

## OPEX & MANAGED SERVICES

Das “As a Service”-Modell für maximale Flexibilität,  
mehr Leistungsvermögen und höhere Rentabilität



Bieten Sie Ihren Kunden die bestmöglichen Serviceleistungen?  
Und erzielen Sie den bestmöglichen Profit für Ihre Serviceleistungen?

Beschränken Sie sich nicht auf One-Shot-Verkäufe. Verdienen Sie mehr  
und erhöhen Sie die Zufriedenheit Ihrer Kunden durch einen Wechsel  
zum OPEX-Modell.

|  |    |
|--|----|
| Was ist OPEX?                            | 3  |
| OPEX auf dem Vormarsch.                  | 4  |
| Benefits von OPEX .                      | 5  |
| OPEX für MSPs                            | 8  |
| Der Wechsel zu OPEX und Managed Services | 10 |
| OPEX mit Wildix                          | 12 |
| Fazit                                    | 13 |

Marktentwicklungen und Technologie-Trends sind aufs engste miteinander verknüpft. Wenige Veränderungen waren in den letzten Jahren für Unternehmen der Technologiebranche einschneidender als der Vormarsch von Subscription-Modellen.

Das bewährte Absatzmodell dieser Unternehmen war bisher der Einmalverkauf, das heißt ein einmaliger Transfer von Produkt gegen Geld, bei dem der Käufer dauerhaft Eigentümer wird. **Dieser Ansatz weicht nun jedoch zunehmend einem Modell, bei dem der Eigentumserwerb zugunsten einer kontinuierlichen Abonnementgebühr ersetzt wird.** Der Kunde profitiert zusätzlich davon, dass der Anbieter als festen Bestandteil des Abo-Angebots die Bereitstellung von neuen Produkte und laufendem Support vorsieht.

Die heutige Technologiebranche ist somit von zwei konträren Geschäftsmodellen – **CAPEX vs. OPEX** – geprägt:

- **CAPEX** (kurz für “Capital Expenditures”) bezeichnet **Investitionen, die einmalig getätigt werden**, um dauerhaftes Eigentum an einem Gegenstand, der über einen längeren Zeitraum hinweg genutzt werden soll, zu erwerben. Beispiele dafür sind der Kauf eines WiFi-Routers, eines PCs oder eines Kopiergeräts.
- **OPEX** (kurz für “Operational Expenditures”) bezieht sich auf **Ausgaben, die über einen fortlaufenden Zeitraum hinweg getätigt werden**, um eine kontinuierliche Nutzung einer bestimmten Ressource zu gewährleisten. Historisch gesehen fallen in diesen Bereich Aufwendungen wie Mietausgaben, Stromrechnungen, Mitarbeitergehälter oder nachfüllbare Verbrauchsmaterialien wie Druckerpapier und Toner.

**Definitionen wie diese sind aber immer auch in den jeweiligen zeitgeschichtlichen Kontext eingebunden.** Heute ändert sich grundlegend die Einstellung zum Besitz von Technologien und die Einschätzung hinsichtlich der Praxistauglichkeit des dauerhaften Besitzes von Geräten und Software. **In vielen Fällen erweist es sich sowohl als komfortabler als auch wirtschaftlicher, den dauerhaften Besitz in Form eines CAPEX-Kaufs zugunsten eines befristeten Besitzes, der durch OPEX geschaffen wird, zu verwerfen.** Ermöglicht wird das durch Anbieter, die ihre Technologien über **das As-a-Service-Modell** anbieten. Die Nutzung der bereitgestellten Güter ist an die Zahlung einer Abonnementgebühr geknüpft.

Laut einer Studie von Gartner\* ist **Software, die As-a-Service in der Cloud global vertrieben wird, bereits eine Multi-Milliarden-Dollar-Industrie**, die in den Jahren 2020 bis 2021 aufgrund der globalen COVID-19-Pandemie und der daraus resultierenden Kundennachfrage einen massiven Anstieg der Profitabilität verzeichnen dürfte.

## Umsatzprognose weltweit

|                          | 2019             | 2020             | 2021            | 2022             |
|--------------------------|------------------|------------------|-----------------|------------------|
| Cloud-Anwendungen (SaaS) | 102.064 Mrd. USD | 104.672 Mrd. USD | 120.99 Mrd. USD | 140.629 Mrd. USD |

Quelle: Gartner, Inc

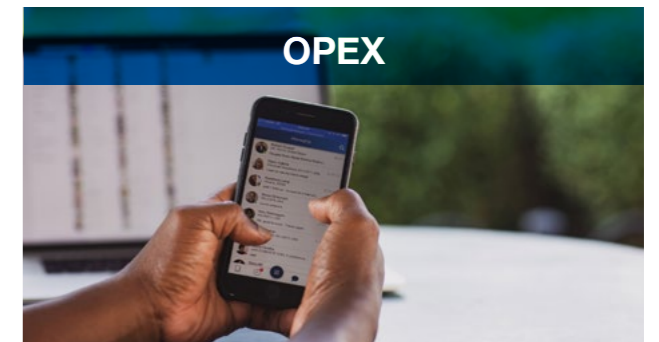
**Abo-Businessmodelle haben sich in der Sparte 'Unterhaltung' der Technologiebranche bereits dauerhaft etabliert**, insbesondere seit dem Siegeszug von Streaming-Diensten: Netflix, ein besonders prominentes Beispiel, ermöglicht es Kunden, gegen eine wiederkehrende monatliche Gebühr angebotene Filme und Fernsehsendungen on-demand anzuschauen. Spotify arbeitet nach demselben Geschäftsmodell und gewährt sofortigen Streaming-Zugang zu Musik und Podcasts. Für Softwareanwendungen bieten **Entwickler wie Adobe, Microsoft oder Sony ihren Kunden einen Vertrag über die monatliche Nutzung ihrer Softwareprodukte** statt des einmaligen Erwerbs einer einzelnen Version.

Ähnlich wie beim Software-as-a-Service-Modell (SaaS) ist auch **Hardware von zahlreichen Anbietern As-a-Service erhältlich**. Dabei bezieht der Kunde Artikel wie PCs, Modems, Drucker und Monitore über eine monatliche Abonnementgebühr statt einer einmaligen Zahlung. Wichtig ist hierbei festzuhalten, dass dieses Modell nicht mit Ratenzahlungsprogrammen vergleichbar ist, bei denen eine kontinuierliche Zahlung von Beträgen bis zu einem vorher festgelegten Enddatum erfolgt und danach das volle Eigentum an dem Gegenstand auf den Käufer übergeht. **Das Hardware-as-a-Service-(HWaaS)-Modell funktioniert vielmehr auf der Grundlage eines Vertrags ohne fixes Enddatum**. Sobald der Vertrag aufgelöst wird, endet der Besitz des Käufers an den betreffenden Gegenständen. Damit unterscheidet sich das Modell auch von der traditionellen Vorstellung des Mietens, bei der die Nutzung und der Besitz eines Gegenstandes für einen bestimmten begrenzten Zeitraum gegen eine geringere Gebühr als beim Eigentumserwerb vereinbart wird. **Im Gegensatz dazu bietet HWaaS typischerweise Garantieleistungen, die dem dauerhaften Eigentum ähnlich sind** (was bei den meisten Mietmodellen fehlt, bei denen Schäden am gemieteten Gegenstand mit Vertragsstrafen belegt werden), und es gibt typischerweise weniger Bedenken hinsichtlich eines vorher festgelegten Vertragsendes.

\* <https://cutt.ly/ixHJK5G>

Kurz gesagt, **bezieht sich eine CAPEX-Nutzung also auf einen einmaligen Geldfluss für das dauerhafte Eigentum an einem Gegenstand, während sich OPEX auf laufende Zahlungen bezieht, die Monat für Monat das Eigentum an oder die Nutzung von Gütern begründen**. Traditionell bezog sich OPEX auf regelmäßige, laufende Ausgaben wie z.B. für Betriebsmittel oder Gehälter. Heutzutage haben sich die Vertriebsmodelle dahingehend weiterentwickelt, dass das Konzept auch für den Technologiesektor, sowohl Hardware als auch Software, anwendbar ist.

Die unternehmerische Entscheidung für den Bezug von Hardware bzw. Software im As-a-Service-Modell basiert selbstverständlich stets auf einer Reihe von firmeninternen Faktoren, **besonders wichtig sind in diesem Zusammenhang aber die Frage der Finanzierung und des ROIs**. Auf den ersten Blick scheint CAPEX im Vergleich zu OPEX weniger riskant zu sein: Ersteres gewährt dauerhaftes Eigentum, während letzteres den Besitz von einer laufenden Gebühr abhängig macht, die die CAPEX-Kosten mitunter übersteigt.



**Diese oberflächliche Betrachtung lässt jedoch Kernelement des Technologiemarktes außer Acht: die rasante Geschwindigkeit des technischen Fortschritts**. Theoretisch ist der Kauf eines neuen PCs oder einer neuen Business-Software zum vollen Preis eine sinnvolle Betriebsausgabe, denn auf diese Weise kann das Unternehmen ab Nutzungsbeginn bereits einen ROI für den Kauf erzielen. **Jedoch wird in der Praxis meist schon bald eine neue Hard- oder Softwareversion folgen, was die Sachlage verkompliziert**. Nun wird die Fähigkeit, den höchstmöglichen ROI zu erzielen, dadurch beeinträchtigt, dass dem Unternehmen neue Funktionen und zusätzliche Benutzerfreundlichkeit verwehrt bleiben, sofern es nicht zusätzlich die neueste Technologie anschafft. Tätigt das Unternehmen jedoch diesen Kauf, steht es fast ausnahmslos in weniger als einem Jahr wieder vor dem gleichen Problem. **Mit anderen Worten, es ist riskanter, eine größere Investition in Technologie zu tätigen, wenn man bedenkt, mit welcher Geschwindigkeit immer neue Versionen auf den Markt kommen**. Diese Investitionen verlieren mit zunehmender Entwicklungsgeschwindigkeit immer schneller an Wert.

Wildix GmbH

Planegger Str. 3  
D-82110 Germering  
UST-IdNr. DE294608616

[www.wildix.de](http://www.wildix.de)  
[info@wildix.com](mailto:info@wildix.com)  
+49 89 2000 60 60



Vor diesem Hintergrund erweisen sich die alternativen Modelle Hardware-as-a-Service und Software-as-a-Service für Unternehmen oft als lukrativ. **Bei der Entscheidung für das As-a-Service-Modell befinden sich Hard- und Software nicht dauerhaft im Eigentum, sondern nur so lange, wie der Leasingnehmer sie benötigt.** Diese Vorgehensweise bietet dem Kunden vier bedeutende Vorteile:

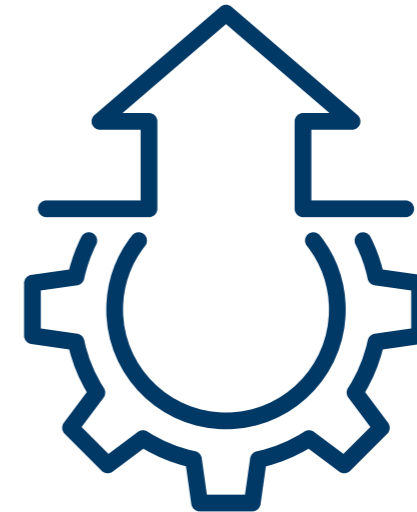
## 1. GERINGERE KOSTEN



Abhängig von den anfallenden Gebühren und der Nutzungsdauer der Geräte **können Unternehmen durch eine monatliche oder benutzerabhängige Abrechnung der Hardware Geld sparen** (im Vergleich zum Kauf der Geräte für einen höheren Gesamtwert). Dieser Faktor ist der erwähnten dynamischen Technologieentwicklung geschuldet. Die Einführung einer neuen Hardware- oder Softwareversion unterbricht meist den Produktlebenszyklus der vorherigen Version, sodass **ein Unternehmen, das diese Technologie nur auf Monatsbasis erwirbt, im Vergleich zu einem langfristigen Kauf potenzielle Einsparungen erzielt.**

Wildix GmbH

Planegger Str. 3 | www.wildix.de  
D-82110 Germering | info@wildix.com  
UST-IdNr. DE294608616 | +49 89 2000 60 60

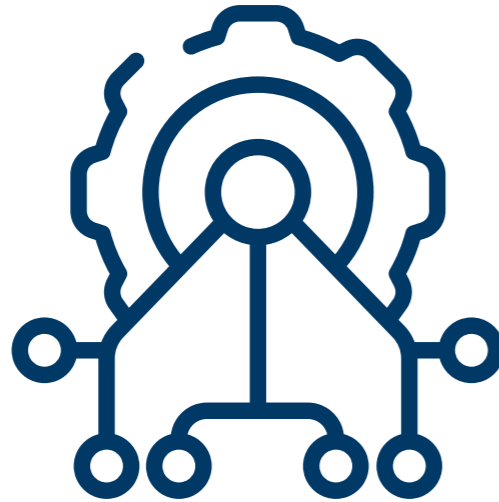


## 2. ERHÖHTE ZWECKDIENLICHKEIT

Zwar mussten sich Unternehmen schon immer Gedanken über End-of-Life-Optionen für ihre angeschaffte Hard- und Software machen (sprich wie man die Ablösung der Technologie abwickelt, wenn ein investitionswürdiges Upgrade zur Verfügung steht), **doch angesichts der rasanten Geschwindigkeit des technologischen Fortschritts auf dem heutigen Markt müssen Unternehmen diesen Aspekt mehr denn je berücksichtigen.** Da realistischere jede Hardware- oder Software-Instanz nur für ein Jahr oder weniger "die aktuelle Version" sein wird, liegt es auf der Hand, dass Unternehmen überlegen sollten, wie sie diese einbinden und die vorherige Version ablösen. **Beim Erwerb "as-a-Service" kann Technologie effektiver und komfortabler ausgetauscht werden, da dieser Vorgang bereits im Rahmen des Abonnements vorgesehen ist und von einem Experten durchführt.** Wird beispielsweise ein zuvor installiertes Telefon vom Hersteller durch ein neues Modell ersetzt, wird der MSP, der Hardware-as-a-Service verkauft, das nun veraltete Modell einfach zurücknehmen und das neue Telefon ohne zusätzliche Kosten beim Kunden installieren. **Das As-a-Service-Modell bietet Unternehmenskunden auf diese Weise mehr Sicherheit und eine einfachere Bereitstellung als das CAPEX-Modell.**

Wildix GmbH

Planegger Str. 3 | www.wildix.de  
D-82110 Germering | info@wildix.com  
UST-IdNr. DE294608616 | +49 89 2000 60 60



### 3. BESSERE TECHNOLOGIE

Einen weiteren Mehrwert bieten As-a-Service-Käufe dadurch, dass sie es Unternehmen ermöglichen, besser auf Veränderungen im Technologiemarkt zu reagieren. Beim CAPEX-Modell sind die Unternehmen selbst dafür verantwortlich, neue Technologien auszuwählen und zu kaufen, sobald sie auf den Markt kommen. In diesem Zusammenhang wird die Entscheidung, ob eine neue Technologie zum Einsatz kommen soll, von den bereits erwähnten Faktoren 'Kosten' und 'Zweckdienlichkeit' beeinflusst, da die Zahlung zusätzlicher Investitionskosten für neue Hard- oder Software sowie die Auswahl dieser Technologie dem Zugriff auf die neuesten Business-Tools im Wege stehen. **Beim OPEX-Modell ist die Bereitstellung neuer Technologien ein Vorteil, der sich aus dem Abonnement ergibt.** Anstatt aktiv in die Anschaffung neuer Hard- oder Software zu investieren (wie unter CAPEX), können Unternehmen unter dem As-a-Service-Plan durch ihren MSP einfach alte Versionen gegen die neuesten Upgrades austauschen lassen. **Viele Anbieter von IT-Systemen tauschen ihre Hard- und Software automatisch aus, wenn neue Versionen auf den Markt kommen, was dieses Bezahlmodell noch attraktiver und flexibler macht.**



### 4. MEHR FLEXIBILITÄT

Die Technologie-Anforderungen eines Unternehmens sind nicht in Stein gemeißelt, sondern können sich aufgrund einer Vielzahl von Faktoren ändern. Zwei häufige Gründe dafür sind, dass neu eingestellte Mitarbeiter den Kauf zusätzlicher Hardware und/oder Software für das Ausfüllen der neu geschaffenen Positionen erfordern, während bei einer Verkleinerung der Belegschaft die entsprechenden technologischen Ressourcen gestrichen werden. Darüber hinaus ist es für ein Unternehmen sinnvoll, neue technologische Tools anzuschaffen, wenn ein bestehender Arbeitsplatz eine neue Zusatzfunktion erfordert, wenn sich die Natur einer bestehenden Position ändert oder gar, weil der Technologiemarkt ein aktuell verwendetes Gerät obsolet werden lässt. All diese Vorgänge werden durch das As-a-Service-Modell erheblich vereinfacht. Ein Gerätewechsel erfordert keine komplette Neuanschaffung oder persönliche Entsorgung der Geräte, sondern eine einfache Änderung der Details eines laufenden Abonnements. **Als Service gekauft, kann Hardware oder Software viel einfacher nachgerüstet, aufgestockt, reduziert oder gegen alternative Lösungen ausgetauscht werden, was Unternehmen eine deutlich größere Flexibilität bei der Anpassung an neue Marktanforderungen verschafft.** In Anbetracht der Bedeutung der Flexibilität und Agilität hat das As-a-Service-Modell also ein erhebliches Potenzial für die Realisierung eines hohen ROI im Vergleich zum traditionellen CAPEX-Modell.

Bislang haben wir die Vorteile des OPEX-Modells speziell für Endkunden beleuchtet und damit die Gründe für die steigende Popularität dieses Geschäftsmodells beschrieben. **Die Nachfrage seitens der Unternehmenskunden allein ist schon Grund genug, das Modell in der IT zu implementieren**, um mit den Erwartungen des Marktes Schritt zu halten. Für MSPs hat das Modell sogar noch zusätzliche Vorteile.



Als Vertriebsmodell **bietet das OPEX-Modell MSPs die Möglichkeit, mit weniger Aufwand und weniger Unwägbarkeiten im Vergleich zu CAPEX den Gewinn und die Gesamtbilanz des Unternehmens zu steigern**. Die Gründe dafür liegen in der Natur von OPEX selbst: **Der Verkauf von Abonnement-Paketen schafft wiederkehrende Einnahmen**, was einem Unternehmen eine weitgehend vorhersehbare Einnahmequelle über Monate und Jahre hinweg sichert (im Gegensatz zu "all at once"-Einnahmequellen, die über Einzelverkäufe erzielt werden). **Sofern das Unternehmen des Kunden wächst, werden die von einem MSP bezogenen Abonnement-Pakete ebenfalls wachsen, was diese zuverlässige Einnahmequelle weiter erhöht**.

**Auch das Upselling und der Umstieg von Kunden auf weitere Upgrades durch OPEX wird einfacher**, da Rollouts von verbesserten Systemen einfach als Teil des Abonnementvertrags durchgeführt werden können. Gleichzeitig **ist es in der Regel einfacher, Kunden davon zu überzeugen, Upgrades durchzuführen oder zusätzliche Einheiten über OPEX zu installieren**, da die Bezahlung solcher Technologien keine signifikanten Vorabinvestitionen erfordert.

**Der wahrscheinlich bedeutendste Vorteil jedoch ist die Aussicht für den MSP, die Kundenbindung zu erhöhen**. Der Verkauf von Dienstleistungen veranlasst Kunden dazu, eine aktive, fortlaufende Beziehung mit ihrem MSP einzugehen, ganz im Gegensatz zum reinen Produktvertrieb, bei dem eine fortlaufende Beziehung in geringerem Maße gewährleistet ist. **Durch den kontinuierlichen Rollout von Produktverbesserungen, Updates und Upgrades erhalten die Kunden ein größeres Bewusstsein für die laufenden Arbeiten, die ein MSP an ihrem Kommunikationssystem durchführt, und pflegen im Allgemeinen einen engeren Kontakt mit dem MSP**. Kunden, die ein OPEX-Modell nutzen, tendieren stärker dazu, die Services des MSP als zentral für ihr Business einzustufen und damit die monatlichen Ausgaben als gerechtfertigt zu betrachten.

Darüber hinaus **ermöglicht die Verwendung eines Abonnementmodells die Einführung von Mitgliedschaftsprogrammen und Vergünstigungen sowie eine gezielte Verteilung von Kundenbindungsprämien**. Diese können in Form von wirtschaftlichen Anreizen wie Preisnachlässen und Vergütungen oder aber in Form von Sichtbarkeit oder eines exklusiven Status innerhalb des Kundennetzwerks Ausdruck finden.

**Die Aufwertung der Kundenbeziehungen sichert die fortwährende Zuverlässigkeit des OPEX-Modells und ist in vielerlei Hinsicht entscheidend für die Langlebigkeit des Geschäfts von MSPs**. Diese gelebte Geschäftsbeziehung in Kombination mit kontinuierlichen Updates und Upgrades stellt sicher, dass ein MSP die Mittel hat, über einen längeren Zeitraum einen Mehrwert zu liefern und sich dadurch für das Business seines Kunden unentbehrlich zu machen. **Auf diese Weise werden Kunden zu Stammkunden, was ihr kontinuierliches Geschäft in einem noch zuverlässigeren Maße sichert**.

# DER WECHSEL ZU OPEX UND MANAGED SERVICES

Trotz der Fülle an Vorteilen, die dem MSP mit OPEX zur Verfügung stehen, ist ein vollständiger Wechsel zu OPEX und Managed Services nicht so einfach zu bewerkstelligen. Wahrscheinlich werden einige Kunden immer noch CAPEX bevorzugen. Es besteht daher die Gefahr, in einem Zustand der Untätigkeit zu verharren, während sich der Rest des Marktes verändert – oder, was ebenso schädlich ist, vereinzelt Aktionen durchzuführen, die zwar scheinbar Veränderungen bewirken, in Wirklichkeit aber keine positiven Auswirkungen auf den Geschäftsbetrieb haben.

Ein Bericht von Gartner\* sowie Erfahrungswerte aus der Branche verdeutlichen, worauf es bei der Neuausrichtung des Geschäftsmodells ankommt:



## 1. Planen Sie für einen gesamtheitlichen Umstieg

Um effektiv auf ein OPEX-orientiertes Geschäftsmodell umzusteigen, muss ein MSP zuallererst die vollständige Übernahme des Modells auf unternehmensweiter Ebene planen. Für partielle Änderungen oder halbe Maßnahmen ist bei dieser Umstellung kein Raum. Eine teilweise Umstellung, bei der ein Teil des Vertriebs bzw. der Kundschaft weiterhin CAPEX verwendet, wird zu betriebsinterner Verwirrung beim MSP führen und den notwendigen Veränderungsprozess behindern. Sofern Kunden weiterhin die Möglichkeit gewährt wird, CAPEX-Käufe zu tätigen, bleiben diese Kunden anfällig für Wettbewerber, die ihrerseits auf OPEX zurückgreifen und daher wahrscheinlich die Mittel haben, sie für sich zu gewinnen.

## 2. Gehen Sie den Übergang langsam an

Auch wenn langfristig eine vollständige Umstellung erforderlich ist, ist es dennoch ratsam, diese Umstellung langsam zu beginnen, um sowohl Kunden als auch internen Mitarbeitern den Einstieg in das Modell zu erleichtern. **Gartner empfiehlt, sich das Ziel zu setzen, 50% des aktuellen Kundenstamms innerhalb eines bestimmten Zeitrahmens auf das OPEX-Modell umzustellen, um den Prozess in Gang zu setzen, sowie funktionsübergreifende Teams in die interne Entwicklung einzubeziehen und Vertriebspakete neu auszurichten.** Der Schlüssel dabei ist die Flexibilität bei Ihren Lizenzoptionen. Genauso wichtig ist die Umschulungen interner Teams bei voller Transparenz der Ziele und der Gesamtstrategie.

## 3. Erhöhen Sie den Mehrwert Ihrer Angebote

Um eine vollständige Umstellung Ihres Kundenstamms zu erreichen, bedarf es mehr als der Werbung für eine Umstellung auf OPEX und deren Vorteile. **Es ist unerlässlich, dass Sie einen größeren Mehrwert durch Ihre Hardware, Software und die damit verbundenen Dienstleistungen anbieten und kundtun.** Das erreichen Sie unter anderem durch die erhöhte Flexibilität in der Nutzung und Installation der Produkte, indem Sie durch kundenübergreifende Analysen proaktiv potentielle Problemstellen aufdecken und beheben, oder auch dadurch, bestehende Angebote in Ihrem Portfolio um weitere Mehrwerte anzureichern. **Die Nutzung zusätzlicher Integrationen und Mittel zur Verbesserung der allgemeinen Portabilität und Benutzerfreundlichkeit von Systemen ist ebenfalls eine effektive Strategie.**

## 4. Erhalt und Festigung der Kernaspekte der Umsatzgenerierung

Da das OPEX-Modell durch einen regelmäßigen, kontinuierlichen Umsatzstrom definiert ist, wird es **am besten durch starke Kundenbeziehungen, fähige Vertriebsmitarbeiter und solide Abrechnungsmodelle unterstützt.** Eine transparente Kommunikation mit den Kunden ist von entscheidender Bedeutung und kann durch das Angebot von Rabatten für diejenigen mit bestehenden Lizenzen oder solchen, die frühere Angebote genutzt haben, verbessert werden. **In Bezug auf die Rechnungsstellung ist es am vorteilhaftesten, elektronische Autopay-Systeme zu entwickeln und bereitzustellen, die den Kunden automatisch Rechnungen ausstellen** und damit sowohl für den MSP als auch für den Käufer maximalen Komfort bieten.

**Falls Sie derzeit auf Geschäftspartner oder Wiederverkäufer zurückgreifen, ist es außerdem wichtig, die Beziehungen zu diesen zu pflegen, während Sie diese Veränderungen durchlaufen.** Während des gesamten Umstellungsprozesses sollte die Kommunikation klar und offen sein, wobei die Zusicherung einer kontinuierlichen Beziehung zu diesen Partnern bei Bedarf untermauert werden sollte, insbesondere durch eine konkrete Roadmap des Prozesses.

## 5. Sorgen Sie dafür, dass Sie einen passenden Hersteller im Portfolio haben

Um den Übergang zu OPEX vollständig zu vollziehen, **sollten MSPs überlegen, ob der aktuell im Portfolio befindliche Hersteller in der Lage ist, sie während des Prozesses zu unterstützen, und sich gegebenenfalls einen anderen Hersteller suchen, der sich stärker auf das As-a-Service-Modell konzentriert.** Wie gesagt, der Prozess der vollständigen Umstellung auf OPEX stellt eine Herausforderung dar. Es ist für jeden MSP von großem Vorteil, sich mit einem Hersteller zusammenzuschließen, der sich ebenso dieser Neuausrichtung verschrieben hat und bereit ist, im Laufe des gesamten Prozesses Unterstützung zu leisten.

\*Moving to a Software Subscription Model, May 30, 2018 Contributor: Christy Pettay, © 2021 Gartner, Inc. <https://cutt.ly/2xHHFox>

Ein Anbieter, der sich besonders dafür einsetzt, MSPs den Verkauf über das OPEX-Modell zu ermöglichen, ist **Wildix**.

**Wildix, Entwickler der ersten WebRTC-basierten UCC-Lösung in der Cloud und nutzbar direkt im Webbrowser, ermutigt seine Geschäftspartner, die gesamte Software und Hardware as-a-Service zu vertreiben.** Bei der Auswahl von Lizenzen und Hardware-Geräten aus dem Hause Wildix können sich Partner bei jedem angebotenen Produkt problemlos für die monatliche Abrechnung entscheiden und dieses Modell nutzen, um die OPEX-Vorteile an Kunden weiterzugeben. **Zusätzlich bietet Wildix eine Reihe von Anreizen für jene Business Partner, die hohe monatlich wiederkehrende Einkünfte (MRR) erzielen, wie etwa Rabatte, Werbemaßnahmen oder auch monetäre Preise.**

**Die Wildix-Lösung ist dank ihrer Verfügbarkeit in der Cloud und über den Browser für OPEX besonders gut geeignet.** Diese Kombination ermöglicht es Business Partnern, Updates schnell und bequem an Endkunden auszugeben, ohne dass zusätzliche Downloads von Anwendungen erforderlich sind. Oft können Upgrades von den Endkunden selbst durchgeführt werden, da **Software-Updates und Fixes für Wildix-Produkte typischerweise durch ein Browser-Update eingespielt werden.** In Fällen, in denen Partner Fehlerbehebungen vornehmen müssen, wird der Prozess ebenfalls beschleunigt, da die **Wildix-Software auf den Javascript-Frameworks React und React Native basiert**, die ein nahezu sofortiges Rollout von Änderungen im Code ermöglichen.

Ein weiterer Vorteil von Wildix ist die **Skalierbarkeit für Endnutzer und MSPs**. Egal ob die Telefonanlage On-Prem, als Virtual Appliance oder in der Cloud aufgesetzt ist, **können neue Wildix Lizenzen mit minimalem Zeitaufwand hinzu gebucht, eingerichtet und dem Benutzer zugewiesen werden.** Der gesamte Vorgang kann zur Gänze **per Fernzugriff vom Dienstleister**, sprich dem Wildix Partner, abgewickelt werden. Gleichmaßen können Wildix Tischtelefone remote durch den MSP aufgesetzt werden, wenn eine kabelgebundene Verbindung besteht. In vielen Fällen entfällt das sogar, weil die Wildix Hardware über eine WiFi-Verbindung mit der gehosteten Telefonanlage verbunden ist, so dass der Benutzer das Gerät einfach selbst einrichten kann.

Diese Skalierbarkeit und allgemeine Benutzerfreundlichkeit des OPEX-Modells, kombiniert mit der Tatsache, dass Wildix regelmäßig Updates für sein Software-Angebot und neue Ergänzungen für sein Hardware-Portfolio herausgibt, **macht es zu einer komfortablen und äußerst effektiven Wahl für MSPs.**

Das rasante Tempo, mit dem sich die Kommunikationstechnologie sowohl Software- als auch Hardware-seitig weiterentwickelt, hat in Verbindung mit dem zunehmenden Bedarf an geschäftlicher Flexibilität dazu geführt, **dass Unternehmen den Abonnement-basierten Erwerb solcher Technologie dem Einmalkauf vorziehen.** Diese Verlagerung von CAPEX (Investitionsausgaben) zu OPEX (Betriebsausgaben) bietet den Endkunden die Vorteile einer **einfacheren Skalierbarkeit, eines sofortigen Zugriffs auf Produktverbesserungen und Upgrades, langfristiger Produktgarantien sowie zuverlässiger Produktunterstützung und -reparatur.**

Für MSPs bietet das **OPEX-Modell so bemerkenswerte Vorteile wie die Chance auf engere Kundenbindung, erhöhte Kundenloyalität und wiederkehrende Einnahmen.** Nicht zuletzt geht es darum, mit dem Wettbewerb Schritt halten zu können, denn viele Konkurrenten haben bereits erfolgreich das As-a-Service-Modell für die Kundenbetreuung eingebunden.

Für den Umstieg sollten folgende Schritte unbedingt eingeplant werden:



1. Ganzheitlichen Umstieg planen
2. Sanften Übergang anstreben
3. Mehrwert der Dienstleistungen erhöhen
4. Kernaspekte der Umsatzgenerierung festigen
5. Passenden Hersteller ins Portfolio aufnehmen

Bezüglich des letzten Punktes **lohnt es sich, Wildix als einen solchen Hersteller in Betracht zu ziehen, mit dem man bei der Umstellung auf OPEX partnerschaftlich zusammenarbeiten kann.** Denn gerade **Wildix unterstützt den Verkauf von As-a-Service-Technologie mit Nachdruck** – sowohl während des Umstiegs des MSPs auf das OPEX-Modell als auch nach der erfolgreichen Umstellung.



