

Interview mit Roland Pietzcker

Beratungsleistung für den Kunden

Im Rahmen einer Studie der Universität der Bundeswehr München wurde der Markt für Personalberatungsleistungen in der Verpackungsindustrie untersucht. Die „neue verpackung“ sprach mit Roland Pietzcker, Partner der Societät für Unternehmens- und Personalberatung in Starnberg.



Roland Pietzcker (45) ist Partner der Societät für Unternehmens- und Personalberatung in Starnberg. Sein Schwerpunkt liegt auf der Personalberatung für die Druck-, Faltschachtel-, Display- und Verpackungsmaschinenbauindustrie (pietzcker@societaet.de).

> **neue verpackung:** Herr Pietzcker, worin liegen Ihrer Meinung nach die wesentlichen Vorteile bei der Personalgewinnung mit Hilfe eines Personalberaters?

> **Roland Pietzcker:** Zwei wesentliche Vorteile lassen sich herausstellen. Zum einen berät der Personalberater als externe Kapazität das Unternehmen in allen Phasen der Personalgewinnung. Er bringt dabei seine, durch branchenweite Aktivitäten erworbene Erfahrung und den damit verbundenen Weitblick, den ein Unternehmen durch seine Innensicht häufig nicht haben kann, in die Beratungsleistung mit ein. Dies minimiert Fehler von der Vorbereitung der Personalgewinnung bis zum Auswahlprozess. Zum anderen liegt ein Vorteil in der Bewerberbasis des Personalberaters begründet. Durch die Direktsuche und -ansprache tritt er in Kontakt zu qualifizierten Kandidaten, die sich ihrerseits nicht aktiv um eine neue Position bemüht hätten. Damit bietet der Personalberater dem Kunden nicht lediglich den besten der sich zu diesem Zeitpunkt neu orientierenden Be-

werber, sondern den Kandidaten, der branchenweit die Anforderungen der Position optimal erfüllt und am bestens zum Unternehmen des Kunden passt.

> **neue verpackung:** Nach den vorliegenden Ergebnissen aus München haben branchenspezialisierte Beratungsunternehmen eindeutige Wettbewerbsvorteile. Sie sind nicht nur nach eigenen Angaben unter den branchenspezialisierten Beratungen das marktführende Unternehmen für die Verpackungsindustrie. Wie interpretieren Sie Ihre Leistung vor dem Hintergrund der Studie?

> **Roland Pietzcker:** Viele Unternehmen der Branche haben erkannt, dass die zeitgerechte und adäquate Verfügbarkeit von qualifizierten Mitarbeitern ein entscheidender Wettbewerbsvorteil ist. Vakanzen im Bereich der Fach- und Führungskräfte kosten Marktanteile, gehen zu Lasten der Qualität der Produkte und Dienstleistungen und verhindern das Freisetzen innovativer Potentiale der eigenen Organisation, zusammenfassend kosten sie Geld. Die Societät sieht sich dabei nicht als reiner Personalvermittler, sondern sie gewährleistet eine Beratungsleistung, die an den Bedürfnissen des Kunden ausgerichtet ist. Es sind daher gerade die erfolgreichen und marktbedeutenden Unternehmen, die dies erkannt haben und daher zu unseren Kunden zählen. Der Preis der Beratung wird dabei als Investition in die Zukunft des eigenen Unternehmens gesehen.

> **neue verpackung:** Nachgehakt: vor allem Professionalität ist der Erfolgsfaktor für Personalberater. Wann ist ein Personalberater professionell?

> **Roland Pietzcker:** Unternehmen beauftragen einen Personalberater immer dann, wenn die eigenen Kapazitäten für die Personalsuche nicht ausreichend sind, das Suchfeld sehr diffus ist und die vakante Position eine entsprechende

Personalberatung – kompetent und professionell

„Personalberatung“ ist, nach einer Studie der Universität der Bundeswehr München (wir berichteten im letzten Heft), innerhalb der Verpackungsindustrie ein fester Bestandteil des Dienstleistungsangebotes. Wir möchten an dieser Stelle nochmals die zentralen Aussagen dieser Studie in Erinnerung rufen: Unternehmer greifen auf einen Personalberater zurück, wenn sie die vorhandenen Kapazitäten und/oder die eigenen Kompetenzen als nicht ausreichend einschätzen. Der Preis der Leistung spielt dabei nur untergeordnete Rolle. Als Dienstleister wird dabei nur der Berater wahrgenommen, der durch seine beruflichen Erfahrungen, die dabei erreichten Positionen, seine Branchenkenntnis und seine soziale Fähigkeiten als kompetenter Ansprechpartner der Unternehmen fungieren kann. Gleichzeitig wird auf professionelle Leistungserbringung geachtet, da der Unternehmer nur in diesem Fall die Erreichung bestimmter Qualitätsstandards als gewährleistet ansieht. Der so als kompetent und professionell qualifizierte Berater beschränkt sich auf seine Kernkompetenzen, weiterführende und ergänzende Beratungsleistungen werden von Kunden nicht nachgefragt oder als fester Bestandteil der Kernleistung erwartet.

Wichtigkeit besitzt. Das Ergebnis der Leistung muss dabei stimmen. Der professionelle Berater kennt die Branche in ihren Feinheiten und Besonderheiten, verfügt über ähnliche Management-erfahrungen wie der ihn beauftragende Unternehmer und gewährleistet durch die hinter ihm stehende Organisation professionelles Projektmanagement sowie Diskretion im Rahmen der Suche und Seriosität in der Zusammenarbeit mit seinem Kunden. Weiterhin sollte der professionelle Berater aufgrund seiner Ausbildung und seines Werdegangs in der Lage sein, mit Spezialisten und Führungskräften unserer Branche ein adäquates Karrieregespräch zu führen.

> **neue verpackung:** Die Studie hat als ein wesentliches Ergebnis gezeigt, dass die Kosten der Beratung im Entscheidungsprozess des Unternehmens eine untergeordnete Rolle spielt. Hat Sie dies überrascht?

> **Roland Pietzcker:** Nein, überhaupt

nicht. Auch aus unserer Erfahrung ist das Honorar, das in Relation zu unserer Leistung angemessen ist, im Rahmen der Akquisition das geringste Problem. Wer durch Leistung überzeugt wird, auch entsprechende Preise am Markt durchsetzen.

> **neue verpackung:** Warum war dann dennoch in den letzten Jahren im Zuge der konjunkturellen Schwäche in der gesamten Beratungsbranche ein stärkerer Preisverfall zu verzeichnen?

> **Roland Pietzcker:** Der Preis ist im Rahmen der unternehmerischen Tätigkeit lediglich eine gestalterische Komponente. Generell werden weniger professionelle Personalberater bzw. -vermittler alleine den Preis als Akquisitionsargument einsetzen. Diese Berater sind nicht in der Lage ein Qualitätsversprechen abzugeben, da ihnen die fundierten Branchenkenntnisse fehlen, sie nicht über eigene Managementenerfahrungen auf unternehme-

rischen Niveau verfügen und nicht durch ein professionelles Back-Office unterstützt werden. Dieser Preiswettbewerb ist in den letzten Jahren hartnäckig geführt worden, hat in weiten Teilen des Marktes zu erheblichen Preiseinbrüchen geführt. Preispolitische Unarten führen letztlich dazu, dass Billiganbieter einen erhöhten Auftragsbestand mit einem Leistungshonorar auf Erfolgsbasis bearbeiten. Sie können sich vorstellen, dass sowohl der Bewerber als Mensch, als auch der Kunde als Partner auf der Strecke bleiben. Alle Marktteilnehmer laufen dabei Gefahr das heute positive Image der Personaldirektsuche in der Verpackungsindustrie zu verspielen und Zustände wiederherstellen, die mit einer seriösen und fairen Personalbeschaffungskultur nichts mehr gemein haben. >|

neue verpackung >

Mit Deutschlands führender Verpackungszeitschrift* finden Sie Fachkräfte und Spezialisten für Ihr Unternehmen.

Nutzen Sie unsere Karriere-Seiten mit anschließendem Stellenmarkt für Ihre Personalwerbung!

> redaktionelle Seite „Karriere“

Kontakt: Redaktion:
Matthias Mahr
Tel.: 0 62 21/489-213, Fax: -481
m.mahr@huethig.de

neue verpackung
Im Weiher 10
69121 Heidelberg
www.neue-verpackung.de

> Personalanzeigen online unter
www.neue-verpackung.de

Anzeigenverkauf:
Karin Weisshaupt
Tel.: 0 62 21/489-298, Fax: -481
k.weisshaupt@huethig.de

In Kooperation mit Jobware



* lt. vu meynen, 1-12/2003: 364 Anzeigenseiten, 656 Inserate