

Institut für Wirtschaftsinformatik



Universität St.Gallen

L Ü N E N D O N K 

Studie „Konzerninterne IT-Dienstleister“

IWI-HSG & Lünendonk GmbH
St. Gallen, Januar 2010



Übersicht der Kurzbeschreibung

- 1 Kurzvorstellung der Kooperationspartner
- 2 Inhaltsverzeichnis der Studie
- 3 Vorwort
- 4 Entstehungsgeschichte der Studie
- 5 Universität St. Gallen und Lünendonk GmbH
- 6 Das Kompetenzzentrum CC ITSP

Kurzvorstellung der Kooperationspartner

Auf einen Blick

L Ü N E N D O N K 

- Gesellschaft für Information und Kommunikation, Kaufbeuren
- Europaweite Untersuchung und Beratung von Unternehmen aus der Informationstechnik-, Beratungs- und Dienstleistungs-Branche
- Geschäftsbereich Marktanalysen betreut die seit 1983 als Marktbarometer geltenden „Lünendonk®-Listen und -Studien“
- Seit 2003 ist Lünendonk auch von Frankreich und Großbritannien aus erfolgreich aktiv

Institut für Wirtschaftsinformatik



- Größte wirtschaftswissenschaftliche Fakultät der Schweiz, eine der führenden Business Schools in Europa
- Ca. 6.000 Studenten und über 140 Professoren
- Gegründet 1898
- 34 Institute und Forschungsstellen
- Institut für Wirtschaftsinformatik (IWI-HSG) eines der grössten Institute



Institut für Wirtschaftsinformatik

Inhaltsverzeichnis der Studie (1)

Vorwort	14
Einleitung	18
Geschäftsmodell „Konzerninterne IT-Dienstleister“ <i>Welche Eigenschaften haben konzerninterne IT-Dienstleister?</i>	19
Geschäftsmodell „Konzerninterne IT-Dienstleister“ <i>Konzerninterne IT-Dienstleister zwischen IT-Supply und IT-Demand</i>	20
Geschäftsmodell „Konzerninterne IT-Dienstleister“ <i>Konzerninterne IT-Dienstleister und alternative Formen der IT-Leistungserbringung</i>	21
Methodik der Untersuchung und Auswertung	22
Hauptziel der Studie <i>Die Transparenz im Bereich konzerninterner IT-Dienstleister soll erhöht werden</i>	23
Zusammenstellung der Studiengruppe <i>Die Studiengruppe ist breit gefächert</i>	24
Zahlen, Daten und Fakten zu den Studienteilnehmern	25
Methodik (+++++)	26
Die Fallstudien wurden mit Hilfe zweier Fragebögen aufgenommen <i>Trennung zwischen Geschäftsmodell und internem Aufbau</i>	27
Wissensquellen des Fragebogens <i>Drei Hauptquellen sind in den Fragebogen eingeflossen</i>	28
Fragebogen <i>Befragungstechnik</i>	29
Auszug Fragebogen <i>Beispiel aus dem Bereich „Produkt- & Anwenderorientierung“</i>	30
Auszug Fragebogen <i>Beispiel aus dem Bereich „Qualitätsmanagement“</i>	31
Darstellung des Status quo und der Vision	33
Auswertung der wichtigsten Kriterien in einer Excel-Tabelle	34

Inhaltsverzeichnis der Studie (2)

Darstellung der Studienergebnisse	35
Die Studienstruktur und die 9 Bereiche des Fragebogens	36
Geschäftsmodell	37
Adressierte Fragen in der Dimension: Geschäftsmodell	38
Center-Konzept <i>Nach welchem Center-Konzept werden die IT-Dienstleister gesteuert?</i>	39
Steuerung des IT- Dienstleisters <i>Welche Kennzahlenbereiche werden zur Steuerung des IT-Dienstleisters genutzt?</i>	40
Kontrahierungsformen <i>Sind die Konzernkunden angehalten, beim eigenen IT-Dienstleister zu kaufen?</i>	41
Drittmarktaktivitäten <i>Beliefert der IT-Dienstleister konzernexterne Kunden?</i>	42
Alleinstellungsmerkmale <i>Was sind die wichtigsten Alleinstellungsmerkmale des IT-Dienstleisters?</i>	43
Stellung der IT im Konzern <i>Sind IT-Services im Konzern Unterstützungsleistungen oder Kerngeschäft?</i>	44
Fokusbereiche <i>In welchen Bereichen wurden oder werden umfangreiche Projekte durchgeführt?</i>	45
Alter der IT-Dienstleister <i>Wie viele Jahre sind die IT-Dienstleister in der jetzigen Form bereits tätig?</i>	46

Inhaltsverzeichnis der Studie (3)

Produkt- und Anwenderorientierung <i>Was bedeutet Produkt- und Anwenderorientierung?</i>	47
Adressierte Fragen in der Dimension: Produkt- und Anwenderorientierung	48
Ausprägung des Produktmanagements <i>Welche Stellung hat das Produktmanagement (PM)?</i>	49
Produktmanagement <i>Zusammenfassung Produktmanagement</i>	50
Stellung des Produktmanagements <i>Warum sollte das Produktmanagement eine starke Stellung haben?</i>	51
Vertragsbeziehungen <i>Wie ist die Vertragsbeziehung zwischen Kunden und IT-Dienstleister gestaltet?</i>	52
Vertragsbeziehungen <i>Zusammenfassung / Warum ist es sinnvoll, nur eine Vertragsbeziehung zu haben?</i>	53
Geschäftsprozessorientierung der verkauften IT-Services <i>Werden den Kunden Standardservices oder Projekte verkauft?</i>	54
Geschäftsprozessorientierung der verkauften IT-Services <i>Zusammenfassung</i>	55
Geschäftsprozessorientierung der verkauften IT-Services <i>Welche Art von Services werden den Kunden verkauft?</i>	56
Geschäftsprozessorientierung der verkauften IT-Services <i>Warum ist es sinnvoll, komplette Geschäftsprozessunterstützung zu verkaufen?</i>	57
Geschäftsprozessorientierung der verkauften IT-Services <i>Zusammenfassung</i>	58
Beschreibung von IT-Services <i>Wie werden die verkauften Standardservices beschrieben?</i>	59
Geschäftsprozessorientierung der verkauften IT-Services <i>Zusammenfassung</i>	60
Beschreibung von IT-Services <i>Sind die standardisierten IT-Services in Produktkatalogen erfasst?</i>	61
Produktkataloge <i>Zusammenfassung</i>	62
Individualisierte Marketingstrategien <i>Gibt es individualisierte Strategien für verschiedene Kundengruppen?</i>	63
Anwender- und Kundenzufriedenheit <i>Wie werden Anwender- und Kundenzufriedenheit gemessen?</i>	64
Anwender- und Kundenzufriedenheit <i>Warum sollten Anwender- und Kundenzufriedenheit separat erhoben werden?</i>	65
Bilanz <i>Produkt- und Anwenderorientierung</i>	66

Inhaltsverzeichnis der Studie (4)

Qualitätsmanagement	67
Adressierte Fragen in der Dimension Qualitätsmanagement	68
Organisation des Bereichs Qualitätsmanagement <i>Wie ist der Bereich des Qualitätsmanagements (QM) organisiert?</i>	69
Beschreibung der SLAs <i>Wie sind die Qualitätszusagen an die Kunden beschrieben?</i>	70
Darstellung der SLAs <i>Warum ist eine Ende-zu-Ende orientierte SLA-Beschreibung sinnvoll?</i>	71
Service Level Management <i>Welche Art von Service Levels sind beschrieben?</i>	72
Service Level Management <i>Zusammenhang der verschiedenen Service-Levels</i>	73
Service-Qualität <i>Wie ist das System der Messung von Service-Qualität gestaltet?</i>	74
Qualitätskosten <i>Existiert eine systematische Analyse der Qualitätskosten?</i>	75
Prozess-Standards <i>Welche Prozess-Standards sind implementiert?</i>	76
Bilanz <i>Qualitätsmanagement</i>	77

Inhaltsverzeichnis der Studie (5)

Projektmanagement	79
Adressierte Fragen in der Dimension Projektmanagement / Change the Business	80
Organisation des Entwicklungsbereichs <i>Existiert eine organisatorische Trennung zwischen Entwicklung und Betrieb?</i>	81
Entwicklung neuer IT-Services <i>Wer im Konzern löst die Entwicklung neuer IT-Services aus?</i>	82
Entwicklung neuer IT-Services <i>Beeinflusst der Kunde direkt die technischen Spezifikationen der IT-Services?</i>	83
IT-Komponenten <i>Wie wird die Wiederverwendbarkeit entwickelter Komponenten sichergestellt?</i>	84
IT-Services <i>Wie werden die entwickelten IT-Services IT-DL-intern dokumentiert?</i>	85
Wiederverwendbarkeit entwickelter Komponenten <i>Warum ist es wichtig, dass Standardkomponenten entwickelt und genutzt werden?</i>	86
Projektcontrolling <i>Wird die Projektperformance systematisch erhoben und bewertet?</i>	87
Projektportfoliomanagement <i>Wie wird das Projektportfolio beim IT-Dienstleister gemanagt?</i>	88
Bilanz <i>Projektmanagement/ Change the Business</i>	89

Inhaltsverzeichnis der Studie (6)

IT-Betrieb / Produktion	90
Adressierte Fragen in der Dimension IT-Betrieb / Run the Business	91
Organisation des Produktbereichs <i>Ist der Produktionsbereich primär nach Silos oder Prozessen organisiert?</i>	92
Organisation des Produktbereichs <i>Warum sollte der Fokus auf Prozessen und nicht auf einzelnen Silos liegen?</i>	93
Organisation des Produktbereichs <i>Gibt es eine Trennung zwischen Ressourcenmanagement und Produktion?</i>	94
Organisation des Produktbereichs <i>Warum ist die Trennung zwischen Ressourcenmanagement und Betrieb wichtig?</i>	95
Produktionsplanung <i>Welche Informationen fließen in die Produktionsplanung mit ein?</i>	96
Ressourcenauslastung <i>Ist die Ressourcenauslastung in der Produktion bekannt?</i>	97
Datenbasis <i>Gibt es beim IT-Dienstleister eine einheitliche Datenbasis?</i>	98
Bilanz <i>IT-Betrieb/ Run the Business</i>	99
Internationalisierung	100
Adressierte Fragen in der Dimension Internationalisierung	101
Internationalisierung <i>Wie wichtig ist die Internationalisierung für das IT-Dienstleister-Management?</i>	102
Internationalisierung <i>Wie sind die Mitarbeiter des IT-Dienstleisters weltweit verteilt?</i>	103
IT-Service-Angebot <i>Ist das Service-Angebot weltweit standardisiert?</i>	104
Produktionsprozesse <i>Sind die Produktionsprozesse weltweit standardisiert?</i>	105
Rechenzentren <i>Ist eine weltweite Rechenzentrums-Organisation implementiert?</i>	106
Bilanz <i>Internationalisierung</i>	107

Inhaltsverzeichnis der Studie (7)

Wertschöpfungskettenmanagement / Sourcing	108
Adressierte Fragen in der Dimension Wertschöpfungskettenmanagement	109
Einkaufsbereich <i>Wie ist der Einkaufsbereich des IT-Dienstleisters organisiert?</i>	110
Art des Sourcing <i>Werden eher einzelne Funktionen oder komplette Services zugekauft?</i>	111
Wertschöpfungstiefe <i>Wie hoch ist die Wertschöpfungstiefe in einzelnen Bereichen?</i>	112
Wertschöpfungstiefe <i>Wie hoch ist die Wertschöpfungstiefe in einzelnen Bereichen?</i>	113
Sourcing-Typen <i>Welche Offshoring-Typen werden bevorzugt – eigener Hub oder Kooperation?</i>	114
Hauptziele des Outsourcing <i>Welche Ziele verfolgen IT-Dienstleister mit Outsourcing?</i>	115
Make-or-Buy-Analyse <i>Ist ein umfassender Make-or-Buy-Prozess implementiert?</i>	116
Lieferantenmanagement <i>Wie erfolgt das Screening von Lieferanten?</i>	117
Lieferantenmanagement <i>Wie erfolgt die Kontrolle der Lieferanten?</i>	118
Bilanz <i>Wertschöpfungskettenmanagement</i>	119

Inhaltsverzeichnis der Studie (8)

Innovationsmanagement	120
Adressierte Fragen in der Dimension Innovationsmanagement	121
Organisation des Innovationsbereiches <i>Wie ist der Innovationsbereich organisiert?</i>	122
Innovationskultur <i>Welche Schritte werden unternommen, um eine Innovationskultur zu etablieren?</i>	123
Innovationsstrategie <i>Welche Innovationsstrategien werden primär verfolgt?</i>	124
Innovationsbudget <i>Kann der IT-Dienstleister über ein eigenes Innovationsbudget verfügen?</i>	125
Einbindung von externen Partnern <i>Welche Gruppen sind standardmäßig bei Innovationen eingebunden?</i>	126
Innovationsprozess <i>Ist ein standardisierter Innovationsprozess implementiert?</i>	127
Innovationskommunikation <i>Wie werden die Kunden über innovative IT-Services informiert?</i>	128
Steuerung von Innovationsprojekten <i>Wie können Innovationsprojekte bewertet und gesteuert werden?</i>	129
Bilanz <i>Innovationsmanagement</i>	130
Kosten- und Preismanagement	131
Adressierte Fragen in der Dimension Kosten- und Preismanagement	132
Leistungsverrechnung <i>Welche Methoden der Leistungsverrechnung werden genutzt?</i>	133
Controlling-Instrumente <i>Welche Controlling-Instrumente kommen zur Anwendung?</i>	134
Produktivität <i>Kann der IT-Dienstleister seine Produktivitätssteigerung nachweisen?</i>	135
Pricing <i>Welche Informationen beeinflussen primär die Preisfindung beim IT-Dienstleister?</i>	136
Pricing <i>Hat der Kunde eine nutzungsunabhängige Grundgebühr zu entrichten?</i>	137
Benchmarking <i>Welche Objekte werden einem Benchmark unterzogen?</i>	138
Benchmarking <i>Wer sind die Vergleichspartner beim Benchmarking?</i>	139
Bilanz <i>Kosten- und Preismanagement</i>	140

Inhaltsverzeichnis der Studie (9)

Management Summary	141
Anhang	144
Kurvorstellung Kompetenzzentrum IT Service Provider (CC ITSP)	151

Vorwort (I)

- Diese Studie beschäftigt sich mit konzerninternen IT-Dienstleistern, also IT-Dienstleistern, die schwerpunktmäßig ihrem eigenen Mutterkonzern IT-Services zur Verfügung stellen
- Konzerninterne IT-Dienstleister sind besonders bei international operierenden Konzernen weit verbreitet. So betreiben beispielsweise 18 der 30 im DAX gelisteten Unternehmen einen konzerninternen IT-Dienstleister
- Oftmals geben Konzerne internen IT-Dienstleistern den Vorzug gegenüber externer Erbringung der IT-Services durch Outsourcer wie IBM oder HP
- Als Vorteile konzerninterner IT-Leistungserbringung werden u.a. eine stärkere IT-Governance, bessere Kenntnisse der Kundenprozesse oder die Angst vor zu großem Abhängigkeitsverhältnis vom Outsourcer genannt
- Trotz hoher Relevanz und oft genannter Vorzüge scheint der Bereich konzerninterner IT-Dienstleister recht intransparent
- Es ist oft nicht einmal klar, welche Spieler sich überhaupt auf dem Markt (unternehmensintern und - extern) bewegen, geschweige denn, wie diese konzerninternen IT-Dienstleister intern aufgestellt sind

Vorwort (II)

- Bedingt durch Intransparenz und Unwissen wird durch viele IT-Experten, aber auch durch Vorstände und Senior-Managements großer Konzerne das Verschwinden konzerninterner IT-Dienstleister prognostiziert
- Oft hört man die Meinung, konzerninterne IT-Dienstleister würden früher oder später an globale Outsourcing-Unternehmen wie IBM, HP oder Accenture verkauft werden.
- Auf Grund des Unverständnisses, was IT-Fragen angeht, fühlen sich viele Führungskräfte am wohlsten, wenn sie diesen Bereich überhaupt nicht mehr intern managen müssen
- Durch die Auslagerung des IT-Bereichs an Outsourcer könnte man sich aller Probleme erledigen, so jedenfalls der (Irr-) Glaube. Gescheiterte Outsourcing-Projekte und unzufriedene Outsourcing-Kunden sprechen aber eine andere Sprache. Outsourcing scheint nicht der Königsweg zu sein. Pauschalurteile helfen offensichtlich hier nicht weiter.
- Es gibt viele gute Gründe, IT-Services auch weiterhin innerhalb des Konzerns erbringen zu lassen
- Das setzt jedoch die Anpassung und Optimierung konzerninterner IT-Dienstleister voraus; ein „Weiter so“ allein reicht nicht, um die Überlebensfähigkeit sicherzustellen

Vorwort (III)

- Diese Studie soll als eine Bestandsaufnahme mit Zukunftsausblick für etwas mehr Transparenz im Bereich der konzerninternen IT-Dienstleister sorgen.
- Deswegen beschränkt sich die Studie auf das Geschäftsmodell „konzerninterner IT-Dienstleister“. Andere Formen der IT-Leistungserbringung (z.B. dezentrale IT-Abteilung oder externer IT-Dienstleister) finden keine Beachtung
- Für die Studie haben wir acht konzerninterne IT-Dienstleister aus Deutschland, der Schweiz, Frankreich, Schweden, Kanada und den USA untersucht
- Dazu wurden 34 Interviews mit Führungskräften konzerninterner IT-Dienstleister anhand halbstrukturierter Fragebögen geführt
- Die Gespräche fanden im Zeitraum März 2007 bis April 2009 statt
- Bei der Auswahl der Studienteilnehmer haben wir bewusst den Schwerpunkt auf große konzerninterne IT-Dienstleister gelegt, deren Mutterkonzerne international aufgestellte Großkonzerne sind
- Wir haben auch Wert darauf gelegt, dass die Studiengruppe keinen bestimmten Branchen- oder Regionenfokus aufweist, d.h. wir haben Konzerne verschiedenster Industrien aus unterschiedlichen Regionen befragt

Vorwort (IV)

- Diese Studie wurde primär durch Bayer Business Services GmbH in Person von Dr. Andreas Resch unterstützt. Dafür möchten wir ihm und dem Unternehmen danken
- Ebenfalls sind wir den vielen Interviewpartnern zu Dank verpflichtet, die uns ihre knapp bemessene Zeit zur Verfügung gestellt haben
- Für Anregungen und Verbesserungsvorschläge sind wir unseren Lesern dankbar, insbesondere auch für kritische Anmerkungen
- Wir wünschen Ihnen eine interessante und vor allem nützliche Lektüre

St. Gallen / Kaufbeuren, Januar 2010

Prof. Dr. Walter Brenner
Direktor IWI-HSG

Veit Schulz
IWI-HSG

Thomas Lünendonk
Inhaber Lünendonk GmbH

Entstehungsgeschichte der Studie

- Studienkonzeption (IWI-HSG)
- Durchführung der Interviews (IWI-HSG)
- Auswertung der Daten (IWI-HSG)
- Gemeinsame Interpretation der Daten (IWI-HSG und Lünendonk GmbH)
- Studie „Konzerninterne IT-Dienstleister“ (IWI-HSG und Lünendonk GmbH)



Universität St. Gallen auf einen Blick

Das IWI-HSG ist Bestandteil der renommierten Universität St. Gallen

- 34 Institute und Forschungsstellen
- Netz von Austausch- und Kooperationsabkommen (Mitglied der CEMS – Community of European Management Schools)
- Seit Juni 2001 EQUIS (European Quality Improvement System) Akkreditierung als erste deutschsprachige staatliche Universität
- AACSB (Association to Advance Collegiate Schools of Business) Akkreditierung der betriebswirtschaftlichen Abteilung durch die International Association for Management Education
- St. Gallen Symposium



- Gegründet 1898
- Größte wirtschaftswissenschaftliche Fakultät der Schweiz
- Ca. 6.000 Studenten und über 140 Professoren
 - 67% der Studenten im Lehrgang Wirtschaftswissenschaften

Lünendonk GmbH auf einen Blick

Kompetenz³:

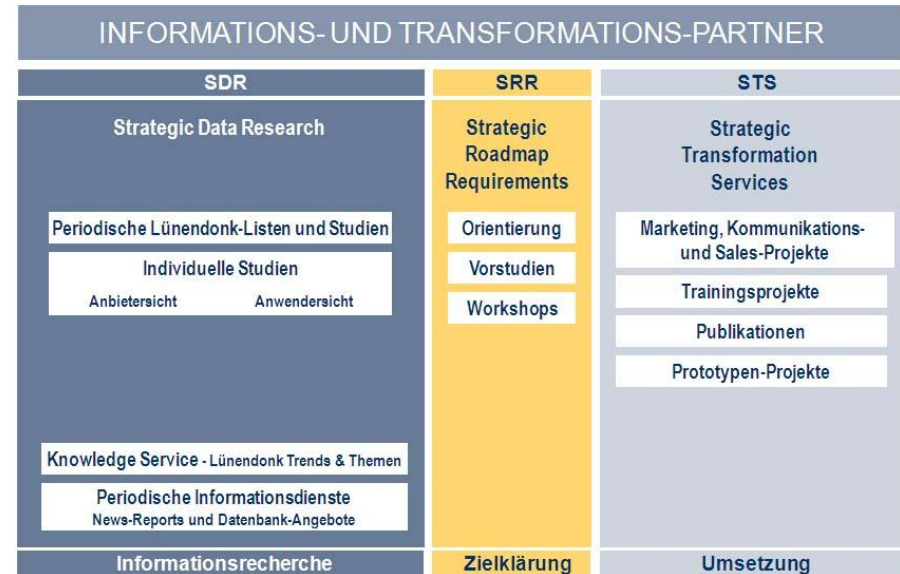
Strategic Data Research – Strategic Roadmap Requirements – Strategic Transformation Services

Wir sind der führende Informations- und Transformations-Experte für B2B-Dienstleistungen.

Wir sammeln und analysieren Informationen, um aus Wissen für Unternehmen erfolgreiches Handeln zu entwickeln.

Unser Fokus:

Anbieter-Studien, Anwender-Studien, Individual-Studien, Analyse-Workshops, Marketing-, Kommunikations-, Sales-Support, Micro-Benchmarkings, Moderation, Publikationen, Strategie-Relevanz-Konferenzen, Unternehmensbegleitung, Vorträge



Gegründet: 1983

Standort: Kaufbeuren (Deutschland)

Aktionsraum:

Deutschland, Österreich, Schweiz, Italien, Frankreich, Großbritannien, USA

Mitarbeiter: 20

Weitere Informationen

Ansprechpartner

Institut für Wirtschaftsinformatik



Universität St.Gallen

- Prof. Dr. Walter Brenner, geschäftsführender Direktor
- Veit Schulz, wissenschaftlicher Mitarbeiter

- Müller-Friedberg-Strasse 8
- CH-9000 St. Gallen

- Telefon: +41 71 224 3807
- Telefax: +41-71-224-3296

- Mail: veit.schulz@unisg.ch
- Homepage:
www.iwi.unisg.ch
www.cio-knowledge.com

L Ü N E N D O N K

- Jörg Hossenfelder, Geschäftsführer
- Thomas Lünen Donk, Inhaber

- Postanschrift: Postfach 1360, 87573 Kaufbeuren
- Hausanschrift: Ringweg 23, 87600 Kaufbeuren

- Telefon: +49 83 41 -9 66 36 -0
- Telefax: +49 83 41 -9 66 36 -66

- Mail: lang@lunenendonk.de
- Homepage:
www.lunenendonk.de

Institut für Wirtschaftsinformatik



Universität St.Gallen

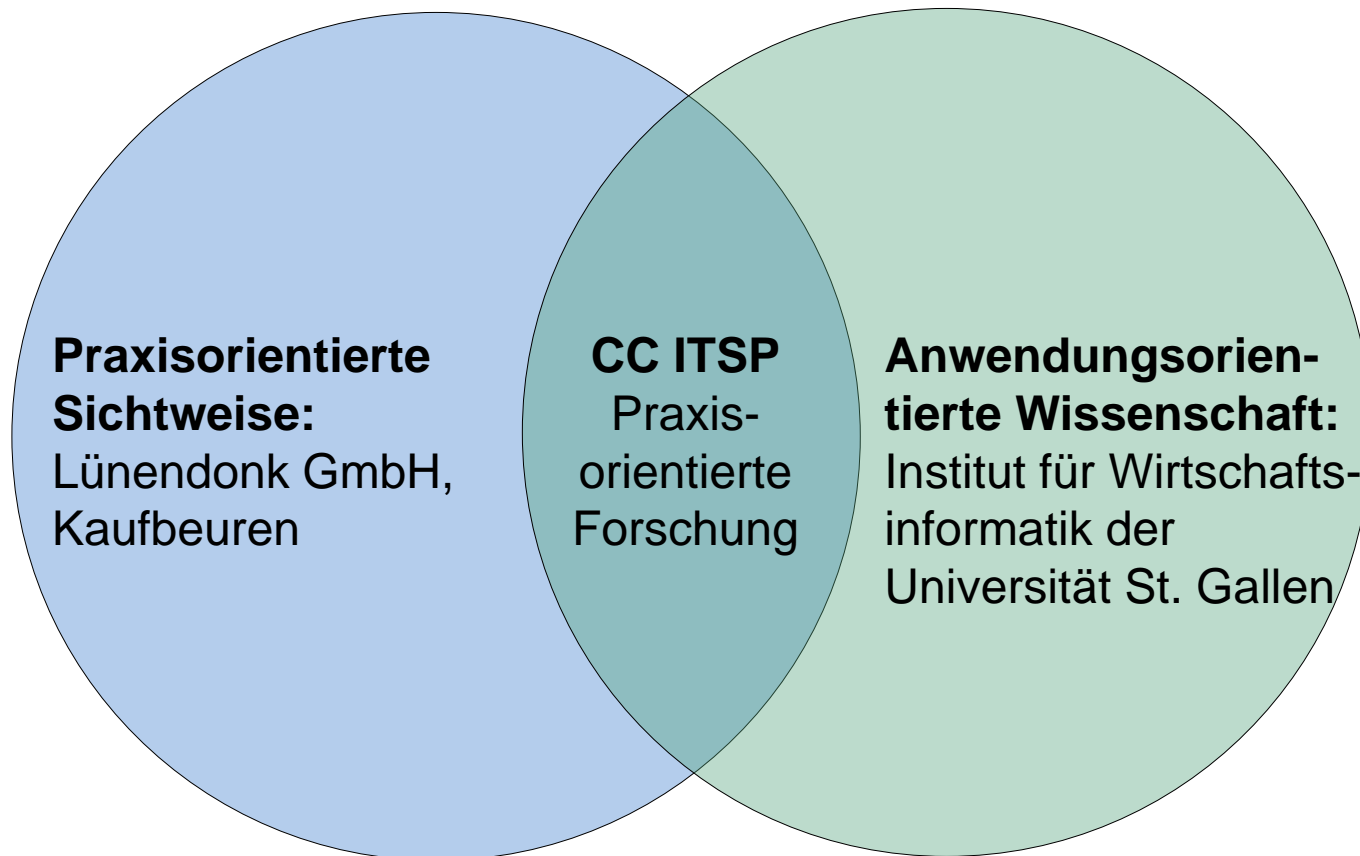
L Ü N E N D O N K

Januar
2010

IWI-HSG & Lünen Donk GmbH

20

Das Institut für Wirtschaftsinformatik und die Lünendonk GmbH kooperieren, um Mehrwert für IT-Dienstleister zu schaffen und das CC ITSP gemeinsam zu betreiben.



Das Kompetenzzentrum ITSP unterstützt IT-Dienstleister bei der Beantwortung offener Fragen.

- Was sind wichtige **technische und organisatorische Trends** im Markt?
- Wie steht der IT-Dienstleister hinsichtlich Organisation und Strategie im **Vergleich mit anderen Unternehmen** da?
- Wie kann die **Wettbewerbsfähigkeit** des IT-Dienstleisters verbessert werden?
- Was sind „**Best Practices**“ hinsichtlich Organisation und Prozessen?
- Wie kann das Geschäftsmodell **nachhaltig** gestaltet werden?
- Unter welchen Bedingungen kann eine **unternehmensübergreifende Zusammenarbeit** verschiedener konzerninterner IT-Dienstleister funktionieren?
- In welchen Bereichen ist eine **strategische Kooperationen** zwischen konzerninternen und externen IT-Dienstleistern sinnvoll?
- Wie können IT-Dienstleister ihre **USP** gegenüber ihren Kunden besser aufzeigen?
- Wie können IT-Dienstleister durch **Geschäftsprozessoptimierung** Werte für ihre Kunden schaffen?

Aus dem Kompetenzzentrum ziehen konzerninterne und externe IT-Dienstleister vielfältigen Nutzen.

Konzerninterne IT-Dienstleister

- Identifikation von Optimierungs- und Kostensenkungspotential durch Benchmarking
- Diskussion und Erkennen aktueller Trends mit Hilfe anderer konzerninterner IT-Dienstleister

Externe IT-Dienstleister

- Bessere Konkurrenzbeobachtung durch den Wissensaustausch mit anderen externen IT-Dienstleistern
- Identifikation, Analyse und Diskussion aktueller Herausforderungen konzerninterner IT-Dienstleister

- Bessere und fundierte Entscheidungsfindung
- Reflexion der eigenen Strategie durch gemeinsame Diskussion aktueller Trends und Herausforderungen
- Umfangreichere Marktkenntnis durch Zugang zu aktuellen IT-Studien der Lünendonk GmbH und des IWI-HSG
- Unterstützung der operativen Arbeit durch die Nutzung von Workshop-Dokumentationen (20 – 40 „Enriched Slides“)
- Bessere persönliche Vernetzung durch Einbindung in ein Forschungs-, Wissenschafts- und Praxisnetzwerk
- Grösserer „Body of Knowledge“ durch die Nutzung des Wissens der Partnerunternehmen
- Verbesserte Position im „War of Talents“ durch Publikationen

Das Kompetenzzentrum (CC ITSP) beschäftigt sich mit Geschäftsmodellen und Strategien von IT-Dienstleistern.

Positionierung in der IT-Wertschöpfungskette

- Steuerung der Lieferanten als neue Kernkompetenz von IT-Dienstleistern
- IT-Dienstleister als Einkäufer und Integrator

Beitrag von IT-Dienstleistern zur Geschäftsprozessoptimierung

- Prozesskosten sind in vielen Konzernen höher als das IT-Budget
- IT-Dienstleister können durch Geschäftsprozessoptimierung Werte für den Konzern schaffen

Internationalisierung

- Internationalisierung von Serviceangebot, Prozessen und Organisation
- Herausforderungen, Hindernisse und Strategien der Internationalisierung

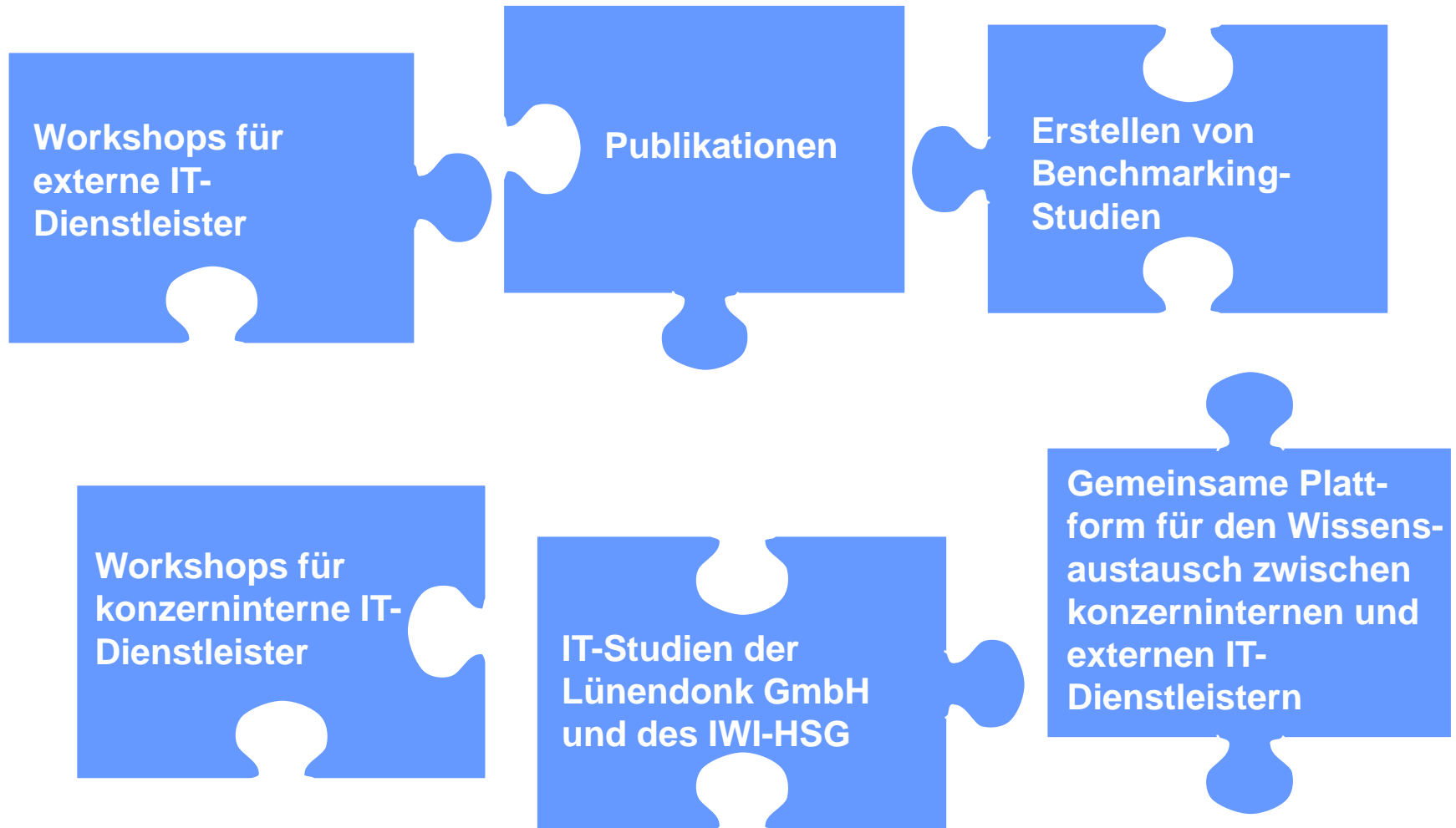
Kooperationsmöglichkeiten zwischen IT-Dienstleistern

- Identifikation von Bereichen der Zusammenarbeit (zwischen internen und externen IT-DL)
- Steuerung des gemeinsamen IT-Dienstleisters: Risikoverteilung, Festlegung von Standards

Optimierung aktueller IT-Dienstleisterstrukturen

- Konzerninterne IT-Dienstleister im Spannungsfeld zwischen Konzern und Anwendern
- Steuerung des IT-Dienstleisters an der Schnittstelle zum Kunden

Das CC ITSP als Sparrings- und Lernpartner bietet eine Vielzahl an Bausteinen für die Teilnehmer.



Die Finanzierung des CC ITSP erfolgt durch kleinere Beiträge konzerninterner IT-Dienstleister und grössere Beiträge der Anbieter.

