

Zwischen Freelancern und Einkäufern

Immer mehr Unternehmen vertrauen den IT-Einkauf und die Steuerung von externen IT-Dienstleistern spezialisierten Anbietern von Third Party Management (TPM) an. Wie können sich IT-Freelancer und IT-Dienstleister am besten darauf einstellen?

Gerade bei großen Unternehmen summiert sich die Anzahl der beauftragten IT-Beratungs- und Dienstleistungsunternehmen schnell auf mehrere hundert Anbieter. Die Folge: hoher administrativer Aufwand sowie Undurchsichtigkeit bei Entscheidungs- und Abwicklungsprozessen. Häufig spielen bei der direkten Beauftragung durch die IT-Fachabteilung auch persönliche Netzwerke und individuelle Erfahrungen mit einem bestimmten Partner eine große Rolle. Immer mehr Unternehmen steuern gegen und lagern die operativen Einkaufsprozesse an einen Third Party Manager aus. Dieser fungiert als Service-Partner für alle Beteiligten: Einkauf und IT-Fachabteilung sowie IT-Dienstleister und Freelancer.

Auf Basis einer ABC-Analyse und weiterer Kriterien unterscheiden Einkäufer zwischen strategischen und nicht-strategischen Lieferanten. Eine wachsende Zahl an Unternehmen arbeitet auf der Grundlage von Rahmenverträgen mit einer Reihe bevorzugter Partner. Erstes Ziel dabei ist, langfristige Partnerschaften zu etablieren. Damit haben die Unternehmen den ersten Schritt zur Standardisierung von Einkaufs- und Abrechnungsprozessen bereits getan.

Die TPM-Agentur bündelt die verbleibenden Anbieter und übernimmt die bestehenden Lieferantenverhältnisse. Während des gesamten Beschaffungsprozesses kommt der Standardisierung dieser Verhältnisse entscheidende Bedeutung zu – angefangen von der Suche über die Vertragsgestaltung bis hin zur Abrechnung und zum Reporting. Schon deshalb verhandelt der TPM-Partner sämtliche Verträge mit den Lieferanten neu aus und ermöglicht so eine leistungsorientierte Beschaffung zu marktüblichen Konditionen. Dazu werden die Dienstleister definierten Leistungsklassen und Dienstleistungskategorien zugeordnet, die an feste Konditionen geknüpft sind. Präzise Leistungsbeschreibungen definieren, welche konkrete Qualifikation für eine bestimmte

Aufgabe benötigt wird. Meldet die Fachabteilung bei der Agentur Bedarf an, sucht diese nach dem Skill und nicht nach individuellen Personen.

Geht eine Suchanfrage ein, greift die TPM-Agentur zunächst auf ihren eigenen Pool qualifizierter Kontakte zurück – bei GFT ist das eine Datenbank mit mehr als 180.000 internationalen Profilen, davon sind rund 50.000 Profile von Beratern aus dem deutschsprachigen Raum. Freiberufler, die in diesen Expertenpool aufgenommen werden, haben gute Chancen, vermittelt zu werden! Der erste Schritt dazu ist die Online-Bewerbung auf der GFT-Website. Auch innerhalb des internen Unternehmensverbands, auf Networking-Plattformen wie XING und einschlägigen Freelancer-Portalen wie Resoom Projects werden die Vermittler fündig.

Der Auswahlprozess für die in Frage kommenden Kandidaten ist pragmatisch gestaltet: Der Vermittler sucht nach Profilen, die den Anforderungen des Auftraggebers am besten entsprechen. Im nächsten Schritt werden diese Kandidaten zu persönlichen Vorstellungsgesprächen eingeladen und erhalten jeweils die Chance, sich dadurch zu beweisen, indem sie ihre fachlichen Fähigkeiten wie ihre Projekterfahrungen überzeugend darstellen.

Für neue Ideen und Impulse, die in einem dynamischen Markt wie der IT unverzichtbar sind, sorgt ein gesunder Wettbewerb zwischen strategischen und nicht-strategischen Dienstleistern. Mindestens einmal im Jahr stehen die bevorzugten Anbieter auf dem Prüfstand. Anhand verschiedener Kriterien, wie z. B. Qualität, Service, Flexibilität, Preisgestaltung und Innovationskraft, wird die Leistungsfähigkeit jedes einzelnen Dienstleisters überprüft und mit denen der Mitbewerber verglichen. Das ist die Chance für besonders qualifizierte Agentur-Dienstleister, den Status Preferred Supplier aufrechtzuerhalten.

Von der Umstellung auf TPM erwarten sich Unternehmen nicht zuletzt Kosteneinsparungen. Das setzt die Preise unter Druck, da feste Honorarsätze häufig an eine Skill-Matrix geknüpft sind. Freiberufler tun deshalb gut daran, ihren Marktwert realistisch zu kalkulieren. Es wird zunehmend entscheidend für sie sein, dauerhafte Netzwerke aufzubauen und verlässliche Partner zu finden. Wer loyal ist, wird auf lange Sicht den größeren Erfolg erzielen!



Über den Autor



Albrecht O. Öhring ist seit Oktober 2008 Geschäftsführer der emagine gmbh, einem führenden Dienstleister für Third Party Management. In den vergangenen

20 Jahren war er als Führungskraft und Berater in Einkaufsorganisationen verschiedener Dienstleistungsunternehmen tätig. Zuletzt leitete er den Einkauf von ITERGO, dem internen IT-Dienstleister der ERGO-Versicherungsgruppe, davor verantwortete er bei der Deutschen Bank international den Einkauf von IT- und Managementberatung. Öhring spezialisierte sich als Projektleiter bei Roland Berger auf Einkauf und Logistik.

Kontakt

E-Mail: Albrecht.Oehring@emagine.de

Über die emagine gmbh

Die emagine gmbh hat sich als Teil der GFT-Gruppe auf das Third Party Management spezialisiert, d. h. auf die vollständige Auslagerung des Beschaffungsprozesses nicht strategischer Lieferanten. Sie bietet Mittelständlern wie Konzernen gleichermaßen die Administration von freiberuflichen IT-Spezialisten und IT-Dienstleistungsunternehmen an. Ziel ist es, die Beschaffungs- und Prozesskosten des einkaufenden Unternehmens deutlich zu senken.

Kontakt

E-Mail: info@emagine.de

Web: www.emagine.de

Tipps für Freelancer

- Bewerben Sie sich über einschlägige Freelancer-Portale, Networking-Plattformen wie XING oder die Websites der TPM-Anbietern um die Aufnahme in deren Expertenpools.
- Pflegen Sie Ihr schriftliches Profil wie eine Visitenkarte: Es sollte fehlerfrei, übersichtlich formatiert, kurz, prägnant und aussagekräftig sein.
- In Ihr Profil gehören außerdem eine Auflistung bisheriger Projektinhalte inklusive technischer Umgebungen und benutzter Tools, Referenzen mit konkreten Ansprechpartnern sowie der Nachweis über eine kontinuierliche Weiterbildung.
- Die qualitativen Anforderungen an Freelancer steigen: Gefragt sind zwei bis drei Fachthemen bzw. Methoden.
- Auch Softskills sind entscheidend: Vorausgesetzt werden Teamarbeit, Integrationsfähigkeit, soziale Kompetenz und Kommunikationsfähigkeit.
- Punkten können Sie darüber hinaus mit Mehrsprachigkeit.