

Rausgeworfene Milliarden im Mobilkommunikationsmarkt

# Das Ende des Tarifdschungels

Die meisten Unternehmen in Deutschland sehen im Mobilfunkmarkt einen Tarifdschungel, den man kaum durchdringen kann – angelegt von den Telefonanbietern. Mit erheblichem Werbedruck wurde die Flatrate zum Zauberwort für Telefonverträge ausgerufen und als Ausweg aus dem Dschungel angepriesen. Billiger geht's nicht – für Privatpersonen. Den Unternehmen aber, die sich oft mit großem Aufwand an Manpower und Zeit durch die unterschiedlichen Tarifdschungel pflügen, kommen die Flatrateversprechen am Ende ziemlich teuer zu stehen.



**K**ern des Problems beim Einkauf von Telekommunikationstarifen ist, dass Unternehmen diese nicht zu Stückkosten einkaufen können. Das ist nicht zwingend nachvollziehbar, denn es handelt sich bei der Leistung, die die Telekommunikationsanbieter bereitstellen, um eine Kommunikationsinfrastruktur, genutzt in den Einheiten Sekunden oder Byte. Da diese Nutzungseinheiten jedoch entgegen den Anbieterinteressen höchst vergleichbar wären, werden von den Telefonkonzernen lieber Tarifkonstrukte mit Inklusivleistungen verkauft.

Den extensiven Verkauf von Flatrates begründen Key Accounter gern damit, dass man so gegen hohe Nutzungskosten abgesichert sei. Tatsache ist jedoch, dass die eingekauften Flatrates und Kontingente in der Regel nicht ausgenutzt werden und so die effektiven Stückkosten in die Höhe schnellen. Sie können daher durchaus als „Versicherungen“ für die intransparenten Nutzungsvolumina gesehen werden – Versicherungen, die sich die Anbieter natürlich bezahlen lassen.

## Eine Rechenaufgabe ...

Welche Tarife braucht ein Unternehmen eigentlich genau und welcher Telefonanbieter liefert diese zu den geringsten Kosten?

Die Aufgabe ist klar: man müsste wie beim privaten Kunden für jeden Mobilfunknutzer im Unternehmen das günstigste Tarifkonstrukt (Tarife und Optionen) errechnen und dem User dann das günstigste zuweisen. Bei

Sandro Wolf, Arndt Jablonowski und Andre Goldflam von Feldwerk wollen mit ihrer „Rechenmaschine“ Unternehmen helfen, die Höhe der Telefonrechnung zu reduzieren. (Bild: Feldwerk)

bis zu mehreren hundert Nutzern, Tausenden von Nutzungsdaten und ebenfalls Tausenden Tarifkonstrukten wäre das ein aufwändiges Unterfangen, an der ein Mensch einige Jahre zu rechnen hätte. Aber: Es ist eine Rechenaufgabe!

Für eine solche, zugegebenermaßen höchst komplizierte, Rechenaufgabe braucht man also keinen Beraterstab, sondern eine „Rechenmaschine“, die in der Lage ist, in möglichst überschaubarer Zeit Millionen von Daten mit Millionen von Rechenoperationen zu verarbeiten. Eine Maschine, die die Tarifformeln der Telekommunikationsanbieter entschlüsselt, den tatsächlichen Bedarfen der Unternehmen zuordnet und anbieterübergreifend vollständig vergleichbar macht. Ziel muss es dabei sein, die Telekommunikationstarife am Ende einkaufen zu können wie DIN- und Normteile. Erst dann wären die Kunden in der Lage, die Kräfteverhältnisse im Mobilfunkverkauf zu ihren Gunsten umzudrehen.

Eine Software, die das leisten kann, ist so komplex, dass die Telekommunikationsanbieter aus dieser Richtung seit inzwischen über 20 Jahren nichts zu befürchten hatten, geschweige denn, dass sie selbst in eine transparente Entschlüsselung investiert hätten. Auf Anfrage teilt beispielsweise die Telekom mit, dass eine solche Transparenz schlicht nicht notwendig sei, weil im Geschäftskundenbereich ein so intensiver Wettbewerb herrsche, dass man von fairen Preisen ausgehen könne.

#### für eine Rechenmaschine

Ein Ehemaliger aus der Branche wollte es mit seinen zwei Geschäftspartnern aber genauer wissen. Nach mehr als vier Jahren Entwicklungsarbeit hat das Berliner Unternehmen Feldwerk eine solche „Rechenmaschine“, eine Software und Hardware-Systemkonfiguration, entwickelt, die die komplexen Tarifwelten der Telekommunikationsunternehmen zum Einsturz bringen soll.

Unter Beachtung höchster Datenschutzaufgaben ermittelt das Start-Up Feldwerk aus den Millionen Verbindungsdaten seiner Auftraggeber sowie sämtlichen vorliegenden Angeboten die objektiv kostenoptimalen Tarifkonstrukte. Dass diese Transparenz in den Verhandlungen äußerst wirkungsvoll sein kann, ist nachvollziehbar. Obwohl das Unternehmen noch jung ist, weist Feldwerk bereits Referenzen von Konzernen wie der Beiersdorf AG, der Carl Zeiss AG oder tesa SE vor.

Den Einkäufern dieser Unternehmen hat die neue Maschine Mut gemacht: „Es war schon

überzeugend, wie wir durch die perfekte Transparenz gegenüber dem Anbieter einen erheblichen Verhandlungsvorteil hatten; das ging so weit, dass wir tatsächlich weit mehr über die Kostenfunktion der Tarife wussten als der Anbieter selbst“, freut sich noch heute Dr. David Drabe, Global Category Manager Procurement bei Beiersdorf. Die Nivea-Company hatte letztes Jahr Feldwerk beauftragt und konnte einen mittleren zweistelligen Prozentsatz am Jahreseinkaufsvolumen einsparen.



**Es war schon überzeugend, wie wir durch die perfekte Transparenz gegenüber dem Anbieter einen erheblichen Verhandlungsvorteil hatten; das ging so weit, dass wir tatsächlich weit mehr über die Kostenfunktion der Tarife wussten als der Anbieter selbst.“**

Dr. David Drabe, Global Category Manager Procurement bei Beiersdorf

Kein Ausnahmefall, sondern für die Berliner Feldwerker eher der Normalfall. Nach ihren Erfahrungen liegen die erreichten Einsparungen immer bei über 20 Prozent und bei deutlich mehr als der Hälfte der inzwischen durchgerechneten Projekte bei über 40 Prozent. Das geht leicht mal in die Hunderttausende.

#### Maschinenleistung statt Beratertage

Feldwerk übernimmt neben dem Einsatz der selbst entwickelten Software zwar auch Projektmanagement-Aufgaben, aber der Geschäftsführer will ausdrücklich keine Beratertage verkaufen, sondern die Leistung seiner Maschine. „Vom Einkaufsgeschäft verstehen die Unternehmen selbst mehr als genug, darum besteht unsere Aufgabe darin, den Einkäufern mit Hilfe unserer Technologie die für Ihr Geschäft erforderliche Transparenz zu liefern“, sagt Arndt Jablonowski, Gründer von Feldwerk.

Bisher lohne sich der Einsatz der Rechenmaschine bei Unternehmen mit einem Jahreseinkaufsvolumen von mehr als 30 000 Euro. Zumal die Kunden nicht nur ihre Kosten reduzieren, sondern auch ihre internen Ressourcen entscheidend entlasten: Durch die Arbeit der Feldwerker reduziert sich der Einkaufsauf-

wand um mehr als 90 Prozent. So berechnen die Berliner Experten innerhalb von nur 24 Stunden, wie hoch das Einsparpotential ihrer Kunden ist. Das Honorar für sie besteht aus einem einmaligen Prozentsatz der realen Einsparung ihrer Kunden.

Geschäftsführer Jablonowski nutzt seine Erfahrung in der Telekommunikationsbranche nicht nur für die großen Unternehmen mit vielen Mobilfunkkarten, sondern plant mit Investoren schon den nächsten Schritt. Ihn ärgert die Intransparenz der Branche schon seit vielen Jahren. Für KMUs will er im kommenden Jahr eine Lösung präsentieren, mit der auch kleinere Unternehmen im Internet die vollständige Transparenz im Mobilfunkmarkt für sich herstellen können. Das wäre das Ende des Tarifdschungels. Man darf gespannt sein, ob Vodafone, Deutsche Telekom und Telefónica dann immer noch so gelassen reagieren. Immerhin schätzen Branchenexperten den Markt für Mobilfunk im Geschäftskundenbereich auf etwa vier Milliarden Euro. sas  
www.feldwerk.com

*Die Geschäftsidee*

#### Die Feldwerk-Software

*Feldwerk ist ein unabhängiges Software- und Beratungsunternehmen, das sich der vollständigen Transparenz bei Telefentarifen für Geschäftskunden verschrieben hat.*

*Der Kern ist eine eigens entwickelte Software, die zunächst für sämtliche Anschlüsse/Mobilfunkkarten bis zu mehrere Millionen Datensätze über das individuelle Telefonieverhalten jedes Mitarbeiters erfasst – in jedem Land, für das gesamte Unternehmen, vollständig anonymisiert.*

*Im zweiten Schritt berechnet die Software aus Tausenden von Möglichkeiten für jedes Angebot eines Anbieters die jeweils günstigsten Tarif-Optionen und damit das objektiv kostengünstigste Mengengerüst für das gesamte Unternehmen.*

*Diese Vorgehensweise ist entscheidend, weil die Telekommunikationsanbieter lediglich ein „Preisblatt“ für ihre Tarife und Optionen liefern, jedoch nicht darlegen können, welche Tarife und Optionen in welcher Anzahl tatsächlich benötigt werden. Auf Basis einer tatsächlichen Bedarfs- und Angebotstransparenz sind zielorientierte Preisverhandlungen bzw. sogar Auktionen möglich.*

*Quelle: Feldwerk.com*