

# ALL INCLUSIVE



KONFIGURATION

BESCHAFFUNG

KOSTENANALYSE

Gerade im Mobility-Umfeld fällt die Entwicklung einheitlicher und dabei langfristiger Konzepte schwer. Dies gilt für alle Bereiche – von der Prozessebene bis hin zum Lifecycle Management der Geräte. Letzteres kann aufwendig genug sein, denn die Produktzyklen sind kurz, die Zuständigkeiten in den Anwenderunternehmen häufig nicht geklärt und obendrein drohen die Mitarbeiter mit der Nutzung ihrer privaten Devices. Abhilfe versprechen Dienstleister, die das komplette Mobile Device Management übernehmen, einschließlich Beschaffung, Konfiguration und Entsorgung.

B

**IS VOR KURZEM** war die Sachlage vergleichsweise einfach: Die IT gab die Unternehmensstrategie in Sachen Hard- und Software vor. Doch mit dem Aufkommen leistungsstarker mobiler Endgeräte und kostenloser Cloud-Anwendungen wie Dropbox hat sich der IT-Konsum grundlegend verändert. Viele Mitarbeiter fragen sich,

warum sie sich beruflich mit vermeintlich weniger, Komplizierterem oder auch nur anderem abgeben sollten als privat. In den Unternehmen geht es im Umkehrschluss nun darum, die Hoheit über ihre IT-Strukturen zu behalten, um ungehinderten Gerätewildwuchs und Kontrollverlust über Anwendungen und Geschäftsdaten zu vermeiden. Dies ist mit Ad-hoc-Entscheidungen unmöglich. Vielmehr sollte mittel- und langfristig gedacht werden.

Mal abgesehen davon, ob solche Ansätze wie „Bring your own Device“, die von den Werbestrategen der Mobility-Anbieter immer wieder ins Spiel gebracht werden, unter juristischen Aspekten ohne Weiteres überhaupt Anwendung finden dürfen, kann sich jeder Unternehmensverantwortliche einer Sache ziemlich sicher sein: Nämlich, dass viele Mitarbeiter den für sie

bequemsten Weg gehen werden, um an relevante Informationen zu gelangen. Dann wird halt im Zweifel eine E-Mail mit geschäftlichen Inhalten an einen privaten gmx- oder gmail-Account verschickt oder ein Dokument mit den zu erwartenden Geschäftszahlen auf Dropbox abgelegt. Geöffnet wird beides dann auf dem privaten iOS- oder Android-Device.

**„Der Einsatz von Smartphones und anderen mobilen Endgeräten wird heutzutage in den Unternehmen nicht mehr durch die IT oder Einkaufsabteilungen gestaltet, sondern über die Bedürfnisse bzw. Wünsche der Anwender“**, bestätigt denn auch Ralf

Mech. Der Facility & EHS Manager German Group bei der Levi Strauss GmbH spricht gar vielsagend von einer Umkehr der Prozesskette, die speziell in marketinggetriebenen und Lifestyle-abhängigen Unternehmen ein kosteneffizientes und ressourcenschonendes Handling von mobilen Endgeräten notwendig mache.




## Kein Roulettespiel, sondern klare Aussagen

Weiterhin beobachtet Ralf Mech, dass sich neben dem Endgerätemarkt auch die Providerlandschaft mit neuen, verbesserten Tarifen in immer kürzeren Zeitabständen neu erfindet. Seine Schlussfolgerung: „Unter Berücksichtigung dieser Punkte wurde der Druck auf unsere Infrastrukturverantwortlichen in IT und Einkauf durch First- und Second-Level-Anfragen, Funktionalitätswünsche, Endgerätebegehrlichkeiten und einer systemischen Datenkonsistenz der Endnutzer zu groß.“ Um sich dieses Drucks zu entledigen, entschied man sich bei Levi Strauss für die Beauftragung eines externen Dienstleisters, der „geplante oder gewünschte Veränderungen in Gerätestruktur, Service Level oder Datensicherheitsanspruch im Vorfeld klar über Kostensätze beziffern kann“. Generell würden Business-Case-Bewertungen somit nicht zum Roulettespiel in schwer zu überblickenden Kostenstrukturen von Unternehmensorganisationen, sondern zu klaren Aussagen für die Entscheidungsträger.

Bei der Levi Strauss GmbH wurde also ein Schritt vollzogen, den viele andere Unternehmen noch nicht gegangen sind. So jedenfalls bewerten es die Anbieter von Services rund um den Mobile Lifecycle. Laut Günter Kurth, Solution Director Mobility Consulting bei Computacenter, ist die Betrachtung des Lebenszyklus mobiler Endgeräte bislang oftmals rein auf den Technologieaspekt beschränkt. Dabei sei dieser Lebenszyklus weitaus komplexer und reiche von den ersten strategischen Überlegungen zur Ausrichtung bis zur Verschrottung der Geräte. Dazwischen ginge es um die Analyse, Konzeption, Integration, Beschaffung, Geräteadministration sowie um den Service und den Austausch im Reparaturfall.

Stefan Tölke, Director Account Management bei Arvato, sieht es ähnlich: „Nach wie vor ist das Thema Mobile Device Management ein hauptsächlich von der Softwarebranche bedienter Servicebereich. Dabei haben Geschäftskunden die Wahl zwischen zahlreichen SaaS- und Managed-Service-Modellen, deren Differenzierung untereinander jedoch in der Regel minimal ausfällt.“ Dieser Effekt wird Tölkes Meinung nach noch dadurch verstärkt, dass alle Differenzierungsmuster im Zuge der immer stärkeren Konzentrierung auf die beiden dominierenden Betriebssysteme iOS und Android wegfielen und die gängigen MDM-Lösungen heute in ihrem Leistungsumfang sehr vergleichbar seien. Er ist daher überzeugt davon, dass sich ein konkreter Zusatznutzen und damit letztlich auch ein Differenzierungsmerkmal für den Anbieter ausschließlich über das Zusammenspiel dieser Softwarelösungen mit weiteren Serviceketten ergeben könne. Folgerichtig bietet Arvato eine Kombination der bestehenden üblichen Remote-Management-Lösungen mit den wichtigen physischen Ser-



„Nach wie vor ist das Thema Mobile Device Management ein hauptsächlich von der Softwarebranche bedienter Servicebereich. Dabei haben Geschäftskunden die Wahl zwischen zahlreichen SaaS- und Managed-Service-Modellen, deren Differenzierung untereinander jedoch in der Regel minimal ausfällt.“

Stefan Tölke, Director Account Management bei Arvato

## Lohnen sich Zusatzversicherungen?

**Versicherungsunternehmen** wie die AXA bieten

Elektronikversicherungen an, die bei Diebstahl oder Beschädigungen der Geräte greifen – sogar bei einfacher oder grober Fahrlässigkeit. Hinsichtlich Wartung und Garantie weisen die Kölner darauf hin, dass Smartphones und Tablets anders als beispielsweise Drucker und Kopierer keinem mechanischen Verschleiß unterliegen. Ein spezieller Wartungsvertrag für mobile Endgeräte sei also nicht erforderlich.

Anders verhalte es sich bei Garantieverlängerungen: Garantie ist ein Versprechen des Herstellers über eine bestimmte Produkteigenschaft, Funktionsweise oder Haltbarkeit des Gerätes. Diese greift unabhängig davon, ob mechanische oder elektronische Bauteile verbaut worden sind oder das Gerät regelmäßig gewartet werden muss. Typischerweise umfasst die Garantie die Reparatur oder den Ersatz des Gerätes bei Herstellungs-, Produktions- oder Montagefehlern, die unabhängig von der Nutzung entstanden sind. Äußere Beschädigungen sind nicht Gegenstand der Garantie. Eine reine Garantieverlängerung sieht man bei AXA abhängig von der Dauer der Nutzung und der Geräte daher als eine sinnvolle Ergänzung des Versicherungsschutzes, da die Hersteller unterschiedliche Garantielaufzeiten böten.

Bei MPC aus Heidelberg ist aus Kundengesprächen bekannt, dass Unternehmen das Thema Zusatzversicherung oder Garantieverlängerung durchaus auf dem Radar hätten, sich am Ende meist jedoch gegen eine solche zusätzliche Absicherung entschieden und sich mit den normalen Gewährleistungen begnügen. Begründung: In der Regel lohne sich eine solche Absicherung nicht, da häufig vorkommende Probleme in den AGB der Versicherungen oft ausgeschlossen seien – etwa defekte Akkus, Leistungsverlust oder Displayschäden. Als Beispiel wird das iPhone angeführt, bei dem der Akku fest eingebaut ist und nur mit sehr hohem Aufwand bzw. Kosten ausgetauscht werden kann. Beschädigungen wie beispielsweise ein Display-Schaden, der dadurch entstanden ist, dass ein Mitarbeiter sein Smartphone herunterfallen lässt, sind darüber hinaus ohnehin bereits durch die Privathaftpflicht der Mitarbeiter abgesichert.

Buchen Unternehmen die Managed Mobile Services (inklusive der Moduls „Hardware Pool“), kümmert sich MPC laut eigenen Angaben unabhängig von jeglichen Garantien oder Subventionen des Netzbetreibers um die rasche Abwicklung der Reparatur sowie die umgehende Bereitstellung eines Ersatzgerätes. Vor diesem Hintergrund sei eine Zusatzversicherung überflüssig. ■ GP





„Gerade in größeren Unternehmen oder Konzernen scheint es schon nahezu an der Tagesordnung zu sein, dass Smartphones oder Tablets zum Beispiel getarnt als ‚Bestellung von Testgeräten‘ bei Herstellern und Netzbetreibern angefordert werden. Bei einem größeren deutschen Konzern lief die Bestellung mehrerer iPads kürzlich unter dem Deckmantel Messezubehör.“

Franz Schulze Sprakel von MPC

vice-Lösungen rund um das mobile Endgerät an. Hierzu gehören die Vor-konfiguration und zielgenaue Zusendung des Endgerätes ebenso wie der After-Sales-Support über den gesamten Lebenszyklus. Das Ziel ist eine Rundumversorgung über die gesamte Gerätenutzungsdauer.

## Marktgerechte Konditionen

Diesen Weg hat auch die Heidelberger MPC Service GmbH eingeschlagen. Deren MDM-Lösung namens mobile.dm – die eigentliche Gerätemanagementsoftware – ist als Baustein eingebettet in einen durchgängigen „Mobilfunk-Management-Service“, der bei der Auswahl und Beschaffung der Geräte beginnt. Nach dem Rollout und der Konfiguration werden die routinemäßigen administrativen Aufgaben ebenso abgewickelt wie die Rechnungsverarbeitung und Reportings, Reparaturen und die finale Entsorgung. Auf Wunsch führen die Heidelberger im Projektvorlauf auch ein Kosten-Benchmark bzw. einen Tarifvergleich durch (Hat der Kunde marktgerechte Konditionen?), um gegebenenfalls bestehende Rahmenverträge gezielt nach- oder neuverhandeln. Die Kunden haben auf diese Weise einen zentralen Ansprechpartner, der den Kontakt zu Netzbetreibern und Lieferanten hält. Im Grunde eine Art Generalunternehmer.

Dieses „Alles-aus-einer-Hand“-Konzept ist vor allem deshalb von großer Bedeutung, weil mit der Abwicklung des mobilen Managements meist mehrere Mitarbeiter aus unterschiedlichen Abteilungen befasst sind. Ein zentraler Überblick über alle mobilen Aktivitäten wird dadurch extrem schwierig. Zu allem Überfluss verabschieden sich laut Stefan Tölke mehr und mehr Unternehmen von ihren rigiden Bestellrichtlinien, was – auch aufgrund der deutlich kürzeren Nutzungszeiträume mobiler Geräte im Vergleich zu „klassischer“ IT – zu einer steigenden Vielfalt an Gerätemodellen und Betriebssystemvarianten führt. Dass aus bestimmten Fachbereichen eine große Anzahl an iPads bestellt werden, quasi an der IT vorbei, bestätigt auch Franz Schulze Sprakel, Geschäftsführer von MPC: „Gerade in größeren Unternehmen oder Konzernen scheint es schon nahezu an der Tagesordnung zu sein, dass Smartphones oder Tablets zum Beispiel getarnt als „Bestellung von Testgeräten“ bei Herstellern und Netzbetreibern angefordert werden. Bei einem größeren deutschen Konzern lief die Bestellung mehrerer iPads kürzlich unter dem Deckmantel Messezubehör.“ Auch hat es Schulze Sprakel schon erlebt, dass die Geschäftsführung selbst Tablets oder Smartphones besorge, ohne sich mit der IT darüber abzustimmen, welches Modell und welches Betriebssystem eigentlich zu den vorhandenen firmeneigenen Geräten passe.

Zur Entschuldigung der Fachbereiche führt Dr. Jörg Liebe, CIO beim Lifecycle-Management-Anbieter Lufthansa Systems allerdings zurecht an, dass sie ständig auf aktuelle Marktentwicklungen reagieren müssen.

Bestellungen wie das oben genannte Beispiel des „Messezubehörs“ sind nur logisch, legt man zugrunde, dass sich die Mitarbeiter mit Kundenkontakt stets auf dem neuesten Stand zeigen wollen – und da ist das Wischen auf dem iPad einfach moderner und schicker als das Durchblättern eines Produktkataloges. Die Kunden erwarten dies wahrscheinlich sogar. Nur: Wenn es so ist, dass die Ideen für die Einsatzfelder mobiler Geräte aus den Fachbereichen kommen, muss die IT trotzdem der Wegbereiter zur Umsetzung bleiben. Spätestens, wenn Unternehmensdaten sicher auf den Geräten verwendet werden sollen, muss die IT ins Spiel kommen. „Je früher die Zusammenarbeit beginnt, desto besser kann der gemeinsame Erfolg der Aktivitäten sichergestellt werden“, macht Jörg Liebe unmissverständlich klar. Wird die IT-Abteilung jedoch vor vollendete Tatsachen gestellt, nimmt die Endgeräte- und Betriebssystemlandschaft automatisch zu, was den Administrationsaufwand und die Sicherheitsrisiken erhöht. Derzeit geht Franz Schulze Sprakel von 20 bis 30 Prozent blinden Passagieren in den Unternehmen aus.

Werden die blinden Passagiere dann früher oder später doch entdeckt, scheint diese recht hohe Zahl bei den Verantwortlichen auf Anwenderseite wohl für einiges Unbehagen zu sorgen und sie dazu zu veranlassen, Geld für eine zentrale Lösung lockerzumachen. Die Anforderungen sind dabei sehr unterschiedlich und individuell und hängen davon ab, ob sich bisher eine Abteilung federführend um das Thema gekümmert hat oder es historisch gewachsene Zuständigkeitsbereiche gibt – der aus MPC-Sicht häufigere Fall. „Bei den meisten Unternehmen geht es erst einmal um das Schaffen einer einheitlichen Datenbasis, um einen Gesamtüberblick zu erhalten“, sagt Franz Schulze Sprakel. Es geht um die Übersicht der mobilen Geräte, die tatsächliche Nutzung der Mobilfunkverträge und Vertragslaufzeiten. Gewichtige Rollen spielen zudem die Themen Kostentransparenz und Rechnungskontrolle sowie die Zuordnung von Kostenstellen. Letztlich geht es aber auch um scheinbar so triviale Dinge wie PINs und PUKs. Erst bei der Analyse der Ist-Situa-



tion werde den Kunden bewusst, welche Aspekte des Lifecycle Managements sie bisher noch nicht ins Kalkül gezogen hätten. Fest definierte SLAs für Service und Helpdesk, Markttransparenz und netzbetreiberunabhängige Beratung sind in diesem Zusammenhang dann schon die absolute Kur.

### Wohin mit den alten Geräten?

Nach Aussage von Stefan Tölke hat die Marktforschung von Arvato ergeben, dass die Preisbereitschaft von Geschäftskunden genau dann am höchsten ist, wenn sie sicher sein können, all dies aus einer Hand geliefert zu bekommen. „Liegt die Zahlungsbereitschaft für eine MDM-Software-Lizenz üblicherweise bei einem niedrigen einstelligen Eurobetrag pro Gerät und Monat, so liegt sie für einen Lifecycle-Service inklusive der physischen Service-Elemente mit einem deutlich zweistelligen Eurobetrag pro Gerät und Monat erheblich darüber“. Die kritische Masse, ab der sich derlei Investitionen rechnen, sieht Günter Kurth von Computacenter bei ca. 100 mobilen Devices erreicht. Seien die Geräte einmal vorhanden, mache es im Übrigen dann keinen Unterschied, ob 100, 10.000 oder 25.000 mobile Clients verwalte werden müssten. Probleme gebe es beispielsweise eher bei der Auslieferung der Geräte über Landesgrenzen hinweg. So erlaube beispielsweise Apple keinen Versand aus der EU in die USA. **Solche Relementierungen der Hersteller gelte es im Serviceportfolio zu berücksichtigen.**

Zu diesem Portfolio zählt natürlich auch die jeweilig beste Art der Rücknahme oder Weiterverwendung. Dabei geht es vor der Entscheidung, ob die Geräte zurückgenommen oder entsorgt werden sollen, laut Dr. Jörg Liebe von Lufthansa Systems vor allem um das vollständige Löschen aller Daten und Applikationen. Und das geht nur, wenn man weiß, welche Devices überhaupt im Umlauf sind und was sich darauf befindet. Günter Kurth gibt daher die klare Empfehlung aus, den Mitarbeitern die Endgeräte besser firmenseitig zur Verfügung zu stellen und auch für den privaten Gebrauch zuzulassen. Neben der besseren Verwaltung und proaktiven Steuerung ist für ihn der wichtigste Punkt, dass die Mitarbeiter die firmeneigenen Smartphones und Tablets wieder zurückgeben müssten, wenn sie das Unternehmen verließen. „Dann muss man sich nicht wie bei BYOD Gedanken darüber machen, wie die Unternehmensdaten wieder vollständig von dem Device herunterkommen.“ Ein wichtiger Punkt zur



## Zahlen

### 20 bis 30 %

Schätzungen gehen von 20 bis 30 Prozent blinden Passagieren, also ohne Wissen der IT genutzten mobilen Endgeräten in den Unternehmen aus.

Franz Schulze Sprakel, MPC



### 2 statt 4 Jahre

Während Desktops und Notebooks in der Regel drei bis vier Jahre genutzt werden, sind es bei Smartphones und Tablets durchschnittlich gerade einmal ein bis zwei Jahre.

Dr. Jörg Liebe, CIO bei Lufthansa Systems



Wahrung der Kontrolle. Diesen Aspekt greift Ralf Mech von Levi Strauss auf. Dabei zuzusehen, wie den Unternehmensverantwortlichen in Sachen Lifecycle Management das Heft aus der Hand genommen werde, indem die Mitarbeiter ohne Absprachen und Regelungen Fakten schafften, hält er für gefährlich. „Ein Zögern, hierauf adäquat zu reagieren, kann zu erheblichen Kosten und – schlimmer noch – zur Preisgabe sensibler Daten führen. Mit der Installation von funktionalen Prozessen im Device Management, vom Tarifmanagement bis hin zum Kosten-Controlling, können Unternehmen die Entscheidungsgewalt zurückgewinnen.“ Ein Plädoyer für „Bring your own Device“ liest sich anders... <sup>18</sup>

GUIDO PIECH



## LEBENSZYKLUS MOBILER GERÄTE

### Aspekte im Überblick:

- Auswahl und Beschaffung passender mobiler Endgeräte
- zentrale Registrierung und Inventarisierung der einzelnen Geräte
- Erstkonfiguration (Konfiguration von Netzwerkzugängen, Erstinstallation von Software/Sicherheitsanwendungen, Speichern von Kontaktinformationen, Einrichten E-Mail-Accounts etc.)
- Definition von Benutzer- und Berechtigungsgruppen und Parametern der Sicherheitspolicies/möglicher (Funktions-)Einschränkungen
- physischer Rollout und Übergabe fertig vorkonfigurierter Geräte an die User
- „praktisches“ Mobile Device Management/tägliche Administration: Überwachung und Steuerung der Geräte über ein zentrales webbasiertes Management-Portal mit der Möglichkeit...
- IT-Sicherheitsrichtlinien in Echtzeit aus der Ferne durchzusetzen (Aufspielen von Sicherheitsupdates + Software)
- gestohlene oder verlorene Geräte aus der Ferne zu löschen („Remote Wipe“/„Kill Pill“)
- eines effizienten App-Managements (z. B. unternehmenseigener App-Store für zugelassene/empholene Applikationen) und Content Managements
- evtl. privat eingebrachte Mitarbeitergeräte sicher einzubinden („Bring your own Device“-Problematik)
- tägliche administrative Aufgaben (z. B. Aktivierung von Vertragsverlängerungen, Beauftragung neuer SIM-Karten, Abwicklung von Kündigungen, Reparatur/Austausch defekter Geräte etc.)
- Rechnungsabwicklung/-prüfung
- Reporting – monatlicher Report mit Übersicht über Bestandsdaten
- Entsorgung der Geräte?
- Kosten: kontinuierlicher Abgleich der Vertragskonditionen mit dem aktuellen Marktniveau/Anpassen der Tarifoptionen an das Kommunikationsverhalten der Nutzer

(Quelle: MPC Mobilservice GmbH)