

## OUTSOURCING

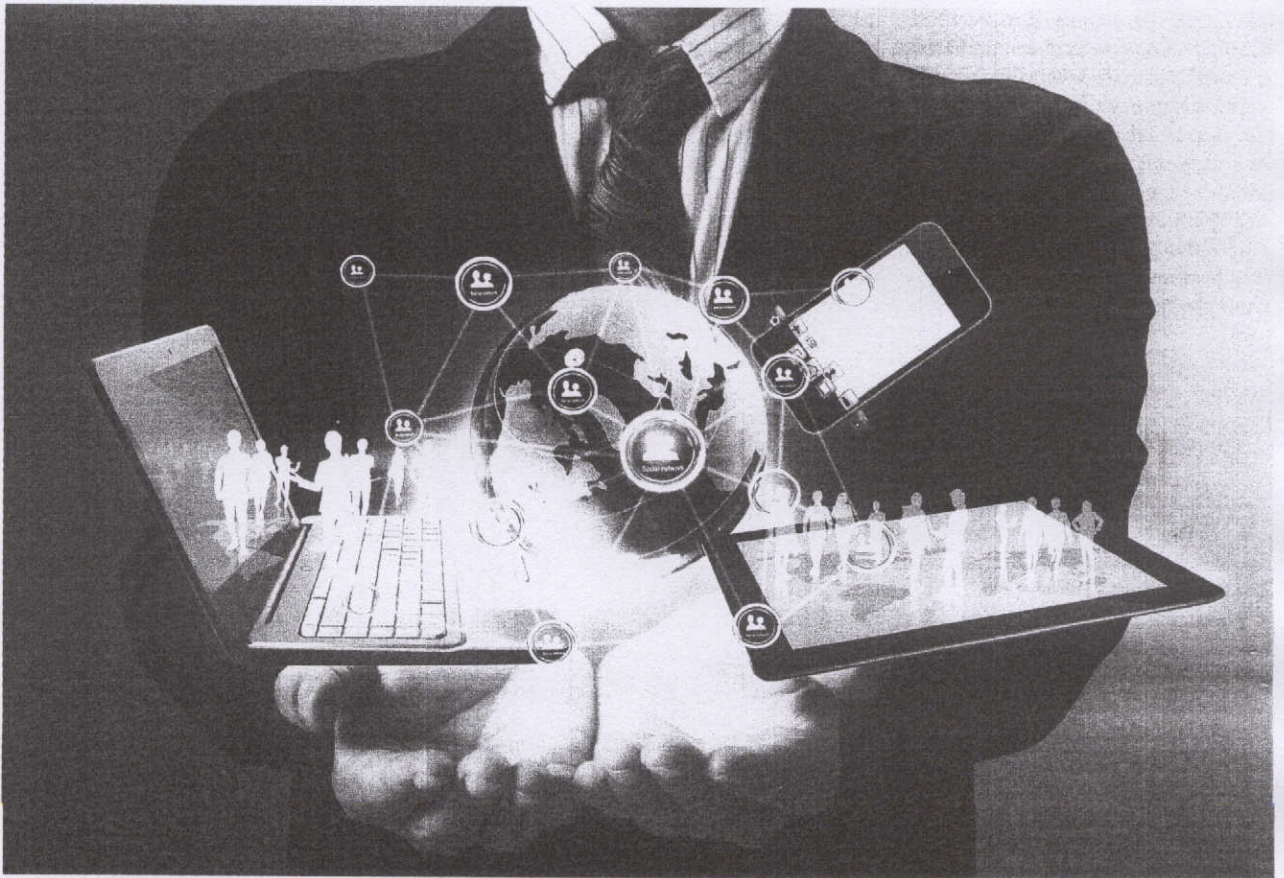
# Manager für Mobilfunk

Mit Vertrags- und Kostenkontrolle im Mobilfunkbereich können Systemhäuser neue Märkte erschließen

## RECHT

### Datenschutz

Beim Outsourcing arbeiten Systemhäuser mit personenbezogenen Daten. Deshalb ist es wichtig, sich vorab juristisch beraten zu lassen.



Über die Jahre hinweg hat sich eine ganze Reihe von Mobilfunkverträgen im Unternehmen angesammelt. Verwaltet werden diese eigentlich vom Einkauf; der prüft die Rechnungen, ordnet die Beträge den jeweiligen Kostenstellen zu und macht hin und wieder einen Tarifcheck. Je nach Anzahl der

sie können aber schnell selbst zu einem erheblichen Kostenfaktor werden. Und das betrifft nicht nur die Rechnungen für die Hardware und die Mobilfunkverträge, auch die Administration von SIM-Karten und Endgeräten kostet Zeit – und damit Geld.

Einige Systemhäuser, Berater und auch Händler haben dies erkannt und Lösungen für das Outsourcing des Mobilfunk-Managements entwickelt. Zwar bieten die meisten Netzbetreiber ebenfalls entsprechende Systeme für ihre Kunden an – vor allem für Key-Account-Kunden –, so mancher Unternehmer möchte diese Leistungen aber vorzugsweise einem unabhängigen Berater übertragen, eher als einem Netzbetreiber, der in erster Linie seine Produkte vermarkten möchte.

### Die Verträge auf dem Prüfstand

Meist geht es beim Outsourcing um zwei Arten von Dienstleistungen: das Vertragsmanagement und das Kostenmanagement. Unter den Themenbereich Vertragsmanagement fällt die Verwaltung aller Daten rund um die Mobilfunkverträge und die Hardware. In einer Art Inventarliste werden dabei

alle Informationen gesammelt und beständig aktualisiert, dazu gehören beispielsweise die genutzten SIM-Karten inklusive der Tarifoptionen sowie die eingesetzten Endgeräte mit PIN, PUK, IMEI-Nummer inklusive der Kundennummer. Unter diese Kategorie fällt zudem die Aktivierung neuer SIM-Karten oder deren Sperrung bei Diebstahl – „und auch die Beratung der Anwender im Unternehmen“, erklärt Michael Grieger, Geschäftsführer der BTB Service GmbH, im Gespräch mit **Telecom Handel**. Manche Mitarbeiter haben beispielsweise bei der Inbetriebnahme des neuen Tablets Probleme, andere brauchen Unterstützung bei der Endgeräteauswahl. Robert Platil geht beim Thema Hardware noch einen Schritt weiter: „Wir werden unser Angebot künftig mit einer Mobile-Device-Management-Software koppeln“, erklärt der Vorstand der Münchner TeleService AG/Bluestring, die ebenfalls im Outsourcing-Bereich aktiv ist. So könne die komplette Verwaltung der Endgeräte inklusive aller Zugangsberechtigungen aus einer Hand angeboten werden.

Ein weiterer Aspekt beim Outsourcing ist das Kostenmanagement. Zwar gibt es eine

### „Jetzt haben Systemhäuser und TK-Händler noch eine Chance, in den Markt einzusteigen“

Franz Schulze Sprakel, Geschäftsführender Gesellschafter der MPC Mobilservice GmbH in Heidelberg

Mitarbeiter kann das schnell zur Herkulesaufgabe werden. Oft mangelt es den Mitarbeitern zudem an Know-how, um das optimale Preis-Leistungs-Verhältnis für die Verträge auszuhandeln.

Mobile Anwendungen leisten zwar unbestritten einen wichtigen Beitrag zur Steigerung der Produktivität im Unternehmen –



ganze Reihe von Beratern, die diesen Service ihren Kunden anbieten, meist werden dabei einmalig oder regelmäßig die bestehenden Verträge überprüft und optimiert. Dies ist natürlich auch ein zentraler Bestandteil im Outsourcing-Geschäft, allerdings kommt hier noch eine Reihe weiterer Services hinzu. Dazu zählen beispielsweise die Zuordnung der einzelnen Rechnungsposten zur jeweiligen Kostenstelle oder Reporting- und Analyse-Tools, die den Verbrauch der Anwender dokumentieren und auswerten.

„Wir überprüfen beispielsweise monatlich die einzelnen Posten je Nutzer“, erklärt Grieger. Sobald Auffälligkeiten wie etwa häufige Roaming-Kosten erkennbar sind, wird der Tarif optimiert und die benötigte Roaming-Option hinzugebucht. Die Rechnungsdaten selbst erhalten die Out-



**„Die Telekom hat über 5.000 Tarif-Positionen, und jeden Monat kommen neue dazu“**

Robert Platil, Vorstand der TeleService AG/  
Bluestring in München

sourcing-Dienstleister in der Regel direkt vom Kunden oder vom Netzbetreiber, hierzu muss der Kunde allerdings vorab eine Vollmacht erteilen.

Die Tarifanalyse und -optimierung ist aber eine Mammutaufgabe. „Allein die Telekom hat über 5.000 Positionsarten, und jeden Monat kommen neue hinzu“, berichtet Platil. Er setzt deshalb – wie die meisten Outsourcing-Dienstleister – eine Spezialsoftware für das Mobilfunk-Management ein. In dieser sind alle Leistungen und Services gebündelt. Eine Standardsoftware gibt es dafür laut Platil nicht, deshalb hat das Gros der Anbieter eigene Lösungen entwickelt. Er bietet sein System MSM (Managed Service Mobilfunk) im Übrigen auch Partnern als White-Label-Lösung zur Vermarktung an. Die Kosten: Partner zahlen einmalig 1.000 Euro und verpflichten sich zu einem Mindestumsatz von 200 Euro pro Monat.



Allerdings gilt auch beim Thema Software: „Man kann nicht alles automatisieren.“ So die Warnung von Franz Schulze Sprakel, Geschäftsführer der Heidelberger MPC Mobilservice GmbH. Er hat deshalb ein eigenes Team mit zehn Mitarbeitern aufgebaut, das sich ausschließlich um die Belange seiner Outsourcing-Kunden kümmert. „Wir müssen täglich unsere Hausaufgaben machen – man könnte sagen, wir haben ‚Tarifheft‘ studiert“, schmunzelt er. Denn um die Tarife und Optionen tatsächlich bewerten zu können, „muss man sehr tief im Thema sein“. Und auch das Helpdesk muss jederzeit für die Kunden erreichbar sein: „Schließlich will der Kunde nicht in der Warteschleife des Netzbetreibers hängen, sondern einen Ansprechpartner, der die Situation im Unternehmen bereits kennt.“ Der Aufwand lohnt sich aber: Denn die meisten Outsourcing-Anbieter rechnen ihre Dienstleistungen pro User ab. Abhängig von den gebuchten Services und der Zahl der Anwender liegen die Kosten der Anbieter zwischen zwei und sechs Euro pro Monat. Für den Rollout

von neuen Endgeräten wiederum berechnen Outsourcing-Dienstleister zwischen 10 und 30 Euro pro Anwender. Dafür erhalten die Unternehmen Smartphones und Tablets, bei denen alle Applikationen für die Anwender auch schon vorinstalliert sind.

**Zielgruppe gehobener Mittelstand**

Doch welche Kunden sind bereit, diese Preise zu bezahlen? „Je größer der Kunde ist, desto komplexer sind die Systeme und umso größer die Not“, erklärt Grieger. Er geht davon aus, dass das Outsourcing des Mobilfunk-Managements vor allem für die Unternehmen interessant ist, die mindestens 200 Karten aktiviert haben. Schulze Sprakel sieht darüber hinaus großes Potenzial bei den Kunden, die in dezentrale Strukturen eingebunden sind – beispielsweise Niederlassungen internationaler Konzerne. „Im kleineren Mittelstand wird das Mobilfunk-Management hingegen meist von einem Mitarbeiter erledigt, der eigentlich andere Kernaufgaben hat“, berichtet er.

Dass sich der Einstieg in diesen Markt für Systemhäuser lohnt, davon ist Schulze Sprakel überzeugt. „Jetzt haben Systemhäuser und TK-Händler noch eine gute Chance, sich gut zu positionieren“, sagt er. Doch bald würden die klassischen IT-Häuser das Potenzial dieses Marktes erkennen. „Dann wird auch der Wettbewerb deutlich härter werden.“ ■

Waltraud Ritzler

**KLARTEXT**

Das Mobilfunk-Management für Geschäftskunden als Service anzubieten ist zwar aufwendig, kann sich für Systemhäuser aber lohnen. Einerseits ist es ein wichtiges Instrument zur Kundenbindung, andererseits ist es eine neue Umsatzquelle, die monatlich Geld in die Kassen spült. Noch gibt es relativ wenige Anbieter am Markt, und dieser Service ist ein echter USP.



ifa-berlin.com

**Stay in touch**



The global innovations show

Mit Outsourcing-Angeboten für das Mobilfunk-Management können Systemhäuser Kunden binden