



[Künstler Burgy Zapp](#)

von Frost & Sullivan

Am Outsourcing von Unternehmensnetzen verdienen Netzbetreiber wie Deutsche Telekom, Colt oder AT&T mittlerweile beachtliche Summen. Doch es könnte noch erheblich mehr sein, meint die internationale Unternehmensberatung Frost & Sullivan (www.frost.com). 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. Die Notwendigkeit, alternative Einnahmequellen zu erschließen, ergibt sich nicht zuletzt aus der Tatsache, dass traditionelle Carrier-Geschäftsmodelle wie Bandbreite zunehmend zu Massenprodukten werden. „Wer eigene Outsourcing-Verträge besitzt, kann Glaubwürdigkeit aufbauen und sich Kundenvertrauen erarbeiten – Faktoren, die als Umsatzgeneratoren ersten Ranges gelten. Aus diesem Grund erhöht sich der Druck auf Netzbetreiber, ihre Kundenbeziehungen zu erweitern und zu vertiefen,“ sagt Marina Martin, Research Analyst bei Frost & Sullivan. „Verträge über das Outsourcing von Unternehmensnetzen haben meist Laufzeiten zwischen drei und fünf Jahren. Damit hätten die Carrier genug Zeit, die Kunden enger an sich zu binden.“

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.

Das Best-of-Breed-Outsourcing soll auch deswegen immer mehr an Bedeutung gewinnen, weil die Nachfrage nach quantifizierbaren und qualitativ hochwertigen Service Level Agreements steigt. Durch Kombination separater Angebote werden die Einzelleistungen für den Kunden klarer durchschaubar, und die Servicegarantieleistungen verbessern sich.

This content is available for purchase. Please select from available options.

- [7 Euro/Monat NEWSabo digital - sofort zugreifen.](#)
- [13,5 Euro/Monat NEWSabo plus inklusive 5x Login & Print-Ausgabe - sofort zugreifen.](#)

[Login & Purchase](#)