News

Objekttyp: **Group**

Zeitschrift: **Comtec : Informations- und Telekommunikationstechnologie = information and telecommunication technology**

Band (Jahr): **81 (2003)**

Heft 10

PDF erstellt am: **31.05.2024**

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

Outsourcing von Unternehmensnetzen

«Erfolgsstrategien für Netzbetreiber»

Am Outsourcing von Unternehmensnetzen verdienen Netzbetreiber wie Deutsche Telekom oder AT&T mittlerweile beachtliche Summen. Doch es könnte noch erheblich mehr sein, meint die internationale Unternehmensberatung Frost & Sullivan[1]. Customer Ownership heisst das Zauberwort: Wer den Kunden maximal an sich bindet, erschliesst sich ein ungeahntes Wachstumspotenzial.

Momentan werden Verträge zum Netzwerk-Outsourcing üblicherweise durch Systemintegratoren oder andere Beratungsfirmen geschlossen, die dann Unterverträge an Netzbetreiber (Carrier) vergeben. Was die Gewinne betrifft, ist der Unterschied zwischen Direktvertrag und Untervertrag vernachlässigbar gering. Der wahre Wert der Customer Ownership für die Netzbetreiber liegt in der Möglichkeit, den Kunden langfristig an sich zu binden.

Enormes Potenzial für Carriers

Die Notwendigkeit, alternative Einnahmequellen zu erschliessen, ergibt sich nicht zuletzt aus der Tatsache, dass traditionelle Carrier-Geschäftsmodelle wie die Bandbreite zunehmend zu Massenprodukten werden. «Wer eigene Outsourcing-Verträge besitzt, kann Glaubwürdigkeit aufbauen und sich das Kundenvertrauen erarbeiten. Das sind Faktoren, die als Umsatzgeneratoren ersten Ranges gelten. Aus diesem Grund erhöht sich der Druck auf die Netzbetreiber, ihre Kundenbeziehungen zu erweitern und zu vertiefen», sagt Marina Martin, Research Analyst bei Frost & Sullivan.

Trend zu Best-of-Breed-Outsourcing stärkt Netzbetreiber

Das Ziel der Netzbetreiber, durch direkte Outsourcing-Verträge Customer Ownership zu erreichen, wird momentan durch mehrere Trends begünstigt. So ist beispielsweise die Kundenpräferenz für End-to-End-Dienste einem erhöhten Bedarf an selektiven Outsourcing-Diensten, auch Best-of-Breed-Outsourcing genannt, gewichen. Damit befinden sich Anbieter von One-Stop-Lösungen nicht länger im Vorteil gegenüber Netzbetreibern, da beim Best-of-Breed-Ansatz der jeweils bestqualifizierte Anbieter gewählt wird. Es ist davon auszugehen, dass die Praxis des selektiven Outsourcing von Verträgen die Glaubwürdigkeit von Netzbetreibern als Best-of-Breed-Anbieter im Bereich Unternehmensnetz-Outsourcing stärken wird.

KMU bieten Potenzial

Einen interessanten Wachstumsmarkt stellen die kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) dar. Hier spielt vor dem Hintergrund der derzeitigen Wirtschaftsflaute vor allem das Argument der Kosteneffizienz durch Netzwerk-Outsourcing eine Rolle. Für Netzbetreiber eröffnet sich in diesem noch ganz jungen Markt die Chance, ihre Glaubwürdigkeit unter Beweis zu stellen, zumal sie nicht mit Systemintegratoren konkurrieren müssen.

Aufgrund der immer stärkeren Verquickung von Geschäft und Technologie gilt das Netzwerk-Outsourcing inzwischen als wichtiges Bindeglied zwischen Geschäftsstrategie und Informationstechnologie. Wichtige Wachstumsimpulse erhält die Branche auch durch die zunehmende Komplexität des Netzwerk-Managements, die sich aus der Konvergenz von Sprache und Daten im LAN ergibt, sowie durch Kürzungen in vielen unternehmensinternen IT-Abteilungen infolge der schlechten Wirtschaftslage. «Netzbetreiber können damit werben, dass sie über das nötige Know-how und die Grössenvorteile verfügen, um die Umstrukturierung eines Unternehmensnetzes trotz der hohen Komplexität und Kosten problemlos zu meistern.

Eine integrierte LAN/WAN-Umgebung erfordert das Management signifikant höherer Datenverkehrsvolumina und bietet daher ein höheres Potenzial für Dienstleister als eine reine WAN-Umgebung. Da die Netzbetreiber bereits über einen Kundenstamm verfügen, der ihre Dienste im WAN-Bereich in Anspruch nimmt, haben sie optimale Voraussetzungen, den Kunden anstatt individueller Sprach- und Datendienste die Verwaltung des kompletten Unternehmensnetzes anzubieten.

Trotz aller positiver Vorzeichen müssen die Netzbetreiber zunächst erhebliche Hürden überwinden, bevor sie sich im Netzwerk-Outsourcing als direkte Vertragspartner etablieren können. Kurzfristig wird es vor allem darum gehen, Glaubwürdigkeit aufzubauen und dann auch aufrechtzuerhalten, denn nur unter dieser Voraussetzung werden sich Kunden von der Konkurrenz nicht abwerben lassen.

Zusammenfassend nennt Frost & Sullivan drei konkrete Strategien, mit denen sich Netzbetreiber gute Erfolgschancen sichern können. So gilt es zunächst, exakt zu definieren, welche Aspekte des Geschäfts eines Kunden sich für ein Outsourcing eignen. Ausserdem sollte ein Preismodell für die Verträge ausgearbeitet werden. Und schliesslich sollte es darum gehen, die optimale Balance zwischen Individuallösungen nach den Vorstellungen der Kunden und Standardlösungen zu finden, da nur Letztere auch Grössenvorteile und damit eine hohe Effizienz bieten. 6

Frost & Sullivan
Stefan Gerhardt
Clemensstrasse 9
D-60487 Frankfurt a. Main
Tel. +49 (0)69 770 33 11
E-Mail: stefan.gerhardt@frost.com
Homepage: www.wireless.frost.com

[1] Titel der Analyse: «Enterprise Network Outsourcing: How can Carriers capture new Opportunities?», Preis der Analyse: € 2500.–.