

## Pressemitteilung

Zürich, 19. Juli 2018

### **Neue Positionierung für Systemhäuser: MSP 2.0**

**Kunden fragen verstärkt nach Diensten aus der Cloud und Managed Services.**

**Systemhäuser, die diese Geschäftschance nutzen wollen, müssen sich entsprechend positionieren. Über das dafür nötige Umdenken sprachen wir mit den ITK-Unternehmern Mike Bergmann (Exabyters) und Marcel Sternkopf (SecureHead IT).**

Der digitale Wandel in Industrie, Wirtschaft und Gesellschaft nimmt weiter Form an. Die Intensität, mit der Unternehmen Cloud-Dienste nutzen, wächst und bereits jetzt ist abzusehen, dass Unternehmen und andere Organisationen ihre IT vornehmlich in hybriden Architekturen betreiben und ihre Anwendungen von Dienstleistern betreuen lassen werden. Für Systemhäuser bedeutet diese Entwicklung einen Paradigmenwechsel und ein neues Rollenverständnis: Von Zeit gegen Geld zu Effizienz gegen Geld, vom Handwerker auf Abruf zum „Managed Service Provider 2.0“.

„Wer als Systemhaus ‚neue‘ Leistungen wie etwa Workplace-as-a-Service anbieten kann, den nehmen Kunden als attraktiven Partner wahr“, so die Erfahrung von Marcel Sternkopf, Geschäftsführer des Systemhauses SecureHead IT. „Im Sinne der eigenen Zukunftssicherung besteht der pragmatische Ansatz also darin, als ‚MSP 2.0‘ beim Kunden mehr und mehr IT-Betriebsverantwortung zu übernehmen.“

Natürlich ist eine Positionierung als MSP und der Aufbau von ergänzenden Kompetenzen/Kooperationen nicht von heute auf morgen zu schaffen. „Ein Systemhaus, das es ernst meint und umfassende Managed Services parallel zu seinem bisherigen Kerngeschäft aufbaut, sieht erste Effekte nach etwa 6 Monaten. Bis zum Break-even und nachhaltigem Erfolg mit dem MSP-2.0-Modell dauert es circa zwei Jahre.“ Diese Einschätzung kommt von Mike Bergmann, dem Gründer von Exabyters in Uelzen, der seit rund sechs Jahren andere Systemhäuser in Seminaren (unter anderem im Auftrag der acmeo) sowie mit Individualberatungen zum Themenkreis digitale Geschäftsmodelle schult und berät. In der ITK-Branche und bei Fachhandelskooperationen wie iTeam gilt Bergmann als einer der bekanntesten „Missionare“ für Managed Services und sehr früher Verfechter von IT-Flatrates.

## MSP 2.0 mit Plan

Zu den Voraussetzungen für einen Wandel vom klassischen Anbieter zum MSP 2.0 gehört neben den sechs Basisbausteinen (siehe Grafik) eine interne Aufstellung, welche die Anwendung des ökonomischen Prinzips ermöglicht: Möglichst viele Kunden mit möglichst geringem Aufwand und maximierten Ergebnissen betreuen.

Das erfordert ein hohes Maß an Automatisierung und eigene MSP-Techniker, die als vertrauenswürdige Schnittstelle zu Kunden besser geeignet sind als traditionelle Vertriebler. Und „... nicht zuletzt ein Provisionsmodell, das dem Vertrieb die Angst vor dem neuen Modell nimmt“, berichtet Sternkopf. Er hat sein Systemhaus SecureHead IT von Anfang an als MSP 2.0 positioniert, kennt in seiner Funktion als Partnermanager bei oneclick jedoch auch die Befindlichkeiten, Herausforderungen und Nöte, die andere Systemhäuser angesichts der digitalen Transformation ihrer Kunden umtreiben, recht genau.



Quelle: Mike Bergmann, Exabyters (eigene Darstellung)

## Neue Säulen: Convenience & Consulting

Die größte Herausforderung für wandelwillige ITK-Unternehmer im Channel besteht laut Bergmanns und Sternkopfs Erfahrung darin, ihr Denken von „reaktiv auf aktiv umzupolen“.



Wem das gelinge, der könne mit den zwei Säulen Convenience und Consulting erfolgreich bei Kunden punkten. Beispielsweise mit Application Delivery/Workplace-as-a-Service, wie sie Partner der oneclick AG bereits heute anbieten. Solche Dienste werden nach dem Consulting (von Beratung und Abklärung der Rechtslage über die Frage, wie standardisiert die Anwendungen sind, bis hin zur Notwendigkeit prozessualer und organisatorischer Veränderungen) für den Kunden zur „Convenience“: Neben der Annehmlichkeit, sich um den reibungslosen Betrieb ihrer Anwendungen nicht mehr selbst kümmern zu müssen und individuelle Arbeitsplätze einfach per Browser abrufen zu können, profitieren die Kunden auch von den planbaren Aufwendungen für ihre IT.

„Die oneclick Workspace Provisioning- und Streaming-Plattform ist ideal für Nutzer, die mit einer hohen Anzahl standardisierter Anwendungen arbeiten, saisonale Schwankungen bei der Mitarbeiterzahl haben oder viele dezentrale Arbeitsplätze verwalten müssen“, berichtet Bergmann. „Sobald Unternehmen erkannt haben, worum es geht, fallen ihnen meist selbst noch etliche Einsatzmöglichkeiten ein und ab dann kann der Systemhauspartner (beziehungsweise der MSP 2.0) mit Fug und Recht über kundengetriebene Dienste sprechen.“

## **Kunden freut Fixkostenmodell**

Während bei traditionellen, anlassgetriebenen Anfragen unter Umständen unüberschaubare Stundensätze für Service-Techniker auflaufen, erfolgen der Bezug und die Betreuung von „Managed Services 2.0“ rund um die Uhr, hochgradig automatisiert und zu planbaren Fixkosten. Der Kunde bezahlt für die Betreuung immer einen festen Preis, „ähnlich wie ein Mieter, der pro Monat einen bestimmten Quadratmeterpreis an den Immobilienbesitzer überweist und sich dafür weder um den Betrieb des Hauses noch um Instandhaltung und Modernisierung kümmern muss“, so Bergmann.

Wie einträglich das Geschäftsmodell MSP 2.0 sein kann, zeige das Beispiel eines früheren Seminarteilnehmers. Dieser könne inzwischen an jedem Monatsanfang allein mit den Flatrates seiner Kunden 120 Prozent der Fixkosten decken.

*716 Wörter, 5.368 Zeichen, Veröffentlichung frei*



## **Über die oneclick AG**

Die oneclick AG mit Hauptsitz in Zürich (CH) und einem Innovationsmotor in Prien (D) hat sich auf die Entwicklung und den Betrieb einer Cloud-Plattform für die automatisierte und sichere Bereitstellung von digitalen Arbeitsplätzen spezialisiert. Das Ziel der oneclick AG ist es, das End User Computing mit zu gestalten und zu verbessern. Die oneclick AG wurde 2015 gegründet und hat 25 Mitarbeiter.

## **Medienkontakt**

Dominik Birgelen  
oneclick AG  
Zollikerstrasse 27  
CH-8008 Zürich  
Schweiz  
Tel. +41-44-5788893

<https://www.oneclick-cloud.com>  
[marketing@oneclick-cloud.com](mailto:marketing@oneclick-cloud.com)

