



Neues zum Telco-Sourcing

München // Februar 2018

Unser aktuelles Thema

Wie ein strategischer Telekommunikationseinkauf den Unternehmensgewinn steigert

von Martin Meyer

Der Gewinn liegt im Einkauf ist eine triviale und geniale Erkenntnis.

Dieser Leitsatz bildet den Kern unseres Arbeitens als Unternehmensberater im Telekommunikationseinkauf.

Eine Telekommunikationseinkaufsinitiative hat als Zieluntergrenze Einsparungen in Höhe von 20% -oft liegen die erzielbaren Einsparungen auch deutlich höher.

Sind die Telekommunikationsausgaben im vergangenen Jahr für ein mittelgroßes Unternehmen bei 6 Millionen Euro, so können als Beitrag zum Unternehmensergebnis –als Untergrenze- 1,2 Millionen Euro aus einer strategischen Einkaufsinitiative geplant werden.

Implementierung

Durch die Natur von Telekommunikationsservices (Vielzahl von Daten) ist eine richtige Aufbereitung der Unternehmensausstattung zentrale Aufgabe. Um Interpretationsspielräume zu vermeiden sollten vom Einkauf als Basis für die Volumenaufbereitung einerseits Rechnungen und andererseits CDR-Daten (Call-Detail-Records) des Unternehmens von den Providern angefordert werden. Es ist letztlich ein detailgetreuer Blick auf die Ausgaben und die abgenommenen Mengen zu erarbeiten. Die gesammelten Volumina sind die Grundmauern der Telekommunikationsausschreibung. Sie werden ergänzt durch altbewährte wie neue Anforderungen aus der Organisation und/oder vom hinzugezogenen Einkaufsberater.

Die folgende Darstellung verdeutlicht die Wahlalternativen im Einkaufsprozess:



MeyerBeratung hat für Telekommunikationsausschreibungen neben Datensammlungstools eine elektronische Ausschreibungsplattform entwickelt, welche passgenau für Telekommunikationseinkaufsinitiativen ist. Die Plattform erlaubt es den Bietern einzelne Module (oder sogar Modulteile) zu bearbeiten und letztlich das Angebot elektronisch an das ausschreibende Unternehmen zu versenden; sie ist multimodular und international erprobt.

Durch die vordefinierten, eindeutigen Antwortmöglichkeiten wird ein Höchstmaß an Angebots- und Anbietertransparenz erreicht. Wird keine solche Anwendung genutzt, ist diese Arbeit (Vergleich, Update des RfPs, Anbietertransparenz) mühevoll. Interpretationsspielräume auf Seiten des Anbieters wie des Einkäufers öffnen sich und ziehen den Prozess bzw. können die Ausschreibung zu einem zähen Projekt machen. Mithilfe der Ausschreibungsplattform ist sogar eine Veränderung von Modulen (Hinzunahme/Wegfall/Veränderung) durch ein Update der jeweiligen Ausschreibung im Ausschreibungsprozess möglich.

Konklusion

Für den Telekommunikationsbereich von Unternehmen heißt „Sourcing statt Einkauf“ technologie-, anbieter- und produktunabhängig Services und Dienstleistungen zum Wettbewerb auszuschreiben, zu verhandeln und zu kontrahieren.

Dabei ist zentral, dass nicht gekauft wird, was angeboten wird – sondern nachgefragt wird, was gebraucht wird (Sourcing statt Einkauf).

Eine multimodulare und strukturierte Ausschreibungsmanagementplattform hilft dem Einkäufer die bestmögliche Wahl zu treffen. Die Abwägung zwischen internem und externem Beschaffungsmanagement muss getroffen werden.

Eine Zieleinsparung von $\geq 20\%$ bezogen auf die Ist-Kosten ist Basis jeder Telekommunikationseinkaufsinitiative. Jeder eingesparte Euro ist dabei unmittelbar Gewinnbeitrag des Einkaufs.

5 Schritte für Ihre Telekommunikationseinkaufsinitiative

1. Finden Sie den Sponsor in der Geschäftsleitung, der das Projekt intern verantwortet
 2. Finden Sie einen geeigneten Projektleiter, der die internen und ggf. externen Ressourcen steuert und beauftragen Sie diesen mit der Einkaufsinitiative
 3. Tragen Sie die Ausgaben für und die Volumina in der Telekommunikation (WAN, LAN, Telefonanlagen-wartung, Mobilfunk, Festnetz, Audio- & Webconferencing sowie Servicenummern) zusammen (Faustregel: Einsparungen $\geq 20\%$)
 4. Konzipieren Sie eine strukturierte, internationale Multimodul-Ausschreibung, die den Wettbewerb innerhalb der Module in den Fokus nimmt und ggf. zum Ende nochmals Preisverbesserungen durch Vergabe von mehreren Modulen an einen Provider ermöglicht
 5. Sichern Sie die Einsparungsergebnisse für Ihr Unternehmen zum frühestmöglichen Zeitpunkt (Abschluss eines Letter-of-intent)
-

Gerne erläutern wir Ihnen die Vorteile einer Zusammenarbeit mit MeyerBeratung in einem unverbindlichen Meeting oder Webinar.

Schreiben Sie uns oder rufen Sie uns an.

+49 89 21548155

mm@meyerberatung.de

Wir sind gerne für Sie da!



Copyright © 2019 MeyerBeratung, All rights reserved.

Sie erhalten diesen Newsletter, da wir annehmen, dass diese Informationen beruflich für Sie von Interesse sind.

MeyerBeratung
Knollerstr. 3
München 80802
Germany

[Add us to your address book](#)

Want to change how you receive these emails?

You can [update your preferences](#) or [unsubscribe from this list](#)

