

Halten Sie die klassischen Honorarmodelle der Personalberater noch für zeitgemäß?

„Eigentlich würde ich ja sehr gerne mit Ihrer Personalberatung die Stelle besetzen. Ihre Arbeitsweise ist professionell, ihre Branchenkenntnisse helfen uns sicher weiter und auch persönlich können wir uns das gut vorstellen. Aber bei Ihren Honorarforderungen und den Konditionen kommen wir leider nicht zusammen. Das ist uns zu teuer und nicht darstellbar. Dann versuchen wir es lieber nochmal selbst.“



So oder so ähnlich verlaufen viele Akquise-Versuche von Personalberatern im Sande. Oft erst nach zahlreichen Kontaktaufnahmen, zähen Verhandlungen und viel zeitlichem Aufwand für alle Beteiligten. Der potentielle Kunde ist genervt, der Personalberater gefrustet, aber ein Lerneffekt tritt bei ihm selten ein. Was läuft da eigentlich schief? Vor dem Hintergrund, dass die Kernleistungen der etablierten Personalberatungen nahezu deckungsgleich und kaum abgrenzende Leistungsmerkmale erkennbar sind reduziert sich fast alles auf die Person des Beraters (Hinreichende Bedingung) und vor allem um das angebotene Honorarmodell (Notwendige Bedingung).

Genau da liegt das Problem. Die seit Ewigkeiten von Beratungsgesellschaften eingepflegten und geforderten Drittel-Regelungen, die Berechnung der Honorare auf der Basis prozentualer Anteile (30%-35%) an den Brutto-Jahresgehältern sowie das krampfartige Festhalten an intransparenten Mindesthonoraren sind immer schwerer durchsetzbar. Das klappt vielleicht noch bei wenigen hochbezahlten Topmanager-Mandaten und preisunsensiblen Auftraggebern, aber schon lange nicht mehr bei Mandaten auf der 2. und 3. Führungsebene. Kunden ziehen da nicht mehr mit und die Verhandlungen enden zumeist wie oben beschrieben.



Was es braucht sind neue, innovative Ansätze für die Honorierung von Personalberatungsdienstleistungen. Ansätze, die für Kunden nachvollziehbar, transparent und vor allem nutzenorientiert sind. Was interessiert es einen potenziellen Auftraggeber, wie groß die Personalberatung ist, wie viele Standorte, Mitarbeiter oder eigene Researcher sie hat? Es geht um gute Kandidaten, Schnelligkeit und vor allem vertretbare Kosten für die Suche.

Wie nutzenorientierte Honorarmodelle in der Personalberatung aussehen können machen Anbieter unterschiedlicher Branchen, die aber auch täglich mit Menschen zu tun haben, schon seit Jahren vor. Bei allen bekannten Fluggesellschaften wählt man bei der Buchung zwischen First Class, Business Class oder Economy aus. Andere nennen diese Pakete „BEST“, „SMART“ und „BASIC“. Man hat die Wahl der Sitzplatzgröße, der Sitzreihe, der Verpflegung und des Serviceangebotes inklusive Priority-Check-in und Lounge-Zutritt am Flughafen. Selbst die Deutsche Bahn bietet nutzenorientierte Angebote wie die Bahncard 25, 50 oder 100 mit allen dazugehörigen Features. Sowi wäre für Personalberater auch problemlos und modulartig darstellbar und der Kunde wählt selbst den Umfang der gewünschten Dienstleistung. Zu den entsprechenden Preisstufen. Bei Fußball-Bundesligavereinen verkauft man Tagestickets, Blocktickets für mehrere Spiele oder Jahreskarten. Im Opern-

oder Schauspielhaus ebenfalls. Je länger/öfter man als Kunde eine Leistung in Anspruch nimmt desto günstiger wird sie. "Zeitabhängige Pauschalhonorare" wären auch für Personalberatungen problemlos übertragbar. Auch das Modell der Honorierung auf Basis von Tagessätzen oder sogar Stundensätzen, wie es Werbeagenturen und die strategischen Unternehmensberatungen praktizieren, ist ein möglicher Ansatz. Kunden zahlen dann wirklich nur für tatsächlich geleistete Arbeit, also „zeitabhängig“ und nicht wie bisher üblich „gehaltsabhängig“. Wieso soll denn auch das Beratungshonorar für die nahezu gleiche Leistung einmal 30.000 € und beim nächsten Mal 50.000 € betragen, nur weil das angedachte Jahresgehalt in diesem Fall höher ist. Natürlich kann dann ein schnell abgeschlossenes Suchmandat auch mal preisgünstig sein und die Personalberatung kann nicht ganz so viel in Rechnung stellen. Was soll's? Der zufriedene Kunde wird es ihm danken und ihn wieder beauftragen. Und er wird es dem Berater nicht verübeln, wenn ein kompliziertes Mandat auch mal länger dauert. Kunden zahlen mit Vertrauen und Loyalität zurück. Das war schon immer so.



Achim Hoss (53) arbeitet als Gründer und Inhaber bei der Personalberatung BESTbesetzung in Meerbusch bei Düsseldorf und ist dort auf die Besetzung von Führungspositionen in der FMCG-, Nahrungs-, Getränke- und Genussmittelindustrie spezialisiert. Vorher war er u.a. 15 Jahre in unterschiedlichen Führungspositionen in der Konsumgüterindustrie tätig und kennt Personalberatungen sowohl aus der Berater- als auch aus der Kandidatenperspektive. Sie erreichen ihn unter hoss@bestbesetzung.com oder telefonisch unter 0172-212 64 98.



BESTbesetzung