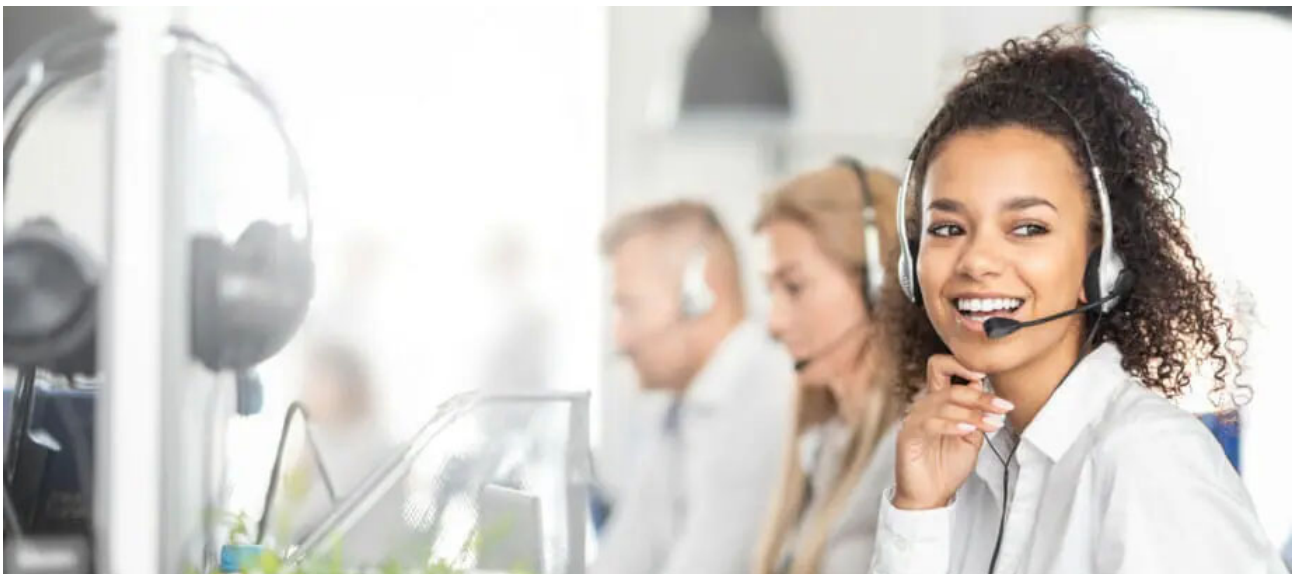


21.02.2023 – Kategorie: [IT](#)

## Outsourcing: 4 wichtige Maßnahmen, um neue Partner zu finden



**Ab dem 27. Februar 2023 heißt es auf der Kongress-Messe CCW in Berlin: Karten mischen und Outsourcing neu vergeben. Dank dem E-Commerce-Wachstum verzeichnen Outsourcing-Service-Provider steigende Umsätze. Mit diesen vier Stellschrauben finden Händler den richtigen Partner.**

### Kultur: Outsourcing-Partner gewinnen anstelle Aufträge erteilen

Einerseits erleben Outsourcing-Service-Betreiber eine hohe Nachfrage nach ihren Leistungen. Vertrieb und Service wandern in Europa getrieben von Corona ins Netz. Damit einher geht die Kommunikation. Chat, E-Mail, Telefon wachsen weiter. Die Gesprächsminuten stiegen in Deutschland 2021 auf rund eine Milliarde täglich an. Das entspricht einer Zunahme von ca. 25 Prozent in den letzten zehn Jahren. Andererseits stehen die Anbieter vor einem leergefegten Arbeitsmarkt. Als Folge picken die Dienstleister nur noch nach den saftigsten Kirschen. Ihre Marktmacht nimmt zu. Motto: Ein Auftraggeber bewirbt sich bei uns. Wir wählen aus.

Parallel wandelt sich unsere Kultur. Das Prinzip „I say, you do“ funktioniert in unserer Gesellschaft höchstens noch bedingt. Gleichberechtigung lautet die Devise. Das gilt sowohl im Privat- als auch im Geschäftsleben. Was heißt das konkret für Outsourcing-Vorhaben? Kluge Unternehmen schaffen von Anfang an einen gleichberechtigten Prozess auf Augenhöhe. Der Auftraggeber von heute gewinnt Partner für sich!

|                                                            | <b><u>I say, you do</u>-Welt</b>                   | <b>Partner-Welt</b>                                                                      |
|------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|
| Verschwiegenheitserklärung/<br>Geheimhaltungsverpflichtung | Einseitig für<br>Lieferanten                       | Beidseitig                                                                               |
| Ausschreibung/Einladung zur<br>Angebotsabgabe              | Wir erwarten ...                                   | Für eine gute<br>Zusammenarbeit<br>benötigen Sie von<br>uns ... und wir von<br>Ihnen ... |
| Verhalten im Unternehmen                                   | Wir erwarten, dass<br>Anbieter auf uns<br>zugehen. | Wir gehen aktiv auf<br>potenzielle Partner<br>zu.                                        |

*Drei Prüfpunkte im Auswahl-Prozesse als Selbstcheck für jeden Leser. (Grafik: Eisa)*

## Personal: Externe Fachkräfte für sich einnehmen

Allerorts erklingt in Deutschland die Klage vom Mangel an Fachkräften in Dauerschleife. Das betrifft ebenfalls Anbieter von Outsourcing. Wegen des demographischen Wandels fehlt Personal. Das gilt ganz besonders im deutschsprachigen Nearshore-Geschäft. Der nächste Job liegt nur einen Klick entfernt. Weise Auftraggeber erkennen darin auch das eigene Problem. Kein Anbieter vermag eine nicht-vorhandene Kapazität zu stellen. Daher sprechen vorausschauende fremdvergebende Unternehmen früh offen mit dem potenziellen Outsourcing-Partner: Wie gelingt es, den externen Arbeitsplatz gemeinsam so attraktiv wie möglich zu gestalten?

Worin besteht der Reiz für einen Mitarbeiter, bei einem Call-Center-Betreiber ausgerechnet für einen Auftraggeber aus dem E-Commerce zu arbeiten? Gibt es beispielsweise Rabatte, Gimmicks, Gleichstellung mit internen Einheiten beim Fremdvergebenden oder andere Vorteile? Wie gut funktioniert das Onboarding für neue externe Mitarbeiter in Zeiten von Home-Office und virtueller Arbeit? Krasses No-Go: Ein 16-stündiges Trainingsvideo vom letzten Onboarding in Präsenz mit schlechter Tonqualität. So etwas empfinden Menschen zu Recht als Horror! Besser sind Schulungsvideos in praktischen Sequenzen optimiert für kleinere Notebook-Bildschirme.

## Vendor Management: Wir arbeiten professionell zusammen

Ein gutes Vendor Management in einem Unternehmen wirkt nach innen und außen zum Outsourcing-Partner. Dienstleister finden schnell heraus, wie professionell ein Auftraggeber mit ihnen zusammenarbeitet. Damit ein Dienstleister gut arbeiten kann, braucht er einen Auftraggeber, der ihn steuert. Erfolg entsteht gemeinsam. Davon profitieren beide Seiten. Auftraggeber freuen sich über bessere Resultate im Outsourcing. Outsourcing-Partner schätzen aktive Klienten. Diese Partnerschaften halten besonders lange. Clevere Firmen investieren in ihr Vendor Management. So steuern sie Partner effektiver.

Das zeigt sich beispielsweise in einer besseren Qualität der Daten, mehr Verkäufen oder weniger Stornos. Menschen arbeiten (in der überwiegenden Mehrzahl) nicht mit Absicht falsch. Häufig wissen Menschen schlicht nicht über den besseren Weg Bescheid. Gute Vendor Manager erkennen solche Abweichungen schon früh. Dann greifen sie korrigierend ein. Unter dem Strich erhalten Auftraggeber bessere Resultate für weniger Geld. Falsche oder fehlerhafte Daten zu korrigieren, kostet mehr, als sie gleich richtig zu erfassen.

## Realismus: Beim Outsourcing auf dem Boden der Tatsachen bleiben

Übertriebene Werbeversprechen gehören zu Messen wie das Amen in die Kirche. Auch auf der [CCW 2023](#) in Berlin wird man die rosigsten Chancen ausmalen. Im Trubel werden die schönsten Projekte in Aussicht gestellt. Das gehört auf beiden Seiten, Verkäufer und Käufer, dazu. Wie wahrscheinlich ist es, 40 eloquente Computer-Wissenschaftler zu einem Stundenlohn von zehn Euro zu finden? Jeder perfekt in Deutsch und Englisch und sofort verfügbar? Erfahrene Manager wissen das. Sie bleiben auf dem Boden der Tatsachen. Sie fragen im Messe-Gespräch gar nicht erst nach den 40 eloquenten und sofort verfügbaren Computer-Wissenschaftlern. Was sollte ein Vertriebler auch in der „Wir-können-alles-und-noch-mehr-Messe-Situation“ voller Adrenalin antworten? Zumal vielleicht andere Menschen das Gespräch mitbekommen? Eben! Wenn Sie diese vier Stellschrauben in die richtige Position drehen, wird es mit dem neuen Outsourcing-Partner klappen.



Bernhard Gandolf ist Geschäftsführer der eisq GmbH. (Bild: eisq)

**Über den Autor:** Bernhard Gandolf ist seit 2009 Geschäftsführer der [eisq GmbH & Co. KG](#) in Osnabrück, die auf Beratung für Outsourcing spezialisiert ist.

Lesen Sie auch: [Fachkräftemangel Logistik: Viel Transportvolumen mit wenig Mitarbeitern](#)

Aufmacherbild: Redpixel – Adobe Stock

---

Teilen Sie die Meldung „Outsourcing: 4 wichtige Maßnahmen, um neue Partner zu finden“ mit Ihren Kontakten:



### Zugehörige Themen:

[Beratung | Consulting](#), [E-Commerce & Onlinehandel](#), [Kundenkommunikation](#), [Personal](#), [Training & Service](#)

---

[← zurück](#)

[weiter →](#)

---

## Ähnliche Artikel