmen. 52% der befragten Fach- und Führungskräfte gaben an, dass es für ihre Organisation die größte Herausforderung sei, dass Projektanfragen nur an „etablierte“, Beratungen gehen. Damit bestätigten die Befragten den Wunsch nach einer größeren Unabhängigkeit von den bestehenden Vertragspartnern und einer stärkeren fachlichen Vielfalt im Beratungsangebot. Befragt wurden mehr als 155 Teilnehmende des von White Label Advisory zwischen März und Juli 2021 durchgeführten Webinars „Bye Bye 90er-Jahre Consulting | 10 Fehler im Beratungseinkauf“.

„Oftmals werden von Unternehmen noch immer die Beratungen oder Freelancer beauftragt, die die Unternehmensprozesse aus der Historie kennen“, erklärt Philipp Maier, Gründer und Geschäftsführer von White Label Advisory. Zwar sei Beratung „People-Business“ und Vertrauen und Branchen-Kennntnis ein wesentlicher Faktor für den Beratungserfolg, dies schließe jedoch nicht aus, dass auch neue Anbieter frische Impulse in ein Beratungsmandat mit einbringen sollten. Dass die mangelnde interne Anbieter-Vielfalt als größtes Problem wahrgenommen wird, zeige, dass das Bewusstsein für mehr Transparenz und Wettbewerb da sei, so Maier weiter. Interne Beauftragungsprozesse seien aber oftmals noch zu komplex, um bedarfsweise den jeweils am besten geeigneten Beratungsdienstleister am Markt zu finden.

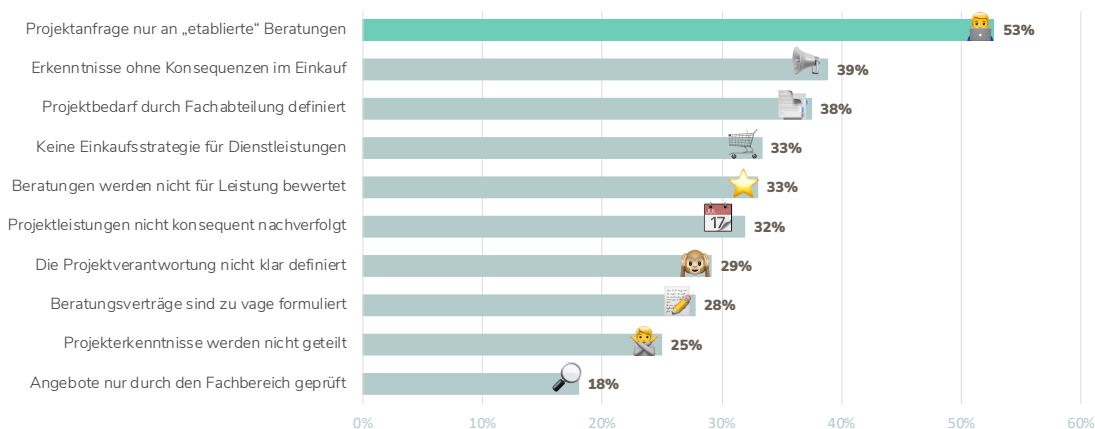
„Eine gute Einkaufsstrategie für Beratungsleistungen sollte daher mindestens drei Funktionen abdecken: 1. Die „Schutzschild“-Funktion, mit der sich Einkaufsabteilungen vor unqualifizierten Anfragen schützen und das Qualitätsrisiko reduzieren. 2. Die „Entdecker“-Funktion, durch die das bestehende Lieferanten-Netzwerk durch vorqualifizierte Dienstleister erweitert wird. Und 3. die „Challenger“-Funktion, wodurch bestehende Rahmenvertragspartner punktuell fachlich und kommerziell herausgefordert werden.“

Mehr als 33% der Befragten sehen solch eine fehlende Einkaufsstrategie für Beratungsleistungen als ein weiteres Problem im Einkauf von Consulting- oder IT-Dienstleistungen an. Genauso viele der Teilnehmerinnen und Teilnehmer geben zu, dass keine Bewertung der erbrachten Beratungsleistungen erfolgt und der „Return on Consulting Investment“ damit in der Regel unbekannt bleibt.

Weitere spannende Ergebnisse: 39% der Befragten bestätigen, dass Erkenntnisse in der Zusammenarbeit mit Beratungen ohne Konsequenzen im Einkauf bleiben. Organisationen ziehen aus Projektergebnissen fachliche Schlüsse, setzen die gewonnene Erkenntnisse in der Zusammenarbeit und Steuerung mit externen Dienstleistern aber nicht im Sourcing neuer Beratungsleistungen um, interpretiert Philipp Maier das Ergebnis und beschreibt dies als ein „Vergabe-wie-immer-Prinzip“. Hinzu kommt, dass 38% ein Problem darin sehen, dass Beratungsbedarfe nur durch den Fachbereich definiert werden. Ausschreibungen, die von solch einem „Silo-Denken“ geprägt sind, würden in den meisten Fällen die Beauftragung von „Best-Buddy-Projekten“ ohne Mehrwert für das gesamte Unternehmen erleichtern, so Maier.

## Die Top 10 Fehler im Beratungseinkauf?

### Mangelnde Anbieter-Vielfalt ist das größte Problem.



n = 155 Umfrage-Teilnehmerinnen & Teilnehmer im Rahmen der White Label Advisory Webinare „Bye Bye 90er-Jahre Consulting | 10 Fehler im Beratungseinkauf“ im Zeitraum März – Juli 2021. Mehrere Antworten zulässig; insgesamt 236 abgegebene Antworten. Frage: „Welche der typischen Fehler im Beratungseinkauf haben aus Ihrer Sicht den größten negativen Einfluss auf die Zusammenarbeit mit externen Beratungen? (Multiple Choice)“.

Fazit: Der Einkauf und die Steuerung von Beratungsleistungen sind komplexer als es auf den ersten Blick scheint. Ohne ein „Finger-Pointing“ zu betreiben, wo oder durch wen im Einkauf von Beratungsleistungen Fehler entstehen, lassen sich neue Impulse für ein (noch) besseres Zusammenarbeiten zwischen Unternehmen und Beratungsdienstleistern finden.

Die Steigerung der Dienstleister-Vielfalt durch eine klare Einkaufsstrategie für Beratungsleistungen, gepaart mit einer internen Governance zur Ausschreibungserstellung, einer quantitativen und qualitativen Bewertung erbrachter Leistungen sowie der kontinuierlichen Berücksichtigung gewonnener Erkenntnisse bei zukünftigen Vergaben sind konkrete Lösungsansätze, um den identifizierten Problemen zu begegnen.



## ÜBER DIE UMFRAGE

n = 155 Umfrage-Teilnehmerinnen und Teilnehmer der Zielgruppe Einkauf und Projektleitungen im Rahmen des White Label Advisory Webinars „Bye Bye 90er-Jahre Consulting | 10 Fehler im Beratungseinkauf“ im Zeitraum März – Juli 2021. Mehrere Antworten zulässig; insgesamt 236 abgegebene Antworten auf die Frage: „Welche der typischen Fehler im Beratungseinkauf haben aus Ihrer Sicht den größten negativen Einfluss auf die Zusammenarbeit mit externen Beratungen? (Multiple Choice)“.

## ÜBER WHITE LABEL ADVISORY

White Label Advisory ist die führende Plattform für die Vermittlung und Abrechnung mittelständischer Beratungsunternehmen. Wir glauben, dass der Einkauf und der Vertrieb von Beratungsleistungen transparent, kompetenzgetrieben, nachhaltig und technologiegestützt erfolgen sollte. Deshalb verbindet White Label Advisory die ausgezeichnete Beratungsqualität seiner angeschlossenen Beratungsunternehmen mit innovativen Technologien und Vertriebsansätzen, um die passenden Beraterinnen und Berater für die Projekte unserer Kunden zu finden. Unternehmen jeder Größe und Branche - vom Start-Up bis zum DAX-Konzern - schätzen die hohe Qualität, garantierte Verfügbarkeit und finanzielle Planbarkeit von White Label Advisory und können so optimale Projekterfolge erzielen. Das kuratierte Advisory-Netzwerk umfasst derzeit mehr als 2.100 Beraterinnen und Berater von über 55 Beratungshäusern und wächst täglich. White Label Advisory wurde Mitte 2019 von Philipp Maier (ex Horváth & Partners) und Philipp Weber (ex Ginkgo Consulting) in Hamburg gegründet.

## PRESSEKONTAKT

Philipp Maier | Co-Founder & Geschäftsführer

E-Mail: [pmaier@whitelabeladvisory.de](mailto:pmaier@whitelabeladvisory.de) | Mobil: +49 176 61 56 3778

Weitere Informationen & Bildmaterial zum Download unter: [www.whitelabeladvisory.de/de/presse](http://www.whitelabeladvisory.de/de/presse)