

27.09.10, foerderland.de

Interview mit Lasse Seidel, persofaktum.de

## **"Wettbewerber im originären Sinne haben wir mit unserem Modell meines Erachtens nicht"**

Mit persofaktum will Lasse Seidel den Markt der Personaldienstleistungen transparenter gestalten. Im Interview mit förderland stellt er sein Start-up vor, spricht er über das Geschäftsmodell und die Konkurrenzsituation.

## **förderland: Hallo Herr Seidel, stellen Sie sich doch bitte kurz unseren Lesern vor. Was waren die bisherigen Meilensteine Ihrer beruflichen bzw. unternehmerischen Laufbahn?**

**Lasse Seidel:** Ich habe klassisch Wirtschaftswissenschaften an der Fachhochschule in Köln studiert. Danach einige Erfahrungen im Bereich Unternehmenskommunikation und PR gesammelt. Im Anschluss habe ich als Key Account Manager Unternehmen unterschiedlichster Größe und Ausrichtung in den Themenfeldern Personalbeschaffung, Personalmarketing und Outsourcing von Recruiting-Prozessen beraten. Seit etwa 8 Monaten beschäftigen Stefan Jaeger und ich uns mit der Gründung und Umsetzung von "[persofaktum](#) – die Vermittlungsplattform für Dienstleistungen rund um das Personalwesen". Bisher definitiv die spannendste und herausforderndste Aufgabe.

## **Was bieten Sie Ihren Kunden?**

**Seidel:** Wir sind eine reine B2B-Plattform und bieten Unternehmen, die externe Dienstleistungen rund um das Personalwesen einkaufen, die Möglichkeit, diese anonymisiert auszuschreiben. Gleichzeitig haben die Dienstleister bzw. Erbringer dieser Leistungen ihrerseits die Möglichkeit sich anonymisiert darzustellen. Passen ein oder mehrere Gebote auf die Bedarfe des Ausschreibenden, kann dieser die Kontaktfreischaltung zu für ihn interessanten Geboten veranlassen.

Die Vorteile liegen für beide Parteien auf der Hand: Der Personaler/Entscheider im Unternehmen, der einen passenden Personalberater, ein spezielles Training oder Antworten auf operative Fragestellungen sucht, kann diesen Bedarf individuell aus- und ganz konkret beschreiben. Darüber hinaus wird die Planbarkeit deutlich erhöht. Er weiß ganz genau, wann die Ausschreibungsphase beendet ist und hat einen klar definierten Auswahlzeitraum, in welchem er die Gebote sichten kann.

Den größten Vorteil dürfte aber wohl die Vergleichbarkeit der eingegangenen Gebote darstellen. Die Gebote liegen nebeneinander und man sortiert einfach nach und nach – unter Berücksichtigung der wichtigsten Kriterien – aus. Den qualitativen Aspekt steuern wir u. a. über vorgegebene Kriterien.

Auf der anderen Seite hat der Dienstleister einen weiteren Akquisekanal, bei dem er den Kontakt direkt zum Ausschreibenden erhalten kann. Wird er ausgewählt, dann aufgrund seiner individuellen Angaben zum ausgeschriebenen Bedarf – somit ein qualitativ hochwertiger Kundenkontakt. Findet sein Gebot keine Berücksichtigung, werden auch keine weiteren Transaktionskosten fällig.

Darüber hinaus ist es sicherlich auch ein hoher Mehrwert, dass persofaktum für den größten Teil der im Personalwesen benötigten Dienstleistungen eine Ausschreibungsmöglichkeit bietet. Wir arbeiten hier aktuell in vier Bereichen (Modul 1 – Personalentwicklung, Modul 2 – Unternehmensberatung im Personalwesen, Modul 3 – Personalberatung/Headhunting, Modul 4 – Kandidatensourcing).

### **Wie ist die Idee zu persofaktum entstanden?**

**Seidel:** Wir waren beide der Meinung, dass man den Markt der Personaldienstleistungen transparenter gestalten müsse. Ideen oder Ansätze gab es schon früh und viele, auch in diversen Konstellationen. Die haben aber aus unterschiedlichen Gründen nicht gepasst. Gestartet sind wir dann vor knapp 8 Monaten.

Da haben Stefan Jaeger und ich uns hingesetzt, haben die einzelnen Ideen und Ansätze zusammengeführt und ausgearbeitet. Zielrichtung war es immer, eine Win-Win-Situation zu ermöglichen – natürlich nur, soweit die normalen Marktgesetze und die realen Geschäftsabläufe dies zulassen. Die Fragestellung war also, was ist zu berücksichtigen, wenn ein Mitarbeiter eines Unternehmens einen Bedarf an externen (Personal-)Dienstleistungen hat? Was ist wichtig, um diesen Bedarf zeitnah, transparent und vor allem passend zu erfüllen? Auf der anderen Seite: Wie schafft man es, auch dem Anbieter einer etwaigen Lösung eine passende und faire Plattform zu bieten? Und wie bleibt hier die Qualität oben?

Unser Vorteil war sicherlich, dass wir aufgrund unseres bisherigen Werdegangs bereits eine tiefe Expertise für den Personalmarkt entwickeln konnten und zwar sowohl durch die Personaler- als auch durch die Dienstleisterbrille gesehen. Die Berücksichtigung beider Perspektiven hat dann letztlich zu persofaktum in seiner heutigen Form geführt. Wir werden aber selbstverständlich in sehr kurzen Abständen die Prozesse prüfen und an die jeweiligen Anforderungen anpassen. Das Ohr am Markt ist bei unserem Geschäftsmodell elementar.

### **Wer sind Ihre Konkurrenten? Und was machen Sie anders als diese?**

**Seidel:** Wettbewerber im originären Sinne haben wir mit unserem Modell meines Erachtens nicht. Unser Anspruch war und ist es, nicht das x-te Schwarze Brett zu sein, an dem jemand seine vermeintlichen Ausschreibungen veröffentlicht und wo das Zustandekommen eines Gespräches mitunter Wochen dauert. Die Relevanz der Aufträge und die Qualität der angebotenen Lösungen hat bei persofaktum höchste Priorität. Unsere bisherigen Erfahrungen im Personalumfeld zeigen, dass Qualität mindestens so wichtig ist, wie der Preis.

Diese Qualitätskriterien haben wir auf die o. g. vier Module herunter gebrochen – das sind die Bereiche, in denen wir uns auskennen und in denen wir viele Gespräche mit Personalern und Dienstleistern geführt haben. Die Möglichkeit, Bedarfe absolut individuell zu beschreiben, würde ich subjektiv als eine Besonderheit unserer Plattform bezeichnen. Ergänzend haben wir viele offensichtliche und ebenso viele im Hintergrund laufende Prozesse, welche die Qualität der Ausschreibungen und Gebote sicherstellen.

### **Wie sieht Ihr Geschäftskonzept aus? Wie werden Sie Geld verdienen?**

**Seidel:** Um die Relevanz der Ausschreibungen und Gebote zu erhöhen, haben wir uns für ein Mitglieder-Modell entschieden. Wer auf persofaktum ausschreiben oder bieten möchte, muss sich zunächst registrieren und einen Mitgliedsbeitrag bezahlen. Erst danach ist die Plattform vollumfänglich nutzbar.

Darüber hinaus erheben wir Transaktionskosten für die Kontaktvermittlung bzw. das Einstellen anonymisierter Kandidatenprofile. Hier war es uns wichtig, dass bei jeder Aktion, die getätigt wird auch klar erkennbar ist, dass Kosten entstehen. Der Nutzer wird also immer im Vorfeld darauf hingewiesen und erfährt unmittelbar, wie hoch diese sind oder sein werden.

Ergänzend bieten wir an ausgewählten Stellen Werbebanner an, schließlich bedienen wir eine Premiumzielgruppe. Wir prüfen aber im Vorfeld sehr genau, welche Werbeanfragen wir annehmen und welche nicht, um unsere Unabhängigkeit nicht zu gefährden. Ich persönlich freue mich sehr, dass unser erster Werbepartner Special Olympics Deutschland e. V. ist. Ich bin hier privat seit knapp 10 Jahren ehrenamtlich engagiert und es ist toll, diese beiden Lebensbereiche nun unternehmerisch verknüpfen zu können!

### **Wie haben Sie den Aufbau der Plattform finanziert?**

**Seidel:** Wir haben uns ganz klassisch an eine Bank gewendet und unseren Businessplan vorgestellt. Unterm Strich haben wir einen Probetermin gemacht und beim zweiten Termin direkt die Zusagen erhalten. Wir haben zwar den einen oder anderen Investor, der Interesse bekundet hat, aktuell sehen wir hier aber keine wirkliche Relevanz. Wir sind gut aufgestellt – so würde das wohl Stefan Jaeger als Herr über die Finanzen formulieren.

### **Warum haben Sie sich – nachdem Sie einige Jahre angestellt gearbeitet haben – für den Schritt in die Selbständigkeit entschieden?**

**Seidel:** Direkt geplant war es gar nicht. Es stand eine berufliche Neuorientierung an. Wir haben den Businessplan ausgearbeitet und sind dann nach und nach immer mehr von persofaktum „infiziert“ worden. Als es dann zu den Banken ging, war eigentlich schon klar, dass wir es ausprobieren. Es passte einfach. Die Lebenssituation, das Alter, die Berufserfahrung. Wenig, was dagegen gesprochen hätte. Bereut habe ich es bis heute zu keiner Sekunde und ich denke und hoffe, dass das auch lange so bleiben wird. Es ist einfach eine sehr spannende und erfüllende Erfahrung.

### **Was sind die nächsten Ziele, die Sie mit persofaktum erreichen möchten?**

**Seidel:** Zunächst wollen wir persofaktum im Markt platzieren. Hierbei ist es wichtig, Mitglieder zu generieren, die an das Konzept glauben und den Mehrwert sehen. Es gibt eine ganze Liste an neuen Ideen und Erweiterungen, die fassen wir aber erst an, wenn wir eine gewisse Größe erreicht haben. Je eher das passiert, umso besser!

**Vielen Dank für das Interview und viel Erfolg zum Start!**

**Quelle: <http://www.foerderland.de/419+M5577035acdb.0.html>**