

Dienstleister auf Draht

Neue Outsourcing-Deals, von denen Anbieter und Nutzer gleichermaßen profitieren, stehen derzeit hoch im Kurs. In der Telekommunikationsbranche begegnet man den aktuellen Herausforderungen des Marktes mit einem breiten Spektrum an Angeboten, für die vor allem eines gilt, nämlich: „Small is beautiful.“

Sonja Gerstl

Eines vorweg: Die Goldgräberstimmung, die Glücksritter aus aller Herren Länder angezogen hat, ist in der Outsourcing-Branche definitiv vorbei. Mega-Deals, wie sie noch vor wenigen Jahren gang und gäbe waren, sind mittlerweile an einer Hand abzuzählen, und aus der einstmals medial viel beachteten Auslagerung von Tätigkeiten und Geschäftsbereichen ist ein konventioneller und im Grunde genommen unspektakulärer Geschäftszweig geworden. Einer, dessen Akteure – ohne dabei allzu großes Aufsehen zu erregen – routiniert und erfolgreich ihr Business abwickeln.

„Wie in jedem Unternehmen überleben jene mit den besten Konzepten, optimalen Kostenstrukturen und – das ist das Wichtigste – mit den besten Leuten“, ist Vladimir Mlynar, IT-Services-Geschäftsbereichsleiter bei IDS Scheer Austria, überzeugt.

So etwa werden Low-level-IT-Services wie beispielsweise die Bereitstellung von Storage zur Archivierung von Unternehmensdaten und dergleichen bevorzugt von den großen Anbietern und Hardware-Her-

stellern offeriert. Mit höherwertigen Services, die mehr Applikationskenntnisse und Branchen-Know-how erfordern, können indes sukzessive kleinere Anbieter mit klaren Betreuungsschwerpunkten bei potenziellen Kunden überzeugend punkten.

Martin Hell, Leiter des Bereichs Business Solutions IT bei Kapsch Business Com, betont: „Das umfangreiche Angebot an Services erlaubt es den Unternehmen, eine ‚Best of Breed‘-Auswahl zu treffen, also mit verschiedenen externen Partnern zusammenzuarbeiten. Denkbar wäre beispielsweise, die Betreuung von PC und Notebooks an den einen Spezialisten und die Verantwortung für die Security an einen anderen Fachmann auszulagern.“

Wachsender Markt

In der Informationstechnologie- und Telekommunikationsbranche hat man die Zeichen der Zeit rechtzeitig erkannt und entsprechend reagiert. Maßgeschneiderte, vor allem aber überschaubare Packages, die Unternehmen größtmögliche Flexibilität gestatten, prägen die Angebotspalette. Selektives Outsourcing, auch Outtas-



Bei Outsourcing-Projekten ist strategisches Denken dringend erforderlich. Auf den externen Partner sollte man immer ein wachsames Auge werfen. Foto: Bilderbox.com

king genannt, soll Firmen dabei unterstützen, sich auf die Erledigung des Kerngeschäfts zu konzentrieren. Der wesentlichste Punkt im Hinblick auf das Thema Outsourcing ist etwa für Edmund Haberbusch, den Produktmarketingleiter im Bereich Business Solutions von Telekom Austria, die Steigerung

der Wettbewerbsfähigkeit (siehe Interview unten).

Große Nachfrage bei KMU

Nicht minder lukrativ gestaltet sich das Outsourcing-Business für die Telekommunikationsbranche selbst. Rund ein Viertel der aktuellen Geschäftsumsätze wird bereits

mit Outsourcing-Offerten erwirtschaftet – Tendenz steigend. Dafür sorgt das Segment der kleineren und mittelständischen Unternehmen (KMU). Dort ist die Nachfrage in Sachen Verlagerung einzelner Geschäftsprozesse und Sicherheitsdienstleistungen nämlich überproportional groß.

Edmund Haberbusch: „Man besitzt ja auch nicht gleich ein eigenes Kraftwerk, sondern bezieht den Strom aus der Steckdose. So gesehen bieten wir Informationstechnologie beziehungsweise Telekommunikation ganz einfach aus der Steckdose“, erklärt der Produktmarketingleiter des Bereichs Business Solutions von Telekom Austria.

Ausgliedern steigert Kernkompetenzen

economy: Was kann Outsourcing, was andere Maßnahmen nicht können?

Edmund Haberbusch: Eines ist bei Outsourcing das traditionelle Argument natürlich die zu erwartende Kosteneinsparung. Sehr oft liegt auch eine Kombination vor: Kommt doch im Zuge eines Outsourcings eine nicht unerhebliche Produktivitätssteigerung hinzu. In letzter Konsequenz ist Outsourcing ein Aspekt, der den Geschäftserfolg erhöht.

Wie wird Outsourcing von den österreichischen Unternehmen angenommen?

In größeren Firmen ist diese Form der Geschäftsgebarung bereits Usus. Kein Unternehmen hat mittlerweile genug Personal, um alle Themen abdecken zu können. Warum auch? Man besitzt ja auch kein eigenes

Kraftwerk, sondern bezieht den Strom aus der Steckdose. So gesehen bieten wir Informationstechnologie beziehungsweise Telekommunikation ganz einfach aus der Steckdose.

Ist Outsourcing ein profitables Geschäft für die Telekommunikationsbranche?

Im Durchschnitt machen wir derzeit bereits ein Viertel unseres Business mit dem Bereich Outsourcing. Man kann sicherlich sagen, dass diese Sparte aktuell die am stärksten wachsende ist.

Bei welchen Services besteht verstärkte Nachfrage auf dem Markt beziehungsweise welche Nischen gilt es zu füllen?

Eine sehr starke Nachfrage herrscht bezüglich Basis-Applikationen. Der Vorteil besteht darin, dass derartige Applika-

tionen mitwachsen können. Das ist vor allem für kleinere Unternehmen relevant.

Gilt es eigentlich Zahlen im Hinblick darauf, wie viele Unternehmen ihre IT beziehungsweise ihre Telekommunikation bereits ausgelagert haben oder dies mittelfristig zu tun beabsichtigen?

Grundsätzlich ist zu sagen: Je größer die Unternehmen sind, desto eher lagern sie Themen aus, betreiben sie selektives Outsourcing. Bei den mittleren Unternehmen liegt der Anteil der Kunden, die – selektiv – auslagern, bei knapp 50 Prozent und bei den kleineren Firmen so um die 20 bis 30 Prozent. Wobei bei Letzteren die Tendenz dazu besteht, tatsächlich ganze Bereiche auszulagern. Also da wandert mitunter die gesamte IT in externe Hände.

Wie hoch ist das Einsparungspotenzial in Sachen Outsourcing tatsächlich zu beziffern?

Das ist natürlich ganz unterschiedlich zu sehen. Grundsätzlich würde ich das Einsparungspotenzial im zweistelligen Bereich ansiedeln. 15 Prozent erscheinen mir dabei als absolutes Minimum. Aber das ist für mich nicht der Punkt. Der wesentlichste Punkt ist ganz sicherlich die Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit. Die Jahre 2000 bis 2003 waren Jahre, wo man verstärkt auf Einsparungen gesetzt hat. Derzeit befinden wir uns in einer offensiven Phase, in der Firmen Outsourcing zunehmend in Betracht ziehen. Weil ihnen nämlich durchaus bewusst ist, dass sie damit schneller wachsen können. Natürlich ist es ein angenehmer Nebeneffekt, wenn man dadurch 20 bis 30 Prozent

an Ausgaben sparen kann, aber viel wichtiger ist, dass man mit den frei gewordenen Potenzialen den Markt entsprechend bearbeiten und ein deutliches Plus an Profit erwirtschaften kann. Das ist der Punkt. *so*

Steckbrief



Edmund Haberbusch ist Business-Solutions-Produktmarketingleiter bei Telekom Austria. Foto: Telekom Austria