

## Modern Workplace



### **NEW WORK:**

Manche Tools sind gekommen, um zu bleiben, aber es gibt auch interessante Innovationen

### **KÜNSTLICHE INTELLIGENZ:**

Diese Chancen und Gefahren sehen UCC-Hersteller mit ChatGPT & Co.

TELEFONIE | VIDEOKONFERENZEN | LIVECHAT

# VERBINDEN SIE IHRE TEAMS & KUNDEN

Machen Sie Ihr Business **mobil**  
und **zukunftsicher**:

-  gehostet oder eigenständig verwaltet
-  Videokonferenzen
-  Website-Livechat
-  WhatsApp & Facebook-Integration
-  Callcenter-Lösung
-  iOS/Android/Web/Windows & Mac Apps
-  Integration mit Microsoft 365 & Teams



 **JETZT GRATIS HOLEN!** [WWW.3CX.DE](http://www.3cx.de)

**3CX**<sup>®</sup>

**UCC**

<b>Eine neue Ära beginnt</b> 4 New Work, Hybrid Work, Agiles Management & Co. bestimmen den Arbeitsalltag	Die Telefonanlage entwickelt sich zum Team(s)-Player 10
	Telefonieren trotz Grenzen Das Operator-Connect-Programm wächst 12
	Künstliche Intelligenz Sind ChatGPT & Co. Jobmotor oder Jobkiller? 14
	Kommunikative Bots, schnelle Übersetzungen – das planen die Hersteller 18
	Huddle Rooms Der zweite Frühling für den Meeting-Raum 22

**Digitalisierung**

<b>Wandel als Chance für Systemhäuser</b> 26 Unternehmen können den Weg nicht aus eigener Kraft gehen	Mobile Office aus dem All Modernes Arbeiten ist an allen Orten mobil, doch oft ist der Zugang schwierig 28
--	--

**Security**

<b>Sichere Services aus einer Hand</b> 30 Die Distributoren bauen Security-Angebote weiter aus	„Ein Wettlauf mit der Zeit“ Markus Michael von Byon spricht über seine Strategie 34
---	---

**Sustainability**

<b>Es ist noch Luft nach oben</b> 36 Vielen Firmen fehlt noch eine Nachhaltigkeitsstrategie	Smartphones zum Mieten Immer mehr Unternehmen nutzen Device-as-a-Service 38
	Große Firmen geben den Ton an Nicole Diehlmann erklärt das Nachhaltigkeitskonzept von Bechtle 40

**Leserwahl**

<b>Die besten TK- und UCC-Hersteller</b> 42 Die Ergebnisse der Umfrage von Telecom Handel	Der Drang in die Cloud Auf diese Themen in der B2B-Kommunikation setzen die Teilnehmer der Leserwahl 46
--	---

**Zu guter Letzt**

<b>Das war dann mal weg</b> 48 Ein Besuch in Büros früherer Zeiten zeigt längst vergessene Geräte	Impressum, Awards 50
--	----------------------

# Künstliche Intelligenz verändert die ITK-Welt fundamental

Liebe Leserinnen und Leser,

eigentlich ist Künstliche Intelligenz ja keine neue Technologie, durch die Veröffentlichung von ChatGPT – den Bot von OpenAI – hat sie aber nun ungeheure Aufmerksamkeit erhalten. Forciert wurde und wird das Thema von Tech-Giganten wie Microsoft. Die Redmonder haben viel Geld in OpenAI investiert und führen beständig neue KI-basierte Funktionen in ihren Systemen ein.

Was heißt das nun für die UCC-Branche? Selbstverständlich beschäftigen sich alle Hersteller mit KI, einige haben schon längst eigene Lösungen entwickelt, bei anderen steht dies auf der Roadmap ganz oben.

In welchen ITK-Bereichen Firmen die größten Chancen sehen und wie Systemhäuser beim Thema Künstliche Intelligenz ihre Kunden beraten können, lesen Sie neben vielen weiteren interessanten Storys in diesem Magazin.

Ich wünsche Ihnen viel Freude beim Lesen!

Waltraud Ritzer  
Redakteurin



# Eine neue Ära beginnt

New Work, Hybrid Work, Agiles Management und Co.: In der Arbeitswelt steht eine Zeitenwende an.

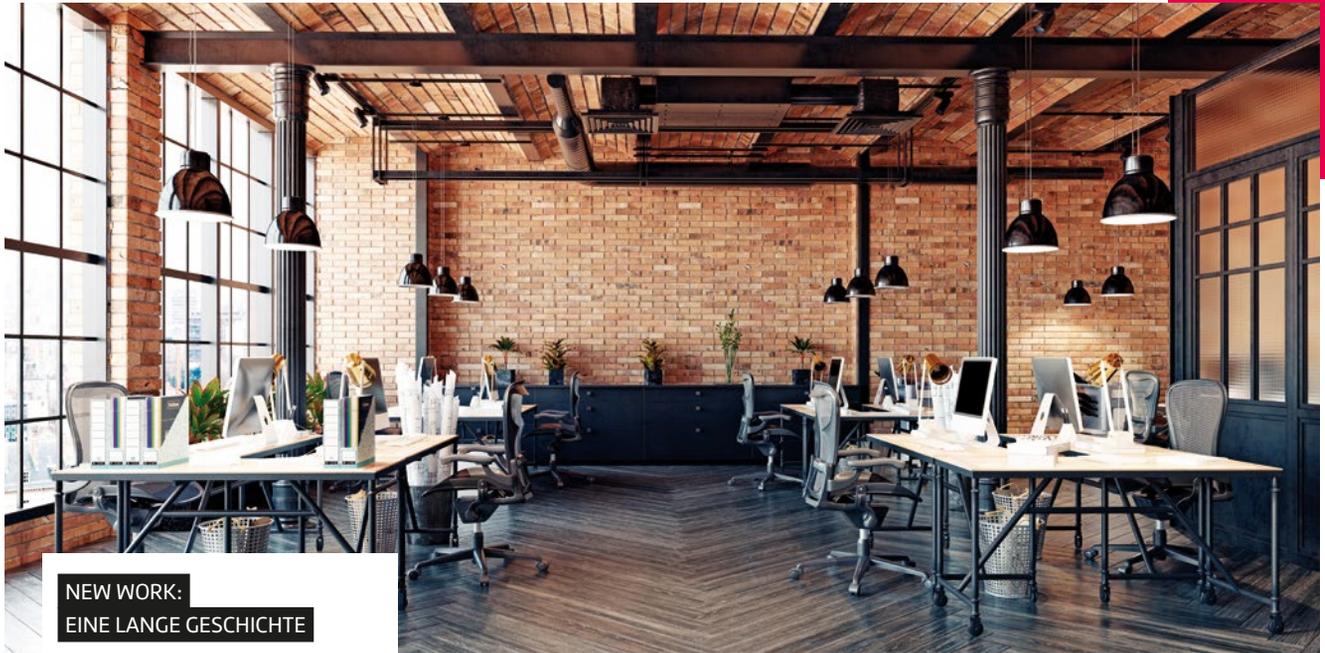
AUTORIN: WALTRAUD RITZER



Viel wird derzeit diskutiert über New Work, die neue Art des Arbeitens. Dabei ist der Ansatz keineswegs neu: Der Philosoph Frithjof Bergmann hat ihn bereits in den Siebzigerjahren des vergangenen Jahrhunderts eingeführt. Heute wird er, natürlich unter anderen Voraussetzungen, wieder stärker diskutiert. Verschiedene Faktoren führen inzwischen zu neuen Ansätzen. Da ist zum einen die Pandemie zu nennen, die quasi übers Wochenende die Büromitarbeiter ins Homeoffice zwang. Sie führte aber auch dazu, dass Collaboration einen wahren Höhenflug erlebte, schließlich musste man sich remote mit Kollegen, Kunden und Partnern austauschen. Jetzt, nachdem der Ausnahmezustand schon seit Monaten zu Ende ist, haben die Unternehmen große Probleme, ihre Mitarbeiter wieder ins Büro zu holen. Fakt ist aber: Arbeitsplätze sind heute digitaler denn je, und Künstliche Intelligenz wird viele neue Tools für Mitarbeiter bringen. ▶



Foto: Anel Alijagic / Shutterstock



### NEW WORK: EINE LANGE GESCHICHTE

Begründet wurde die New-Work-Bewegung von dem in Sachsen als Sohn eines evangelischen Pfarrers geborenen, österreichisch-amerikanischen Sozialphilosophen Frithjof Bergmann. Er führte den Begriff bereits Ende der 1970er-Jahre als Philosophie einer neuen Arbeit ein. Zentrale Werte waren Selbstständigkeit, Freiheit und Teilhabe an Gemeinschaft. Der Begriff beschreibt heute den strukturellen Wandel einer Arbeitswelt, die aufgrund von Digitalisierung, vernetzter Globalisierung und Ansätzen von Künstlicher Intelligenz in der Lage ist, die Werte aus den 1970er-Jahren in der Praxis umzusetzen und dadurch eine Reihe völlig neuer organisatorischer Gestaltungsmöglichkeiten von Arbeit für den Mitarbeiter ermöglicht.



Zusätzlich herrscht in allen Branchen ein eklatanter Fachkräftemangel, der sich wegen des demografischen Wandels noch einmal verschärfen wird. Denn trotz der relativ schwachen Wirtschaftsentwicklung hat der Fachkräftemangel im Jahr 2022 einen Höchststand erreicht. Rechnerisch konnten im vergangenen Jahr mehr als 630.000 offene Stellen für Fachkräfte nicht besetzt werden, berichtet das Kompetenzzentrum Fachkräftesicherung (Kofa) des arbeitgebernahen Instituts der deutschen Wirtschaft (IW) in Köln. Und laut Bitkom fehlten im November vergangenen Jahres 137.000 ITK-Experten. Dramatische Zahlen also ...

Vor allem junge Talente werden händelnd gesucht, doch die Generation Z – also die die zwischen den Jahren 1995 und 2010 Geborenen – hat häufig einen anderen Lebensplan. Work-Life-Balance ist diesen jungen Menschen wichtiger als den Generationen zuvor, zudem fordern sie von ihren Arbeitgebern die Möglichkeit von hybriden Arbeitsplätzen ein, wollen Vertrauensarbeitszeit und keine Stechuhr. In diese Diskussion drängt auch verstärkt das Konzept der Viertagewoche bei vollem Lohnausgleich. Selbst die SPD-Chefin Saskia Esken hat sie vor einiger Zeit angeregt mit dem Argument, dass dies zu höherer Produktivität und Zufriedenheit führen würde. Der Vor-

schlag stößt jedoch auf Widerstand von Arbeitgebern, Union und FDP, die ihn für unrealistisch und schädlich halten. Wie auch immer man dazu steht, die Diskussion ist hitzig und keineswegs beendet.

### Modern Workplace aus Firmensicht

Arbeitgeber befinden sich aus den genannten Gründen im Zwiespalt: Sie müssen neue Strukturen schaffen, um an dieser zunehmend digitalen Welt teilzuhaben. Das Thema ist wichtiger denn je und duldet eigentlich keinen Aufschub.

Das iSCM-Institut hat vor diesem Hintergrund Unternehmen in Deutschland befragt, warum sie sich mit Modern-Workplace-Konzepten beschäftigen: Mit 54 Prozent sind die Faktoren „Mitarbeitermotivation“ gefolgt von „Hybridem Arbeiten“ (52 Prozent) mit Abstand die beiden Top-Vorteile, die bei Modern-Workplace-Lösungen gesehen werden. Mit deutlichem Abstand folgen „Mobiles Arbeiten“ (42 Prozent), „Teamarbeit“ (38 Prozent) und „Agiles Arbeiten“ (33 Prozent). „Kostenreduktion“, „Produktivitätssteigerung“ und „Effizienz“ verzeichnen dagegen mit 29, 27 beziehungsweise 23 Prozent vergleichsweise geringe Zustimmung.

Was hat das für Konsequenzen für die ITK-Abteilungen und Systemhäuser? Ihnen fällt in erster Linie die Aufgabe der

**KOSTENLOS  
TEILNEHMEN!**

# Telecom Handel

# CHANNEL DAY

26. Juli 2023

## Modern Workplace

### AUSWAHL AUS UNSEREM PROGRAMM

#### PANEL-DISKUSSIONEN

„Hilfe, mein Kunde möchte mit Teams  
jetzt auch telefonieren!“



**ANDREAS STEINKOPF**  
VoIP-Experte und  
Fachautor,  
VAF Bundesverband  
Telekommunikation



**PATRICK MÜLLER**  
Vertriebsleiter,  
Heldele GmbH

ChatGPT & Co.:  
So wird KI die Kommunikation verändern



**DR. ANJA  
LINNBÜRGER**  
Head of Research –  
Psychology & AI,  
VIER GmbH



**UWE KREUTER**  
CEO,  
CCT Solutions

#### MASTERCLASSES



**STEFFEN HENSCHÉ**  
Chief Marketing  
Officer,  
Easybell

Raus aus der Komfortzone:  
Wie Easybell sich im B2B-Markt  
etabliert hat und sein Partner-  
Programm vorantreibt



**MICHAEL BROOS**  
Business  
Development  
Manager Virtual  
Infrastructure,  
ADN Distribution  
GmbH

Wie Systemhäuser und MSPs  
hybrides Arbeiten revolutionieren



**OLIVER JANZEN**  
Chief Business  
Officer, Chapter  
Lead Cloud,  
Ecotel

Tradition trifft Innovation:  
ecotel cloud.phone sichert  
Vermarktungspotenziale im  
B2B-Segment



**THOMAS REINIG**  
Geschäftsführer,  
Sewan

Sewan revolutioniert den digitalen  
Arbeitsplatz: ITK-Systemhäuser  
und Fachhändler profitieren von um-  
fassender 360-Grad-Unterstützung



**GREGOR KNIPPER**  
Vice President &  
Managing Director  
DACH,  
GN Audio  
Germany

Mehr Herz, weniger Hirn –  
Impulse zu New Work!  
Von Bäckern, Äpfeln und  
Frank Zappa



**JÜRGEN SIGNER**  
COO,  
Starface GmbH

So geht  
Telefonie heute

Mehr Infos zum Programm unter <https://lox.space/telecom-handel/events>



Unsere Partner:



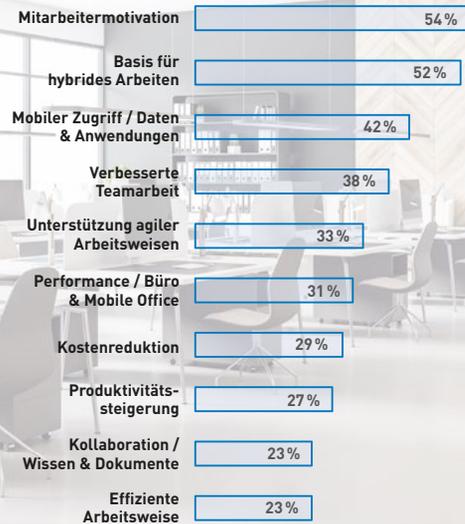
UNICON

easybell



# 54 Prozent

der Firmen sehen motivierte Mitarbeiter als Grund für die Einführung neuer Arbeitsplätze



Quelle: iSCM Deutschland 2022

## MODERNE ARBEITSWELTEN

Die Möglichkeit, im Büro, im Homeoffice sowie in Coworking Spaces zu arbeiten, wird immer wichtiger. Diese Flexibilität verursacht aber einen deutlichen Mehraufwand für Administratoren.

technischen Migration in neue Infrastrukturen zu, bei denen Vernetzung, mobile Endgeräte, Cloud-Applikationen und weitere Services eine zentrale Rolle spielen. Das klingt erst einmal vergleichsweise banal, ist aber deutlich komplexer: Denn die Einführung neuer Tools erfordert auch neue Routinen und Prozesse. Wer hilft dem Mitarbeiter im Homeoffice? Wie kann ein Sicherheitskonzept aussehen, das die Arbeitsplätze und Daten an unterschiedlichsten Orten schützt? Welche organisatorischen Maßnahmen sind grundsätzlich nötig, damit Desk Sharing nicht im Chaos endet? Schließlich ist beim New-Work-Konzept ein fester Arbeitsplatz ein Auslaufmodell. Und dies sind nur einige Beispiele, die berücksichtigt werden müssen. Am Ende wird aus der technischen Migration eine unternehmensweite organisatorische Transformation.

Rudolf Aunkofer, Gründer des iSCM-Instituts und Autor der Studie, betont deshalb: „ITK-Technologie und die sich aus Modern-Workplace-Konzepten ergebenden Möglichkeiten definieren unsere Arbeitswelt neu, mit Konsequenzen weit über das aktuelle Jahrzehnt hinaus. Die Nachfrage nach entsprechender ITK-Hardware, Infrastruktur und Cloud Services wird daher aufgrund der Millionen an Arbeitsplätzen, die hiervon betroffen sind,



«Modern Workplace definiert unsere Arbeitswelt neu, nutzen Sie die Chance»

RUDOLF AUNKOFER,  
GRÜNDER DES ISCM-INSTITUTS

auf absehbare Zeit weiter steigen.“ Sein Resümee und gleichzeitig Aufruf an Systemhäuser, Hersteller und Distributoren lautet deshalb: „In welcher Ausgangslage sich Ihr Unternehmen auch immer befinden mag, nutzen Sie die Chance Modern Workplace – sie ist einmalig!“

Foto: 3 Golden / Shutterstock

# Die richtige Kommunikationslösung für zufriedene Kunden

Omnichannel sorgt für bessere Customer Experience und höheren Umsatz

**C**ustomer Experience ist die Gesamtheit der Emotionen, die ein Kunde vor, während und nach dem Kauf eines Produkts oder einer Dienstleistung erlebt. Eine gute Customer Experience zeichnet sich dadurch aus, dass sie die Erwartungen des Kunden erfüllt oder sogar übertrifft und ihm ein positives Gefühl vermittelt.

**Omnichannel-Kommunikation** ist eine Strategie, die darauf abzielt, dem Kunden eine nahtlose und konsistente Customer Experience über alle Kanäle und Kontaktpunkte hinweg zu bieten. Das bedeutet, dass der Kunde mit dem Unternehmen über verschiedene Kanäle wie Telefon, E-Mail, Chat, Social Media oder Web interagieren kann.

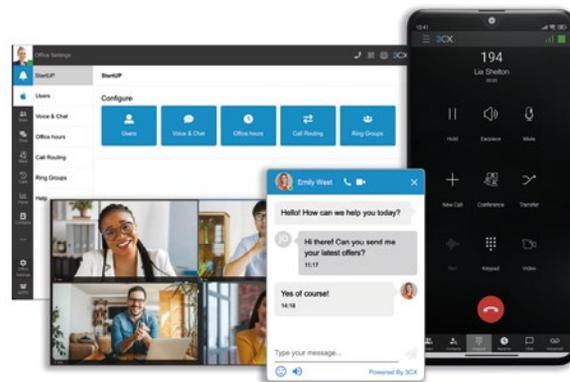
Omnichannel-Kommunikation ist wichtig für gute Customer Experience, weil sie dem Kunden mehr Wahlmöglichkeiten, Komfort und Zufriedenheit bietet. Ein zentraler Bestandteil für die Umsetzung einer Omnichannel-Strategie zum Verbessern der Customer Experience ist die **Wahl der richtigen Kommunikationsplattform**.

## 3CX – Die richtige Kommunikationslösung für Ihr Unternehmen

**3CX ist eine Telefonielösung** für Unternehmen, die verschiedene Kommunikationskanäle integriert und eine nahtlose Kundenerfahrung bietet. Mit 3CX können Sie nicht nur **Anrufe** verwalten, sondern auch **Videoanrufe** tätigen und **Webkonferenzen** halten. 3CX integriert zudem mit Facebook, WhatsApp Business, MS Teams und bietet einen **Live Chat** für Ihre Webseite.

### Vorteile im Detail:

- Tätigen oder beantworten Sie Anrufe von und auf Ihre Geschäftsnummer von überall und mit jedem Gerät mit Hilfe der integrierten **Web-, Desktop- und Smartphone-Apps** für Windows, Mac, iOS und Android.
- Halten Sie Video- und Webkonferenzen mit der enthaltenen **3CX Videokonferenzlösung für bis zu 250 Teilnehmer**. Kunden klicken lediglich auf einen Link, die Installation von Software oder Plugins entfällt.
- Kunden können Sie direkt via Link auf Ihrer Webseite oder persönlichem Link in Ihrer Emailsignatur **kostenfrei über das Web anrufen** mit Video-Option. Der Kontakt wird dann persönlicher.
- Empfangen und beantworten Sie **Nachrichten**



Die 3CX Apps bündeln alle Kommunikationskanäle in einer einfachen, von überall aus zu bedienenden Oberfläche.

**von Ihrer Facebookseite** direkt in den 3CX-Apps, ohne dass Sie bei Facebook eingeloggt sind.

- Bearbeiten Sie Anfragen, die Kunden Ihnen über **WhatsApp** schicken, direkt aus den 3CX-Apps. Die Installation von WhatsApp ist nicht notwendig.
- Rufen Sie Ihre Kunden direkt aus Microsoft Teams an mit der enthaltenen **3CX-Teams-Integration**.
- Chatten und sprechen Sie mit Ihren Webseitenbesuchern, indem Sie **3CX Live Chat** einfach und kostenfrei in Ihre Webseite integrieren.

**In den 3CX Apps werden alle Kommunikationskanäle in einer einzigen, leicht zu bedienenden Oberfläche** zusammengeführt. Somit gibt Ihnen **3CX die perfekte Omnichannel-Lösung** zur zentralen Verwaltung der gesamten Kundenkommunikation, inklusive detaillierter Berichte und personalisierter Ansprache. Zudem integriert 3CX sich nahtlos in Ihre Geschäftsprozesse durch **Integration in CRMs** und andere Lösungen.

**Das Beste:** Sie können jederzeit im Homeoffice arbeiten oder auf Geschäftsreise. Sie haben überall sicheren Zugriff auf 3CX. Unternehmen haben somit alle Werkzeuge an der Hand, um eine ausgezeichnete Customer Experience zu bieten, Conversion Rates und die Kundenbindung zu erhöhen, den Umsatz zu steigern und zugleich den Herausforderungen der modernen Arbeitswelt gerecht zu werden. Gleichzeitig reduzieren Sie auch noch Ihre Ausgaben für Telefonie um bis zu 80%.

Unter **www.3cx.de** können Sie 3CX kostenfrei testen. Für Unternehmen bis zu 10 Mitarbeiter ist **3CX StartUP** sogar fortlaufend **kostenlos!** Testen Sie 3CX noch heute! ■



# Die Telefonanlage entwickelt sich zum Team(s)-Player

Immer mehr Hersteller erweitern die Möglichkeiten, ihre Systeme mit Microsoft Teams zu verheiraten.

AUTORIN:  
WALTRAUD RITZER

**T**eams ist im Höhenflug: Rund 270 Millionen User haben im vergangenen Jahr MS Teams täglich genutzt. Damit ist das Collaboration-Tool von Microsoft unangefochten auf Platz eins. Für die TK- und UCC-Hersteller heißt das, dass ein sehr mächtiger Wettbewerber am Start ist. Denn Teams hat, wenn auch eingeschränkte, Telefoniefunktionen. „If you can't beat them, join them“ (Wenn du deinen Feind nicht besiegen kannst, verbünde dich) ist deshalb die Strategie der meisten Hersteller.

Fast alle haben Integrationsmöglichkeiten ihrer Systeme in Teams entwickelt. Und es gibt auch einige Gründe, warum das in vielen Fällen Sinn macht. So können etwa die VoIP-Endgeräte weiterhin betrieben werden, die nicht mit Teams kompatibel sind. Zudem können CTI (Computer Telefonie Integrationen) eingesetzt werden, die in bestimmten Branchen wie etwa dem Hospitality-Bereich häufig genutzt werden. Auch die Verbindung mit Callcenter-Lösungen sind damit einfacher zu realisieren. Und nicht zuletzt gibt es Telefoniefunktionen, die Teams nicht unterstützt und auch nicht entwickeln wird. Häufig wird in diesem Zusammenhang die Chefsekretärin-Funktion genannt, die sich hier-

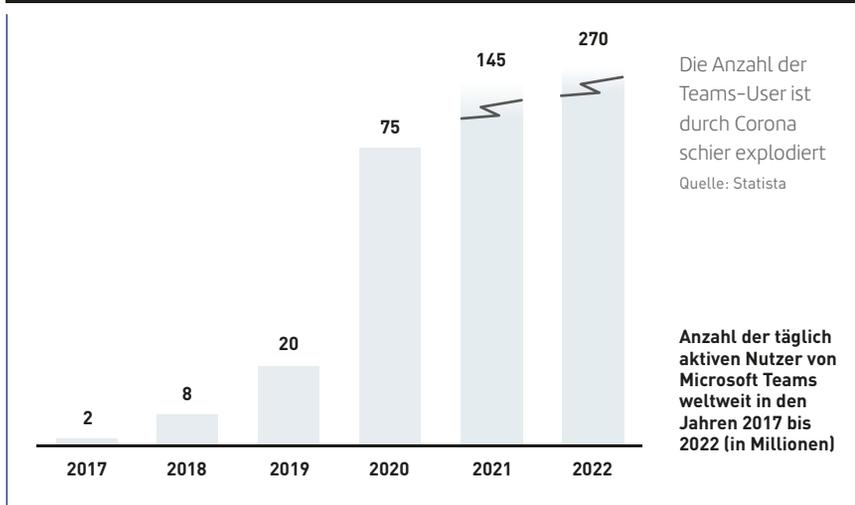
zulande immer noch großer Beliebtheit erfreut – in anderen Ländern aber gänzlich unbekannt ist. Es gibt also keinen Grund für Microsoft, in dieses Feature noch Entwicklungsressourcen zu stecken.

Allerdings hat Microsoft auch für Teams ein Application Programming Interface (API), das es Partnern erlaubt, diverse Zusatzfunktionen zu integrieren. Und Microsoft hat hier im vergangenen Jahr einige Neuerungen eingeführt, mit denen viele nicht gerechnet hatten, wie der VAF kürzlich in einem Fachpapier bemerkte. Zu denen gehört beispielsweise die Einbindung analoger Kommunikations-Sonderdienste wie Faxgeräte, Türöffner oder Gegensprechstellen. Mit der Teams-SIP-Gateway-Funktion sind nun der Anschluss und die SIP-Steuerung von einigen Modellen möglich. Auch DECT-Multi-Cell-Installationen sind nunmehr ebenfalls über die Teams-SIP-Gateway-Funktion mit dafür zertifizierten SIP-Lösungen einiger Hersteller wie etwa Ascom, Poly und Spectralink realisierbar. Weiterhin hat Microsoft ein Anrufjournal eingeführt (Rich Call History), bei dem auch verpasste und weitergeleitete Anrufe gespeichert und angezeigt werden. Diese Beispiele zeigen: Wenn eine Funktion stark nachgefragt wird und entsprechendes Umsatzpotenzial hat, wird Microsoft sie selbst oder mit Partnern entwickeln.

## Präsenzabgleich wird immer wichtiger

Entscheiden sich Unternehmen für den Parallelbetrieb von Teams und einer PBX, so gab es in der Vergangenheit immer wieder einen Kritikpunkt, der auf den ersten Blick banal, für Nutzer aber höchst ärgerlich ist. Und dies betrifft den bidirektionalen Abgleich des Präsenzstatus. Fehlt dieser, so kann es vorkommen, dass ein Anwender in einer Videokonferenz ist und das Telefon klingelt – oder umgekehrt. Die meisten Hersteller haben in den vergangenen Monaten Möglichkeiten gefunden, um diesen Ab-

### TÄGLICH AKTIVE NUTZER VON MICROSOFT TEAMS





## ANGEBOTE DER HERSTELLER (AUSWAHL)

Unternehmen	Integration in Teams	Bidirektionaler Statusabgleich	Kosten / Monat und Nebenstelle
<b>Agfeo</b>	Anbindung zur Telefonintegration	Ja	Einmalig 20 Euro pro Nutzer, Agfeo-Klick-Lizenz in TK-System enthalten
<b>Alcatel-Lucent Enterprise</b>	Teams V3 Connector	Ja	k.A.
<b>Atos/Unify</b>	Div. Plug-ins für alle Plattformen	Ja	Ab zwei Euro
<b>Avaya</b>	Verschiedene Integrationsmöglichkeiten	Ja	Unterschiedliche Konditionen
<b>Communi5</b>	Verschiedene Optionen	Ja	k.A.
<b>Enreach</b>	Swyx Connector für Teams, Teams Connector für Managed Voice und Managed Mobile inkl. FMC	Ja	Swyx Connector 1,99 Euro; Teams Connector 2,99 Euro
<b>Innovaphone</b>	Custom App für Microsoft Teams in verschiedenen Varianten	Ja	Statusabgleich 0,30 Euro, Custom App kostenlos
<b>Mitel</b>	Mitel Call Manager, Mitel Assistant App	k.A.	Kostenlos
<b>Nfon</b>	Cloudya für Microsoft Teams	Im Plan	Kostenlos
<b>Pascom</b>	Nein	Ja	Kostenlos
<b>Placetel</b>	Über Direct Routing	k.A.	Placetel Profi ab 4,90 Euro, Teams Integration 3,50 Euro
<b>Ring Central</b>	Ring Central für Microsoft Teams 2	Ja	In Standard und Premium enthalten
<b>Starface</b>	MS Teams Integration	Ja	k.A.
<b>Xelion</b>	Plug-in	Ja	Ja
<b>Zoom</b>	Zoom for Microsoft Teams	Ja	Kostenlos

Quelle: Unternehmensangaben

gleich in beide Richtungen zu realisieren. Und selbst Pascom – das Unternehmen gehört zu den wenigen Herstellern, die keine Integration ihres Systems in Microsoft Teams im Programm haben und auch nicht planen – hat in diesem Frühjahr Microsoft 365 Connector gelauncht, der den Präsenzstatus von Microsoft in seine UCC-Lösung bringt.

Es gibt also eine ganze Reihe von Möglichkeiten und auch Gründe für die Koexistenz von Teams und einer PBX. Kunden werden dies am Ende kaum selbst entscheiden können oder wollen. Sie sind hier auf die Beratungskompetenz ihrer Systemhaus-Partner angewiesen – und das wird auch noch längere Zeit so bleiben. 🚦

# Telefonieren trotz Grenzen

Um außerhalb der Microsoft-Welt zu telefonieren, gibt es einige Möglichkeiten. Unternehmen schließen sich öfter dem Operator-Connect-Programm an.

AUTORIN:  
WALTRAUD RITZER

**T**eams ist in den meisten Unternehmen gesetzt – und immer häufiger nutzen Firmen das Microsoft-Tool auch für die Telefonie. Dabei gibt es allerdings einen Haken: In den Standardversionen ist die Telefonie nur innerhalb der Microsoft-Welt möglich, interne und externe Gespräche mit Teilnehmern ohne Teams-Account funktionieren nicht.

Viele PBX-Anbieter haben deshalb Lösungen entwickelt, mit denen ihre Systeme mit Teams verheiratet werden (siehe Seite 10). Es gibt aber auch noch andere Möglichkeiten. So können Systemhäuser für ihre

Kunden bei Microsoft einen Sprachanschluss für Teams buchen, dafür benötigen sie aber zusätzliche Lizenzen: Teams Telefon mit Anrufplan. Alternativ können Reseller einen anderen Internet Telephony Service Provider (ITSP) wählen und mit den Teams-Accounts verbinden. Auch hier ist eine Add-on-Lizenz nötig, Teams Telefon Standard, diese enthält keinen Anrufplan. Zudem werden noch ein von Microsoft zertifizierter E-SBC (Enterprise Session Border Controller) und ein SIP-Trunk benötigt.

Beide Versionen haben natürlich Vor- und Nachteile: Wählt man Microsoft selbst als ITSP, so fallen beispielsweise keine Gebühren für einen SIP-Trunk oder E-SBC an – da alles innerhalb der Microsoft-Welt bleibt. Allerdings lässt sich Microsoft diesen Service auch teuer bezahlen. Die Gebühren für die Telefonate sind vergleichsweise hoch, gleichzeitig können manche Servicenummern nicht angerufen werden, um nur einige Beispiele zu nennen. Möchte ein Unternehmen wiederum einen ITSP seiner Wahl nutzen, so fallen zwar Gebühren für den E-SBC sowie den SIP-Trunk an – es kann aber sein, dass die Gesprächsminuten in diesem Fall günstiger sind. Doch manchmal kommt es auch zu technischen Problemen, wenn etwa Microsoft „irgendetwas“ an seiner Software ändert, was zu Störungen in der Telefonie führt. Mittlerweile gibt es aber eine ganze Reihe von ITSP, die einen SIP-Trunk für MS Teams im Programm haben, um dieses Risiko zumindest zu minimieren. Generell gilt aber auch hier: Microsoft ist nicht verpflichtet, über Änderungen zu informieren.

## Operator Connect als Alternative

Anders sieht es beim Operator-Connect-Programm von Microsoft aus: Hier gehen die Redmonder eine engere Beziehung zu einem ITSP ein. Dieser muss sich für die Aufnahme im Programm zertifizieren, was laut den Anbietern sehr aufwendig ist. Dafür erhält er aber unter anderem Informationen, um seine Trunks rechtzeitig zu modifizieren, wenn Microsoft Änderungen an der Software durchführt. In Deutschland gibt es aktuell nur wenige ITSP, die diesen Weg ge-

## MICROSOFT UND DIE TELEKOM

### Mobile für MS Teams

Auf der vergangenen Digital X hat die Telekom ein neues Angebot für Microsoft Teams vorgestellt. Teams Phone Mobile, so der Name des Produkts, ist an einen Mobilfunkvertrag der Telekom gekoppelt und kostet inklusive Sprachflat 7,99 Euro netto pro Monat und User, dazu kommen noch die üblichen Lizenzgebühren von Microsoft. Nutzer können direkt in Teams mit ihrer Mobilfunknummer telefonieren. Die Nutzung von Chat- und Video-Konferenzfunktionen ist ebenso möglich. Die Einrichtung der Verbindung von Teams mit der Telekom-Mobilfunknummer erfolgt im Microsoft Teams Admin Center.



gangen sind. Dazu gehört etwa die Deutsche Telekom, die seit Jahren sehr eng mit Microsoft zusammenarbeitet. Aber auch kleinere Unternehmen, wie etwa Equada, haben sich bereits zertifiziert. Neu in diesem Kreis sind zudem Peoplefone, Nfon und Gamma.

Auf den ersten Blick ist Operator Connect eine Möglichkeit für eine stabile Telefonie über MS Teams – denn sowohl Microsoft als auch die Partner verpflichten sich für eine engere Zusammenarbeit. Für ITSP ist es zudem die Chance, bei Firmenkunden sichtbar zu werden, schließlich sind sie als offizieller Microsoft-Partner gelistet, Kunden können einen Anbieter auswählen, der von Microsoft zertifiziert ist. Manche sehen das Programm deshalb auch als Tool für die Leadgenerierung.

Allerdings könnte das am Ende aber auch bedeuten, dass Serviceleistungen der Reseller in Zukunft überflüssig werden: Schließlich genügt ein Klick, um einen ITSP zu wählen. Die gute Nachricht ist aber: Aktuell ist das Lizenzsystem von Microsoft für

TELEFONIE-ANGEBOTE FÜR MS TEAMS (AUSWAHL)		
Unternehmen	SIP-Trunk für MS Teams	Operator Connect
1&1 Versatel	ja	nein
Colt	ja	ja
Deutsche Telekom	ja	ja
Ecotel	ja	nein
Enreach	ja	ja
Equada	ja	ja
Gamma	ja	ja
M-net	ja	nein
Nfon	ja	ja
O2 Business	ab Q4/2023	nein
Peoplefone	ja	ja
Plusnet	ja	nein
Vodafone	ja	geplant

Quelle: Unternehmensangaben

Teams und Phone sehr kompliziert, dazu sind die Abrechnungsmodelle der ITSP so unterschiedlich, dass Unternehmen auch in naher Zukunft noch auf die umfassende Beratung von Systemhäusern gerne zurückgreifen werden. ::

# FLEX YOUR LIFE



- Volle Skalierbarkeit
- Volle Kostenkontrolle
- Volle Systemfunktionalität
- Volle Individualität



## AGFEO **Soft PBX** HyperVoice 365

**Wir sagen DANKE, dass Sie für uns abgestimmt haben.**

Flexibilität neu gedacht: Mit HyperVoice365 machen Sie Ihr HyperVoice-Kommunikationssystem zu einem echten All-rounder, denn Sie entscheiden, wann und was Sie wirklich benötigen!



Neugierig geworden?  
Hier erfahren Sie mehr



Informieren Sie sich jetzt über unsere Systemlösungen - #madeinbielefeld



Künstliche Intelligenz hat das Potenzial, weite Bereiche der Arbeitswelt zu verändern. Ob positiv oder negativ – dazu gibt es unterschiedliche Meinungen.

AUTORIN:  
WALTRAUD RITZER

# Sind ChatGPT & Co. Jobmotor oder Jobkiller?

Der Boom um ChatGPT und Co. weckt bei den einen Begehrlichkeiten, bei den anderen dominieren die Ängste. Wie könnte Künstliche Intelligenz (KI) meinen Job verändern? Und wird sie ihn gar überflüssig machen? Das sind die banger Fragen, die sich viele Arbeitnehmer stellen. Eine allgemeingültige Antwort darauf gibt es (natürlich) nicht, aber eine ganze Reihe von Studien, die zumindest Anhaltspunkte liefern.

Die Analysten von McKinsey & Company haben beispielsweise das Potenzial untersucht, das sich durch den Einsatz von generativer KI (GenAI) ergibt. Damit sind KI-Modelle gemeint, die neue Inhalte generieren können (siehe Kasten). Die These: GenAI-Technologien wie ChatGPT oder DALL-E können theoretisch weltweit einen jährlichen Produktivitätszuwachs von 2,6 bis 4,4 Billionen US-Dollar ermöglichen. Im Vergleich zu bisherigen Ausprägungen von Künstlicher Intelligenz und Analytik, etwa Machine Learning und Deep Learning, würde dies eine zusätzliche Steigerung um zehn bis 40 Prozent bedeuten. Die tatsächlichen Auswirkungen könnten sogar höher ausfallen, würde GenAI in Software wie Textverarbeitungsprogrammen oder Chatbots integriert, wodurch frei werdende Arbeitszeit für andere Aufgaben genutzt werden kann. Etwa 75 Prozent des geschätzten Werts wird GenAI laut den Analysten in den Bereichen Kundenservice, Marketing und Vertrieb, Software-Entwicklung sowie Forschung und Entwicklung schaffen – und damit in stark wissens- und personalbasierten Bereichen.

Wenig überraschend ist ein weiteres Ergebnis der Studie: Die aktuelle Entwicklung von GenAI wird die Veränderungen in der Arbeitswelt beschleunigen. Die Technologie hat das Potenzial, Arbeitsschritte zu automatisieren, Menschen von Routinarbeiten zu entlasten und so neue Freiräume für kreative Arbeit und Innovation zu schaffen. Damit könnte auch das insgesamt verlangsamte Produktivitätswachstum der letzten Jahrzehnte ausgeglichen werden.

Die Analysten gehen also von durchweg positiven Effekten aus – doch es gibt auch andere Stimmen. Ende März sorgte beispielsweise eine Prognose der Investmentbank Goldman Sachs für Aufsehen, wonach weltweit rund 300 Millionen Arbeitsplätze durch KI-gestützte Automatisierung überflüssig werden könnten. Der ChatGPT-Entwickler OpenAI wiederum spekulierte vor kurzem, dass KI bei etwa einem Fünftel aller US-Jobs bis zur Hälfte der auszuübenden Tätigkeiten übernehmen könnte.

## Ein Blick zurück

Aber was stimmt denn nun? Vielleicht lohnt sich ein Blick in die Vergangenheit, KI ist ja

---

GenAI könnte weltweit einen Produktivitätszuwachs von **2,6 bis 4,4 Billionen US-Dollar** ermöglichen

Weltweit könnten **300 Millionen Arbeitsplätze** durch KI-gestützte Automatisierung überflüssig werden

Quelle: McKinsey & Company; Goldman Sachs

---

keineswegs neu – schon seit Jahrzehnten wird daran geforscht und entwickelt. Und von Beginn an wurde hitzig darüber diskutiert, ob Künstliche Intelligenz nun ein Jobkiller oder Jobmotor sei.

Die letzte große KI-Welle, die in den 2010er-Jahren für Aufsehen sorgte, war die um die Datenverarbeitungstechnologie „Deep Learning“. Dies ist ein Teilbereich der Künstlichen Intelligenz, bei dem Computer mit Hilfe neuronaler Netzwerke lernen, Muster in Daten zu erkennen und Aufgaben zu erledigen, ohne spezifische Regeln zu er-



halten. Dies ermöglicht Computern, Dinge zu verstehen und zu lernen, ähnlich wie Menschen es tun. Dabei durchforsten Algorithmen große Datenbestände und identifizieren dabei für den Menschen verborgene Bezüge zwischen Daten oder Sachverhalten.

Vor kurzem hat nun das National Bureau of Economic Research (NBER) analysiert, welche Folgen der Siegeszug von Deep Learning für die Beschäftigung in den Unternehmen einer Reihe europäischer Staaten zwischen 2011 und 2019 hatte. Dazu verglichen die Analysten Arbeits- und Kompetenzprofile zahlreicher Berufsgruppen mit den Leistungsmerkmalen von damals nutzbaren KI-Algorithmen. Im Anschluss untersuchten sie die tatsächliche Zu- oder Abnahme von Beschäftigung in verschiedenen Branchen und Berufsfeldern, in denen Deep Learning eingesetzt wurde. Das Ergebnis überrascht – und es könnte so manchen

Bedenkenträger besänftigen. In Branchen, in denen der Einsatz von KI tendenziell die größten Auswirkungen haben könnte – also vor allem bei höher qualifizierten Bürotätigkeiten –, war kein Verlust von Arbeitsplätzen erkennbar. Im untersuchten Zeitraum wuchs die Zahl der dort Beschäftigten sogar noch leicht an, um rund fünf Prozent. Aber es gab innerhalb dieser Berufsgruppe eine Verschiebung zu höher qualifiziertem Personal, weil analytische Routinearbeiten eher automatisiert werden können. Die Arbeit wurde also um Routineaufgaben entlastet. Auswirkungen auf weniger qualifizierte Arbeitskräfte, so die NBER-Analyse, waren ebenfalls kaum erkennbar. Doch sind diese Ergebnisse nun auch auf GenAI übertragbar? Dazu wollen sich die Forscher nicht konkret äußern. Sicher ist nur: Auch mit GenAI wird sich die Arbeitswelt massiv verändern. Wie, wird sich aber noch zeigen. ::

## GENAI

### Das ist generative KI

Generative KI (engl. kurz GenAI) bezieht sich auf KI-Modelle und Algorithmen, die in der Lage sind, neue Inhalte zu generieren, die den Eigenschaften oder dem Stil der Trainingsdaten ähneln. Diese Art von KI-System kann eigenständig neue Texte, Bilder, Musik, Videos oder andere kreative Inhalte erstellen, ohne auf vorab vorhandene Beispiele oder Vorlagen beschränkt zu sein.

Ein bekanntes Beispiel für generative KI sind sogenannte Generative Adversarial Networks (GANs). GANs bestehen aus zwei Hauptkomponenten: dem Generator und dem Diskriminator. Der Generator erzeugt neue Daten, während der Diskriminator versucht, zwischen den generierten Daten und echten Daten zu unterscheiden. Die beiden Komponenten werden gleichzeitig trainiert, so dass der Generator ständig optimiert wird, um realistischere Daten zu erzeugen, und der Diskriminator immer besser darin wird, zwischen echt und generiert zu unterscheiden.

Generative KI bietet Möglichkeiten zur kreativen Erzeugung neuer Inhalte und wird sowohl in der Unterhaltungsindustrie als auch in der Forschung und anderen Bereichen der KI-Anwendung eingesetzt.

# 360 Grad für den großen Shift zum „digitalen workplace“

Sewan revolutioniert den digitalen Arbeitsplatz: ITK-Systemhäuser und Fachhändler profitieren von umfassender 360-Grad-Unterstützung.

In den kommenden Jahren stehen IT-Systemhäusern und ITK-Fachhändlern in Deutschland große Veränderungen bevor. Zwei bedeutende Wellen werden durch den Markt gehen und damit einen erheblichen Anteil der bestehenden Kundenverträge neugestalten. Diese Entwicklung eröffnet eine einzigartige Gelegenheit für Partner, ihre Kundenverträge zu erneuern und neue Kunden zu gewinnen - vorausgesetzt, sie verfügen über die passenden Dienstleistungen im Portfolio.

## KUPFER IST TOT, ES LEBE DIE GLASFASER

Eine der bevorstehenden Wellen ist der Übergang von Kupferleitungen zu Glasfaser. Bereits jetzt stoßen viele Geschäftskunden

ne Sache, der Start soll bereits 2024 in den ersten Gebieten erfolgen. Der Umstieg auf Glasfaser ist unumgänglich.

## PLATZ DA FÜR DEN DIGITALEN ARBEITSPLATZ

Die zweite Welle stellt den Übergang zu modernen digitalen Arbeitsplätzen dar. Während der Pandemie haben viele Unternehmen erkannt, dass Remote-Arbeit erfolgreich sein kann, insbesondere wenn die richtigen Tools zur Verfügung stehen. In dieser Hinsicht steht Microsoft 365 ganz oben auf der Liste der geeigneten Tools. Warum? Weil es alle erforderlichen Funktionen für eine effiziente Arbeit aus Sicht des Benutzers bietet. Die meisten Benutzer sind bereits mit den MS-Produkten vertraut, so fällt ein Wechsel leicht.

Von der Perspektive eines IT-Dienstleisters aus betrachtet, reicht es nicht aus, lediglich eine MS365-Lizenz zu aktivieren, um den Schritt in die MS-Cloud-Welt zu vollziehen. Es ist ebenso wichtig, sicherzustellen, dass legacy-Anwendungen wie beispielsweise das FiBu-System und andere im Office-Umfeld genutzte Dienste weiterhin erreichbar bleiben. Um diese Kunden zu unterstützen, ist nicht nur eine MS365-Lizenz notwendig, sondern auch ein Managed-Firewall/VPN Service sowie ein passender Internet-Zugang, idealerweise mit einem SD-WAN Service als Ergänzung. Des Weiteren ist häufig auch die Migration der Telefonie und deren Integration in MS-Teams gefragt, wofür ein geeigneter SIP-Trunk und ggf. ergänzend eine Cloud-Telefonanlage erforderlich sind.

All diese Aspekte erfordern auch den entsprechenden Service und Support, um reibungslose Umstellung und Betrieb zu gewährleisten. Dies beinhaltet die Verwaltung der MS365/Azure-Einstellungen, das Lizenzmanagement sowie die Erfüllung der Anwenderbedürfnisse. Ohne einen Partner,



mit xDSL an ihre Bandbreitengrenzen, der Bedarf wächst stetig. Im Rahmen der Glasfaserstrategie der Deutschen Telekom ist geplant, alle Kupferverbindungen abzuschalten. Dies betrifft nicht nur xDSL, sondern auch andere Verbindungen wie Standleitungen etc., die auf Kupfer basieren. Die Abschaltung des Kupfernetzes gilt als beschlossene



der eng mit dem Kunden zusammenarbeitet, wird dieser Shift nur schwer gelingen. Die Nähe zum Kunden und die Bereitstellung eines umfassenden Services sind unerlässlich für den Erfolg dieses Wandels.

## ENORME CHANCEN FÜR PARTNER

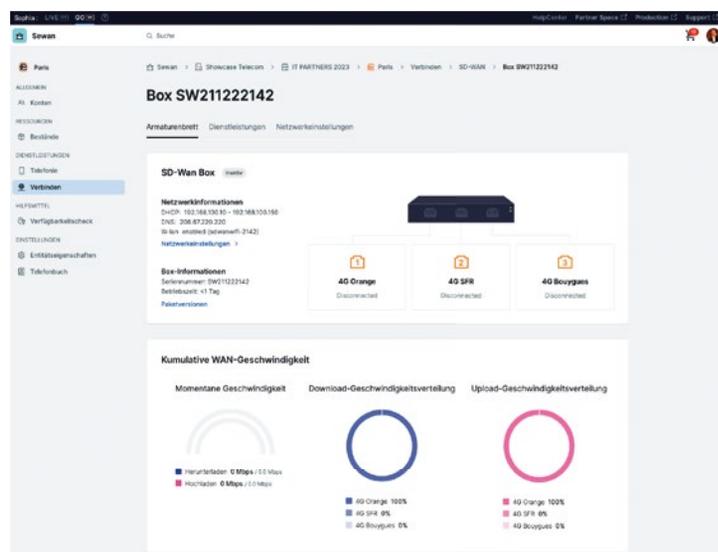
Für Partner eröffnet sich durch diese Entwicklung eine großartige Gelegenheit, ihre Kundenbeziehungen neu aufzustellen. Der Fokus liegt dabei auf dem Service zum Kunden, wesentliche Kernleistungen werden eingekauft. Es ist wichtig, dass all diese Dienstleistungen einfach bereitgestellt, verwaltet und idealerweise individuell abgerechnet werden können. Hierfür ist ein effizientes Abrechnungs-System wesentlich. Dies ermöglicht das Zählen und Abrechnen von Minuten, das Verwalten von Lizenzen, das Erfassen von Ports sowie die Zuordnung individueller Preise. Zudem ist eine etablierte Prozesslandschaft nötig, um die Bereitstellung und den Service für die verschiedenen Dienstleistungen effektiv zu gestalten. Und dafür ist ein Partner mit langjähriger Expertise wichtig: Sewan.

## SEWAN IST SEIT GRÜNDUNG IN 2007 AUF DAS PARTNERGESCHÄFT AUSGERICHTET

Sewan, ein äußerst erfolgreicher IT-Dienstleister mit Headquarter in Frankreich, startet nun auch in Deutschland durch. Mit über 1.000 Partnern in Frankreich, Belgien, Spanien und anderen Ländern ist Sewan bereits fest etabliert. Das Unternehmen bietet umfassende IT-Service-Lösungen. Sewan stellt seinen Partnern alles Notwendige zur Verfügung, einschließlich Billing, Provisioning,

Monitoring und mehr. Diese Prozesse sind hoch automatisiert, so dass Produkte mit wenig Personalaufwand bereitgestellt werden können. Das Portfolio von Sewan umfasst eine breite Palette von Produkten und Services, darunter Internet-Access (xDSL, Fiber, MPLS usw.), Managed Firewall/VPN, SD-WAN, Mobilfunk, Hosting und Housing, Backup, Cloud PBX Ports, SIP-Trunk, SIP Trunk Teams, MS365-Lizenzen und -Management. All diese Produkte und Dienstleistungen werden über eine bewährte Plattform gesteuert, über die alle Partner ihre Kunden verwalten können. Die Dienstleistungen werden den Partnern bereitgestellt, während die Umsätze über die Partner laufen. Und: Partner halten die Verträge direkt mit dem Endkunden.

Zusammengefasst: Sewan stellt dem Partner alles bereit, was dieser für einen einfachen Vermarktungsstart benötigt, dazu gehören auch Unterlagen wie Verträge, Werbematerialien etc. und dies alles im exklusiven Branding des Partners.



Sophia-Plattform

Aktuell stehen die Produkte Internet-Access, M2M-Karten, SIP-Trunk, Teams SIP-Trunk, MS365-Lizenzen, vielfältige Terminierungsdienstleistungen sowie Rufnummernhandlung im In- und Ausland zur Verfügung. In den kommenden Wochen und Monaten folgen weitere Produkte, darunter Mobilfunkkarten, Managed-SD-WAN, Managed-Firewall/VPN und vieles mehr. ■

## PORTFOLIO

- IT-Serviceprovider für ITK-Systemhäuser und Fachhändler
- Mutterkonzern in Frankreich, 2007 gegründet, 750 Mitarbeiter
- Über 1.000 Partner in fünf EU-Ländern
- Internet Access, SIP Trunk, PBX, Mobilfunk, Hosting, ...
- Sitz in Deutschland: Berlin

## KONTAKT

**Sewan Deutschland GmbH**  
Tel.: +49 30 2099442-0  
E-Mail: sales@de.sewan.eu  
Web: https://de.sewan.eu

# Kommunikative Bots, schnelle Übersetzungen

In vielen Bereichen wird KI schon heute im TK- und UCC-Umfeld eingesetzt. Und es werden weitere Angebote kommen.

AUTORIN:  
WALTRAUD RITZER

Wenn es um Künstliche Intelligenz im TK- und UCC-Umfeld geht, denken die meisten in der Regel zuerst an Microsoft und deren Investitionen in OpenAI, die Entwickler von ChatGPT. Rund zehn Milliarden US-Dollar sollen die Redmonder in OpenAI gesteckt haben. Ziel ist, die KI in immer mehr Produkte zu integrieren, auch im Collaboration-Umfeld. Und seit Monaten arbeitet Microsoft daran, Generative AI in seine Productivity- und Collaboration-Anwendungen zu injizieren. Word, Outlook, Teams, Excel, PowerPoint und eine Reihe weiterer Microsoft-Anwendungen werden künftig mit KI integriert und automatisiert – was den Nutzern Zeit sparen und ihre Produktivität in

und bereits Lösungen im Programm haben. Meist handelt es sich dabei um Angebote im Contact-Center-Bereich.

## Schwerpunkt ist noch im Contact-Center-Bereich

Hersteller wie Mitel, Avaya oder Atos/Unify bieten schon lange virtuelle Agenten an. Deren Einsatzgebiete: Bei Avaya analysiert die KI unter anderem den Verlauf des Kundengesprächs und bietet den Agenten Empfehlungen und Informationen an. Innovaphone wiederum hat KI entwickelt, mit der Gespräche transkribiert und in andere Sprachen übersetzt werden können. Diese Schnittstelle wird übrigens auch allen Appli-



Am weitesten verbreitet ist Künstliche Intelligenz im Contact-Center-Bereich: Dort werden häufig Chat- und Voice-Bots eingesetzt

neue Höhen treiben soll. Derzeit befindet sich Microsoft 365 Copilot in einer frühen Testphase und wird von ausgewählten Großkunden probeweise angewendet. Im Laufe des Jahres soll das Tool nach Aussage von Microsoft dann allgemein verfügbar sein.

Doch es gibt auch eine ganze Reihe von anderen Unternehmen, die sich – wenn auch mit weniger Publicity – mit KI beschäftigen

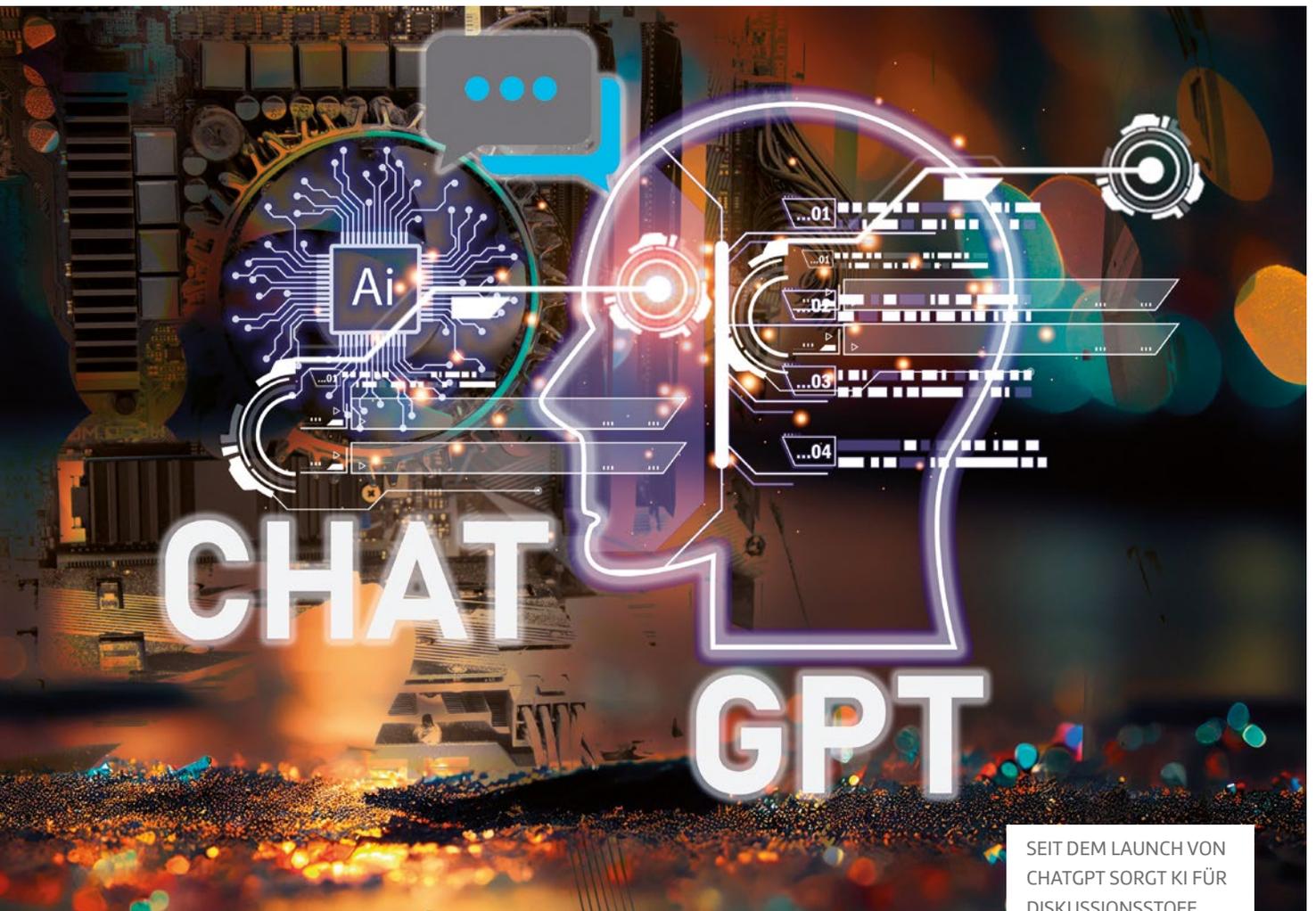
**16 Prozent** der Arbeitnehmer in Deutschland nutzen bereits KI in ihrem Arbeitsalltag

**37 Prozent** stehen dem Einsatz von KI-basierten Tools am Arbeitsplatz gleichgültig gegenüber, **17 Prozent** sind tatsächlich begeistert

**42 Prozent** rechnen mit positiven Auswirkungen von KI

Quelle: RingCentral

kationspartnern von MyApps angeboten. Atos setzt darüber hinaus auf KI-Unterstützung in Branchen wie Healthcare, Finanzdienstleistungen oder Retail. Ein Schwerpunkt dabei ist Computer Vision (CV), eine Technologie, die es Computern ermöglicht, visuelle Informationen aus digitalen Bildern oder Videos zu verstehen, zu analysieren und zu interpretieren.



SEIT DEM LAUNCH VON  
CHATGPT SORGT KI FÜR  
DISKUSSIONSSTOFF

Auch bei Enreach hat das Thema KI einen großen Stellenwert, das Unternehmen hat schon früh – im Jahr 2020 – den niederländischen KI-Spezialisten Botsquad übernommen. Der Hersteller stellt seinen Partnern eine Entwicklungsplattform zur Verfügung, mit der sie individualisierte Chat- oder Voicebots erstellen können. Diese Bots können als Stand-alone-Produkt zum Einsatz kommen oder integriert in die Unified-Communications-Lösungen. Auch in die neue Social-Messaging-Lösung von Enreach lassen sich Bots integrieren: Die Multi-Channel-Kommunikationslösung bündelt eingehende Nachrichten aus verschiedenen sozialen Netzwerken und gängigen Plattformen in einem zentralen Posteingang oder Microsoft-Teams-Kanal.

Andere Hersteller haben zwar noch keine eigene KI-Lösung, die sie vermarkten – befinden sich aber in der Planung und setzen

KI im eigenen Unternehmen ein. Zu diesen gehören etwa Starface oder Agfeo, die ihre Entwickler mit Künstlicher Intelligenz entlasten wollen. Agfeo prüft darüber hinaus KI im Bereich des eigenen Kunden-Supports.

Die Angebote sind also vielfältig und werden weiter ausgebaut – sowohl für Partner und deren Kunden als auch intern. Doch welche Akzeptanz hat KI bei den Arbeitnehmern? Der UCaaS-Spezialist RingCentral hat hierfür eine Studie in Deutschland durchgeführt. Demnach nutzen 16 Prozent der Arbeitnehmer bereits heute KI, 37 Prozent ist der Einsatz von KI-basierten Tools gleichgültig und 17 Prozent sind begeistert. Auch wenn die Meinungen zu KI unterschiedlich sind (siehe auch Seite 14), so ist klar, dass sie aus der Arbeitswelt nicht mehr wegzudenken ist. Für Systemhäuser kann sie Mehrwert wie neue Angebote für die Kunden und eine interne Entlastung bringen. ❏

# Exzellenter Service – auch in Grenzfällen

**easybell**  
Einfach. Professionell. Verbunden.

Easybell: Einfach professionell verbunden. Flexible Telekommunikation für jedes Unternehmen.

In den letzten Jahren hat sich die Kommunikation in den Unternehmen stark an das digitale Zeitalter angepasst. Meetings werden online abgehalten, Telefonie ist inzwischen ortsunabhängig und neue Kommunikationsmittel wie Microsoft Teams sind in die Telefonie integriert. Ebenso gilt es auch, immer mehr Kosten einzusparen.

**Vor diesen Herausforderungen stand auch die BERNT LORENTZ GmbH, die als Hersteller** von Solar-Wasserpumpen tagtäglich das Leben von Millionen Menschen, Nutztieren und Pflanzen nachhaltig verbessert. Hier wollte man sich von der teuren alten Telefonanlage trennen und Microsoft Teams in die Telefonie integrieren. Die BERNT LORENTZ GmbH testete dazu die easybell Cloud Telefonanlage und den Teams Connector einfach 30 Tage lang. Während dieser Testphase fielen keine Kosten außer den Verbindungsentgelten an und so konnten sie sich unverbindlich von den Vorteilen überzeugen.

## DIE CLOUD TELEFONANLAGE – DIE FLEXIBLE LÖSUNG FÜR JEDES UNTERNEHMEN

Die easybell Cloud Telefonanlage ist die Lösung für Unternehmen, die eine unkomplizierte Telefonielösung suchen. Sie kann einfach und flexibel bedient werden und macht die lokale Telefonanlage überflüssig. Denn im Gegensatz zu diesem alten System ist sie flexibel:

- An die easybell Cloud Telefonanlage können

ohne Probleme bis zu 500 Endgeräte angebunden werden.

- easybell bietet zudem ausfallsichere und qualitativ hochwertige Telefonie aus Deutschland und Rufnummernblöcke ohne monatliche Zusatzkosten an. Mit den Fair Flat Minutenpaketen lassen sich gegenüber einem Flatrate-Modell zusätzlich erheblich Kosten einsparen.

- Und mit dem Teams Connector von easybell kann die gesamte Unternehmens-telefonie nahtlos in Microsoft Teams integriert werden – und das zu den günstigen easybell Tarifen.

- Die Angebote von easybell sind zudem auf Wunsch auch mit VDSL und bald auch FTTH-Anschlüssen verfügbar.

- Der Vorteil für alle easybell Produkte: keine Mindestvertragslaufzeit.

## EASYBELL TELEFONLÖSUNGEN – GENAU NACH BEDÜRFNISSEN DER KUNDEN

Nach der Adressverifizierung ging die Einrichtung für die BERNT LORENTZ GmbH dank vieler umfangreicher bereitgestellter Anleitungen zur Cloud Telefonanlage wie von selbst. Nach der erfolgreichen Testphase entschied man sich für die Cloud Telefonanlage 75 mit 75 Nebenstellen und 75 Endgeräten und dem Business easy Tarif, einem SIP Trunk-Anschluss mit zehn Sprachkanälen. Da man bei LORENTZ viele Gespräche auch mit internationalen Kunden führt, konnte man mit der Fair Flat international auch

## PARTNERSCHAFT AUF AUGENHÖHE MIT DEM EASYBELL PARTNERPROGRAMM

easybell bietet Unternehmen über das Partnerprogramm die Möglichkeit, die Produkte von easybell in Deutschland, Österreich und bald auch in Frankreich anzubieten. Dabei profitieren easybell-Partner von papierlosen Bestellungen über das Partnerportal, schnellen Bereitstellungen der Produkte, attraktiven Lifetime-Provisionen, der persönlichen Partner-Hotline und kostenlosen Schulungen. Unternehmen, die sich für das Partnerprogramm von easybell interessieren, schreiben einfach an [partner@easybell.de](mailto:partner@easybell.de).



gleich noch kräftig bei den Gesprächskosten sparen und telefoniert jetzt ins internationale Festnetz und in deutsche Mobilfunknetze zum günstigen Paketpreis. Mit dem Teams Connector wurde die Telefonie ganz einfach in Microsoft Teams eingebunden.

### STARKE UNTERSTÜTZUNG BEI PORTIERUNGEN SELBST IN SCHWIERIGEN FÄLLEN

Die Portierung der alten Rufnummern zu easybell konnte die BERNT LORENTZ GmbH ganz einfach selbst über das Formular im Kundenportal anstoßen. Da der Vorwahlbereich der BERNT LORENTZ GmbH jedoch genau auf der Grenze zu einem anderen Vorwahlbereich lag, musste hier gemeinsam mit dem Vertrieb von easybell eine Lösung gefunden werden. Denn die alten Rufnummern des Unternehmens lagen in einem anderen Vorwahlbereich, als es aktuell für diese Adresse vorgegeben war. Die BERNT LORENTZ GmbH hat sich auf Anraten von easybell dazu beim Bundesamt für Kartographie und Geodäsie erkundigt, ob die

Vorwahlbereiche noch aktuell sind. Das Bundesamt hat dann festgestellt, dass der hier zu Grunde liegende GIS-Datensatz (ONB-Grenzen) korrekturbedürftig ist. Somit konnte eine erneute Portierung auch binnen eines Tages erfolgen und die BERNT LORENTZ GmbH konnte eingehende und ausgehende Telefonate über easybell führen.

### Inzwischen telefoniert man bei LORENTZ

**hauptsächlich über Microsoft Teams.** Die erfolgreiche Migration zur Cloud Telefonanlage von easybell mit nahtloser Teams-Integration ermöglichte dem Kunden eine optimierte Kommunikation und mehr Flexibilität. Durch die Unterstützung von easybell bei der Konfiguration und der reibungslosen Portierung der Rufnummern konnte die BERNT LORENTZ GmbH ihre Geschäftstätigkeiten effizient fortsetzen. Und mit den Produkten von easybell erhält die BERNT LORENTZ GmbH eine maßgeschneiderte Kommunikationslösung genau nach ihren Bedürfnissen. ■

easybell  
Produkt-Portfolio



BERNT LORENTZ GmbH in Schleswig-Holstein

### KONTAKT

**easybell GmbH**  
Brückenstraße 5 a  
10179 Berlin  
Tel.: +49 30 80951000  
support@easybell.de  
www.easybell.de

# Der zweite Frühling für den Meeting-Raum

Die Ausstattung von Huddle Rooms mit der passenden Hardware ist ein lohnendes Geschäft für jedes Systemhaus.

AUTOR:  
CHRISTOPHER BERTELE

**B**is zum Frühjahr 2020 erschien für viele Unternehmen die Ausstattung eines separaten Raums mit großem Bildschirm, Kamera und Mikrofonen für Videokonferenzen als logischer und unabdingbarer Schritt, um sich zukunftssicher aufzustellen – für den standortübergreifenden Austausch mit Kollegen, aber auch um Gespräche mit Kunden ohne lange und kostspielige Reisen durchführen zu können. Aufgrund von Corona und dem Zwang zum Homeoffice blieben viele dieser sogenannten Huddle Rooms dann jedoch lange ungenutzt. Doch der Boom von virtuellen Meetings lässt Huddle Rooms nun einen zweiten Frühling erleben. Die Nachfrage ist nach Corona größer denn je, Systemhaus-Betreiber können mit den richtigen Angeboten davon profitieren.

## Was macht einen Raum zum perfekten Huddle Room?

Rund zehn Quadratmeter Fläche reichen meist aus, um darin einen ausreichend großen Tisch mit bis zu sechs Stühlen unterzu-

bringen – alles, was über diese Personenzahl hinausgeht, fällt eher in die Kategorie eines echten Video-Conferencing-Raums und bedarf anderer Hardware. Für den Huddle Room empfiehlt es sich, Ablenkungen von außen minimal zu halten, also keinen Raum mit Kompletterglasung zu wählen. Im Vergleich zu einem klassischen Besprechungsraum geht es beim Huddle Room vor allem darum, schnelle Meetings abzuhalten, weswegen einige Unternehmen keine allzu bequemen Stühle bereitstellen oder gleich von vornherein auf einen Stehtisch setzen.

Bei der Hardware kommen nun die Systemhaus-Betreiber ins Spiel. An erster Stelle steht die Anschaffung eines großen Monitors, der von allen Sitzpositionen aus gleichermaßen gut einsehbar ist (weswegen ein runder Tisch nicht ratsam ist). Dieser sollte vor allem über ein mattes Display und eine hohe Grundhelligkeit verfügen, da der Huddle Room gut ausgeleuchtet sein muss, um bei Videokonferenzen ein vernünftiges Bild der Mitarbeiter zu erhalten. Mehrere



AUCH FÜR SEHR KLEINE RÄUME EIGNEN SICH LÖSUNGEN WIE DIE PANACAST-SERIE VON JABRA

Foto: Gorodenkoff / Shutterstock



VIDEOKONFERENZEN HABEN  
LÄNGST VIELE PHYSISCHE  
MEETINGS ABGELÖST

LED-Spots an der Decke sind dabei in jedem Fall einer einzelnen Lichtquelle vorzuziehen, da diese unschöne Schatten auf die Gesichter wirft. Zudem muss die Beleuchtung das Gegenlicht eines eventuell vorhandenen Fensters kompensieren. Um Inhalte von Laptops, Tablets oder Smartphones auf den Bildschirm zu schicken, sollten entsprechende Adapterkabel zur Verfügung stehen, viele Geräte unterstützen drahtloses Anzeigen von Präsentationen via iPhone und Co.

Voraussetzung für gute Meetings ist vor allem – und hier gilt dasselbe wie im Homeoffice – eine zuverlässige und hochwertige Video- und Audio-Hardware. Ein verpixelttes Kamerabild kombiniert mit miserabler Tonqualität macht effiziente Zusammenarbeit mühsam, es hinterlässt zudem keinen sonderlich guten Eindruck beim Geschäftspartner. Während früher bei Telefonkonferenzen eine Mikrofonspinne mittig auf dem Tisch platziert wurde, um die Stimmen jedes Teilnehmers erfassen zu können, setzen immer mehr Unternehmen heute auf Videobars. Diese Geräte werden ober- oder unterhalb

des Bildschirms angebracht und vereinen Videokamera und Mikrofon-Array in einem.

### Ausgefeilte Technik für effiziente Meetings

Hersteller wie Poly (HP), Dten, Epos, Jabra, Logitech, Trust oder Yamaha setzen hier auf ausgeklügelte Technik mit automatischem Zoom und intelligenter Mikrofonausrichtung. Denn die Herausforderungen sind deutlich größer als im Homeoffice. Dort sitzt genau eine Person vor dem Bildschirm, die Kamera wird einmal ausgerichtet, das Mikrofon hat die Schallquelle in unmittelbarer Nähe. Im Huddle Room sind die Sprecher teilweise einige Meter entfernt, bewegen sich im Raum und sprechen unterschiedlich laut.

Poly beispielsweise hat bereits bei seiner für rund 300 Euro erhältlichen Studio P15 eine Kamera eingebaut, die sich bei einer Videokonferenz mit mehreren Teilnehmern auf den jeweiligen Sprecher fokussiert ▶



Das Modell Iris von Trust bietet 4k-Videoauflösung und ein Sichtfeld von 120 Grad

Die Studio P15 von Poly stellt mit einem Straßenpreis von unter 300 Euro einen sehr günstigen Einstieg dar – und bietet dennoch alle wichtigen Features



und mit digitalem Zoom auch den Bildbereich entsprechend anpasst. Die Bildauflösung ist dank der 4k-Auflösung auch beim Vergrößern des Bildausschnitts noch ausreichend hoch, um ein verpixeltes Bild am anderen Ende der Leitung zu vermeiden. Diesen integrierten Kameramann kann man auch deaktivieren, wenn ein statisches Bild ohne ständiges Zoomen erwünscht ist. So praktisch dieses Feature nämlich ist, es kann bei oft wechselnden Sprechern eine störende Unruhe in die Konferenz bringen.

4k, also zum Beispiel 3.840 x 2.160 Pixel, ist mittlerweile ohnehin Standard. Trust setzt bei seinem Modell Iris ebenfalls auf diese Auflösung, denn auch hier fehlt ein echter optischer Zoom. Damit mög-

lichst alle Personen im Bild eingefangen werden, ist eine 120-Grad-Linse verbaut, mittels Bildanalyse in Echtzeit wird der ansonsten sichtbare Fischaugeneffekt weitgehend minimiert. Die intelligente Kameraführung ist auch mit an Bord.

Den angesprochenen optischen Zoom findet man bei der mit rund 4.000 Euro auch deutlich hochpreisigeren Rally Bar von Logitech. Damit sollen Personen in bis zu sieben Metern Entfernung nah herangeholt werden können, über zusätzliche Mikrofone, die auf dem Tisch platziert werden, kann eine noch bessere Sprachqualität erreicht werden, verspricht der Hersteller.

LOGITECHS RALLY BAR KANN MIT EINEM OPTISCHEN ZOOM PUNKTEN



DIE EPOS EXPAND VISION 3T LÄSST SICH UNAUFFÄLLIG AM SCREEN PLATZIEREN



Einen ähnlichen Weg geht Epos mit seiner Expand Vision 3T. Hier sind Kamera und Mikrofon getrennt: Die Kamera wird wie gewohnt unterhalb des Bildschirms angebracht, ein 4k-Sony-Sensor soll – auch dank HDR, also der Erkennung und Minimierung von Gegenlichteffekten – ein gutes Bild liefern. Für den Ton bringt Epos die Mikrofone näher an die Sprecher in Form des ebenfalls separat erhältlichen Speakerphones Expand SP 30T. Das kreisrunde Gerät verfügt neben mehreren Mikrofonen auch über eine Taste für Teams, so dass Meetings direkt gestartet werden können.

Vergleichsweise neu im Video-Business ist Jabra, mit der Panacast-Reihe haben sich die Dänen aber längst in dem Segment der Huddle Rooms etabliert. Das Modell P50 hebt sich vor allem durch drei Linsen, die ein 180-Grad-Sichtfeld abdecken, von vielen Wettbewerbsprodukten ab. Wie bei vielen anderen Videobars kommen auch hier mehrere Mikrofone zum Einsatz, die sich in Verbindung mit der Kamera auf den jeweiligen Speaker ausrichten und gleichzeitig andere Geräusche wie Tastaturklappern oder das Summen der Klimaanlage herausfiltern.

### Ein guter Türöffner

Die Hersteller haben Geräte für verschiedenste Anforderungen und in allen Preisklassen im Sortiment. Durch die vergleichsweise einfache Inbetriebnahme eignen sich Videobars sehr gut als Zusatzgeschäft – und dienen gleichzeitig als Anknüpfungspunkt für Beratungsgespräche zu anderen Dienstleistungen beim Kunden. 📞

# Ein Arbeitsplatz ohne Grenzen

Yeastar unterstützt Unternehmen bei der Anpassung von Kommunikations- und Büroflächen an die neue Norm.

**H**ybrid arbeiten wird in der sich wandelnden Arbeitswelt zur neuen Norm. Viele Unternehmen haben festgestellt, dass das hybride Arbeitsmodell für ihre Mitarbeiter von Vorteil ist und sich sogar positiv auf die Gesamtproduktivität des Unternehmens auswirkt. Aber nicht jedes Unternehmen ist gut gerüstet, um diese neue, flexible Arbeitsform zu nutzen. Wie kann man also Unternehmen dabei helfen, sich für die hybride Zukunft zu rüsten und einen gut funktionierenden hybriden Arbeitsplatz zu schaffen?

## 1. Nahtlose Kommunikation und Zusammenarbeit

Die oberste Priorität ist es, sicherzustellen, dass Mitarbeiter im Büro, Remote-Mitarbeiter und alle dazwischen problemlos zusammenarbeiten können. Die Yeastar **Telefonanlage der P-Serie** vereint die gesamte Kommunikation in einem Stack. Mit den drei Bereitstellungsoptionen Appliance Edition, Cloud Edition und Software Edition haben Unternehmen die Flexibilität, die Art der Bereitstellung zu wählen – vor Ort oder in der Cloud.

Darüber hinaus können Mitarbeiter mit **Linkus UC Clients** überall mit integrierter Sprache, Messaging, Konferenzen und mehr arbeiten – von praktisch jedem Gerät aus. Sie können ganz einfach zwischen Web-, Mobil- und Desktop-Clients wählen, um auf die geschäftsfördernden UC-Funktionen zuzugreifen, Plug-and-Play-Tischtelefone/Headsets verwenden, um eine verbesserte

Sprachqualität zu genießen, und Technologien von Drittanbietern (z. B. CRM oder Helpdesk) integrieren, um spezifische Geschäftsanforderungen zu erfüllen.

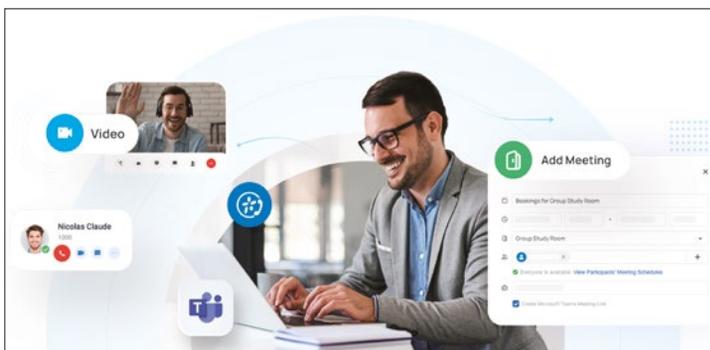
Für Unternehmen, die nach einer erschwinglichen Möglichkeit suchen, ihre Geschäftskommunikation in Microsoft Teams zu integrieren, bietet Yeastar eine kostenlose eingebettete Anruf-App an – „Yeastar Linkus“. Teams-Benutzer können direkt über ihre vertraute Oberfläche Unternehmensanrufe tätigen. Das Beste an dieser Integration: Sie erspart Ihnen den Ärger und die Kosten für die Einrichtung eines SBC oder den Kauf von Teams-Telefonlizenzen und Anrufplänen.

## 2. Der Schlüssel zu einer effektiven hybriden Arbeitsumgebung:

die Abstimmung von Raum und Menschen. Die Yeastar Arbeitsplatzverwaltung hilft dabei, die Reibungsverluste zu beseitigen, indem sie eine zentrale Plattform für die Verwaltung von Besprechungsräumen, Schreibtischen und Besuchern bereitstellt, so dass Unternehmen in der Lage sind, den Buchungsprozess zu zentralisieren, die Raumnutzung zu optimieren, die Besuchererfahrung zu verbessern und die Immobilienkosten zu senken.

Egal, ob Sie ein großes Unternehmen oder ein Heimbüro sind – Yeastar Solutions ist die richtige Wahl für Sie. ■

Yeastar-Lösung für Unified Communications und Arbeitsplatzverwaltung



## ÜBER UNS:

Yeastar wurde 2006 gegründet und unterstützt Unternehmen bei der Umsetzung digitaler Werte, indem es Kommunikations- und Arbeitsplatzlösungen von der Übernahme bis zur täglichen Nutzung und Verwaltung leicht zugänglich macht.

**Yeastar  
Information Technology Co., Ltd.**

Tel.: +49 30 – 95 99 99 637  
E-Mail: sales@yeastar.de  
www.yeastar.de

# Wandel als Mega-Chance für Systemhäuser

Wir leben im Zeitalter der Digitalisierung. Doch viele Unternehmen können diesen Weg nicht aus eigener Kraft gehen.

AUTORIN:  
WALTRAUD RITZER



Der Lösungsverkauf wird im Zeitalter der Digitalisierung immer wichtiger. Kunden wünschen sich vor allem Beratungskompetenz von ihren ITK-Dienstleistern

Die fortschreitende Digitalisierung hat einen tiefgreifenden Einfluss auf Unternehmen aller Branchen. In diesem digitalen Zeitalter müssen sich Unternehmen anpassen, um wettbewerbsfähig zu bleiben. Doch es gibt noch Nachholbedarf: Laut einer Bitkom-Umfrage sehen sich 50 Prozent der Unternehmen als Vorreiter bei der Digitalisierung, die andere Hälfte bezeichnet sich selbst aber als Nachzügler. Eines der größten Hindernisse ist dabei der Fachkräftemangel (siehe Kasten).

Und diese Hürde ist gleichzeitig die größte Chance für Reseller: Denn sie können ihren Kunden maßgeschneiderte Lösungen anbie-

ten, um deren digitale Transformation zu unterstützen. Anstatt die Digitalisierung als Bedrohung zu betrachten, können Systemhäuser sie als einmalige Chance begreifen, sich als strategische Partner für ihre Kunden zu positionieren und ihr eigenes Geschäftspotenzial zu maximieren.

Denn die Digitalisierung eröffnet Systemhäusern die Möglichkeit, enger mit ihren Kunden zusammenzuarbeiten und deren Geschäftsprozesse zu analysieren. Durch

eine eingehende Analyse der Kundenumgebung können Systemhäuser spezifische Schwachstellen identifizieren und maßgeschneiderte Lösungen entwickeln. Indem sie die Bedürfnisse ihrer Kunden verstehen, können Systemhäuser zudem ihre Kompetenzen optimal einsetzen und Mehrwertdienste anbieten.

Systemhäuser sollten deshalb ihr Angebotsspektrum erweitern und innovative Lösungen für die digitale Transformation bereitstellen. Das kann die Implementierung von Cloud-Computing, Unified Communications, Internet of Things (IoT), Big Data Analytics oder Künstlicher Intelligenz umfassen. Indem sie ihren Kunden helfen, sich den Herausforderungen der Digitalisierung zu stellen, können Systemhäuser langfristige Partnerschaften aufbauen und ihr Geschäft ausbauen.

Um in der digitalen Ära erfolgreich zu sein, müssen Systemhäuser aber auch über umfangreiches Fachwissen und Expertise in den neuesten Technologien verfügen. Es ist deshalb wichtig, dass sie ihre Mitarbeiter kontinuierlich schulen und weiterbilden, um auf dem neuesten Stand zu bleiben. Nur so können sie ihren Kunden hochwertige Beratung und Unterstützung bieten und deren Vertrauen gewinnen. Die Angebote der Hersteller und auch der Distributoren sind in diesem Umfeld sehr umfangreich.

## ITK-Sicherheit gewinnt an Bedeutung

Mit zunehmender Digitalisierung wird aber auch die Bedeutung von ITK-Sicherheit immer größer. Systemhäuser sollten daher Sicherheitslösungen als integralen Bestandteil ihres Angebots betrachten. Durch den Schutz sensibler Daten und die Prävention von Cyberangriffen können Systemhäuser ihren Kunden eine sichere digitale Umgebung bieten und deren Vertrauen stärken.

Um das volle Potenzial der Digitalisierung auszuschöpfen, sollten Systemhäuser strategische Partnerschaften und Kooperatio-

nen mit anderen Unternehmen eingehen. Durch die Zusammenarbeit mit Technologieanbietern, Software-Herstellern oder Cloud-Service-Providern können System-

dar, ihre Rolle als vertrauenswürdige Berater und Lösungsanbieter für ihre Kunden zu stärken. Indem sie ihr Angebotsspektrum erweitern, Fachwissen aufbauen, Sicherheit gewährleisten und strategische Partnerschaften eingehen, können Systemhäuser die Herausforderungen der digitalen Transformation erfolgreich bewältigen und ihr

## CHANCEN

### Status quo in Unternehmen

Der Branchenverband Bitkom hat neue Umfrageergebnisse zum Digitalisierungsgrad in deutschen Büros vorgestellt. Die Erkenntnis: Knapp 50 Prozent der befragten Unternehmen sehen sich selbst als Vorreiter bei der Digitalisierung ihrer Geschäfts- und Verwaltungsprozesse, ebenfalls knapp 50 Prozent ordnen sich allerdings als Nachzügler ein.

Dabei ist der Fachkräftemangel die größte Hürde für die Digitalisierung der Unternehmen. 72 Prozent finden zu wenig qualifiziertes Personal, 2021 waren es noch 57 Prozent. Einen Weg, diesem wachsenden Problem zu begegnen, sehen Unternehmen auch in der Schulung ihrer Belegschaft: 73 Prozent investieren gezielt in die Fort- und Weiterbildung ihrer Beschäftigten für die digitale Arbeitswelt. Weitere Digitalisierungs-Hürden sind aus Sicht der Unternehmen zu hohe Anforderungen an die IT-Sicherheit (60 Prozent), an den Datenschutz (57 Prozent) und die Sorge vor einem digitalen Blackout, also einem vorübergehenden Ausfall der Netze oder IT-Systeme (55 Prozent).



DIE HÄLFTE DER UNTERNEHMEN HAT NOCH NACHHOLBEDARF BEI DER DIGITALISIERUNG

häuser ihre Kompetenzen erweitern und ihren Kunden ein umfassendes Lösungsportfolio anbieten. Und es gibt eine ganze Reihe von Initiativen und Kooperationen von Distributoren, die Systemhäusern eine Plattform verschaffen, um sich gegenseitig zu unterstützen.

Letztendlich stellt die Digitalisierung für Systemhäuser vor allem aber eine Chance

Geschäftspotenzial ausschöpfen.

Die Zeiten ändern sich, und diejenigen, die den Wandel aktiv gestalten und sich als Vorreiter positionieren, werden in der digitalen Ära langfristigen Erfolg verzeichnen. Aber für diejenigen, die sich dieser Entwicklung verweigern, könnte es in Zukunft schwerer werden, noch gute Geschäfte zu machen. ::

# Mobile Office aus dem All

Modernes Arbeiten ist an allen Orten mobil, doch oft ist der dazu nötige Web-Zugang zu langsam oder unsicher.

AUTOR:  
BORIS BODEN

**A**lles ist bereit: Das Wohnmobil steht auf dem Campingplatz, der Tisch mit Ausblick ist aufgebaut und der Laptop darauf soll den modernen Worker auch in der Natur produktiv werden lassen. Doch dann zeigt die Anzeige für das WLAN nichts an – und auch das rasch mit Tethering zum Modem umfunktionierte Smartphone geht nur im Schnecken-tempo ins Netz.

Für mobile Arbeiter, die nicht immer nur im Büro oder im Homeoffice sein wollen, ist das ein Horrorszenario. Denn der Traum von der räumlichen Unabhängigkeit steht und fällt mit der Netzverbindung, die nicht nur schnell, sondern auch sicher sein muss. Und die wollen seit der Corona-Pandemie immer mehr vor allem jüngere Menschen: Viele ziehen als Freiberufler um die Welt und brauchen lediglich den Web-Zugang und einen Laptop oder ein Tablet zum Arbeiten. Häufig sind sie in Coworking-Spaces anzutreffen, wo sie einen Online-Zugang und gleichgesinnte Arbeitsnomaden vorfinden.

Doch viele wollen auch in der Natur arbeiten, etwa von einem Camper aus, und da wird das Internet schnell zu einem Problemfall.

Selbst wer auf einem Campingplatz oder in einem Café ein öffentliches WLAN erreicht, wird damit nicht immer bedenkenlos ins Firmennetz gehen können oder dürfen. Grundsätzlich gelten hier ähnliche Sicherheitsbedenken wie in der Heimat – sei es wegen gezielter Attacken oder auch der Nachlässigkeit der oft unprofessionellen Hotspot-Bereitsteller. Abhilfe schafft eine verschlüsselte VPN-Verbindung (Virtual Private Network) zur eigenen Firma, die entweder von dieser eingerichtet wird oder über Drittanbieter wie NordVPN per App kostenpflichtig gebucht werden kann. Allerdings erlauben nicht alle Länder die Nutzung von VPNs, man nehme beispielsweise China.

Mobilfunk ist eine sicherere Alternative zu WLAN, aber auch nicht immer verfügbar, et-

wa auf dem Land oder an abgelegenen Orten. Und wenn Empfang besteht, ist dieser im Datenverkehr oft quälend langsam, zumal gerade für Videokonferenzen nicht nur im Downlink zum Nutzer, sondern auch im Uplink ein hoher Bedarf besteht. Zoom gibt selbst für Videocalls mit zwei Teilnehmern folgende Werte an: „Für qualitativ hochwertiges Video: 600 KBit/s (Upload/Download). Für 720p HD-Video: 1,2 MBit/s (Upload/Download). Für 1080p HD-Video: 3,8 MBit/s bzw. 3,0 MBit/s (Upload/Download).“ Bei mehreren Teilnehmern steigen die Anforderungen noch weiter.

Wenn die Anzeige im Smartphone dann aber ein „E“ für den 2G-basierten Standard EDGE oder in manchen Ländern auch das bei uns abgeschaltete „3G“ zeigt, gehen maximal 384 KBit/s im Download durchs mobile Netz – für Videokonferenzen reicht das bei Weitem nicht aus. Die Abhilfe schaffende Flächendeckung mit 5G ist in Europa noch lange nicht erreicht. Selbst an manchen potenziell eigentlich gut versorgten Orten wie Bahnhöfen oder Flughäfen kann es zudem zu Datenstaus kommen, wenn zu viele Nutzer eingebucht sind.

## Nicht zum Nulltarif

Dazu kommen Roaming-Kosten in Ländern jenseits der EU, die horrend sein können. Die Videokonferenz vom Strand in Hawaii macht die anderen Teilnehmer vielleicht neidisch, aber spätestens angesichts einer drei- oder vierstelligen Mobilfunkrechnung vergeht der Urlaubsspaß. Abhilfe schaffen SIM-Karten aus dem jeweiligen Land, auch lassen sich über Anbieter wie Holafly eSIMs mit Datenpaketen auf ein entsprechend ausgestattetes Smartphone installieren.

Wer innerhalb der EU unterwegs ist, fährt dagegen mit einer Mobilfunklösung für das mobile Office gut und sicher. Ein spezieller Mobilfunk-Router mit einem entsprechenden Tarif, der ein WLAN einrichtet, ist dabei – zumindest in Deutschland – eine komfortable Nutzungsform, denn er bietet in der Regel einen besseren Empfang und mehr Komfort als ein Smartphone, das im Tethering-Modus als Router erhalten soll.



Satelliten-Internet, wie hier von Starlink, kann im Ferienhaus oder Wohnmobil eine Option sein



Alle Netzbetreiber bieten 5G-Router an, wobei die Modelle der ersten Generation, die von Huawei kamen, inzwischen durch andere Hersteller wie TCL (Vodafone), ZTE (Telekom) oder Askey (Telefónica) ersetzt wurden. Selbst 1&1 macht seine ersten zaghaften Endkundenangebote im eigenen 5G-Netz mit Routern zum Heimeinsatz (AVM FritzBox 6850 5G) – allerdings ist dieses Angebot mangels Abdeckung wohl (noch) keine Alternative für mobile Worker.

Mit einem Blick in den Himmel erschließt sich dann noch eine weitere Zugangstechnologie, die es schon länger gibt, aber jetzt



Noch ist die Auswahl an 5G-fähigen Hotspots recht beschränkt

einen neuen Schub bekommt. Seit Elon Musk mit Starlink eigene Satelliten ins All schießt, ist wieder Bewegung im Markt. Viele Kunden scheuen allerdings noch die Kosten für Internet über Satellit, denn neben dem Kauf der Antenne und des Modems ist die Nutzung trotz inzwischen gesunkener Preise recht teuer.

Ein Tarif wie „konnect Easy“ von Eutelsat schlägt mit 29,99 Euro im Monat zu Buche und bietet bis zu 30 MBit/s im Downlink und 5 MBit/s im Uplink. Bei Elon Musk gibt es mit „Space X Starlink“ immerhin 150 und 20 MBit/s, dafür werden aber auch 65 Euro im Monat und einmalig 300 Euro für die Hardware fällig. Für mobile Worker, die mit einem Fahrzeug unterwegs sind, kann das eine (teure) Alternative sein, allen anderen dürfte schon der Transport der Sat-Antennen Probleme bereiten.

Doch könnte die Hardware in Zukunft kleiner werden: Smartphones wie die iPhone-14-Serie oder das Cat S75 bieten Zugang zu Satellitendiensten wie Notruf oder eingeschränktem Messaging, und das ist inzwischen mit einer integrierten Antenne möglich. Datenübertragungen sind allerdings noch Zukunftsmusik, doch Starlink und T-Mobile USA arbeiten Ankündigungen gemäß bereits am Thema. ::

## TIPPS

### ... für mobile Connectivity

- Achten Sie bei der Mobilfunknutzung in Grenzregionen zu Nicht-EU-Ländern wie der Schweiz, Serbien, Montenegro oder der Türkei darauf, dass Sie nicht in dortige Netze eingebucht werden.
- Im Roaming können alle lokalen Netzbetreiber genutzt werden, doch manchmal wählt das Smartphone nicht das schnellste Netz, sondern ein Partnernetz oder ein Netz aus dem Konzern des deutschen Betreibers. Hier kann aber über ein Menü im Smartphone ein anderes Netz gesucht werden.
- Ein VPN mit einer deutschen Adresse ist nicht nur sicher zur Datenübertragung, es kann auch das lästige Geoblocking bei deutschen Streaming-Diensten umgehen.
- Ein 5G-Router schont nicht nur das eigene Smartphone, sondern bietet oft auch besseren Empfang, da er freier platziert werden kann, zum Beispiel auf dem Dach eines Wohnmobils.
- Im Ausland können die speziellen Datentarife der meisten 5G-Router nicht genutzt werden, hier kann ein „freier“ Router in Kombination mit einer Zweitkarte des eigenen Handy-Vertrags zumindest in der EU eine Alternative sein.

# Sichere Services aus einer Hand

Ransomware, DDoS, Fraud und vieles mehr: Die Angriffsmethoden der Cyberkriminellen werden immer mehr. Distributoren setzen auf neue Services.

AUTORIN:  
WALTRAUD RITZER

Die Anzahl der Cyberangriffe nimmt immer mehr zu – und zwar dramatisch: Laut dem Global Threat Intelligence Report werden alle elf Sekunden Unternehmen in Deutschland Opfer einer Ransomware-Attacke. Die durchschnittliche Ausfallzeit nach einem erfolgten Hackerangriff beträgt 16 Tage. In dieser Zeit sind Unternehmen für ihre Kunden nicht erreichbar. Laut dem Bitkom entstehen Firmen in Deutschland mehr als 200 Milliarden Euro Schaden durch den Diebstahl von IT-Ausrüstung und Daten, Spionage und Sabotage. 46 Prozent der Unternehmen in Deutschland haben in einer Umfrage von Forrester im vergangenen Jahr angegeben, sie seien bereits einmal Opfer einer Cyberattacke geworden. Christoph Harvey, Head of Marketing bei der ADN Group, sagt deshalb: „Unternehmen fragen sich immer häufiger: ‚Wurde ich schon gehackt?‘ Und: ‚Wann werde auch ich gehackt?‘“

Gleichzeitig prägt der Fachkräftemangel auch im Security-Bereich den Alltag in vielen Unternehmen. Aus eigener Kraft können viele Firmen ihre Sicherheitskonzepte

schwer einhalten oder gar verbessern, weil es ihnen schlicht an Personal fehlt. Und es gibt noch einige Faktoren, die Hackerangriffe – ganz gleich welcher Art – begünstigen, dies gilt auch für den TK- und UCC-Bereich. „Es gibt eine Vielzahl von Angriffsvektoren. Zu den bekanntesten gehören DDoS-Angriffe – auch auf Telefonesysteme –, Abrechnungsbetrug und das Eindringen in Netzwerke“, erklärt Jörn Kraus, Leiter Presales beim Value-Added-Distributor Westcon.

## Distributoren bauen Security Services aus

Die Not ist also groß, das haben auch die Distributoren erkannt. Oliver Hemann, Vorstand der Michael Telecom AG, erklärt dazu: „Wir haben uns in dem Bereich neu aufgestellt, mit neuen Anbietern im Portfolio, einer Business-Unit und einem Focus-Sales-Team.“ Und er sieht einen großen Bedarf, denn „es ist aus meiner Sicht ein absolutes Muss für die Reseller, Security-Lösungen mit anzubieten, um den Endkunden ganzheitlich zu bedienen und natürlich auch um die Chancen dieses riesigen Markts zu nutzen.“

Auch beim Wettbewerber Komsa wird Security immer wichtiger. Dies gilt vor allem bei der Abwehr von Angriffen auf SIP-Systeme durch gemanagte Session Border Controller sowie Lösungen, um WLAN-Systeme in den Unternehmen sicherer zu gestalten. Vorstand Steffen Ebner warnt zudem: „In vielen Unternehmen ist die Telefonie erst kürzlich in die Zuständigkeit der IT-Abteilung übergegangen. Daher sind die spezifischen Bedrohungen, die mit der Telefonie verbunden sind, teilweise noch wenig bekannt.“ Ein Umstand, den Systemhäuser für sich nutzen können – denn gerade im TK-Umfeld gibt es wie erwähnt einige Schwachstellen, die Angreifern den Zugriff erleichtern können. Letztendlich muss aber die gesamte ITK-Infrastruktur geschützt werden.

Zum Standardprogramm der meisten Distributoren und auch Kooperationen gehören deshalb Schulungen und Trainings für ihre Partner. Auf Services setzt auch der Broadliner Ingram Micro, der insgesamt 15 Tests für seine Reseller entwickelt hat. Neben VoIP

Laut dem Bitkom entstehen Unternehmen in Deutschland mehr als **200 Milliarden Euro** Schaden durch den Diebstahl von IT-Ausrüstung und Daten, Spionage und Sabotage.



**46 Prozent** der Unternehmen in Deutschland haben in einer Umfrage von Forrester im vergangenen Jahr angegeben, sie seien bereits einmal Opfer einer Cyberattacke geworden.

sind dies beispielsweise Vulnerability Assessment, External Penetration Testing oder ein Active Directory Testing. „Und wir erweitern diese Services ständig. Denn so, wie die Angreifer ihre Techniken verändern, müssen auch wir unsere Services beständig anpassen“, sagt Markus Vogt, Senior Manager Cyber Security Ingram.

Immer mehr Reseller stellen zudem Teile ihres Geschäfts auf Managed Services um und bieten ihren Kunden Leistungen im Abomodell an. Sie sind dabei für den reibungslosen Betrieb der Lösungen verantwortlich. Auch im Security-Umfeld nimmt dieser Ansatz immer mehr zu. Denn Unternehmen erkennen zunehmend Vorteile darin, den Bereich IT-Sicherheit an spezialisierte Service-Provider auszulagern.

### **Managed Security Services immer gefragter**

„Daher sehen wir hier großes Potenzial für unsere Partner, die sich zum Managed Security Provider entwickeln“, erklärt Vogt. Um dann jedoch einzuschränken: „Wer als Anbieter in dieses Geschäft einsteigen will, muss allerdings erst mal die Rahmenbedingungen festlegen, da es sich hier um ein völlig anderes Geschäftsmodell handelt, bei dem der Anbieter in Teilen die Betriebsverantwortung, zum Beispiel für den Betrieb eines Security Operations Center (SOC), übernimmt.“ Wichtige Punkte wie Leistungsbeschreibungen, Prozesse, Haftung, Laufzeiten sowie SLAs sollten deshalb im Vorfeld eindeutig zwischen Kunde und Anbieter geklärt werden.

Der Distributor ADN wiederum hat eine Managed-Services-Plattform aufgebaut, bei der Partner ausgewählte und individuelle Lösungsstrukturen buchen können, die von ADN komplett administriert werden. Ein Schwerpunkt sind dabei Managed Security Services. Das Portfolio umfasst die Hardware, Tools sowie den Betrieb aus der Cloud. „Der Partner bekommt die ADN-Managed-Services-Plattform und die Anwendungen als Dienstleistung von uns; er muss die IT-Lösungen nicht kaufen, sondern kann sie für seine Kunden dynamisch als Service nutzen, wobei er auch die Möglichkeit hat, die Lizenzen zu variieren“, erklärt Harvey. Dazu kommen noch Hilfe beim Onboarding sowie fortlaufende Weiterbildungsmöglichkeiten.

Für Reseller kann dieses Angebot also ein leichter Einstieg in das Security-Geschäft sein. Allerdings müssen sie im Vorfeld ihre Hausaufgaben machen. „Wir empfehlen Einsteigern, sich mit den aktuellen Security-Standards zu beschäftigen, über Maßnahmen wie Firewalls und Antivirus-Soft-



DIE ZAHL DER CYBERANGRIFFE EXPLODIERT, SECURITY IST EIN ABSOLUTER WACHSTUMSMARKT

ware beim Kunden hinaus“, rät ComTeam Partnermanager Michael Seebach. Auch hier bieten die meisten Distributoren Schulungen und Workshops an. Darüber hinaus haben sie Standard-Security-Konzepte, die natürlich im Detail angepasst – und auch beständig auf ihre Aktualität überprüft werden müssen. Michael Seebach gibt Resellern einen weiteren Rat mit auf den Weg: „Dem Kunden muss bewusst sein, dass zehn bis 20 Prozent seiner ITK-Investitionen definitiv in den Security-Ausbau fließen sollten.“ Ein gehöriger Betrag, der angesichts der Bedrohungslage aber wohl einfacher zu begründen sein sollte als so manche andere ITK-Projekte. ::

12. Oktober, München

# Communicate! 2023

## Expert Talks!



### Praxistipps für Sales & Recruiting mit LinkedIn

**Das Thema:** LinkedIn ist mit über 800 Millionen Nutzern das weltweit größte B2B-Netzwerk. Auch in der DACH-Region sehen immer mehr Unternehmen und Mitarbeiter den Mehrwert am digitalen Vernetzen und Interagieren. Gerade wenn es um die Recherche und aktive Ansprache von Personen geht, ist LinkedIn besonders effektiv. Und das macht diese Plattform vor allem für die Bereiche Sales & Recruiting interessant. In dieser Session gibt Coach Mark Schulze Einblicke in aktuelle Strategien, Best Practices und Use Cases aus dem Tagesgeschäft.

**Der Impulsgeber:** Mark Schulze hat in den vergangenen Jahren mehr als 1.000 Teilnehmer in seinen Social Selling Camps fit für LinkedIn gemacht. Das Team des Social Selling Club unterstützt die Kampagnen und den Content der Kunden dabei mit Bildern, Videos, Texten & Reportings. Mit mehr als 25 Jahren Erfahrung im Telekommunikationsmarkt und dem Fokus auf den Vertrieb bietet Schulze darüber hinaus auch viele weitere Workshops & Services rund um das Thema Social Media an.



### Solution Vertrieb: Ihr Weg aus dem Dilemma von Preisdruck und Wettbewerb

**Das Thema:** Die Weiterentwicklung der Unternehmen insbesondere in der Handelslandschaft ist heute überlebenswichtig. Der Solution Vertrieb ist ein Weg aus dem Dilemma von Preisdruck und Wettbewerb. Wie Sie dahin kommen und welche wichtige Rolle der Vertrieb dabei spielt, skizziert Christian Sahle in seinem Impulsvortrag.

**Der Impulsgeber:** Christian Sahle, Marketing-Fachwirt und Betriebswirt, ist Praktiker mit Führungsverantwortung. Seit 2002 ist er aktiv im Vertrieb unterwegs und machte als Key Account Manager, Verkaufsleiter und Sales Director (Vertriebsleiter) seinen Karriereweg in der Büro- und Einrichtungsbranche. Mit „Bock auf Vertrieb“ veröffentlichte er im letzten Jahr sein erstes Buch mit dem Vertriebs-trainer Oliver Schumacher beim Gabal Verlag.



### Einfach Energie sparen: Wie Sie langfristig Ihre Betriebskosten senken

**Das Thema:** Seit den gestiegenen Energiepreisen in 2022 ist klar – die Energiekosten werden sich dauerhaft auf einem höheren Level einpegeln. Jetzt sind einfache Tipps zum Energiesparen ebenso gefragt wie fundierte Hilfestellung bei größeren Effizienzprojekten. Welche Maßnahmen wirtschaftlich sinnvoll sind, skizziert Jelena Nikolic vom Handelsverband Deutschland.

**Die Impulsgeberin:** Jelena Nikolic leitet seit sechs Jahren die Klimaschutzoffensive beim Handelsverband Deutschland (HDE). Die Klimaschutzoffensive richtet sich an kleine und mittelständische Einzelhändler und vermittelt praxisnahes Wissen über Energieeinsparmöglichkeiten und Klimaschutzmaßnahmen. Gleichzeitig unterstützt die Kampagne des HDE Handelsbetriebe dabei, Effizienz- und Klimaschutzmaßnahmen umzusetzen.

#### Premium Partner



#### Partner



Systemhaus B2C Distributoren

[communicate.telecom-handel.de](https://communicate.telecom-handel.de)

B2B Fachhandel Workshops

# Auswahl aus unserem Programm



## Mit GRIPS bis zu 30 Prozent mehr Umsatz am PoS

**Das Thema:** Die Königsdisziplin im Vertrieb ist es, das Entscheidungsverhalten der Kunden nicht nur zu leiten, sondern vorherzusehen und Ansprache sowie Angebote passgenau zuzuschneiden. Wie es mit der GRIPS-Typologie gelingt, eine kundenindividuelle Ansprache im Vertrieb zu garantieren und damit Kunden zufriedener zu machen, zeigen Jeannette Hennig und Björn Habenschaden. Anhand eines konkreten Beispiels erfahren Sie, wie es gelingt, eine Umsatzsteigerung von über 30 Prozent zu erzielen, und welche konkreten Entscheidungstypen in Ihrer Branche dominieren.

**Die Impulsgeber:** Jeannette Hennig und Björn Habenschaden arbeiten an vielen Projekten des Beratungsunternehmens Vocatus zusammen. Als Experten für Vertriebsoptimierung schulen sie Verkaufsstrategien und die von Vocatus entwickelte Pricing- und Selling-Typologie GRIPS an verschiedenen Touchpoints.



## B2B-Verkaufsgespräche: So machen Sie aus einem Nein ein Ja

**Das Thema:** Gerade bei B2B-Verkaufsgesprächen kann eine schlechte Vorbereitung das ganze Projekt gefährden. Coach Dominik Reinhardt zeigt anhand von verschiedenen Beispielen aus der Praxis, wie man die meistgebrachten Einwände entkräften kann, welche Formulierungen hilfreich sind und wie man auch skeptische Kunden überzeugen kann.

**Der Impulsgeber:** Dominik Reinhardt ist Trainer und Transformator für innovative Geschäftsmodelle und Sales-Erfolg. Er trainiert erfolgreich Händler aus der IT und Telekommunikation und ist für Lösungspartner wie Bintec Elmeg, Zyxel, Cisco und Goingsoft unterwegs. Themen sind unter anderem Kaltakquise, B2B-Pitchtraining im Außendienst, Training im Handel am PoS und Aufbau eines erfolgreichen B2B-Businessplans.

## Workshops!



## Erfolgreich mit Instagram – mein Weg zu 50.000 Followern

**Das Thema:** Im Workshop erklärt Dennis Korunskij, Inhaber von TarifeGuru, wie man Instagram zur Gewinnung und Bindung von Kunden verwenden kann, welche einfachen Regeln es beim Start zu befolgen gilt und wie der perfekte Post aussehen muss. Warum Sie in seinen Workshop kommen sollten? Rund 50.000 Follower auf Instagram sprechen für sich.

**Der Impulsgeber:** Dennis Korunskij gewann 2022 den Best Practice Award in Gold im Bereich Social Media.



## Reparaturwerkstatt im Shop – der perfekte Kundenmagnet

**Das Thema:** Die Zeiten, in denen jeden Tag viele neue Kunden in die Mobilfunk-Shops strömten, sind lange vorbei? Nicht, wenn man wie Luay Georgis eine eigene Reparaturwerkstatt betreibt. Im Workshop erklärt der Fachhändler, wie man Kunden, die nur wegen eines defekten Smartphones kommen, mit guter Beratung zu neuen Stammkunden machen kann. Er gibt außerdem Tipps, welche Fehler man unbedingt vermeiden sollte.

**Der Impulsgeber:** Luay Georgis ist Geschäftsführer von MTS Repair in München und seit mehr als zehn Jahren erfolgreich im Repair-Business.

Fachhandel Workshops

Jetzt Ticket sichern



B2B

B2C

Systemhaus

Distributoren

# „Ein Wettlauf mit der Zeit“

Es ist nicht die Frage, ob ein Unternehmen Opfer einer Cyber-attacke wird, sondern wann. Das ist eine große Chance, aber auch Aufgabe für den Channel.

INTERVIEW:  
WALTRAUD RITZER

## ZUR PERSON

**Markus Michael**  
Der Geschäftsführer der Byon GmbH ist seit vielen Jahren im ITK-Channel aktiv. Byon gehört zur Consense-Gruppe, die sich Anfang des Jahres mit der ESP.Group zusammenschlossen und die Holding Dreisechzig ITC gegründet hat.

**D**ie Anzahl der Cyberangriffe steigt beständig. Unternehmen brauchen deshalb dringend Dienstleister, die auch Security-Services bieten. Die Byon GmbH ist seit Jahren in dem Bereich aktiv, Geschäftsführer Markus Michael erklärt seine Strategie.

**Telecom Handel:** Es gibt noch immer viele Systemhäuser, die entweder im PBX-, Access- oder Software-Bereich aktiv sind. Ein übergeordnetes Sicherheitskonzept für Kunden zu realisieren, ist in diesem Fall schwierig ...

**Markus Michael:** Aber es ist notwendig, heute mehr denn je. Seit Beginn des Ukraine-Kriegs hat sich die Anzahl der Cyberattacken vervielfacht. Nicht alle Angriffe sind politisch motiviert, klar. Aber es ist eindeutig, dass sie in jedweder Form zunehmen, und das lässt sich auch nicht aufhalten.

**TH:** Dennoch gibt es noch immer viele Systemhäuser, die sich mit dem Thema nicht beschäftigen. Woran liegt das?

**Michael:** Ich glaube, viele scheuen die Komplexität und haben großen Respekt vor dieser Aufgabe. Denn am Ende ist es ja immer ein Wettlauf mit der Zeit. Cyberkriminelle entwickeln immer neue Methoden für ihre Angriffe, die Systeme müssen also beständig angepasst werden.

**TH:** Was gehört denn Ihrer Meinung nach zu einem „runden“ Sicherheitskonzept?

**Michael:** Häufig wird vergessen, einen Plan für den Fall der Fälle in der Tasche zu haben. Dieser Plan ist aber wichtig, denn wenn ein Angriff passiert, müssen Unternehmen schnell handeln, da zählen Minuten oder Stunden. Deshalb sollte hier ein Ablauf zumindest in groben Zügen vorhanden sein.

**TH:** Und womit beginnt man beziehungsweise was sind die Basics, die unbedingt erfüllt werden müssen?

**Michael:** Ich würde immer beim Access beginnen, über den Sprache und Daten übertragen werden. Bei Voice ist da in der Regel ein Session Border Controller (SBC), also die Firewall für die Sprachübertragung, das ers-

te Mittel. Aber natürlich braucht man neben einem SBC noch eine Security-Lösung für den kompletten Traffic, ein SBC reicht nicht aus. Häufig machen Unternehmen, aber auch Systemhäuser, den Fehler, diese Welten getrennt zu betrachten – und laufen Gefahr, sich gegenseitig zu behindern. Wir haben uns beim Thema Security übrigens entschieden, uns auf einen Anbieter zu konzentrieren.



«Viele scheuen die Komplexität und haben großen Respekt vor der Aufgabe»

**TH:** Warum?

**Michael:** Der Aufwand für Schulungen und Zertifizierungen ist immens, deutlich mehr als bei UCC-Herstellern. Das kostet nicht nur Zeit, sondern ist auch richtig teuer. Wir haben bei der Auswahl aber darauf geachtet, dass der Anbieter sowohl Standortvernetzung über SD-WAN mit seinen Routing-Möglichkeiten der Daten beherrscht als auch die ganz normalen Security-Lösungen wie Firewall. Diese Kombination war für uns wichtig.



«Ohne Security-Dienstleistungen ist ein Angebot unvollständig und ein Systemhaus im Nachteil»

**TH:** Warum ist SD-WAN so wichtig?

**Michael:** Man kann damit verschiedene Zugangsarten wie Kupfer oder Glasfaser besser steuern. Damit hat man die Möglichkeit, festzulegen, welcher Traffic über welche Leitung gesteuert wird, welche Daten priorisiert werden und vor allem welche Datenströme begrenzt werden sollen, wenn die Qualität auf einer Leitung schlechter ist.

**TH:** Und worin liegt der Vorteil gegenüber MPLS (Multiprotocol Label Switching)? Das galt ja lange Zeit als Maß der Dinge ...

**Michael:** SD-WAN bietet verschiedene Monitoring-Funktionen. Man kann zum Beispiel erkennen, ob ein Endgerät wie ein Drucker nicht funktioniert und das Netz mit einer Unzahl von Daten belastet. Das ist bei MPLS nicht möglich.

**TH:** SD-WAN ist ja einerseits nur bei mehreren Standorten sinnvoll, andererseits kann es aber auch kein Unified Endpoint Management (UEM) ersetzen ...

**Michael:** Nein, das kann es nicht. Natürlich braucht es noch eine Lösung für das Management der Endgeräte und natürlich auch die Zugangsbeschränkungen auf die Daten in den Unternehmen.

**TH:** Und wenn ein Systemhaus all das nicht leisten will oder kann?

**Michael:** Dann sollte es mit einem anderen kooperieren oder die Services von Distributoren in Anspruch nehmen. Ohne Security-Dienstleistungen ist ein Angebot einfach unvollständig und ein Systemhaus künftig im Nachteil.

**TH:** Bieten Sie Ihre Lösungen generell überwiegend im Abomodell an?

**Michael:** Wir sind in dem Bereich vollkommen flexibel. Möchte ein Kunde eine On-Prem-Lösung kaufen, dann bekommt er sie von uns. Möchte er eine Cloud-Lösung im Abomodell von uns beziehen, so kann er das auch. Wir favorisieren das MSP-Modell, sind dabei aber nicht missionarisch. Wichtig ist, die Bedürfnisse der einzelnen Mitarbeiter zu berücksichtigen.

**TH:** Dann sind Sie auch im Kontakt mit den Fachabteilungen?

**Michael:** Nicht immer, doch bei den klassischen Voice-Themen versuchen wir, die Bedürfnisse der Abteilungen zu ermitteln und natürlich auch zu realisieren. Letztendlich hat sich aber die Rolle der IT-Abteilungen verändert. Früher waren sie die Entscheider über die IT-Infrastruktur, Mitarbeiter hatten darauf kaum einen Einfluss. Das ist jetzt anders, IT-Abteilungen haben die Aufgabe, für die einzelnen Fachabteilungen das beste Konzept für die Infrastruktur zu entwickeln. Wenn sie dazu nicht bereit sind, sind sie ersetzbar – und können sehr einfach outsourced werden.

**TH:** An einen MSP ... Das ist ja gerade die Angst vieler Admins, dass sie dadurch ihren Job verlieren ...

**Michael:** Das ist nachvollziehbar, aber unbegründet. Wir haben ja gerade in diesem Bereich einen enormen Fachkräftemangel. Standardservices auszulagern an jemanden, der die Prozesse automatisiert und mit deutlich weniger Aufwand abwickeln kann, ist da auf jeden Fall sinnvoll. IT-Abteilungen sollten dieses Modell als Chance sehen, Freiräume für mehr Gestaltung zu schaffen und die Anforderungen der Fachabteilungen besser umzusetzen. ☺

# Beim Thema Nachhaltigkeit ist noch Luft nach oben

Die meisten Unternehmen wissen, dass Umwelt- und Klimaschutz immer wichtiger werden – doch es fehlt noch an nachhaltigen Plänen für die Umsetzung.

AUTORIN:  
WALTRAUD RITZER

Nachhaltigkeit ist eines der Top-Themen in unserer Zeit: Der Ukrainekrieg mit seinen wirtschaftlichen Folgen, der Klimawandel – die Welt befindet sich im tiefgreifenden Wandel. Nachhaltigkeit gewinnt deshalb immer mehr an Bedeutung, auch in den Unternehmen. Ein Schwerpunkt liegt dabei auf den Wertschöpfungsprozessen und damit verbunden der ITK-Infrastruktur. Die Marktforscher von IDC haben deshalb im April dieses Jahres eine Marktbefragung bei 210 Unternehmen mit mehr als 100 Mitarbeitern durchgeführt.

Das zentrale Ergebnis ist: Dass das Thema Nachhaltigkeit und nachhaltige ITK- und Wertschöpfungsprozesse einen entscheidenden Beitrag für den Geschäftserfolg und die Business-Resilienz leisten können, haben die Unternehmen offensichtlich erkannt. Haupttreiber für eine nachhaltige Strategie sind Kostensenkung (30 Prozent), Effizienzverbesserung (20 Prozent) sowie Compliance und Möglichkeit für mehr Innovation (jeweils 19 Prozent).

Um dieses Potenzial zu realisieren, investieren die befragten Unternehmen in nachhaltige Wertschöpfungsprozesse und ITK. Mehr als zwei Drittel haben im Jahr 2023 das

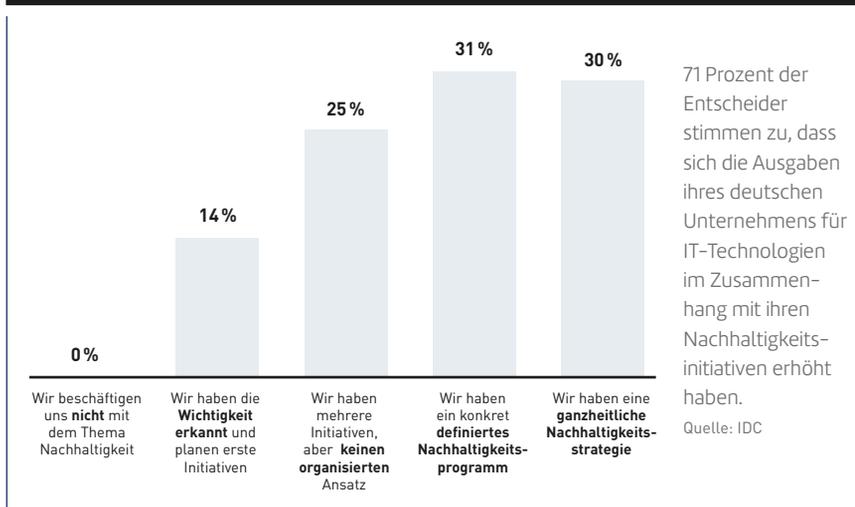
gleiche oder ein höheres ITK-Budget für nachhaltige Projekte zur Verfügung als noch im Jahr 2022. „Wir sehen, dass neben strategischen, operativen und organisatorischen Änderungen vor allem auch moderne ITK-Technologien für das Erreichen der Nachhaltigkeitsziele und die Realisierung der Chancen eines nachhaltigen Business elementar sind“, sagt Sabrina Schmitt, Senior Consultant bei IDC.

## Es fehlt meist noch an einer umfassenden Strategie

Aber es gibt noch viel zu tun: Lediglich 30 Prozent der Organisationen in Deutschland haben eine ganzheitliche Nachhaltigkeitsstrategie, bei der Initiativen und Maßnahmen langfristig aufgesetzt, Ziele streng definiert und sämtliche Unternehmens- und Wertschöpfungsprozesse sowie die ITK eingebunden sind. Andere haben zumindest ein konkretes Nachhaltigkeitsprogramm (31 Prozent) oder mehrere individuelle, aber nicht zwingend zusammenhängende Initiativen (25 Prozent); beide Ansätze verfolgen eher punktuelle Maßnahmen und sind kurz- bis mittelfristig gedacht. Aus Sicht von IDC müssen diese dringend in langfristige, strategische Initiativen umgewandelt werden, um Schritt für Schritt einem ganzheitlichen Ansatz näherzukommen.

Die Umsetzung von Nachhaltigkeitszielen konfrontiert Unternehmen aber mit einer Vielzahl von Hürden. Der Mangel an Fachkräften beziehungsweise Fachwissen ist die größte Herausforderung. Das ist laut IDC besonders kritisch: Denn zum einen fehlen die Fachkräfte, um nachhaltigkeitsfördernde Projekte umzusetzen, und zum anderen wird das Nachhaltigkeitsprofil eines Unternehmens den Studienergebnissen zufolge zunehmend zu einem wichtigen Entscheidungskriterium für neue Talente (59 Prozent). Nun gilt es vor allem, diesen Teufelskreis zu durchbrechen. Das ist eine Chance für Systemhäuser, die Dienstleistungen übernehmen können. ☺

## WICHTIGKEIT VON NACHHALTIGKEIT IN UNTERNEHMEN





## DER WILLE IST DA, DOCH ES FEHLT HÄUFIG NOCH DER RICHTIGE WEG

### Top-5-Herausforderungen bei der Umsetzung von Nachhaltigkeitszielen

Mangelndes Fachwissen bzw. fehlende Fachkräfte



Veraltete IT-Infrastruktur, die Initiativen nicht unterstützen kann



Messbarkeit der Investitionsrendite (ROI) für Nachhaltigkeitsinitiativen



Einbindung der Mitarbeitenden auf operativer Ebene / kein Anreizplan für Mitarbeitende



Kosten bzw. fehlende Mittel für Initiativen

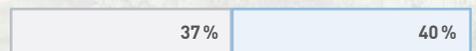


Diverse Herausforderungen bremsen die Umsetzung von Nachhaltigkeitszielen aus

Maximal drei Nennungen möglich

### Die Erfassung von Nachhaltigkeitskennzahlen im Hinblick auf IT-Infrastruktur ist primär noch in Planung

Energieverbrauch von interner IT-Infrastruktur



Energieeffizienz für interne IT-Infrastruktur (Energie-Input im Verhältnis zur Performance)



Energieverbrauch von externer IT-Infrastruktur (z. B. Public Cloud)



Energieeffizienz für externe IT-Infrastruktur



CO<sub>2</sub>-Emission für interne IT-Infrastruktur



Wiederverwertungsrate der Hardware



CO<sub>2</sub>-Emission für externe IT-Infrastruktur (z. B. Public Cloud)



Viele Unternehmen haben Konzepte geplant, aber (noch) nicht umgesetzt

Mehrfachnennungen möglich

● Heute ● In Zukunft (in 12-24 Monaten)

Quelle: IDC, 2023

# Smartphones zum Mieten

Immer mehr Firmen kaufen ihre Hardware nicht mehr, sondern nutzen Device-as-a-Service (DaaS).

AUTOR:  
BORIS BODEN

Es ist eine erstaunliche Zahl: Rund 210 Millionen alte Handys und Smartphones horten die Deutschen laut dem Branchenverband Bitkom zu Hause, ohne sie zu nutzen. Diese Geräte stellen eigentlich ein großes Potenzial für Recycling dar, enthalten sie doch Tonnen kostbarer Rohstoffe wie Gold, Kupfer und Nickel.

Auch in vielen Unternehmen dürften noch große Mengen alter ITK-Geräte in den Lagern vor sich hin gammeln, trotzdem sind professionelle Nutzer fortschrittlicher als viele private Anwender. Denn viele Firmen nutzen seit Jahren im Rahmen des Lifecycle-Managements ihrer Hardware bereits eine Form der Kreislaufwirtschaft. Dabei werden ausrangierte Geräte von den Dienstleistern zurückgenommen und recycelt oder aufbereitet und weiterverkauft.

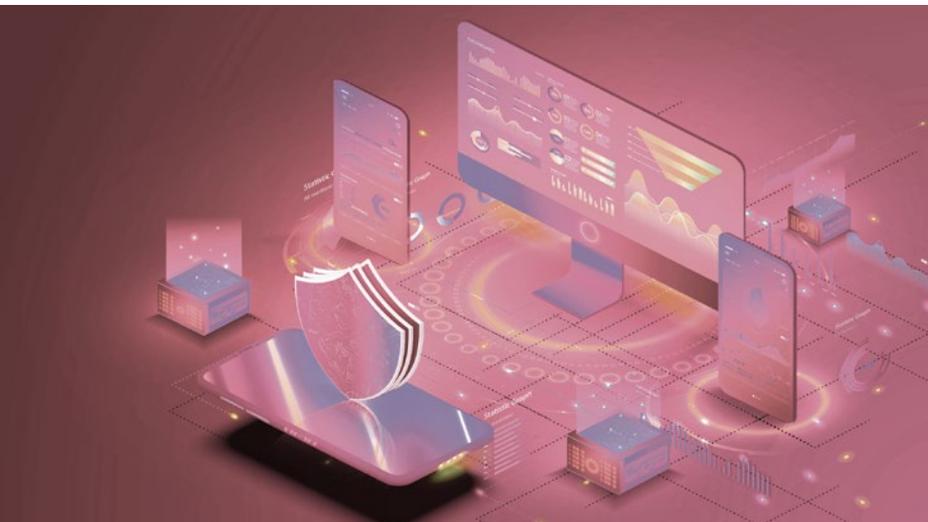
Neben diesem klassischen Mietmodell, bei dem zu vorher fest bestellten Smartphones häufig auch Zusatzdienste wie Versicherungen, Reparatur oder Austausch mitgebucht werden, gibt es Angebote, bei denen Mitarbeiter des Kundenunternehmens gegen eine Zuzahlung auch ein teureres Endgerät wählen können. Ein Beispiel ist das zweigleisige Angebot der Telekom, das zusammen mit dem DaaS-Spezialisten Everphone realisiert wird, der auch mit Samsung zusammenarbeitet.

## Migration in DaaS

Everphone bietet mit „Buy and rent back“ zudem einen Service an, der Neukunden den Einstieg in DaaS erleichtern soll: Hier werden für eine sanfte Migration in das Mietmodell die Bestandsgeräte des Unternehmens vom Dienstleister gekauft und wieder an den Kunden vermietet. Dabei ändert sich für die Mitarbeiter nichts, sie können ihre Smartphones nahtlos weiterverwenden, bis eine Neubestellung erfolgt.

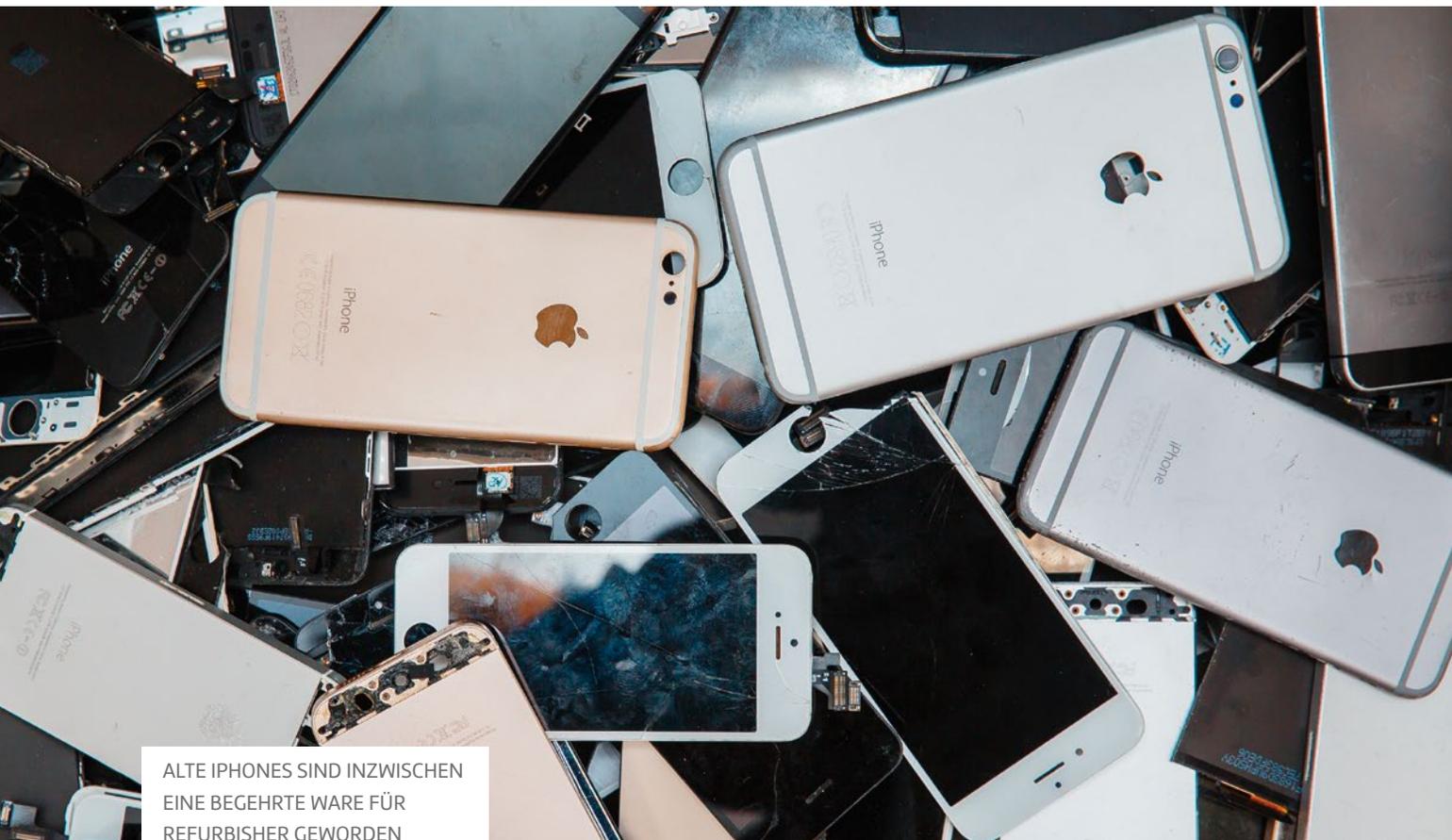
Für Unternehmen, die einen DaaS-Service nutzen, besteht ein großer Vorteil in weniger Verwaltungsaufwand, wenn die Mitarbeiter bei Problemen ohne Inanspruchnahme der eigenen IT-Abteilung mit dem Dienstleister kommunizieren und dieser bei Defekten den Gerätetausch direkt abwickelt. Einige bieten auch die Integration in Kundensysteme wie SAP an oder stellen, wie zum Beispiel Greendevise, ein eigenes ITSM-System für den ganzen Lebenszyklus zur Verfügung.

Zu den Herausforderungen gehört vor allem die Vielfalt von Hard- und Software: So kommen in vielen Unternehmen mit Windows, Mac OS oder Linux für PCs und Android oder iOS für Smartphones verschiedene Betriebssysteme zum Einsatz. Manchmal können das auch mehrere parallel sein, etwa wenn die Chefetage iPhones will und die Mitarbeiter mit günstigeren Android-Smartphones versorgt werden sollen. Die Software der Unternehmen muss darauf angepasst werden, was nicht immer einfach ist – nicht zuletzt, weil die Leistungsfähigkeit von Hardware und damit ihre mögliche Nutzungsdauer variiert.



IT-Dienstleister, die Hardware vermieten, bieten auch umfassende Pakete zum Schutz der Smartphones und PCs

In der ITK-Welt unterscheidet man dabei zwischen dem Lifecycle-Management – das nicht nur von der Bereitstellung der Systeme bis zur Entsorgung reicht, sondern auch die Einrichtung und Betreuung der Software während der Nutzung umfasst –, und Device-as-a-Service (DaaS), bei dem dieser mittlere Abschnitt dagegen noch meist von der Unternehmens-IT übernommen wird, die nur die Hardware mietet und die Software selbst verwaltet.



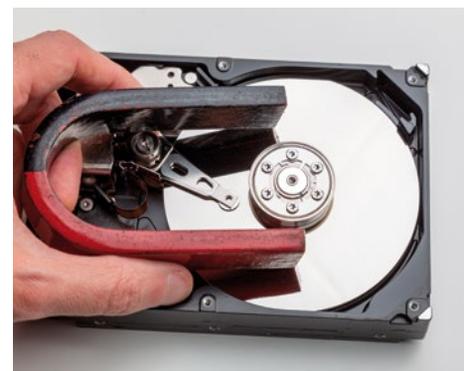
ALTE IPHONES SIND INZWISCHEN EINE BEGEHRTE WARE FÜR REFURBISHER GEWORDEN

Bei vielen Anwendern sind auch Wechsel von einem System auf ein anderes eine Hürde. Bei Smartphones war das zuletzt so, als die bei professionellen Anwendern populären Betriebssysteme BlackBerry OS und Windows Mobile nach 2010 sukzessive vom Markt verschwanden und es auch keinen Support mehr gab. Zumindest bei den heute verwendeten Systemen iOS und Android besteht aber wohl kein Anlass zur Sorge über ein baldiges Ende.

Auch haben sich die Laufzeiten vieler Smartphones durch immer leistungsfähigere Hardware und längere Updates verlängert, so dass etwa beim Einkauf von neuen iPhones durchaus auch mit vier Jahren oder noch mehr Nutzungszeit gerechnet werden kann. Bei manchen DaaS-Angeboten werden deshalb inzwischen Resterloße bei einem möglichen Weiterverkauf in die Nutzungskosten für die Unternehmenskunden einberechnet. Bei Refurbishern sind Ankäufe von Firmengeräten beliebt, da auf diese Weise eine größere Menge an Geräten auf einmal erworben werden kann.

Egal, wie lange ein Gerät genutzt wird: Am Ende des Lebenswegs einer Hardware im Unternehmen stehen in der Kreislaufwirtschaft entweder die umweltgerechte Entsorgung und Verwertung der Rohstoffe oder die Aufarbeitung für ein zweites Leben, das Refurbishment. In allen Fällen muss der Dienstleister für eine zuverlässige Datenlöschung sorgen, etwa durch eine physische Zerstörung von Festplatten. Bei Smartphones und Tablets, die keine tauschbaren Speichermedien haben, kann eine Software wie Blancco, die zum Beispiel der Refurbisher AfB einsetzt, diese Löschvorgänge erledigen und belegen.

Dass gerade bei der Datensicherheit bei manchen Refurbishern noch Defizite bestehen, deckte die Stiftung Warentest vor einigen Wochen auf, als bei Testkäufen refurbished Smartphones in Einzelfällen noch kritische Daten der Vornutzer auf den Geräten gefunden wurden. Wer als Systemhaus Kundengeräte ankauft, sollte auf jeden Fall in der Lage sein, Löschungen vorzunehmen und diese auch zu dokumentieren. ::



Daten müssen bei der Rücknahme zuverlässig gelöscht werden, wenn auch nicht so brachial wie hier

# Große Unternehmen geben meist den Ton an

Der Klimawandel und die geopolitische Situation haben zu einem Umdenken in Bezug auf Nachhaltigkeit geführt. Das gilt auch für Systemhäuser.

INTERVIEW:  
INGRID SCHUTZMANN

## ZUR PERSON

### Nicole Diehlmann

Sie ist beim ITK-Dienstleister Bechtle für die Nachhaltigkeitsberichterstattung zuständig und hat beobachtet, dass die Zahl der Nachhaltigkeitsanforderungen in öffentlichen Ausschreibungen steigt.

Die nachhaltige Beschaffung von Informations- und Kommunikationstechnologie (ITK) gewinnt an Bedeutung. Vor allem in größeren Unternehmen und auch bei öffentlichen Ausschreibungen fordern die Auftraggeber dafür Belege. Telecom Handel hat darüber mit Nicole Diehlmann gesprochen. Sie ist beim ITK-Dienstleister Bechtle für die Nachhaltigkeitskommunikation und -berichterstattung zuständig.

**Telecom Handel:** Nachhaltige Beschaffung und ITK-Produkte sowie -Lösungen klingen eigentlich widersprüchlich ...

**Nicole Diehlmann:** Eine nachhaltige Beschaffung ist für uns als ITK-Dienstleister und Handelsunternehmen von ITK-Produkten dennoch ein wichtiger Aspekt. Wir betreiben ja keine eigenen Produktionsstätten und haben nur mittelbaren Einfluss auf Produktionsbedingungen oder den Transport. Deshalb setzt unsere nachhaltige Beschaffungsstrategie zum einen auf die Bewertung der Lieferanten über die Prüfer von Ecovadis, die Nachhaltigkeitsprüfungen für Unternehmen durchführen, und zum anderen auf den Dialog mit unseren Herstellerpartnern und Distributoren. Nur so können wir gemeinsam Ziele definieren und Maßnahmen entwickeln. Unser eigener Lieferantenkodex leistet dazu einen wesentlichen Beitrag. Er ist ein Instrument, das uns dabei hilft, unsere Anforderungen an eine nachhaltige Beschaffung unseren Herstellerpartnern und Distributoren darzulegen.

**TH:** Welche Zertifizierungen im Bereich Nachhaltigkeit gibt es für Systemhäuser?

**Diehlmann:** Eine explizite Nachhaltigkeitszertifizierung gibt es bisher nicht. Die ISO 26000 ist lediglich ein Leitfaden zur gesellschaftlichen Verantwortung. Er dient als Orientierung für Unternehmen, die ein Nachhaltigkeitsmanagement aufbauen möchten. Inzwischen bieten einige Dienstleister eigens entwickelte Nachhaltigkeitszertifizierungen an, die sich an ISO 2600, GRI Standards und

den Sustainable Development Goals (SDGs) der UN orientieren. Im ITK-Bereich finden Sie, wie auch in anderen Branchen, gängige Zertifizierungen, die Nachhaltigkeitsthemen abdecken, beispielsweise ISO 27001 (Informationssicherheit), ISO 14001 (Umweltmanagement) oder ISO 45001 (Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz). Daneben spielt die Bewertung durch das internationale Nachhaltigkeits-Rating Ecovadis eine zunehmend wichtige Rolle. Die Bechtle Gruppe hat für 2023 das Ecovadis-Label Silber mit 67 von 100 Punkten erhalten. Mit diesem Ergebnis gehören wir bei Ecovadis zu den oberen fünf Prozent der Branche.

**TH:** Wie wird „Nachhaltigkeit“ in Ausschreibungen für die ITK-Beschaffung typischerweise als Kriterium erwähnt?

**Diehlmann:** Darauf gibt es keine allgemeingültige Antwort. Die Vorgehensweise und Gewichtung der Einzelthemen von Unternehmen, aber auch öffentlichen Auftraggebern, sind sehr unterschiedlich. Was ein Unternehmen von seinen Lieferanten erwartet, hängt sehr eng mit den Zielen der eigenen Nachhaltigkeitsstrategie zusammen. Wir beobachten, dass Unternehmen zunehmend als Basis der Geschäftsbeziehung verlangen, dass Lieferanten ihre Unternehmenskodizes unterzeichnen. Ob die unterzeichneten Punkte auch tatsächlich umgesetzt werden, prüfen viele über den Nachweis von Zertifizierungen und/oder über Plattformen wie Ecovadis, IntegrityNext oder NQC.

**TH:** Wenn Nachhaltigkeit in einer Ausschreibung gefordert wird, wie weist Bechtle die Anforderungen nach?

**Diehlmann:** Wir weisen nachhaltiges Wirtschaften zum einen über Zertifizierungen nach, zum anderen über unsere Bewertung bei Ecovadis. Darüber hinaus berichten wir seit 2015 unseren Fortschritt transparent in einem jährlich erscheinenden Nachhaltigkeitsbericht. Seit dem Geschäftsjahr 2022 legen wir unsere nicht finanziellen

Informationen integriert im Geschäftsbericht dar.

**TH:** Wohin bewegen sich die Anforderungen an Nachhaltigkeit in der ITK-Branche?

**Diehlmann:** Die europäische Regulatorik hat einen sehr großen Einfluss auf Unternehmen und damit auch auf deren Geschäftsprozesse und die Beschaffung im IT-Sektor. So kam vor zwei Jahren als Maßnahme des Green Deals der Europäischen Union die EU-Taxonomie hinzu, nach der große Unternehmen ihre nachhaltige Investitionen und Ausgaben offenlegen müssen. In Deutschland trat das Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz zum 1. Januar 2023 in Kraft, dem bald ein europäisches Pendant folgen wird. Ab dem Geschäftsjahr 2024 kommt zudem die aktualisierte Berichtspflicht, die Corporate



«In der Regel sind zunächst große Unternehmen betroffen, die aber kaskadenförmig die Anforderungen auch an kleinere Lieferanten weitergeben»

Sustainability Reporting Directive (CSRD), zum Tragen, die nach einem umfassenden Rahmenwerk die Offenlegung von nicht finanziellen Kennzahlen verlangt. Sind es bisher 500 deutsche Unternehmen, die einen Bericht veröffentlichen müssen, werden es künftig 15.000 sein. In der Regel sind zunächst bei allen EU-Initiativen große Unternehmen betroffen, die aber kaskadenförmig die CSR-Anforderungen auch an – mitunter kleinere – Lieferanten weitergeben. So entsteht ein Schneeballeffekt, der weite Teile der Wirtschaft durchdringt. ::

# Gipfelstürmer: Agfeo und Mitel

Knapp 900 Händler hatten über die Sieger der Leserwahl zum besten TK-/UCC-Hersteller des Jahres entschieden. Gewählt wurde in den Segmenten SOHO und Mittelstand/Enterprise.

AUTORIN:  
WALTRAUD RITZER

Bereits zum siebten Mal hatten die Leser von Telecom Handel die besten TK- und UCC-Hersteller bewertet. Wie schon im Vorjahr wurden die Gewinner in zwei Kategorien gekürt: SOHO mit bis zu zehn Nutzern und Mittelstand/Enterprise ab elf Anwendern. Bereits im vergangenen Jahr hatte sich die Redaktion entschlossen, Mittelstand und Enterprise gemeinsam zu werten, da die Lösungen mittlerweile weiter skalierbar sind, als es noch vor einigen Jahren der Fall war. Neu ist in diesem Jahr: Die Kategorie „Anzahl der SIP-Provider-Templates“ wurde gestrichen. Damit konnten die Teilnehmer der Leserwahl die Anbieter in 16 Kategorien bewerten, was aber nur geringe Auswirkungen auf das Gesamtergebnis hat.

Die Auswertung von knapp 900 vollständig abgegebenen Stimmen erbrachte aber einige Verschiebungen in einem, wie immer, sehr knappen Finale. In diesem Jahr konnte Agfeo den Gipfel als erster Hersteller im SOHO-Segment erklimmen – gemeinsam mit Mitel bei Mittelstand/Enterprise: Das ist durchaus eine Überraschung, denn im früheren Enterprise-Sektor konnte Mitel bisher durchaus Achtungserfolge erzielen, nicht aber im Brot- und Butter-Bereich, dem Mittelstand. Doch dazu später ...

## Agfeo erobert den ersten Platz im SOHO-Bereich

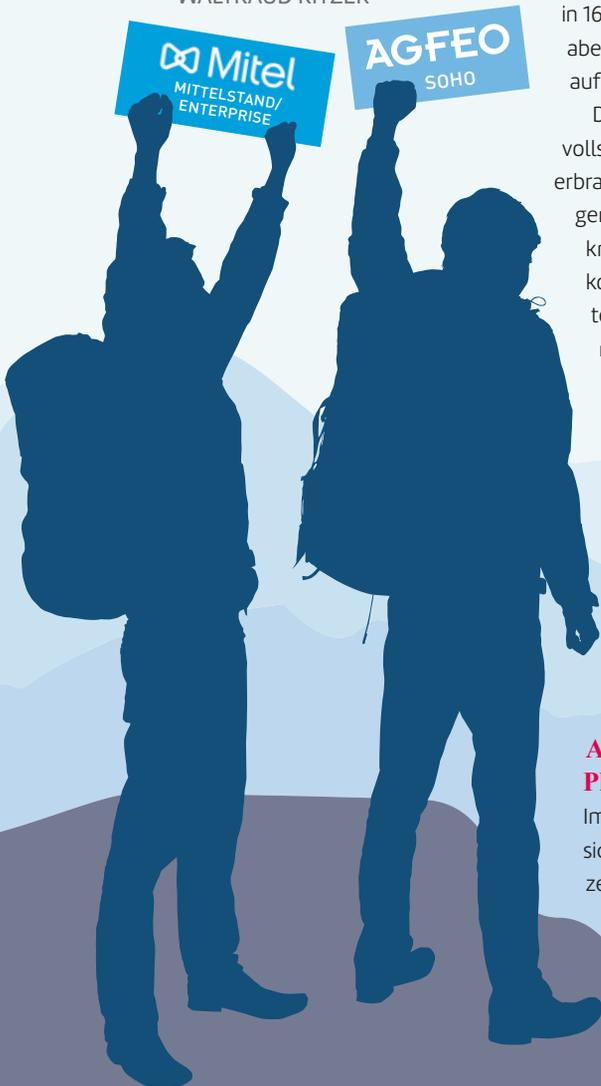
Im SOHO-Bereich wechselten sich AVM und Agfeo an der Spitze ab – und das seit Beginn der Leserwahlen. Im laufenden Jahr konnte sich Agfeo in diesem Segment mit der Gesamtnote 2,17 durchsetzen. Zum Vergleich: 2022 erreichte die Note

2,22 „nur“ für Rang zwei. Agfeo konnte insgesamt fünf Einzelkategorien für sich entscheiden – darunter wichtige Disziplinen wie der Support oder die Funktionsvielfalt. Hier kommt den Bielefeldern zugute, dass sie schon seit Jahren auch für den Bereich Smart Home Angebote haben. Diese Lösungen werden im klassischen SOHO-Bereich, etwa in Arztpraxen, gerne genutzt. Und man muss konstatieren, dass der Hersteller – wie viele andere auch – eine treue Fangemeinde hat. Dazu kommt noch, dass Agfeo ein Familienunternehmen ist: Viele Händler kennen den Hersteller seit Jahren und schätzen die kurzen Wege. Das goutierten auch einige Teilnehmer dieser Leserwahl. So hieß es bei den offenen Fragen, dass die Händler die schnellen Reaktionszeiten bei dem Hersteller schätzen und auch den persönlichen Austausch mit dem Vertrieb sowie dem Support. Aber, und das ist die Kehrseite: Der Hersteller erhält immer wieder Kritik für seine Preise, die viele als zu hoch empfinden – und Agfeo fehlen zum Teil die Ressourcen für die Entwicklung neuer Lösungen und Systeme. Im Bereich Innovationskraft liegt Agfeo deshalb deutlich hinter dem Zweitplatzierten dieser Leserwahl, AVM.

Mit der Gesamtnote 2,23 erreichte der Berliner Hersteller, der mit seiner FritzBox eine gewichtige Marke im SOHO-Bereich etabliert hat, in diesem Jahr Platz zwei. Bei der Leserwahl 2022 lag AVM mit der Note 2,18 auf dem ersten Rang. Diese Noten zeigen einmal mehr, wie eng das Ringen um die vorderen Plätze mittlerweile ist.

In vier Einzeldisziplinen belegte AVM den ersten Platz. Dazu gehört die Bekanntheit der Marke, die in der Gewichtung der einzelnen Kategorien nicht so sehr ins Gewicht fiel. Eine wichtige Rolle für die Reseller spielte aber die Produktqualität und -stabilität. Und hier ist AVM schon seit Jahren auf den vorderen Plätzen vertreten. Aber auch im Bereich Innovationskraft haben die Berliner immer wieder die Nase vorn.

Platz drei im SOHO-Bereich erzielte der Hersteller Starface. Die Gesamtnote beträgt 2,36, hat sich also im Vergleich zum Vorjahr



(Gesamtnote 2,33) nur wenig verändert. Dennoch reichte dies aus, um einen Platz nach vorne zu rücken. 2022 lag die Deutsche Telefon Standard mit der Note 2,29 noch auf Rang drei. Die Tochter des Münchener Cloud-PBX-Anbieters Nfon rangierte bei dieser Leserwahl im SOHO-Bereich mit der Note 2,60 auf Platz sechs – hinter der Mutter Nfon (Note 2,52). Hier hatte also ein deutlicher Wechsel stattgefunden.

Ein Blick auf die einzelnen Disziplinen zeigt: Starface konnte drei Siege in Einzelkategorien verbuchen, und zwar in den Bereichen Partnertreue, einfache Zertifizierung und Projektunterstützung. Die nachfolgenden Teilnehmer lagen im Mittelfeld – und Auerswald hatte sich von Platz fünf im vergangenen Jahr (Note 2,51) auf Platz vier mit der Note 2,43 verbessert. Ab Rang vier gab es keinen Sieg eines Herstellers in einer einzelnen Kategorie – im Vorjahr war das noch anders. Da konnte die Deutsche Telefon Standard beispielsweise beim Partnerprogramm punkten, in diesem Jahr ging der ers-

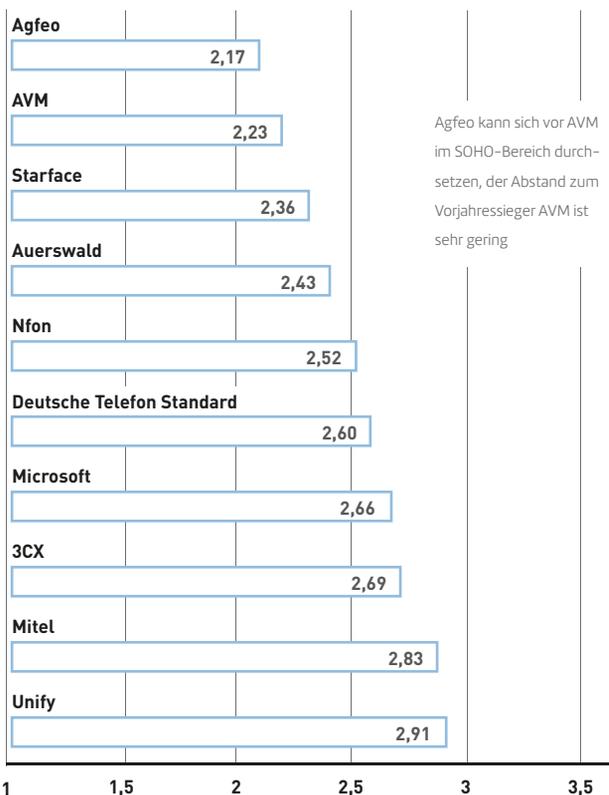
te Platz in dieser Disziplin an Starface. Eine Erklärung für diese Tendenzen lieferten – zumindest zum Teil – die offenen Fragen, bei denen Teilnehmer ihre Meinung zu den Herstellern ohne Vorgaben äußern konnten. Bei Starface beispielsweise gab die Mehrheit der Partner eine gute Note für die Partnertreue ab – andere monierten, dass der Hersteller gerade im SOHO-Segment mit Starface up, dem Angebot für den SOHO-Bereich, schon vor Jahren in die Direktvermarktung über das Internet eingestiegen ist.

Bei Auerswald wiederum gibt es eine ganze Reihe von Händlern, die dem Unternehmen seit Jahren verbunden sind. Die einen freuten sich in den offenen Fragen darüber, dass der Hersteller aus Cremlingen im vergangenen Jahr mit COMuniq ONE eine Cloud-PBX auf den Markt gebracht hatte. Andere bemängelten, dass dies ein OEM-Produkt von Enreach, konkret dem Wholesale-Anbieter Voiceworks, ist. Sehr häufig wurde zudem angemerkt, dass es kaum mehr neue Produkte oder Lösungen aus

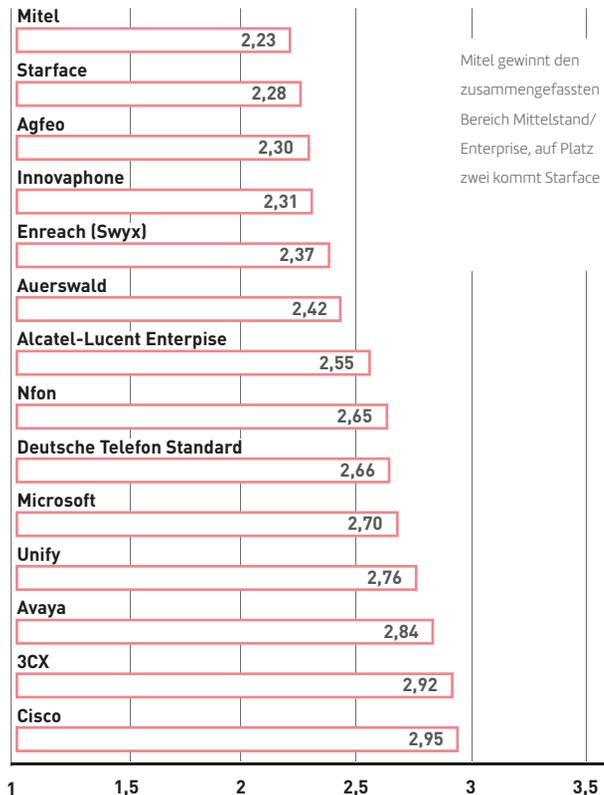


## GESAMTERGEBNISSE SOHO UND MITTELSTAND/ENTERPRISE

### Gesamtergebnis SOHO



### Gesamtergebnis Mittelstand/Enterprise





In **16**  
Einzelkategorien  
konnten die  
Teilnehmer die  
TK- und UCC-  
Hersteller  
bewerten



**38**  
TK- und UCC-  
Hersteller  
konnten die  
Teilnehmer bei  
dieser Leserwahl  
bewerten

dem Haus Auerswald gibt. Und nun zu den Schwestern Deutsche Telefon Standard und Nfon: In der vergangenen Leserwahl hatte die Deutsche Telefon Standard noch einen Bonus mit ihrem neuen Partnerprogramm und damit in dieser Kategorie einen Einzelsieg für sich verbuchen können. Bei dieser Leserwahl ging der Preis in diesem Segment an Starface – und DTS lag bei der Gesamtnote hinter Nfon. In den offenen Fragen gab es bei beiden Anbietern häufig die Kritik, dass der Leistungsumfang nicht dem State of the Art entspreche, einige Funktionen als OEM-Produkt zugekauft würden oder nicht vorhanden seien. Generell monierten auch einige Teilnehmer den abgespeckten Funktionsumfang der DTS-Lösung – obwohl der Anbieter immer wieder betont, dies sei Teil der Unternehmensstrategie. Insgesamt aber war auffällig, dass Nfon in diesem Jahr im SOHO-Bereich besser bewertet wurde als die Schwester DTS.

Die anderen Hersteller landeten überwiegend im Mittelfeld oder im unteren Segment bei den einzelnen Disziplinen. Ein Anbieter, Bintec Elmeg, konnte bei dieser Leserwahl nicht mehr berücksichtigt werden. Die Nürnberger erhielten zu wenig Stimmen für eine qualifizierte Bewertung, und sie konzentrieren sich seit geraumer Zeit zunehmend auf die Bereiche Netzwerk und Security.

### **Mitel gewann bei Mittelstand/Enterprise**

Im Segment Mittelstand/Enterprise gab es in diesem Jahr wie schon erwähnt einen neuen Erstplatzierten: Mitel lag mit der Gesamtnote 2,23 vor dem Gewinner der Vorjahre Starface (Note 2,28) – der Vorsprung war also hauchdünn. Mitel konnte vor allem in den Kategorien Partnertreue, Funktionsvielfalt und Projektunterstützung punkten. Einen Einzelsieg verbuchte der Hersteller zudem in der Disziplin Produktqualität/-stabilität. Ein Grund hierfür mag sein, dass Mitel in den vergangenen Monaten kaum neue Lösungen auf den Markt gebracht hat – das bestehende Portfolio ist etabliert und in der Praxis erprobt. Auch bei den De-

mo- und Vorführgeräten schnitt Mitel besser als die Wettbewerber ab. Schlechte Bewertungen wiederum erhielt der Hersteller beim Preis-Leistungs-Verhältnis, das Reseller als nicht gerechtfertigt sehen. Dies kritisierten auch einige Teilnehmer bei den offenen Fragen. Tenor war, der Anbieter habe in den vergangenen Monaten zu oft an der Preisschraube gedreht.

Erstaunlicherweise schien die geplante Übernahme des Wettbewerbers Unify/Atos – die während der Leserwahl angekündigt wurde – kaum Einfluss auf das Gesamtergebnis zu haben. So mancher Teilnehmer kommentierte dies zwar bei den offenen Fragen, aber meist im Sinne von: Das habe man ja jetzt schon öfter erlebt und Mitel habe Übung in der Integration neuer Unternehmen. Ähnlich verhielt es sich wohl bei Unify/Atos: Wie im Vorjahr belegte der Hersteller Platz elf, die Gesamtnote ist 2,76 und hat sich kaum verändert (2022: 2,77). Der geplante Zusammenschluss mit Mitel wurde indes kaum erwähnt. Dies kann aber auch daran liegen, dass schon lange bekannt war, dass Atos sich von Unify trennen möchte – und Mitel galt als aussichtsreichster Kandidat. Zufriedenstellend konnte diese Platzierung für die Münchner aber nicht sein.

Der Karlsruher Hersteller Starface musste sich in diesem Jahr mit dem zweiten Platz zufriedengeben – nachdem er drei Jahre in diesem Segment an der Spitze stand. Die Gesamtnote ist mit 2,28 im Vergleich zum Vorjahr gleich geblieben, 2022 konnte Starface aber noch in acht Kategorien Einzelsiege für sich verbuchen, bei dieser Leserwahl waren es vier. So wurde der Hersteller für seine einfache Zertifizierung gelobt, auch für die Innovationskraft und das Preis-Leistungs-Verhältnis sowie die stabilen Preise. Doch beim Support, der für die meisten Reseller nach wie vor am wichtigsten ist, liegt Starface immer noch im Mittelfeld – und deutlich hinter Mitel, obwohl dieser Hersteller bereits vor Jahren große Teile des Supports an die Distributoren ausgelagert hat. Mittlerweile scheint sich dies besser eingespielt zu haben, Starface hingegen ist für den Support selbst zuständig – und ächzt nach eigenen Angaben unter dem Mangel an Fachkräften.

Auf Platz drei im Bereich Mittelstand/Enterprise kam Agfeo mit der Gesamtnote

2,30 und erzielte im Ranking dasselbe Ergebnis wie im Vorjahr (Gesamtnote 2,33). Gelobt wurden die Bielefelder – wie bereits bei vergangenen Leserwahlen – für ihren Support. Kritik gab es – wie auch schon im SOHO-Bereich – für die Preisgestaltung. Viele Reseller halten die Lösungen einfach für zu teuer. Und auch die Strategie, weiterhin überwiegend auf proprietäre Systeme zu setzen, finden manche Reseller überholt.

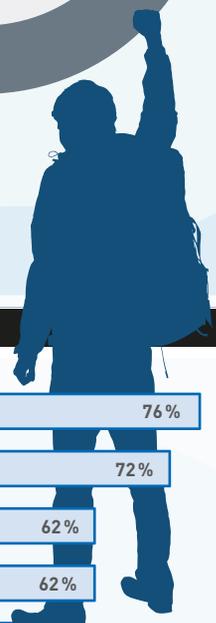
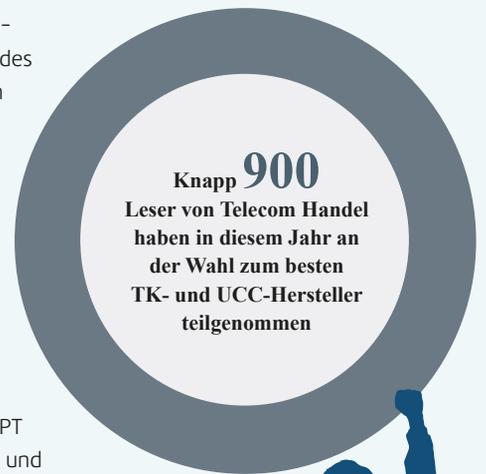
Neben den Veränderungen unter den Top 3 der beiden Bereiche gab es aber auch andere Tendenzen bei den Teilnehmern und ihren Bewertungen, die einen näheren Blick wert sind.

### So manche Turbulenzen

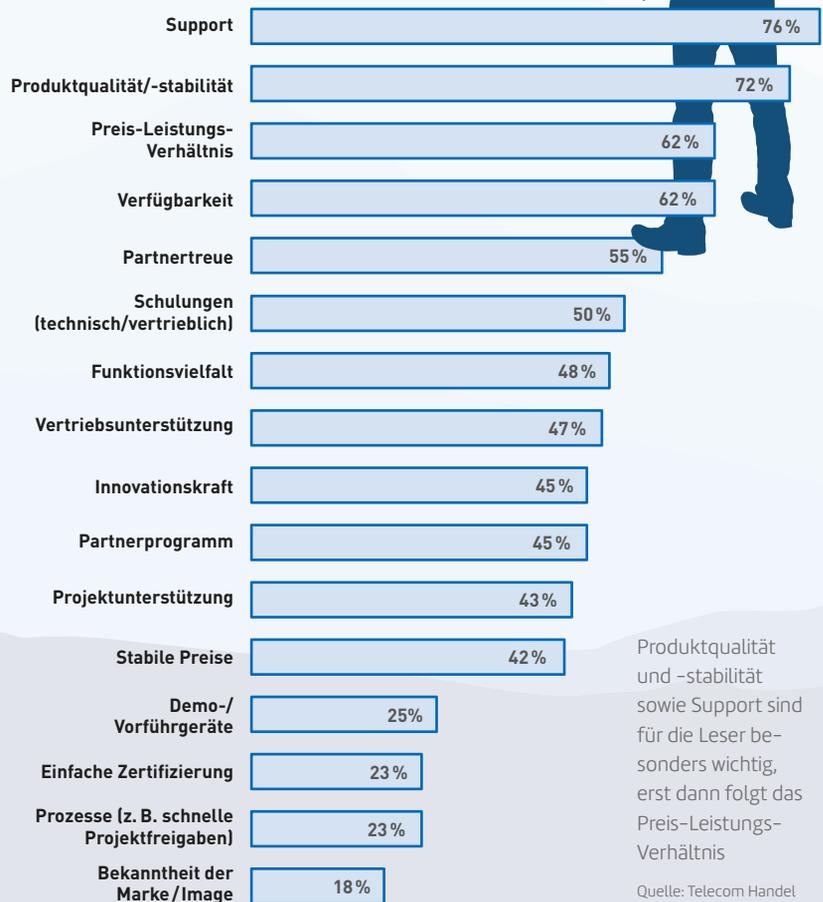
Im Vergleich zum Vorjahr fiel beispielsweise auf, dass Alcatel-Lucent Enterprise von Platz zwei im Mittelstand/Enterprise auf Platz sieben in diesem Jahr gerutscht ist. Die Gesamtnote war im vergangenen Jahr 2,31, in diesem Jahr betrug sie 2,55. Federn lassen musste der Hersteller in letztlich allen Bereichen und konnte keinen Einzelsieg in einer Kategorie für sich verbuchen. Im Vorjahr waren es noch vier Bereiche, in denen ALE das Feld anführte. Darunter waren wichtige Disziplinen wie Produktqualität und -stabilität oder die Funktionsvielfalt. In den offenen Fragen wünschten sich die Teilnehmer vor allem mehr Neuigkeiten und Innovationen – und auch mehr Sichtbarkeit des Herstellers. Die Kooperation mit dem amerikanischen UCaaS-Anbieter RingCentral, die ALE ebenso wie Atos/Unify, Avaya und auch Mitel hat, spielte in diesem Jahr zumindest bei den offenen Fragen nur eine untergeordnete Rolle. Und zwar bei allen vier Herstellern. In den vergangenen Jahren war dies noch ganz anders. Da wurde immer wieder kritisiert, dass bei diesem Konstrukt RingCentral den Vertrag mit den Endkunden hält.

Der Hersteller Innovaphone, der im vergangenen Jahr zu wenig Stimmen hatte und deshalb nicht berücksichtigt werden konnte, meldete sich bei dieser Leserwahl zurück und bewegt sich im oberen Mittelfeld wie auch in den Leserwahlen zuvor. Placetel hingegen – 2022 erstmals in dieser Leserwahl vertreten – erhielt in diesem Jahr wiederum zu wenig Stimmen für eine qualifizierte Bewertung. Ein Trend, der sich schon in den vergangenen Leserwahlen abzeich-

nete: Immer mehr Reseller stimmen für Microsoft ab. Ausgelöst durch die Pandemie und den damit verbundenen Siegeszug von Teams beschäftigen sich Reseller zunehmend mit den Collaboration-Lösungen des Software-Riesen. In den offenen Fragen attestierten einige, zwar sei die Telefonie in Teams weiterhin nur in einer abgespeckten Version möglich – und in vielen Fällen auch zu teuer. Am Ende aber komme man auch in der Telefonie an Microsoft nicht mehr vorbei. Die Integration von TK-Systemen in Teams wird laut den Resellern zudem immer wichtiger. Die KI-Revolution, die Microsoft mit der Integration von ChatGPT in vielen seiner Bereiche ausgelöst hat – und die mittlerweile auch in das Partnerprogramm integriert wurde –, war zum Zeitpunkt der Abstimmung noch nicht in der Tiefe erkennbar. ::



### WORAUF LEGTEN DIE LESER WERT?



Produktqualität und -stabilität sowie Support sind für die Leser besonders wichtig, erst dann folgt das Preis-Leistungs-Verhältnis

Quelle: Telecom Handel



# Der Drang in die Cloud

Cloud-Angebote sind bei den Resellern angekommen – das ist das Ergebnis der aktuellen Trendanalyse von Telecom Handel im Rahmen der diesjährigen Leserwahl. Erstmals hat die Redaktion auch Telefonie mit Microsoft Teams bewerten lassen.

AUTORIN:  
WALTRAUD RITZER

Traditionell fragt Telecom Handel die Teilnehmer der Leserwahl zum besten TK- und UCC-Hersteller nach ihrer Einschätzung zu ausgewählten Themen. Auf einer Skala von 1 („Stimme voll und ganz zu“) bis 6 („Stimme überhaupt nicht zu“) können sie Thesen bewerten.

Die Cloud ist (natürlich) in diesem Bereich omnipräsent, deshalb fragen wir die Leser seit jeher nach ihrer Meinung zum Thema Public und Private Cloud. Vor allem das Ergebnis beim Thema Public Cloud überrascht in diesem Jahr. Der These „Die Bedeutung der Public Cloud wird zunehmen“ stimmen 35 Prozent der knapp 900 Teilnehmer voll und ganz zu – das ist der höchste Wert seit Beginn dieser Abfrage vor sieben Jahren. Zum Vergleich: Im vergangenen Jahr waren es noch 26 Prozent. Insgesamt sieht die deutliche Mehrheit der Teilnehmer die Public Cloud als sehr wichtiges Thema an, nur

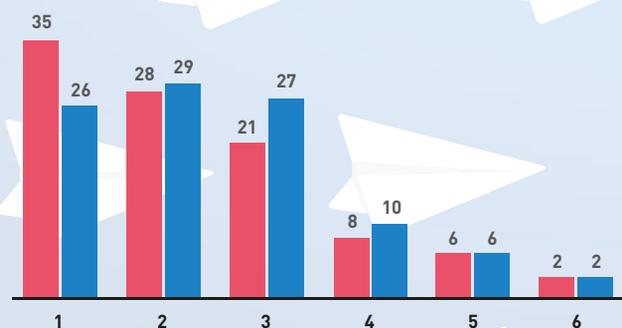
ein sehr geringer Anteil hält sie nicht für relevant für ihr Business.

Weitgehend gleich geblieben ist die Zustimmung zur Private Cloud – 21 Prozent der Leser stimmen der These „Die Bedeutung der Private Cloud wird zunehmen“ voll und ganz zu. Bei der letztjährigen Leserwahl lag der Wert noch bei 20 Prozent. Und auch bei den folgenden Zahlen gibt es nur wenig Veränderungen im Vergleich zum Vorjahr.

Beide Werte zeigen allerdings, dass die Cloud bei den Resellern mittlerweile fester Bestandteil ihres Geschäfts ist – auch wenn im Kommunikationsbereich nach wie vor der Großteil der Systeme On-Premises-Lösungen sind. Die jahrelange Überzeugungsarbeit von Herstellern und Distributoren trägt aber langsam erste Früchte – forciert wird diese Entwicklung sicherlich auch durch die steigende Akzeptanz der Kunden, die immer häufiger explizit nach Cloud-Lösungen fra-

Knapp **900 Leser** von Telecom Handel haben verschiedene Trends in der ITK-Branche bewertet

**These 1: Die Bedeutung der Public Cloud wird zunehmen**



Die Public Cloud sehen immer mehr Reseller als einen wichtigen Trend im ITK-Bereich, im Vorjahr war die volle Zustimmung deutlich geringer

● 2022 ● 2023

Quelle: Telecom Handel

Angaben in Prozent

Noten: 1 (= „Stimme voll und ganz zu“) bis 6 (= „Stimme überhaupt nicht zu“)

Foto: MaDedee / Shutterstock

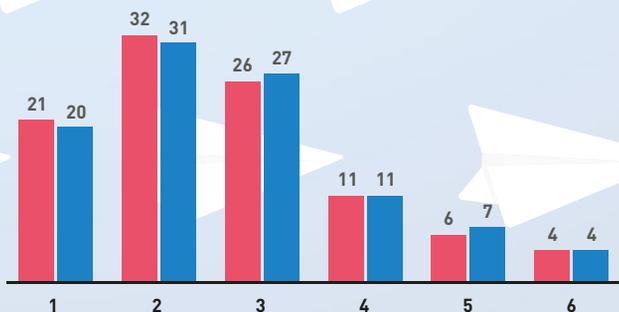
gen. In der Praxis mag es immer noch viele Reseller geben, die zwar ein Cloud-Angebot im Portfolio haben, ihren Kunden aber eine On-Prem-Lösung empfehlen – doch hier ist langsam ein Umdenken zu erkennen.

### Telefonie mit Teams gewinnt an Bedeutung

Erstmals konnte bei dieser Leserwahl auch die These „Immer häufiger setzen meine Kunden Microsoft Teams auch für die Telefonie ein“ bewertet werden. Dies ist nur ein Stimmungsbild, denn Microsoft veröffentlicht keine Zahlen, wie viele seiner Kunden das Collaboration-Tool auch für Telefonate nutzen. Dennoch überrascht das Abstimmungsergebnis der Reseller: Zehn Prozent der Teilnehmer stimmen voll und ganz zu, 25 Prozent vergeben hier die Note 2 und 30 Prozent eine 3. Nur zehn Prozent der Teilnehmer lehnen diese These ab und stimmen

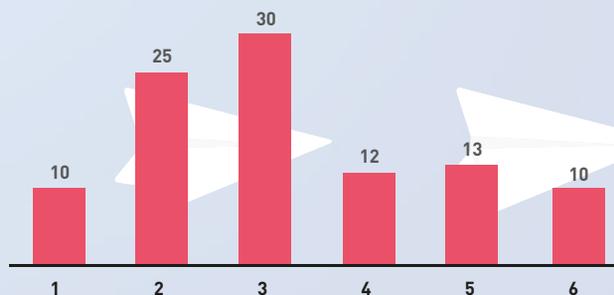
ihr überhaupt nicht zu. Ein Grund dafür ist sicherlich, dass ein Großteil der Hersteller die Integration ihrer Lösungen in Teams als festen Bestandteil ihrer Produktstrategie etabliert hat. Es gibt nur wenige, die sich dem Schulterschluss mit Microsoft verweigern. Gleichzeitig forcieren die Redmonder, dass immer mehr Kunden Teams auch für die Telefonie nutzen. Ein Beispiel hierfür ist das Operator-Connect-Programm, bei dem Anwender per Mausklick einen SIP-Provider für Teams auswählen können. Immer mehr SIP-Provider – zu denen auch etliche PBX-Anbieter gehören – schließen sich diesem Programm an. Und seit einem Jahr bietet die Telekom gemeinsam mit Microsoft „Mobile für Microsoft Teams“ an, bei der das Smartphone zur festen Nebenstelle im Collaboration-Tool wird (siehe Seite 12). Noch ist die Kooperation in Deutschland exklusiv, doch dies wird nicht so bleiben. ☺

### These 2: Die Bedeutung der Private Cloud wird zunehmen



Hingegen betrachten nur wenige Teilnehmer mehr als im Vorjahr die Private Cloud als Wachstumsträger – die Unterschiede sind aber gering

### These 3: Immer häufiger setzen meine Kunden Microsoft Teams auch für die Telefonie ein



Die Frage nach der Telefonie in Teams wurde zum ersten Mal gestellt, die deutliche Mehrheit erkennt hier einen Trend bei ihren Kunden

# Das war dann mal weg

Ein Besuch in Büros früherer Zeiten zeigt längst vergessene Geräte.

AUTOR:  
BORIS BODEN

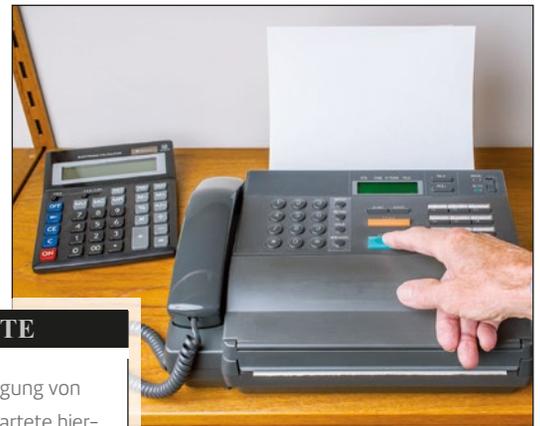
Für viele besteht die einzige Hardware im Büro heute nur noch aus einem Laptop und einem Smartphone, dazu kommt vielleicht noch eine Docking-Lösung. Daten lagern dort auch nicht mehr auf Speichermedien, sondern in der Cloud. Damit vereint die moderne Technik Funktionen vieler – oft

sündhaft teurer – Geräte, die früher zum Arbeiten und zur Kommunikation unverzichtbar waren. Manche wie die Schreibmaschine hielten sich in immer neuen Evolutionsstufen mehr als 100 Jahre, andere wie zum Beispiel die Faxgeräte durften nur etwa 30 Jahre in keinem Büro fehlen. ☐☐



## DISKETTEN

Die magnetischen Datenträger für Computer waren seit den 70er-Jahren im Einsatz, zunächst meist im großen 5,25-Zoll-Format (wie im Bild), später mit 3,5 Zoll und einer Plastikhülle.



## FAXGERÄTE

Die Fernübertragung von Dokumenten startete hierzulande bei der Bundespost im Jahr 1979, die Boom-Zeit der Faxe war um 1990. Zu Beginn waren Ausdrücke nur auf Thermopapier möglich.

## SCHREIBMASCHINEN

Seit 1808 die erste funktionierende Schreibmaschine in Italien gebaut wurde, bestückten sie millionenfach die Büros. Ein Schreibmaschinenkurs zum schnelleren Tippen gehörte zum Pflichtprogramm für Angestellte.



## TELEFONE

Noch gibt es die schnurgebundenen Festnetztelefone in vielen Büros, doch angesichts von Softphone-Lösungen, Smartphones und Headsets sind sie eine stark bedrohte Spezies.

# Telecom Handel Report

## Das sind die besten TK- und UCC-Hersteller des Jahres 2023

Der Report bietet ausführliche Auswertungen zur Leserwahl von Telecom Handel zum besten TK- und UCC-Hersteller in den Kategorien SOHO und Mittelstand/Enterprise. Er zeigt, wie die Anbieter im Urteil von rund 900 Lesern in allen relevanten Bereichen abschneiden.



- Ausführliche Bewertungen für zehn Anbieter aus dem SOHO-Bereich und 14 Unternehmen aus dem Mittelstands-/Enterprise-segment
- Wertungen in jeweils 16 Einzelkategorien
- Stimmungsbild der rund 900 Teilnehmer zu aktuellen Markttrends
- Übersichtliche grafische und textliche Analysen auf rund 70 Seiten

Jetzt bestellen!



[www.telecom-handel.de/report](http://www.telecom-handel.de/report)

## HERAUSGEBER

Ebner Media Group  
GmbH & Co. KG  
Büro München  
Bayerstraße 16a  
80335 München

## Sitz von Redaktion, Anzeigen, Vertrieb

Bayerstraße 16a  
80335 München  
Telefon: +49 731 88005-8000  
Fax: +49 731 88005-5203  
www.telecom-handel.de

## Sitz des Verlags

Ebner Media Group  
GmbH & Co. KG  
Karlstraße 3, 89073 Ulm

## Geschäftsführer

Marco Parrillo

## VERANTWORTLICH FÜR DEN INHALT

### Chefredakteur

Roland Bernhard (verantw.), rb  
Telefon: +49 731 88005-8151  
bernhard@telecom-handel.de

### Stellv. Chefredakteur

Boris Boden, bb  
Telefon: +49 731 88005-8152  
boden@telecom-handel.de

### Redaktion

Christopher Bertele, cb  
Telefon: +49 731 88005-8170  
bertele@telecom-handel.de

Waltraud Ritzer, wr

Telefon: +49 731 88005-8176  
ritzer@telecom-handel.de

Stephan von Voithenberg, sv

Telefon: +49 731 88005-8237  
voithenberg@telecom-  
handel.de

### Mitarbeiter dieser Ausgabe

Sabine Block, Katrin Horvat,  
Ingrid Schutzmann

### Art Directorin

Maria-Luise Steinkühler

## Gestaltung

### EMG DESIGN UNIT

Dagmar Breitenbauch,  
Simone Köhnke,  
Petra Reichenspurner

## ANZEIGEN

### Mediaberatung

Klaus Ahlering (Head of Sales)  
Telefon: +49 731 88005-8125  
klaus.ahlering@telecom-  
handel.de

### Client Success (Disposition)

Marita Brotz  
clientsuccess@ebnermedia.de

## HERSTELLUNG/SERVICE

### Herstellung /

### Vertrieb / Kundenservice

Thomas Heydn

### Abo-Vertrieb /

### Händlerbetreuung

Gabi Wullrich  
wullrich@telecom-handel.de

### Kundenservice

Telefon: +49 731 88005-8205  
Fax: +49 731 88005-8203  
kundenservice@ebnermedia.de

Bank: Deutsche Bank AG,

IBAN:

DE08 7007 0010 0826 4160 00

## DRUCK

L. N. Schaffrath DruckMedien,  
Marktweg 42-50,  
47608 Geldern

## VERÖFFENTLICHUNG

### GEMÄSS § 8 ABS. 3 BAYPRG:

Alleinige Gesellschafterin  
(mit Kapitalanteil) der Ebner  
Media Group GmbH & Co. KG ist  
die Ebner Ulm MGVB GmbH, Ulm.

## Ausgezeichnete Systemhäuser

Diese B2B-Reseller  
erhielten auf der  
Communicate! 2022  
einen Best Practice Award



### SNcom gewinnt Silber-Award

Mit einem Award in Silber wurde SNcom in der Kategorie Innovation ausgezeichnet. Gelobt wurde der innovative Ansatz bei der Entwicklung von Software-Lösungen.



### Gold-Auszeichnung für APM

Um den Service auf die nächste Evolutionsstufe zu heben, hat das Systemhaus APM den APM Cube erfunden. Dafür gab es einen Award in Gold.



### Silber für Schnebel IT-Systemhaus

Das Schnebel IT-Systemhaus erhielt in der Kategorie Web-Präsenz einen Silber-Award. Ausgezeichnet wurde das Unternehmen für die Web- und Social-Media-Aktivitäten.

*12. Oktober, München*

**Communicate!**

**2023**

**JETZT**

Der Branchentreff

**TICKET**

für Handel und Vertrieb

**SICHERN!**



**[communicate.telecom-handel.de](https://communicate.telecom-handel.de)**

# Grow.

Mit dem Grow-Vorteil, der dein Datenvolumen wachsen lässt. Automatisch. Jedes Jahr.\*

O<sub>2</sub> can do

Eine **Telefónica** Marke

Telefónica Germany GmbH & Co. OHG, Georg-Brauchle-Ring 50, 80992 München, WEEE-Reg.-Nr. DE 10160685  
\*Grow-Vorteil: das monatliche Inklusiv-Datenvolumen erhöht sich mit Ausnahme der Unlimited-Tarife in den neuen O<sub>2</sub> Mobile Laufzeit Tarifen (24 Mon. Mindestlaufzeit) erstmals nach 1 Jahr automatisch alle 12 Monate tarifabhängig um jeweils 1 GB (O<sub>2</sub> Mobile S / S Boost), 5 GB (O<sub>2</sub> Mobile M / M Boost), 10 GB (O<sub>2</sub> Mobile L / L Boost), maximal aber für 20 Jahre beim O<sub>2</sub> Mobile S/S Boost / M/M Boost / L/L Boost bis zu 24/28 / 125/150 / 270/340 GB. Der/die Kund:in wird per SMS über die Erhöhung des Inklusiv-Datenvolumens informiert.