

ZUKUNFT²



B2B-ENTSCHEIDER

Wie Sie mit Social Selling und Personal Branding die neuen Entscheidungsträger erreichen

KOLLABORATION

So vermarkten Sie als Telekom Partner erfolgreich Microsoft Teams Telefonie

DIE ZUKUNFT DER CLOUD

So viel Potenzial bietet das Internet der Dinge – Interview mit Robotics-Experte André Beyer

VIRTUELLER DESKTOP

Windows 365 vs. Azure Virtual Desktop: Was kann der weltweit erste Cloud-PC

EDITORIAL



Dirk Holger Heidemann

Telekom Deutschland
GK Partnermanagement

Vielleicht ist es Ihnen ähnlich ergangen: Bei mir hat die DIGITAL X 2021 im September in Köln ein echtes Hochgefühl ausgelöst. Für mich und sicherlich für viele der Teilnehmerinnen und Teilnehmer war es die erste Großveranstaltung seit langem – und was für eine. An jeder Ecke konnte man die mitreißende Aufbruchsstimmung spüren. Diese Mischung aus Konzern-Power der Telekom, die so ein Mega-Event auf die Beine stellen kann, und der Innovationskraft unserer Kunden und Partner ist einfach einzigartig. Und genau diese besondere Mischung ist auch die Erfolgsformel unseres Telekom Cloud Solution Partner Programms (CSP²).

Da ist es schön zu sehen, dass auch unser CSP²-Partnernetzwerk rasant wächst. Es umfasst mittlerweile mehrere hundert Partner und wir freuen uns jede Woche über neue Interessenten. Ich finde es fantastisch, mitzuerleben, wie unsere Partnerlandschaft dabei nicht nur immer größer, sondern auch immer vielfältiger wird. Neben klassischen Systemhäusern oder ITK-Dienstleistern können wir auch immer mehr Independent Software Vendors (ISVs), Business Intelligence Spezialisten, Web-Agenturen, Consulter und mittlerweile sogar Steuerberatungen zu unseren erfolgreichen Partnern zählen.

Unsere neuen Zukunftspartner-Stories über die auf Software-Entwicklung spezialisierte white duck GmbH, die Smart TV App und Digital Signage Experten der MEKmedia GmbH oder die Evolutionizer AG mit ihrer Enterprise Strategy Suite Solyp spiegeln die größer werdende Vielfalt der digitalen Geschäftsmodelle und Anwendungen ebenfalls anschaulich wider. Lassen Sie sich von diesen spannenden Unternehmengeschichten inspirieren.

Parallel dazu können wir alle beobachten, dass der gesamte Business-to-Business (B2B) Markt einen fundamentalen Wandel durchlebt – mit sich ändernden Kundenbedürfnissen und -präferenzen und sich permanent weiterentwickelnden Partnergeschäfts- und Zusammenarbeitsmodellen. An die Stelle von reinen Transaktionsmodellen mit klassischen Kunden-Lieferanten-Beziehungen treten Ökosystemmodelle für Kundenwertschöpfung. Für unser Partnerprogramm geht es deshalb vor allem darum, die Kooperation und Co-Innovation zwischen den verschiedenen Ökosystem-Partnern zu orchestrieren und zu unterstützen und dabei die Stärken der Telekom zum Nutzen der Partner und Kunden einzubringen.

Die CSP² Inspiration Weeks, die wir gerade zum dritten Mal mit Ihnen gemeinsam auf die Beine gestellt haben, stellen dafür eine hervorragende Plattform dar. Unser aller Ziel muss es sein, dem stärker werdenden Bedarf der Kunden nach integrierten End-to-End-Lösungen gerecht zu werden. Wir sehen beispielsweise eine stetig wachsende Kundennachfrage nach integrierten Kollaborations- und Kommunikationslösungen am Markt und gleichzeitig den Bedarf von Ihnen, unseren Partnern, diese Nachfrage möglichst nahtlos und aus eigener Hand bedienen zu können. Neue Angebote wie Teams Operator Connect, das es Telekom Partnern ermöglicht, direkt aus dem Microsoft Teams Admin-Center Telefon-Rufnummern zuzuweisen und zu administrieren, oder unser virtueller Session Border Controller (SBC) weisen hier den Weg für die Zukunft.

Zusammen haben wir die Chance, ein einzigartiges Ökosystem zu schaffen, das auf den Erfolg des Kunden ausgerichtet ist. Ich hoffe, dass Ihnen die dritte Auflage unseres Magazins ZUKUNFT² dafür interessante und wertvolle Anregungen liefert. Und ich lade Sie ein, Ihre Meinung und Ihre Ideen mit uns zu teilen – in einer vertraulichen E-Mail an mich oder ganz offen für unsere Partner und Kunden zum Beispiel im Rahmen der nächsten Telekom CSP² Inspiration Weeks.



INHALTSVERZEICHNIS

A/H
AUSBLICK/
HIGHLIGHTS 22
S. 4



S. 5
ZAHLEN UND FAKTEN



S. 6-7
ERFOLGSFAKTOR DIVERSITÄT
Die Vielfalt im CSP²
Partnerprogramm



S. 8-11
UNTERWEGS IN
STEINIGEM GELÄNDE
Im Gespräch mit Gotthard
Tischner, *Evolutionizer*



WIE TICKEN
B2B-ENTSCHEIDER
HEUTE?
S. 12-13



INSPIRATION WEEKS:
Von Partnern lernen 1
S. 14



S. 15-17
DIE DIGITALEN WALDARBEITER
Im Gespräch mit Matthias Moritz,
MEKmedia



INSPIRATION WEEKS:
Von Partnern lernen 2
S. 18

INSIDER-TIPPS:
Microsoft 365
 Microsoft 365
S. 19



S. 20-23
DIE ZUKUNFT DER CLOUD
Praxisbeispiele & Interview
mit André Beyer, *Telekom*



S. 24-26
ÜBER DEN WOLKEN
Im Gespräch mit Markus
Sümichen, *white duck*

INSIDER-TIPPS:
Microsoft Azure

S. 27

KOMMUNIKATION UND
KOLLABORATION
S. 28-30

WINDOWS 365
VS
AZURE VIRTUAL DESKTOP
S. 31-32



S. 33
TELEKOM CSP²
ZUKUNFTSPARTNER



S. 34
IHR ERFOLG IST UNSER
ZIEL – DIE CSP² BUSINESS
SCHOOL

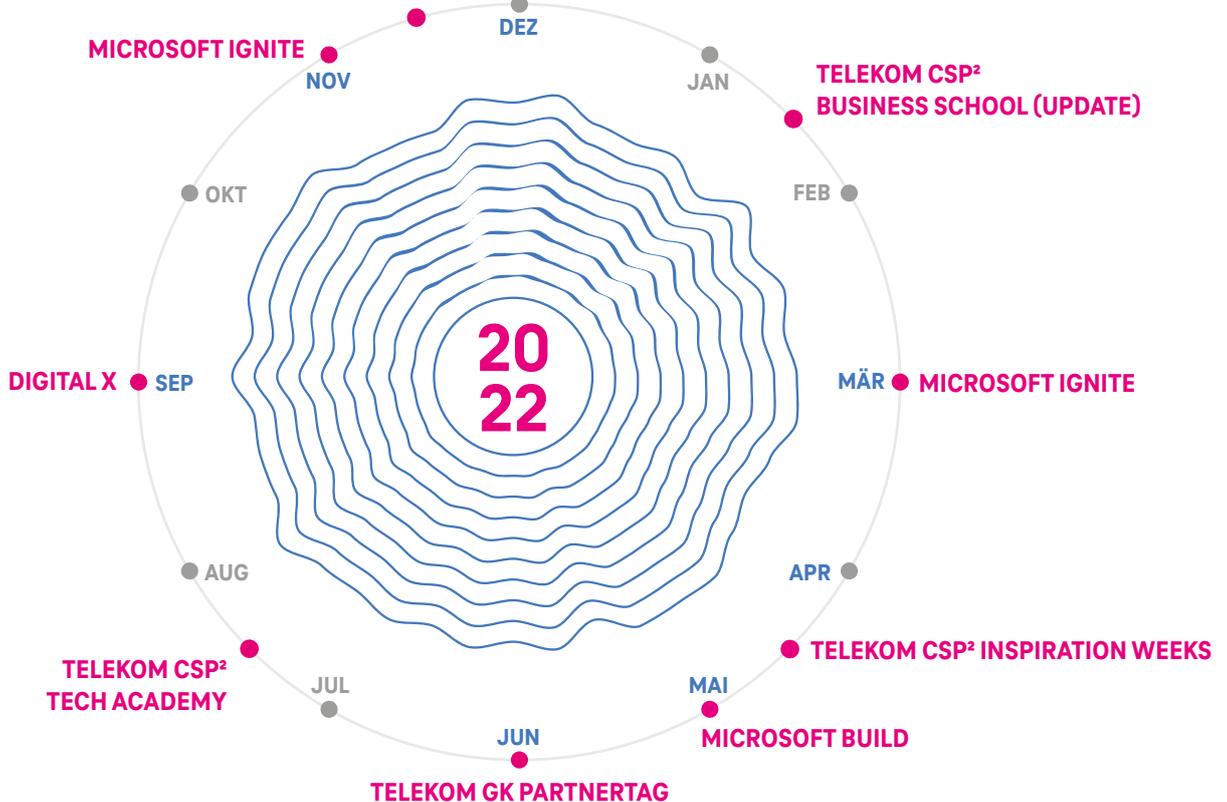
HIGHLIGHTS 2022

Das Jahr 2022 wird sicher wieder einige Überraschungen bringen, aber auf bestimmte Dinge können Sie sich verlassen: Hier ein Überblick, **auf was Sie sich aller Voraussicht nach im Jahr 2022 freuen können** und wo Sie schon mal Ihren Kalender entsprechend blocken sollten.

Gleichzeitig dürfen Sie die folgende Übersicht als **Motivation und Inspiration** verstehen: Als Telekom CSP²-Partner haben Sie die Option, bei einigen dieser Events nicht nur als Gast dabei zu sein, sondern sie auch **mitzugestalten und sich zu präsentieren** – zum Beispiel bei den virtuellen Inspiration Weeks oder der Digital X in Köln mit ihren übers Jahr verteilten Regionalveranstaltungen.

Genauso können Sie sich auch **eigene Ideen und Formate** überlegen, bei denen wir uns als Telekom beteiligen. In jedem Fall freuen wir uns auf Ihre kreativen Ideen. Schreiben Sie uns einfach eine E-Mail an reseller@telekom.de

TELEKOM CSP² INSPIRATION WEEKS



Thorsten Graß
Head of Cloud Partner
Sales Microsoft bei der
Deutschen Telekom

Microsoft und Deutsche Telekom verbindet eine langjährige strategische Partnerschaft. Das Cloud Solution Partner Programm ist ein wichtiger Baustein dieser engen Zusammenarbeit. Für das Jahr 2022 haben wir uns große Ziele gesetzt, die sich ohne die Kreativität, das Know-how und das Engagement unserer Partner nicht erreichen lassen. Deshalb sind wir sehr stolz auf unser in den vergangenen Jahren kontinuierlich gewachsenes und sehr erfolgreiches Partner-Ökosystem, das gemeinsam mit uns maßgeblich zur digitalen Transformation und Wettbewerbsfähigkeit der deutschen Wirtschaft beiträgt.

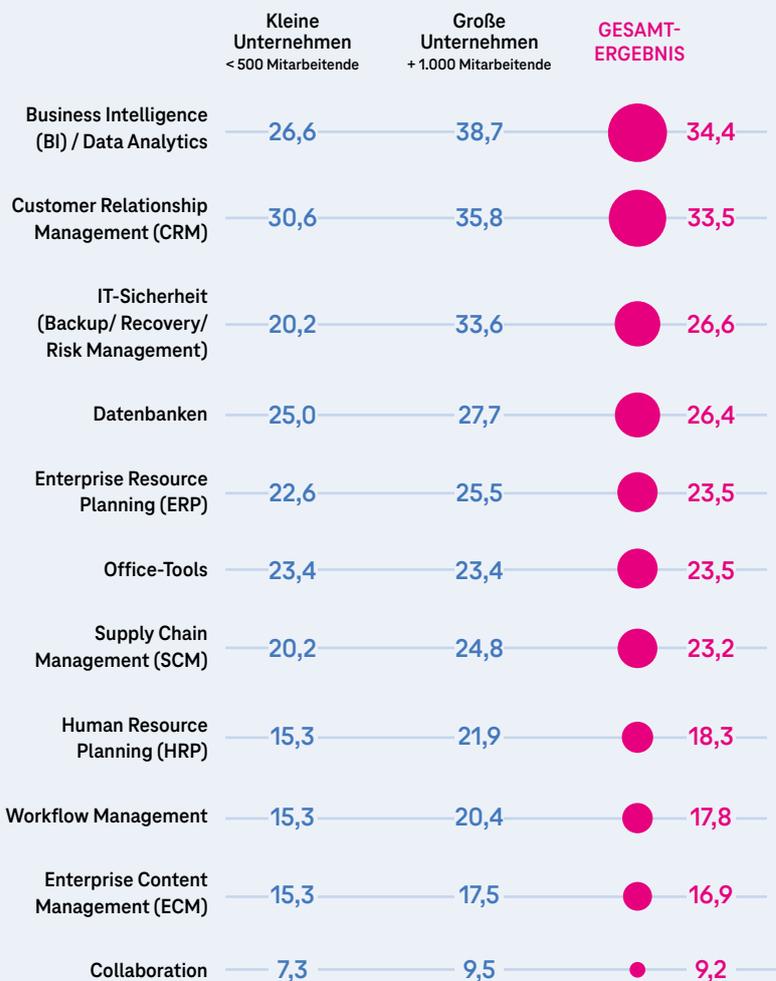
ZAHLEN UND FAKTEN

Interessante Insights zu den aktuellen Trends und Entwicklungen des Cloud-Markts und der Microsoft Produktwelt



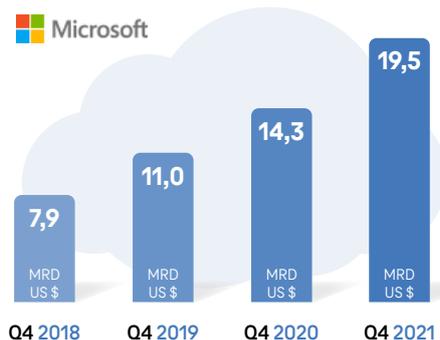
Cloud-Migration in DACH-Region: IT-Entscheider sehen Business Intelligence (BI) / Data Analytics und Customer Relationship Management (CRM) am ehesten in der Cloud *

„Welche Anwendungsbereiche in Ihrem Unternehmen eignen sich jetzt und in Zukunft am ehesten für eine Cloud-Migration?“



250 MIO.

Mit 250 Millionen aktiven Nutzern täglich stellt Microsoft Teams im Sommer 2021 einen neuen Rekord für Benutzerzahlen auf. **



Die Tendenz im Cloud-Markt ist weiter stark steigend: Microsoft konnte die Umsätze mit Cloud Computing Services weltweit erneut um gut 25 Prozent steigern. ***

GLOBALER CLOUD-UMSATZ 2022

474 MRD US \$

Laut Analysten von Gartner werden sich der weltweite jährliche Cloud-Umsatz 2022 um 64 Milliarden US-Dollar gegenüber 2021 erhöhen und bis 2025 mehr als 85 % der Unternehmen ein Cloud-first-Prinzip verfolgen. ****

* IDG Research Services Studie Cloud Migration 2021

** ZDNet 2021 Microsoft Teams hits 250 million monthly active user milestone

*** Statista 2021 Umsatz der Microsoft Corporation mit Cloud Computing Services weltweit

**** Gartner 2021 Cloud Will Be the Centerpiece of New Digital Experiences

ERFOLGSFAKTOR DIVERSITÄT

DI VE R S I T Ä T

Unternehmen mit hoher Gender-Diversität haben eine um 25 Prozent größere Wahrscheinlichkeit, überdurchschnittlich profitabel zu sein, entwickeln sich mit einer 1,7-mal höheren Wahrscheinlichkeit zu Innovationsführern in ihrem Fachbereich und haben obendrein eine deutlich bessere Chance, Top-Talente anzuziehen. Zu diesen Ergebnissen kommen Studien der Unternehmensberatung McKinsey (2018/2020). Die Themen Diversität und Vielfalt sind in den vergangenen Jahren zu erfolgsrelevanten Business-Faktoren geworden. Das Telekom CSP² Cloud Solution Partner Programm zum Beispiel profitiert von einer ausgeprägten Diversität der Partnerlandschaft und der Vielfalt der verfügbaren Cloud-Lösungen. Dazu gibt es zwar keine repräsentativen Studien, dafür aber eindeutige Ergebnisse – mehr Partner, mehr Buchungen, mehr verkaufte Seats, mehr innovative Solutions.

IT-DIENSTLEISTER / SYSTEMHÄUSER

ITK-DIENSTLEISTER / SYSTEMHÄUSER

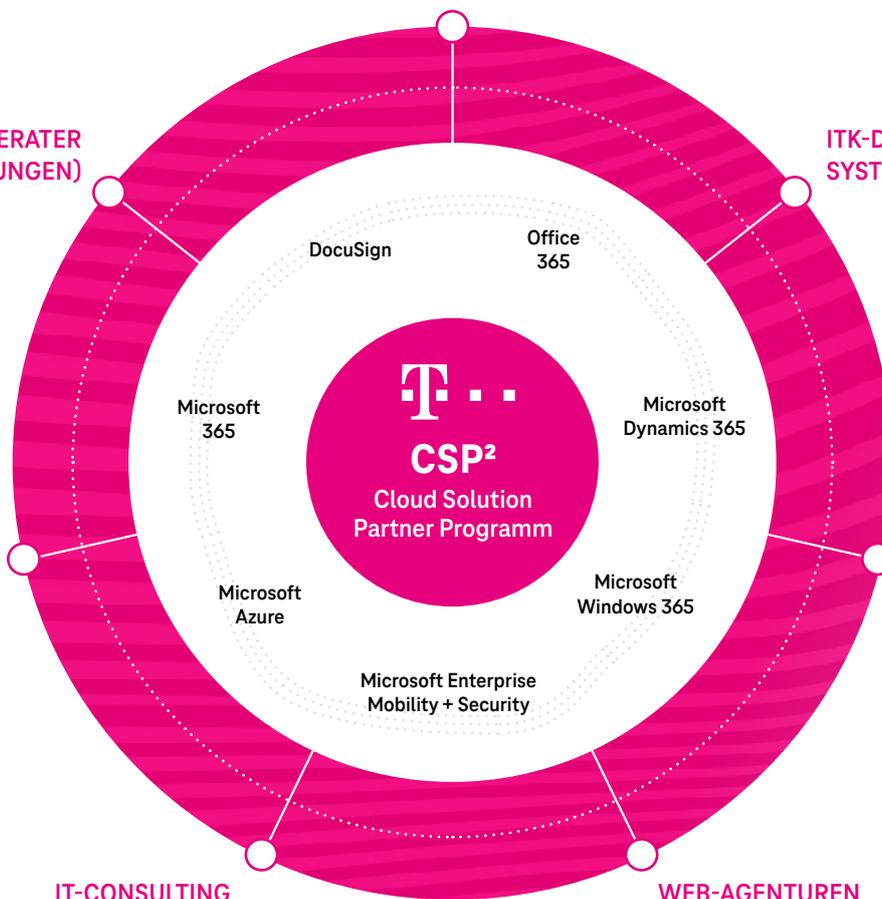
SPEZIALISIERTE BERATER (Z.B. STEUERBERATUNGEN)

SOFTWARE- ENTWICKLER (ISV)

BUSINESS-ANALYTICS- SPEZIALISTEN

IT-CONSULTING

WEB-AGENTUREN





ERFOLGSFAKTOR DIVERSITÄT

DIE BUNTE CSP² PARTNER- LANDSCHAFT

Der Blick auf die Telekom CSP² Partnerliste ist beeindruckend: Die Zahl der Partner, die gemeinsam mit der Deutschen Telekom Unternehmen und Behörden bei der Digitalen Transformation unterstützen wollen, wächst beständig. Einige von ihnen haben weniger als zehn Mitarbeitende, andere wiederum mehr als 300. Sie sind verteilt in ganz Deutschland und kommen schon lange nicht mehr nur aus dem Umfeld der IT-/ITK-Dienstleister und Systemhäuser. Da finden sich auch viele eigenständige Software-Entwickler wie zum Beispiel [white duck](#), [prodot](#), [TEQWERK](#) und [tangible engineering](#), Business Analytics Spezialisten wie [QUNIS](#) oder [pmOne](#) und IT-Consulting-Anbieter wie [DHC Business Solutions](#), [CosH Consulting](#) oder [ZIT Business Care](#). Auch Web-Agenturen wie [webcuisine](#) oder [NaTechnik](#) haben die Vorteile der Cloud und der Microsoft Produktwelt und Services für die Erweiterung ihres Geschäftsmodells für sich entdeckt.

VIELFALT DER CLOUD- LÖSUNGEN

Ein wichtiger Grund für die große Diversität der CSP² Partner liegt in dem vielfältigen Angebot insbesondere aus dem Hause Microsoft begründet: angefangen bei den immer weiter zusammenwachsenden Produktivitäts- und Kollaborationslösungen von Microsoft 365 und Office 365, über die Dynamics ERP- und CRM-Tools bis zu den zahllosen Azure Services. So werden eben auch AI- und IoT-Ideen für kleinere Unternehmen realistisch. Hier setzt auch der Vernetzungsgedanke innerhalb des CSP² Partnerökosystems an, das Partner zusammenbringen, unterstützen und orchestrieren kann. Denn in der Regel bekommt der Endkunde bei einem Partner nur einen Teil der Expertise – für bestmögliche Lösungen und größtmöglichen Mehrwert für alle sind Kooperationen nötig.

MOTIVATION FÜR MEHR DIVERSITÄT

Es gibt aber noch weiteres Potenzial: Der Anteil von Frauen in Informatik- und anderen ITK-Berufen liegt laut [Statista](#) derzeit bei knapp 17 Prozent. In den höheren Management-Ebenen oder gar im C-Level-Bereich wahrscheinlich deutlich darunter. Dabei zeigen wissenschaftliche Studien, dass Unternehmen im Allgemeinen von einem höheren Frauenanteil in Führungspositionen profitieren. Bei der Deutschen Telekom haben wir uns konzernweit zum Beispiel das Ziel gesetzt, 30 Prozent unserer Führungspositionen mit Frauen zu besetzen.

Ein beeindruckendes Beispiel dafür, dass Digitalisierung klassische Branchen- und Geschäftsmodellgrenzen auflöst und schon längst mehr bedeutet als nur einfach Hardware und Software einzukaufen, ist die Steuerberatungsgesellschaft [birkenmaier & kusel](#), CSP² Partner und einer der Digital Champions Award Gewinner 2021. Einige von ihnen haben wir bereits in unseren [Zukunftspartnerstories](#) vorgestellt. Andere finden sich mit Interviews, Gastbeiträgen oder Strategie-Talks auf unserem [Blog](#). Und wieder andere nutzen die Chance für mehr Sichtbarkeit und aktives Networking mit eigenen Vorträgen im Rahmen der Inspiration Weeks.

Dazu können inhaltliche Kooperationen mit der Telekom zum Beispiel über die Themen „Teams Operator Connect“ im Bereich Enterprise Collaboration & Communication oder „Managed Network Services“ für Microsoft Azure, aber auch gemeinsame Co-Marketing Initiativen zählen. Ebenso sind Kooperationen der Partner untereinander aufgrund der verschiedenen Expertisen denkbar. Der in dieser Ausgabe vorgestellte Telekom Partner Evolutionizer kann sich zum Beispiel die Zusammenarbeit mit Implementierungspartnern für die Enterprise Strategy Suite Solyp vorstellen.

In Ihrem Unternehmen haben Frauen wichtige Fach- und Führungspositionen inne? Lassen Sie uns das wissen, wir würden uns freuen, ihnen zu mehr Sichtbarkeit zu verhelfen. Schreiben Sie dazu gerne eine E-Mail an reseller@telekom.de mit dem Betreff „Diversität“, damit wir uns mit Ihnen in Verbindung setzen können.

UNTERWEGS IN STEINIGEM GELÄNDE

Die Kunst der strategischen Unternehmens- steuerung

Es gibt tatsächlich Dinge, die durch digitale Technologien noch nicht ersetzt werden können – eine davon ist Lebenserfahrung. Gerade im Management eines Unternehmens kann eine Kombination aus Erfahrung und Digitalisierung jedoch eine enorme Kraft entfalten.



Gotthard Tischner



Gotthard Tischner: Anfang 2017 habe ich den Gründer und CEO von Evolutionizer, Helmut Lodzik, kennengelernt, der mich dazu animiert hat, meine Lebenserfahrung in sein Unternehmen einzubringen – so wie das auch schon einige andere Kolleginnen und Kollegen mit langjähriger Berufserfahrung tun. Die Idee eines Start-ups von Profis für Profis, also von Menschen mit einem sehr hohen Grad an Professionalität, hat mir gefallen. Ich selbst hatte schon mehr als zwanzig Jahre Berufserfahrung im Beratungs- und Software-Umfeld und bereits zwei Unternehmen mitgegründet und aufgebaut.

Achtung, vom Regen ausgewaschene scharfe Linkskurve. Danach eine tückische Bodenwelle mit rutschigen Querwurzeln. Dahinter ein abgestorbener Ast, der auf Kopfhöhe in den Trail hineinragt.

Wenn Gotthard Tischner mit seinem Mountainbike auf einer Downhill-Abfahrt in Richtung Tal fährt, verarbeitet sein Gehirn zahllose Daten, die ihm seine Augen, Ohren und Körpersensorik liefern. Er setzt sie in Beziehung zu bereits gemachten Erfahrungen und kombiniert sie mit erlerntem Wissen, um innerhalb von Millisekunden teils lebenswichtige Entscheidungen zu treffen – und das tausendfach auf einer einzigen Abfahrt.

So ähnlich funktioniert auch Solyp, die Enterprise Strategy Suite der Evolutionizer AG, bei der Gotthard Tischner seit einigen Jahren Mitglied der Geschäftsleitung ist. Allerdings hilft die SaaS-Software bei wichtigen Managemententscheidungen, statt nur beim Mountainbiken. Wie genau, das haben wir den Diplom-Ingenieur und mehrfachen erfolgreichen Entrepreneur selbst gefragt.

● **Telekom Business: Im Jahr 2016 haben Sie Ihre vorherige Firma an die Wirtschaftsprüfungsgesellschaft PricewaterhouseCoopers verkauft und hätten in den wohlverdienten Ruhestand gehen können. Warum sind Sie trotzdem bei Evolutionizer eingestiegen?**

Inzwischen haben wir ein extrem starkes Management Team, bestehend aus den Gründern Helmut Lodzik, Premal Desai, ehemaliger CEO von thyssenkrupp Steel, Martin Erharter, Senior Partner Roland Berger, sowie Patrick Funcke. Daneben haben wir viele namhafte Senior-Advisor bei uns im Haus: Das sind unter anderem Dr. Heinrich Hiesinger, ehemaliger Vorstandsvorsitzender der thyssenkrupp AG, Dr. Bernd Bohr ehemaliger Vorstand der Bosch Automotive Group und Carsten Kratz, ehemaliger Chairman der Boston Consulting Group (BCG) Deutschland und Österreich. Sie sehen, wir haben sehr viele, sehr erfahrene Menschen an Bord, die alle ihre Erfahrung und ihr Netzwerk in die Evolutionizer AG einbringen.



INTERVIEW

mit Gotthard Tischner

Viele Unternehmen aus Ihrer Branche setzen vorrangig auf junge Menschen, die mit den digitalen Technologien aufgewachsen sind. Warum glauben Sie, ist Ihr Weg der bessere?

Natürlich arbeiten bei uns auch jüngere Kolleginnen und Kollegen, aber tatsächlich glaube ich, dass das Thema Unternehmenssteuerungssysteme und Strategie einfach Erfahrung erfordert. Strategische Unternehmenssteuerung vollständig zu verstehen, ist für junge Menschen sehr schwer. Dafür braucht es sehr viel Management- und Beratungserfahrung. Schließlich müssen sie das Thema ganzheitlich verstanden haben, um eine Software zu

entwickeln, die die hier auftretenden Probleme auch tatsächlich löst. Wir nennen das Domain Knowledge: Wenn man in einem Thema erfolgreich sein will, muss man die jeweilige fachliche Domäne verstehen. Und dieses Domain Knowledge für strategische Unternehmenssteuerung und -führung macht uns aus.

Helmut Lodzik hat selbst 20 Jahre Management Consulting und Beratungserfahrung und viele Restrukturierungsprojekte umgesetzt. Er hat sowohl viel Erfahrung damit, wie man einen Turn-Around-Case in Unternehmen, die in schwieriges Fahrwasser gekommen sind, zum Erfolg führt,

als auch verschiedene strategische Weiterentwicklungen: Es stellt sich immer die Frage, was muss akut getan werden? Was muss mittelfristig getan werden, um Dinge zu stabilisieren und das Unternehmen langfristig erfolgreich zu machen? Damit sind wir wieder beim Punkt strategische Unternehmenssteuerung, die sowohl für Unternehmen mit Restrukturierungsdruck, als auch in der kontinuierlichen Weiterentwicklung äußerst relevant ist: Was muss das Unternehmen im Blick behalten, wie muss es sich ausrichten und was muss es heute tun, damit es sich kontinuierlich in die richtige Richtung weiterentwickelt?



Michael Müller-Berg
Leiter Partnermanagement
Geschäftskunden Telekom
Deutschland

Ich zitiere an dieser Stelle gerne den ehemaligen CEO von BMW und unser heutiges Telekom Aufsichtsratsmitglied Harald Krüger, der sagt: ‚Der unternehmerische Erfolg von morgen basiert auf digitaler Strategieentwicklung.‘ Eine erfolgreiche digitale Transformation fängt in der Management-Etage nur an. Eine integrierte Cloud-Plattform für Strategieentwicklung und -umsetzung ist in dem sich heutzutage schnell wandelnden Umfeld entscheidend für Unternehmen. Und daher sind wir als Bereich Partner Sales der Telekom Deutschland stolz darauf, dass wir im Rahmen unseres Partnerprogramms bevorzugter Cloud Plattform Partner von Evolutionizer sind, unsere jeweiligen Stärken einbringen können und so gemeinsam die digitale Zukunft für unsere Kunden gestalten.

Bei all der langjährigen Expertise auch aus Zeiten vor der großen digitalen Transformation: Man hat den Eindruck, Evolutionizer ist sehr modern aufgestellt.

Unsere Software und unser Unternehmen sind – wie wir das nennen – cloud-born. Bei uns gab es nie einen Mail- oder Fileserver. Vom Start weg haben wir moderne Formen der Kollaboration und des cloudbasierten Arbeitens etabliert und direkt mit Microsoft 365 angefangen. Unsere Teams sind virtualisiert. Unsere Mitarbeiter sitzen in Berlin, München, Bregenz, Zürich und Zug. Ich selbst habe die vergangenen zwei Wochen aus dem Ausland gearbeitet. Das spiegelt sich natürlich bei der Personalsuche wider: Für uns ist es nicht mehr wichtig, wo zum Beispiel ein Entwickler oder eine Entwicklerin wohnt, oder von wo aus er beziehungsweise sie arbeiten will.

INTERVIEW

mit Gotthard Tischner

Viele sagen, die Coronapandemie wäre ein Brandbeschleuniger für die Digitalisierung der deutschen Wirtschaft gewesen. Sehen Sie das ähnlich?

Auf jeden Fall: Corona hat uns – bei allen traurigen und negativen Aspekten – in puncto Digitalisierung locker zehn Jahre in die Zukunft katapultiert. Nehmen wir das Interview, das wir heute miteinander als Videocall führen. Früher hätten wir die moralische Erwartungshaltung gehabt, dass Sie mich in unserem Büro besuchen müssten oder ich zu Ihnen nach Hamburg kommen sollte. Das Gleiche haben wir im Vertrieb: Als Unternehmen stellen wir fest, dass die Erwartungshaltung der Kunden, der Vertriebler müsste immer persönlich vorbeikommen, deutlich zurückgegangen ist. Es ist normal geworden, dass man Menschen zunächst digital über zum Beispiel Web Sessions kennenlernt und bespricht, wie das Produkt beim Kunden eingesetzt werden und Probleme lösen könnte. Ein weiterer Aspekt liegt in der Natur unseres Produkts: Unsere Software läuft in der Cloud. Wir können die Einrichtung auch ohne Besuch vor Ort vornehmen. Dieses dezentrale Arbeiten hat Vorteile für alle und deshalb wird es sich auch weiter verstetigen. Außerdem sorgt die Digitalisierung volkswirtschaftlich betrachtet für einen Produktivitätssprung, der es vielleicht sogar ermöglicht, die großen coronabedingten finanziellen Belastungen für unsere Gesellschaft zumindest in Teilen auszugleichen.

Apropos Produktivitätssprung: Mit Solyp hat Evolutionizer eine Enterprise Strategy Suite entwickelt, die Ihre Kunden erfolgreicher machen soll. Können Sie das kurz beschreiben?

Im Kern geht es darum, strategische Steuerungs- und Veränderungsprozesse im Unternehmen besser anzugehen und erfolgreicher umzusetzen. Veränderung gehört zum Geschäftsalltag. Als Unternehmer ist man permanent gezwungen, Veränderungsprozesse auf den Weg zu bringen. Idealerweise ist man damit schneller als die Umwelt und kann sich so einen gewissen Vorteil erarbeiten und zum Beispiel Marktanteile gewinnen. Genau hier liegt der Wert unserer SaaS-Plattform Solyp: Wir helfen dabei, Veränderungsprozesse im Unternehmen zu steuern. Machen wir es konkret: Sie wollen ein Sales-Excellence-Projekt auf den Weg bringen und Ihren Vertrieb in einer bestimmten Region pushen. Dafür gibt es Standardmechanismen, die wir in Form von Templates bereitstellen. Je größer das Unternehmen ist, umso mehr derartiger Veränderungsprojekte und -initiativen laufen parallel. Das können durchaus Hundert oder sogar über Tausend sein. Einen Überblick hat dann kaum noch jemand – gesamtunternehmerische Transparenz und Steuerungsmöglichkeiten gibt es dann nicht mehr. Das decken wir zum Beispiel im Bereich strategisches Programm Portfolio Management ab. Ein anderer Aspekt unseres Produktes ist die Unterstützung bei der Strategieentwicklung – zum Beispiel, wenn es darum geht, das Produktangebot und die Preisgestaltung für verschiedene Märkte und Regionen optimal anzupassen.

SOLYP: DIE ENTERPRISE STRATEGY SUITE VON EVOLUTIONIZER

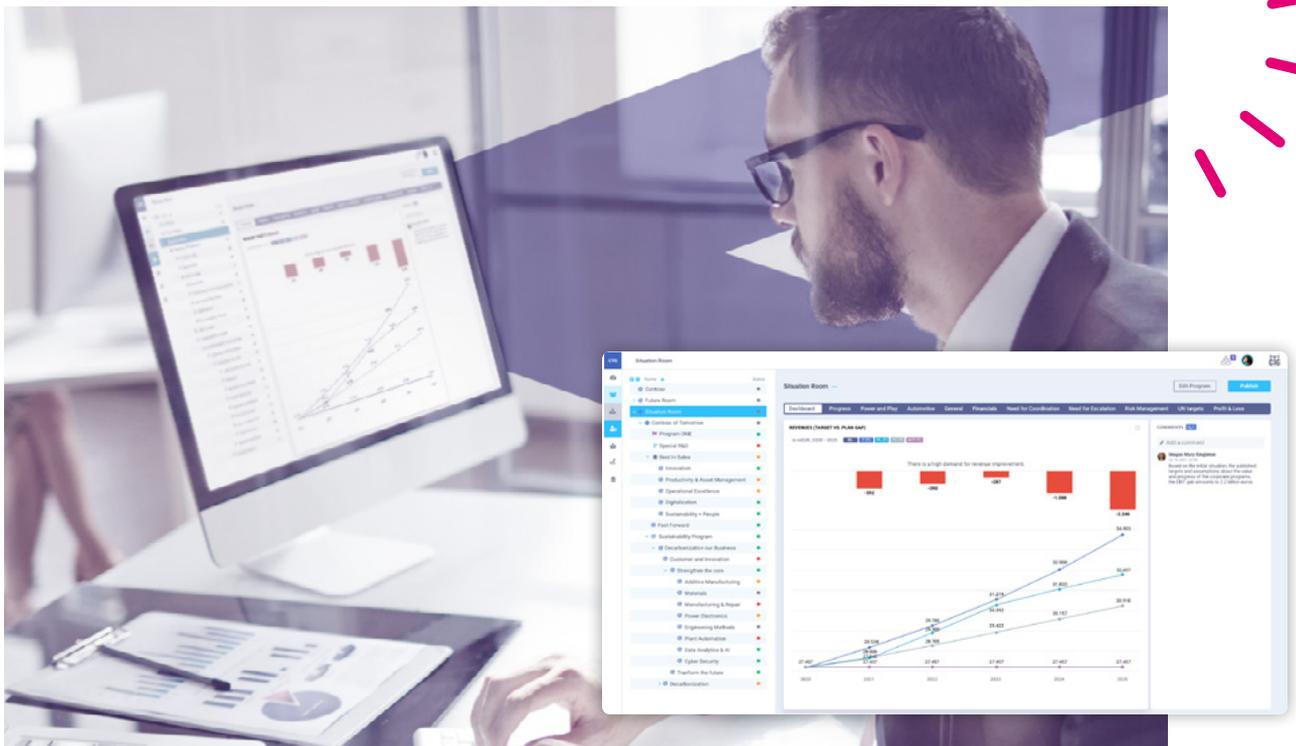
„Schärfen Sie kollaborativ Ihre strategische Vision und stellen Sie die konsequente Umsetzung sicher“, heißt es in der Beschreibung der Enterprise Strategy Suite von Evolutionizer. Der Weg dahin führt über vier ineinandergreifende Module:



Die vier Kernelemente der Solyp Enterprise Strategy Suite (Quelle: Evolutionizer AG)

INTERVIEW

mit Gotthard Tischner



Die Solyp Enterprise Strategy Suite im Einsatz (Quelle: Evolutionizer AG)

Evolutionizer setzt auf Microsoft und die Deutsche Telekom. Warum?

Unsere Software basiert auf der Azure Cloud und wir vernetzen sie permanent weiter mit Office 365 Produkten. So haben wir eine Schnittstelle zu Microsoft Teams entwickelt, um bestimmte Kollaborationsfunktionen mit den Teams-Funktionen zu vernetzen. Für uns ist Microsoft der strategisch beste Infrastrukturanbieter, weil sie die weltweit akzeptierteste Business Cloud und mit dem Office-Paket gerade in Deutschland eine sehr seriöse Basis haben. Microsoft ist für mich einfach der Business Cloud Anbieter Nummer 1. Und die Telekom als Cloud Service Provider ist wiederum unser bevorzugter Partner, über den wir die Cloud-Services einkaufen.

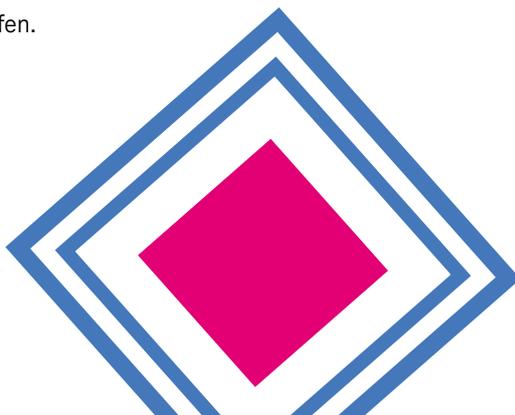
Können Sie konkretisieren, weshalb sich Ihr Unternehmen für die Telekom als Cloud Solution Anbieter entschieden hat?

Auch das hat wie bei Microsoft in gewisser Weise mit der Marke zu tun. Die Deutsche Telekom steht für Seriosität. Sie können sich vorstellen, dass eine Software zum Thema Unternehmensstrategie nur erfolgreich sein kann, wenn unsere Kunden uns vertrauen können. Schließlich gibt man seine strategisch wichtigsten Daten preis. Es geht also in hohem Maße um Trust. In puncto Vertrauen erfüllt die Telekom gerade in Bezug auf Hosting oder IT-Infrastruktur unsere Vorstellungen am besten.

Klingt nach einer stimmigen Produktstrategie. Zum Abschluss deshalb noch einmal ein Blick auf Solyp und dessen Produktnutzen: Was haben Unternehmen von einer Zusammenarbeit mit Ihnen?

Wir unterstützen Unternehmen dabei, ihre Produktivität zu verbessern, indem wir Prozesse optimieren. Um in einem Unternehmen die vielen verschiedenen Initiativen zu steuern, braucht es große personelle Kapazitäten – zum Beispiel nur für die Informationsbeschaffung innerhalb des Unternehmens oder das Organisieren der Daten. Hier helfen wir dabei, bessere Informationen zu bekommen und diese viel schneller verfügbar zu machen. Gleichzeitig ermöglichen wir, dass Unternehmen ihre Strategieprozesse überhaupt überblicken, sinnvoll steuern und so künftig bessere strategische Entscheidungen treffen können.

Das komplette Interview können Sie auf unserer CSP²-Website lesen. Mehr über Evolutionizer erfahren Sie unter www.evolutionizer.com.



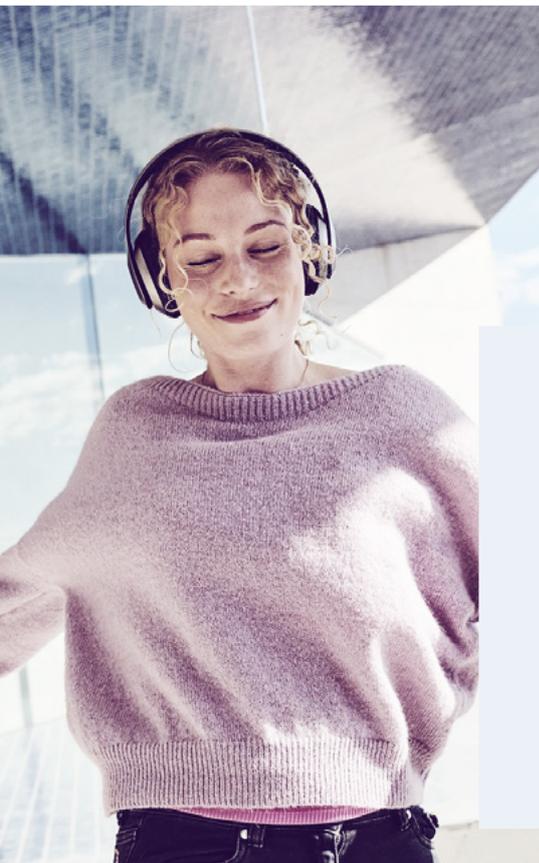


WIE TICKEN B2B-ENTSCHEIDER HEUTE?



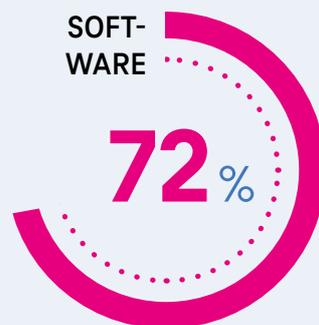
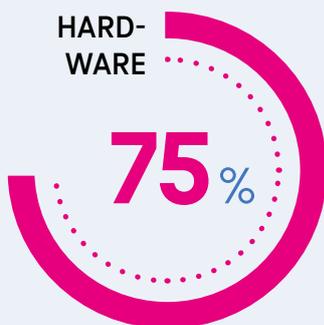
FEATURE
Dirk Holger Heidemann,
Telekom

In der letzten Ausgabe unseres Magazins **ZUKUNFT²** habe ich mit Ihnen meine Tipps zur Gewinnung neuer Kunden durch Co-Selling geteilt. Dieses Mal möchte ich eine Lanze für das Thema Social Selling und Personal Branding brechen – und das aus mindestens einem wichtigen Grund: den neuen B2B-Entscheidern.



Viele von uns haben in den letzten Monaten gezwungenermaßen sehr viel Zeit am heimischen Schreibtisch verbracht – und müssen das mit dem Aufflammen der Pandemie jetzt wohl erstmal weiterhin. Dabei können wir es nicht abwarten, endlich wieder Kunden vor Ort zu besuchen, Hände zu schütteln und Konferenzräume zu bevölkern. Doch wollen unsere Kunden das auch? Die Antwort muss wohl lauten: Jein. Um genauer zu verstehen, was B2B-Kunden heute wollen, sollte man sich anschauen, wer heute Entscheidungen in Unternehmen trifft und wie diese B2B-Entscheider ticken.

ENTSCHEIDUNGSTRÄGER ZWISCHEN 21 UND 40 JAHREN



Quelle: Work in BETA: The Rising B2B Decision Makers, LinkedIn, The B2B Institute, GWI

MILLENIALS: DIE NEUEN ENTSCHEIDUNGSTRÄGER

Wenn es um Entscheidungen bezüglich des Einsatzes und des Einkaufs von Software geht, gehören heute 72 Prozent der Entscheidungsträger in Unternehmen der Altersgruppe 21–40 Jahre an. Bei Entscheidungen bezüglich des Einkaufs von IT-Hardware sind es sogar 75 Prozent. Das besagt eine aktuelle Studie, durchgeführt vom The B2B Institute und GWI. Diese B2B-Entscheider gehören zur sogenannten Generation der Millennials, also den in den 1980er und Anfang der 1990er Jahre Geborenen.

Die älteren Millennials sind zwar nicht von Kindesbeinen an mit Social-Media-Plattformen aufgewachsen, aber ihr beruflicher Arbeitsalltag wurde von Anfang an durch das Internet und neue Anwendungen geprägt. Sie waren live dabei als Amazon (1995), Google (1998), LinkedIn (2003) und Facebook (2004) aus der Taufe gehoben wurden. Sie erlebten den Start von YouTube (2005) und nur wenige Jahre später bekamen sie ihre ersten iPhones (2007). Sie sind zwar keine Digital Natives, wie die jüngeren Millennials, aber allemal Early Adopters des Internets und der damit verbundenen neuen Regeln und modernen Möglichkeiten der Kommunikation über Soziale Medien – und das eben nicht nur im Privat-, sondern auch im Berufsleben.

Das bedeutet, wenn man B2B-Entscheider erreichen möchte, dann kommt man um Social Media Plattformen wie LinkedIn nicht mehr herum! Der B2B-Vertrieb muss sich an den Gewohnheiten und Vorlieben dieser neuen Generation der B2B-Entscheider orientieren, um nachhaltig erfolgreich zu sein. Deshalb meine Hypothese: Wir alle sollten (auch) zu Social Sellers werden!

SOCIAL SELLING & PERSONAL BRANDING: MEHR ALS NUR BUZZWORDS

Einfach ausgedrückt bedeutet Social Selling, mit potenziellen Kunden über soziale Medien wie LinkedIn, Twitter oder Facebook zu kommunizieren, um nachhaltige „vertrauensvolle“ Beziehungen aufzubauen, die dann zu Vertriebserefolgen führen. Die neue Generation der B2B-Entscheider informiert sich vornehmlich über E-Mails/ Newsletter oder online über Websites und allem voran über soziale Medien wie LinkedIn. Persönlicher Austausch findet natürlich weiterhin statt, aber hat für diese Zielgruppe im Geschäftsleben – insbesondere im Vergleich zu älteren Generationen – eine nachrangigere Bedeutung.



Das heißt, an die Stelle der Visitenkarte, die früher bei geschäftlichen Treffen feierlich übergeben wurde, tritt heute das Social-Media-Profil – mit einem großen Unterschied: Die Visitenkarte konnte man nur an sehr wenige potenzielle Geschäftspartner überreichen. Das Social-Media-Profil ist für alle potentiellen Geschäftspartner, ob man will oder nicht, sichtbar und bietet außerdem schier unendliche Möglichkeiten der Selbstdarstellung und Vermittlung von Informationen. Und deshalb sind die Begriffe Social Selling und Personal Branding für den B2B-Vertrieb mehr als nur Buzzwords.

GESCHÄFT WIRD ZWISCHEN MENSCHEN GEMACHT

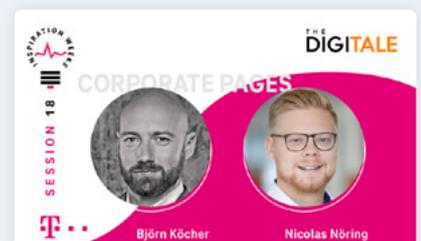
Da Sie eine vertrauensvolle Beziehung zu potenziellen Kunden aufbauen möchten, ist es wichtig, dass Ihre Social-Media-Präsenz gepflegt und auf dem neuesten Stand ist. Schauen Sie doch mal, ob Ihre Berufsbezeichnung, Ihr Firmenname und Ihre Aussagen über alle Kanäle hinweg wirklich konsistent sind.

Und dann sollten Sie sich die Frage stellen: Was gebe ich über den beruflichen Rahmen hinaus über mich preis? Denn es macht durchaus Sinn, ein wenig Persönlichkeit zu zeigen, wie zum Beispiel Ihr Hobby oder Ihr Interesse, damit Sie einen emotionalen Kickstarter für Gespräche mit potenziellen Kunden haben, die noch nicht bereit sind, von Ihren Produkten oder Dienstleistungen zu hören. Geschäft wird zwischen Menschen gemacht und deshalb sollten Kunden auch emotional angesprochen werden.



TIPP:

Um tiefer in das Thema einzusteigen, empfehle ich Ihnen, sich unsere CSP² Business School oder unsere Inspiration Week Webinare „Personal Branding by Growth Hacking LinkedIn“ mit Björn Radde und zum Thema „LinkedIn: Die Grenzen der Corporate Page und wie Sie sie überwinden“ von Nicolas Nöring und Björn Köcher anzuschauen.



Noch wichtiger ist aber, dass Sie sich aktiv in das Netzwerk einbringen. Investieren Sie ruhig etwas Zeit und tauschen Sie sich in den sozialen Medien mit Branchenführern, Kollegen und Interessenten aus. Liken, teilen, kommentieren Sie. Dadurch erhalten Sie mehr Sichtbarkeit, insbesondere wenn Ihre Beiträge interessant und werthaltig sind. Indem Sie sich an Diskussionen beteiligen, Inhalte anderer teilen und selbst wertvolles Know-how zur Verfügung stellen, bauen Sie mit Ihren potenziellen Kunden – auch ohne direkten persönlichen Kontakt – Beziehungen auf. Wenn es sich so anfühlt, als würden Sie sich schon lange kennen, obwohl Sie sich vielleicht noch nie getroffen haben, sind Sie auf dem richtigen Weg. Denn das erhöht signifikant Ihre Chancen, bei Einkaufsentscheidungen mit einem Vertrauensvorschuss ins Rennen zu gehen und nicht, im schlimmsten Fall, außen vor zu bleiben.

TELEKOM CSP² INSPIRATION WEEKS

Sie haben eine Session verpasst? Kein Problem: Hier finden Sie die Links zu den Aufzeichnungen aller 18 Inspiration Weeks Webinare aus Q4/2021. Und denken Sie auch gerne an Ihre Kolleginnen und Kollegen, vielleicht ist für die ja auch etwas Interessantes dabei?

Sie können die aktuelle Ausgabe des Telekom CSP² ZUKUNFT² Magazins gerne weiterleiten.

WOCHE 01

SESSION 01
CLOUD & KOSTEN
Tom Simon
Cloud und Kosten – was kostet die Migration in die Cloud und der Betrieb wirklich?

SESSION 02
HYBRIDES ARBEITEN
Christopher Friedrich
Wie überzeuge ich Kunden und Mitarbeiter vom hybriden Arbeiten mit Microsoft 365 Business?

SESSION 03
TEAMS TELEFONIE
Markus Jörger
Wie mache ich aus Microsoft Teams eine komplette Telefonie-Lösung?

WOCHE 02

SESSION 04
MICROSOFT VIVA
Melanie Hartmann
Was ist Microsoft Viva und was muss ich bei der Einführung beachten?

SESSION 05
CLOUD LÖSUNGEN
Emanuele Parlato, Richard Mayr
Wie realisiert man Modern Work für Nicht-Büro-Jobs? Cloud-Lösungen für Frontline Workers!

SESSION 06
TEAMS VS SHAREPOINT
Marco Schmittnägel
Teams vs. SharePoint – wer gewinnt?

WOCHE 03

SESSION 07
DER NEUE CLOUD PC
Markus Digmayer, Stephan Peppersack
Was ist der neue Microsoft 365 Cloud PC? Und was sind die Unterschiede zum Windows Virtual Desktop?

SESSION 08
EINSTIEG IN DIE MICROSOFT AZURE CLOUD
Christian Dörner
Einstieg in die Microsoft Azure Cloud und was sollte ich als IT-Dienstleister beachten?

SESSION 09
VIRTUAL DESKTOP
Tom Simon
Was ist Windows Virtual Desktop bzw. Azure Virtual Desktop und was muss ich bei der Einführung beachten?



Naturliebhaber und MEKmedia
Geschäftsführer Matthias Moritz
(Foto: privat)



Matthias Moritz



DIE DIGITALEN WALDARBEITER

Smart TV und Smart Signage aus dem Sanatorium

Furth im Wald? Wo ist das? Im Bayerischen Wald? Und dort entstehen Smart TV Apps und Digital Signage Lösungen für Unternehmen wie Audi, BILD und sogar den Deutschen Bundestag? Ja! Möglich machen es eine gute Idee, die Azure Cloud und eine schnelle Internetanbindung.

Kurze Zeitreise zum 25. Dezember 2011, 9 Uhr morgens, in den idyllischen 10.000 Seelenort Furth im Wald. Matthias Moritz will eigentlich mit seiner Familie und einem schönen Frühstück entspannt in den ersten Weihnachtsfeiertag starten, da bekommt er von den Monitoring-Tools seiner Firma MEKmedia eine Warnmeldung: Traffic Peak. Alle Server tot. Nichts geht mehr. Die Smart TV Apps seiner Kunden wie zum Beispiel Audi sind nicht mehr erreichbar. Ein Horrorszenario – und gleichzeitig der Beweis: Das Produkt seines Start-ups fängt an zu fliegen.

Wir haben mit dem Gründer und Geschäftsführer des Telekom CSP² Zukunftspartners MEKmedia, Matthias Moritz, über sein Softwareunternehmen mitten im Bayerischen Wald gesprochen und ihn natürlich auch gefragt, wie es zu der sprunghaften Serverüberlastung vor gut zehn Jahren kam, was die Konsequenz daraus war und ob Audi trotzdem weiterhin zu den Kunden seiner Firma gehört.

Telekom Business: Eine Unternehmensgründung in Furth im Wald – da denkt man an Sägewerksbetrieb oder Mountainbikeverleih, aber nicht an die Entwicklung von Smart TV Apps und Digital Signage Lösungen. Wie kam es dazu?

Matthias Moritz: Die Antwort ist eigentlich ganz trivial: Ich bin hier aufgewachsen, liebe die Region und die Natur beginnt direkt vor der Haustür unseres Büros – einem umfunktionierten und modernisierten Lungensanatorium aus dem 19. Jahrhundert. Klar sind wir hier in der Region ein Exot, aber unser Erfolg und die geringe Mitarbeiterfluktuation zeigen, dass digitales Arbeiten und naturnahes Leben scheinbar sehr gut zusammenpassen. Tatsächlich haben wir aber auch noch eine Niederlassung in Inning am Ammersee, wo es ähnlich schön ist wie hier, wir aber ein bisschen näher an München und unseren Kunden sind, die ja vorrangig in den Metropolen sitzen. Martin Körner, mit dem ich zusammen MEKmedia gegründet habe, kümmert sich von Inning aus passenderweise auch um Marketing und Vertrieb, während wir uns hier in Furth im Wald vorrangig mit dem Thema Software-Entwicklung beschäftigen.

Das scheint sehr gut zusammenzupassen: Der erste MEKmedia Kunde war Audi – nicht schlecht für ein kleines Start-up aus dem Bayerischen Wald.

Tatsächlich ein Glücksfall. Eigentlich waren wir mit unserer Idee, das klassische TV-Programm durch zusätzliche nutzwertige Informationen zu erweitern, zu früh dran. Es gab weder Apps für Fernseher noch waren diese wirklich internetfähig. Microsoft schien unser Ansatz aber zu gefallen und sie nahmen uns in eine Tiefenförderung für Start-ups auf – und nicht nur das: Sie fragten uns, ob wir ein Widget – quasi der Vorgänger der heute bekannten TV-Apps – für Audi TV entwickeln wollen würden. Wollten wir. Und plötzlich war Audi eben Kunde von uns.

Bis Weihnachten 2011?

Das war tatsächlich ein Schock und wahrscheinlich das schlimmste Weihnachtsfest meines Lebens. Aber was war passiert: Smart TVs waren plötzlich massenmarktfähig. Gefühlt das halbe Land hat sich zum Weihnachtsfest einen smarten Fernseher geschenkt und der musste natürlich am nächsten Morgen ausprobiert werden.

Der Ansturm war einfach zu viel für unsere Server und gleichzeitig der Beleg dafür, dass Smart TV Apps jetzt den Durchbruch geschafft hatten.

Wir brauchten nur eine Lösung, wie wir solche Peaks künftig abfedern konnten und die hieß Azure Cloud. So mussten wir nicht eigene Serverkapazitäten aufbauen, die vielleicht nur wenige Tage im Jahr benötigt werden würden, sondern konnten die Kapazitäten je nach Bedarf hoch- und runterschrauben. Ein riesengroßer Vorteil für uns, den wir bis heute immer wieder nutzen – zum Beispiel, als ein großer Kunde von uns in diesem Jahr die FIFA Club-WM-Spiel mit dem FC Bayern München über seine Smart TV App übertragen wollte. Natürlich war da der Traffic planbar bedeutend größer als an einem „normalen“ Tag. Und ich kann Sie beruhigen: Unsere Ansprechpartner bei Audi hatten Verständnis für den Zwischenfall und halten uns bis heute die Treue.



Außergewöhnliches Büro: ein zu einem modernen Bürogebäude umgebautes altes Lungenanatorium am Ortsrand von Furth im Wald (Foto: MEKmedia)

Das freut uns und bringt uns zu dem zweiten wichtigen Produkt von MEKmedia: Digital Signage. Können Sie das etwas genauer erläutern?

Wir kommen vom Thema Fernsehen und sind damit im heimischen Wohnzimmer. Aber wo kann die Digitalisierung von Informationen auf einem großen Screen noch Mehrwerte schaffen? Zwei Beispiele sind die Kommunikation mit Mitarbeitern über ein „Digitales Infobrett“ oder im stationären Handel über sogenannte „Digitale Schaufenster“. Nehmen wir ein Produktionsunternehmen, das über mehrere Standorte hinweg modern informieren, Emotionen transportieren und mit guten Geschichten die Identifikation der Mitarbeitenden mit dem Unternehmen fördern möchte. Oder denken Sie an ein Fachgeschäft, in das die Kunden kommen und neben dem reinen Produktsortiment auch über emotionale Bewegtbilder begeistert werden. Große smarte Displays haben hier ein immenses Potenzial und sparen sogar Ressourcen für Infolyer oder Plakate.

MEHR UMSATZ AM POINT OF SALE

„Nach unserer Erfahrung gibt es im stationären Handel zahlreiche ungenutzte Flächen, die sehr effektiv zur Kundenkommunikation via Tablets, Displays oder großen Videowalls genutzt werden können“, erklärt Matthias Moritz. Seiner Meinung nach bieten Digital Signage Lösungen mehr Aufmerksamkeit für animierte Werbeinhalte, nutzen den Platz im Schaufenster effektiver aus und stellen einen komplett neuen Werbekanal dar, der nicht von Öffnungszeiten abhängig ist. Über das browserbasierte MEKmedia Admin Center lassen sich zentral alle Inhalte und Geräte verwalten. Bilder, Videos und andere Dateien können so schnell und unkompliziert hochgeladen und eigene Inhalte erstellt werden. Matthias Moritz: „Unser Service beinhaltet sowohl die Montage vor Ort als auch die Vorbereitung, Einrichtung und laufende Betreuung, Austausch und Wartung von Geräten der verwendeten Smart Signage-Lösung.“



Den Einsatz von Smart TV Apps kann man sich leicht vorstellen, da so gut wie jeder heutzutage einen Smart TV zu Hause im Wohnzimmer stehen hat. Interessanter dürften da die Anwendungsfälle von Digital Signage sein – zum Beispiel am Point of Sale oder in der internen Unternehmenskommunikation.

Einsatzbereiche von Digitalen Schaufenstern (Quelle: MEKmedia)



INTERVIEW

mit Matthias Moritz



Die smarten Lösungen von MEKmedia sind einerseits einzigartig und andererseits massenmarktfähig. Und das macht sie so interessant als Partner für die Deutsche Telekom und natürlich unsere Kunden. Matthias Moritz und sein Team haben ihr Know-how von Smart TV Apps über Jahre hin zu Smart Signage weiter ausgebaut und zählen heute zu den führenden Anbietern in beiden Bereichen. Diese Entwicklung kann man nur dann erfolgreich durchlaufen, wenn man erstens das notwendige Durchhaltevermögen mitbringt und zweitens natürlich über das notwendige Talent verfügt. Und beides ist bei MEKmedia der Fall. Das ist auch der Grund, warum die Zusammenarbeit allen Beteiligten große Freude bereitet. Wir ergänzen uns perfekt und ich bin mehr als froh darüber, Matthias Moritz und sein erstklassiges Team zu unseren langjährigen Partnern zählen zu dürfen. Ich freue mich sehr auf viele weitere erfolgreiche gemeinsame Projekte.

– Sebastian Fromme, Cloud Partner
Sales Manager Telekom

INTERNE KOMMUNIKATION AUF EINEM NEUEN LEVEL

Führungskräfte, Personalverantwortliche und die Geschäftsführung können von Digital Signage Lösungen in Unternehmen profitieren. Laut Matthias Moritz ermöglichen sie nicht nur ein emotionaleres Branding und die aufmerksamkeitsstarke Vermittlung von aktuellen Informationen. Die Kommunikation ist zudem in Echtzeit möglich, die Inhalte sind leicht zu aktualisieren und „Zettelwirtschaft“ mit Plakaten und Flyern wird vermieden. „Unsere Anwendung ist Hardware unabhängig und läuft auf einer Vielzahl von Geräten wie verschiedene Tablets, Displays oder große Videowalls. Auf Wunsch beliefern wir unsere Kunden aber auch mit unseren Komplettpaketen inklusive digitaler Displays in verschiedenen Formaten,“ erläutert Matthias Moritz.



Einsatzbereiche von Digitalen Infobrettern (Quelle: MEKmedia)

MEKmedia war einer der ersten Partner des Telekom CSP²-Programms. Was war der Grund für diese Entscheidung und wie bewerten Sie sie im Nachhinein?

Wir beziehen unsere Azure-Cloud-Kapazitäten tatsächlich schon seit ein paar Jahren über die Telekom und sind super zufrieden. Die Zusammenarbeit klappt einfach richtig gut. Punkt. Natürlich gibt es immer wieder mal problematische Themen, aber dann sind die Kolleginnen und Kollegen von der Telekom hinterher und helfen uns bei der Lösung. Wir fühlen uns gut aufgehoben und in der Konstellation Microsoft, Telekom und MEKmedia sehr wohl. Außerdem profitieren wir gerade beim Thema Digital Signage von dem enorm großen Kundenstamm der Deutschen Telekom im Mittelstand. Hier lassen sich sehr gut Synergien finden und gemeinsam optimale Lösungsansätze für die vielen verschiedenen Mittelständler

Das komplette Interview können Sie auf unserer CSP²-Website lesen.
Mehr über MEKmedia erfahren Sie unter www.mekmedia.com



CALL FOR PAPERS

Sie wären lieber mittendrin statt nur dabei? Dann halten Sie Ihren eigenen Vortrag im Rahmen der Telekom CSP² Inspiration Weeks!

Unsere CSP² Inspiration Weeks finden immer am Anfang des zweiten Quartals sowie im vierten Quartal des Jahres statt.

Sie möchten als Telekom-Partner selbst Teil der Inspiration Weeks werden und ein Webinar inhaltlich gestalten?

Wir freuen uns über Ihre Teilnahme und sind offen für Ihre Themenvorschläge. Kommen Sie gerne auf uns zu – Sie erreichen uns unter: reseller@telekom.de

WOCHE 04

SESSION 10
white duck
CLOUD NATIVE ENTWICKLUNG FÜR SOFTWAREHERSTELLER (ISVs) – WAS SIE BEACHTEN SOLLTEN!
Markus Sümichen Nico Meisenzahl

Markus Sümichen, Nico Meisenzahl

Cloud Native Entwicklung für Softwarehersteller (ISVs) – was Sie beachten sollten!

SESSION 11
Microsoft
MICROSOFT SECURITY
Matt Partl

Matt Partl

Microsoft Security – Zero Trust in hybriden und Multi Cloud Umgebungen

SESSION 12
pmOne
DEVOPS IN ACTION
Ashraf Ibrahim Dr. Stefan Balke

Ashraf Ibrahim, Dr. Stefan Balke

Microsoft Azure DevOps in Action

WOCHE 05

SESSION 13
pmOne
MODERN DATA WAREHOUSE
Michael Tenner Norman Hofer

Michael Tenner, Norman Hofer

Modern Data Warehouse mit Azure Synapse Analytics

SESSION 14
EVOLUTIONIZER
ENTERPRISE STRATEGY SUITE
Gaston Russi

Gaston Russi

SOLYP: #1 Enterprise Strategy Suite auf Basis von Microsoft Azure

SESSION 15
synalis
SOFTWARE FÜR START-UPS
Christine Ley Hendrik Brauweiler

Christine Ley, Hendrik Brauweiler

Software für Start-Ups! Microsoft Dynamics 365 Business Central

WOCHE 06

SESSION 16
T-Systems
GROWTH HACKING LINKEDIN PT1
Björn Radde

Björn Radde

Personal Branding by Growth Hacking LinkedIn – Teil 1

SESSION 17
T-Systems
GROWTH HACKING LINKEDIN PT2
Björn Radde

Björn Radde

Personal Branding by Growth Hacking LinkedIn – Teil 2

SESSION 18
THE DIGITALE
CORPORATE PAGES
Björn Köcher Nicolas Nöring

Björn Köcher, Nicolas Nöring

LinkedIn: Die Grenzen der Corporate Page und wie Sie sie überwinden



INSIDER-TIPPS MICROSOFT 365

Diese vier praktischen Tools & Angebote rund um das Thema Vertrieb von Microsoft 365 sind für Einsteiger und Profis nützlich:



Microsoft hat ein einfaches Online-Tool entwickelt, mit dem Sie entlang von sechs kurzen Fragen, [schnell den passenden Microsoft 365-Plan für Ihre Kunden finden](#) können.

Darüber hinaus stellt der Microsoft Modern Work Specialist [Aaron Dinnage](#) ein praktisches, monatlich aktualisiertes Online-Tool zum [Vergleich von Microsoft 365 Lizenzplänen](#) zur Verfügung.

INSIDER TIPPS

Und mit unserer [Telekom CSP² Sales Champ Business School](#) bieten wir Ihnen und Ihren Teams die Möglichkeit, sich in den Themenfeldern Cloud Solution Sales, Microsoft 365 Sales und LinkedIn Social Marketing & Selling online und kostenfrei weiterzubilden.

In unseren [Telekom CSP² Licensing Best Practice Friday Microsoft Teams Live-Events](#) stellen wir jeden Monat Grundlagen und Aktuelles rund um die Microsoft CSP-Lizensierung vor.



DIE ZUKUNFT DER CLOUD

SO VIEL POTENZIAL BIETET DAS INTERNET DER DINGE FÜR KUNDENSERVICE, LOGISTIK UND CO.

Unsere Welt ist vernetzt – und sie wird immer vernetzter. Das Internet der Dinge, auf Englisch Internet of Things (IoT), durchdringt das Privat- und Berufsleben von Jahr zu Jahr stärker. Der Umsatz im IoT-Markt wird 2021 etwa 1.138 Millionen Euro betragen, Smart-Home-Technologien bilden dabei das größte Segment.* Ob Sie die Kaffeemaschine einschalten, im Schlafzimmer die optimale Temperatur herstellen oder über Bewegungsmelder ungebetene Gäste verscheuchen möchten – heute lassen sich zahlreiche Abläufe des Alltags digitalisieren und automatisieren. So lässt sich der Wohnkomfort erhöhen, die Energienutzung verbessern und für mehr Sicherheit in den eigenen vier Wänden sorgen.

Doch auch am Arbeitsplatz hat das IoT längst eine Dauerkarte. Das Smart Office ist nicht nur in jungen Start-ups, sondern auch in Traditionsunternehmen angekommen:

- Vor allem während der Covid-19-Pandemie von Vorteil: Eine Überwachung und automatisierte Anpassung der Luftqualität im Büro – für gesunde und produktive Mitarbeitende
- Das Buchen und Verwalten von Meetingräumen und Shared Desks – gegebenenfalls mit Echtzeit-Ansicht der Belegung auf Basis von Infrarotsensoren
- Smarte Indoor-Navigationssysteme – damit sich sowohl Angestellte als auch Gäste nie wieder in unübersichtlichen Bürogebäuden verlaufen

Doch wie nutzen Betriebe das Internet of Things ganz konkret?

Das haben wir drei unserer Cloud Solution Partner gefragt:

TOP-GRÜNDE FÜR IOT-ANWENDUNG



42%
Cloud-Sicherheit

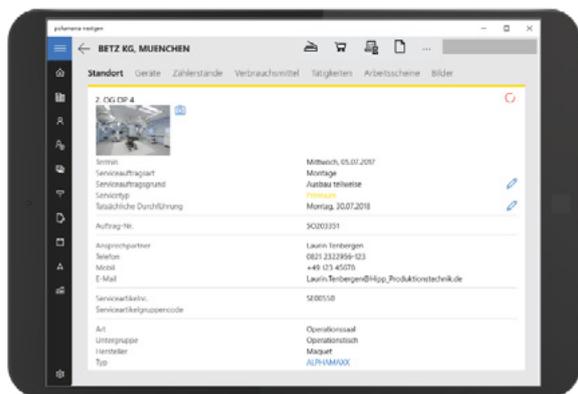


32%
Lieferketten-
Management



28%
Nachhaltigkeits-
zwecke

66 Prozent der IoT-Entscheider aus verschiedenen Branchen weltweit gaben in der IoT-Signals-Studie aus dem Oktober 2021 an, das Internet der Dinge in den kommenden Jahren vermehrt nutzen zu wollen.** Als wichtigster Einsatzzweck wurde dabei der Bereich Qualitätssicherung genannt.**



Die Kombination aus Service-App und IoT-Lösung macht das Angebot für Unternehmen besonders nutzbringend. Dabei ist die Service-App nicht nur modular erweiterbar, sondern auch cloudbasiert und offlinefähig. Letzteres ist wichtig, weil Service und Wartung oft an Orten mit geringer Netzabdeckung notwendig sind.

blue-zone AG:

MEHR UMSATZ DANK IOT UND CLOUD

Die blue-zone AG spezialisiert sich seit ihrer Gründung 2011 auf die Entwicklung digitaler Vertriebs- und Servicesysteme für Cloud & Mobile Computing und nutzt dabei die Möglichkeiten des Internets der Dinge.

Mit einer hauseigenen App ermöglicht sie zum Beispiel Unternehmen aus unterschiedlichen Branchen, dass der technische Außendienst seine Service-Tätigkeiten beim Kunden deutlich effizienter gestalten kann. Dank der polumana® Service-App stehen dem Service-Team mit einem Wisch alle technischen Objekte mit entsprechenden Aufträgen samt Detailinformationen zur Verfügung. Auch die Beleghistorie der letzten 24 Monate ist einsehbar.

Auf Basis von IoT und künstlicher Intelligenz realisiert blue-zone zudem cloud-basierte IoT-Lösungen für eine besonders kosten- und leistungseffiziente vorausschauende Wartung (Predictive Maintenance) – zum Beispiel, indem Sensoren Zustandsdaten eines Geräts erfassen und zu Aktionen führen.

* Statista 2021: Technology Markets – Internet der Dinge

** Microsoft 2021: IoT Signals

pmOne Group und fischertechnik: **IOT ZUM ANFASSEN**

fischertechnik – ein Name, den viele mit schönsten Kindheitserinnerungen verbinden. Doch auch für Erwachsene bietet das Spielzeug der Unternehmensgruppe Fischer riesiges Potenzial, wie die pmOne Group beweist: Der Digitalisierungsspezialist aus München macht es als IoT-Testumgebung nutzbar. Auf einer Fläche von rund einem Quadratmeter lassen sich in diesem Testbed Digitalisierungsaktivitäten ausprobieren, etwa aktuelle Technologien im Bereich Industrial IoT und Edge Computing. Andere Use Cases umfassen das Lernen und Begreifen komplexer Industrie-4.0-Anwendungen in Berufsschule und Ausbildung sowie den Abbau von Berührungängsten in Hinblick auf IoT-Applikationen im Kundendialog. Die Lernfabrik enthält verschiedene Arbeitsschritte und -stationen, wie sie auch in Produktionsstätten vorkommen: An- und Ablieferung, Sortierung mit Farberkennung, Hochregallager und viele mehr.



pmOne verknüpfte die Lernfabrik mit der Microsoft Azure Cloud und baute darauf eine klassische Lambda-Architektur mit drei Layern auf. Die Sensordaten der Lernfabrik werden über einen IoT-Hub in die Cloud gesendet und in einem skalierbaren Cloudspeicher historisiert, was auch erste Data-Science- und AI-Projekte ermöglicht, etwa eine Anomaliedetektion. „Mit der fischertechnik Lernfabrik decken wir gleich mehrere Ziele ab: Wir forschen an neuen Produktfeldern, zeigen Kunden, was mit unserer Software möglich ist, und erweitern gleichzeitig unsere eigenen Produktkenntnisse“, so Dr. Stefan Balke, Team-Lead Data Science bei der pmOne Group.

prodot GmbH und Kienzle Automotive:

MEHR SICHERHEIT UND EFFIZIENZ FÜR FAHRZEUGFLOTTEN

Als Entwickler anspruchsvoller Softwarelösungen wurde prodot vom Mülheimer Traditionsunternehmen Kienzle Automotive damit beauftragt, ein hochverfügbares, modulares Telematik-Portal in der Cloud zu konzeptionieren. Ziel war es, Fahrzeugflotten durch Mehrwertdienste zu analysieren, steuern und zu optimieren.

Die fertige Plattform ist dank einer Microsoft Azure-Basis ausfallsicher und in der Lage, Daten aus Telematiksystemen wie MiX Telematics oder Continental VDO automatisiert zu sammeln und in Echtzeit auszuwerten. Das Portal kann verschiedene Use Cases abbilden, um Fahrzeugdaten in Echtzeit auszuwerten. „Wir freuen uns ein europaweit führendes System zur Gefahrgutüberwachung entwickelt zu haben, das von Branchenführern wie Air Liquide, Praxair, Nippon Gases oder Messer eingesetzt wird“, so Pascal Kremmers, Managing Director bei der prodot GmbH.

Aber auch bei der Optimierung des Fahrverhaltens aus Gründen des Klimaschutzes und der Wirtschaftlichkeit hilft das Telematik-Portal: „Kienzle Driver Scoring“ trägt als Bewertungssystem zur Reduzierung des Kraftstoffverbrauchs bei. Es basiert auf einem Kennzahlensystem, das individuell für die einzelnen Mandanten abgebildet wird. Über die Driver Scoring App erhalten Fahrerinnen und Fahrer Einblick in ihr persönliches Ranking – und damit die Möglichkeit, ihr Fahrverhalten aktiv anzupassen.





INTERVIEW

mit André Beyer

André Beyer ist Manager im Bereich IT-Portfolio für Geschäftskunden bei der Telekom. Mit uns hat er über das Thema gesprochen, welches IoT-Fans zurzeit am meisten fasziniert: Robotics und deren vielfältiges Einsatzpotenzial.

Telekom Business: Herr Beyer, wie hängen Robotics mit dem Internet of Things zusammen?

André Beyer: Beim Thema Robotics muss man zunächst unterscheiden, welche Arten von Robotern es gibt. Klassischerweise kennt man Roboter aus Fabriken – beispielsweise in Form von mechanischen Armen. Was sich dann in den letzten paar Jahren durchgesetzt hat, sind Automated Guided Vehicles (AGVs), die auf Basis einer vorgegebenen Streckenführung Pakete, Produktionsmaterialien oder Ähnliches von A nach B transportieren. Deren Besonderheit ist, dass sie alternativ ans Ziel kommen, wenn sich ihnen etwas in den Weg stellt.

Foto: Boston Dynamics



Was ganz aktuell immer stärker wächst – und möglich machen das erst die großen Fortschritte bei den Cloud-Diensten –, sind autonome, mobile Roboter. Der bekannteste ist sicherlich "SPOT" von Boston Dynamics. Er bewegt sich komplett eigenständig, indem er sich mithilfe von Kartenmaterial, eingebauten Kameras oder über GPS orientiert. Ich kann ihn quasi als maschinellen Mitarbeiter nutzen und ihm eine Mission geben: Mach doch mal eine Inspektion in meiner Fabrikationshalle! Dann läuft er selbstständig los, erfüllt seinen Auftrag und kommt auch damit klar, wenn er auf Hindernisse trifft.

Was heißt das konkret?

Wenn eine Person vor ihm steht, läuft SPOT um diese herum. Wenn ihm eine Palette den Weg versperrt, sucht er sich eine andere Route. Sogar Treppen steigen und Türen öffnen kann er.

Welche Use Cases gibt es für SPOT?

Diese Art von Robotern wird primär auf Firmengeländen genutzt, zum Beispiel für die Inspektion. Das ist besonders von Vorteil bei abgelegenen oder gefährlichen Gebieten – man denke etwa an ein Umspannwerk. Man müsste den Strom im Bereich der Umspannung bei einer Inspektion abschalten, um menschliche Arbeitende keiner Gefahr auszusetzen. Der Roboter darf dagegen einfach reinspazieren – man spart sich also eine Betriebsunterbrechung. Die Aufgaben können je nach Ausstattung sehr vielfältig sein. So kann SPOT unter anderem Fotos und Videos aufnehmen, Daten via Wärmebildkamera liefern, mit verschiedenen Sensoren Gas- oder CO₂-Lecks erkennen oder millimetergenau Räume vermessen.

Ein weiterer Bereich, in dem SPOT gern eingesetzt wird, ist die Überwachung von Betriebsgeländen und Baustellen. Das erledigt das Gerät zuverlässiger als jeder Mensch.

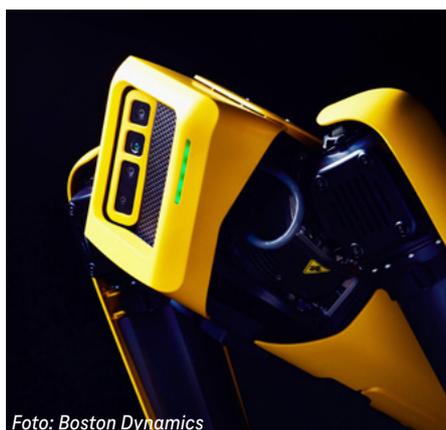


Foto: Boston Dynamics



Foto: Boston Dynamics

So sind Inspektions- beziehungsweise Security-Tätigkeiten von einer hohen Mitarbeitenden-Fluktuation betroffen und es müssen alle paar Wochen neue Personen angeleitet werden. Damit ich also zuverlässig Kontrollgänge um drei Uhr nachts auf meinem Betriebsgelände durchführen lassen kann, engagiere ich einen Roboter. Der arbeitet stets in gleicher Qualität – und ihn stört diese „unmenschliche“ Zeit nicht.

Welche Unternehmen nutzen SPOT bereits?

Die ECE Group, beispielsweise. Sie managt unter anderem 120 Parkhausobjekte und -anlagen in ganz Europa. Das ist natürlich wahnsinnig viel Fläche, die regelmäßig inspiziert werden muss, um in Sachen Instandhaltung immer up to date zu sein. ECE nutzt SPOT dazu, um schnell festzustellen, ob es Schäden in den Parkhäusern gibt – ist der Asphalt rissig, tritt irgendwo Wasser aus und so weiter. In Zukunft wird SPOT auch in der Lage sein, die Art des Schadens und die Kosten für die Reparatur abzuschätzen.

Auch der Automobilzulieferer Phoenix Contact setzt die Geräte im Bereich des Gebäudemangements ein. Hier erhebt SPOT Daten, indem er die analogen Anzeigen technischer Apparaturen abliest. Feuerlöscher zum Beispiel haben nur eine begrenzte Lebensdauer, die müssen regelmäßig ausgetauscht werden. SPOT scannt und vermerkt das Verfallsdatum, sodass punktgenau Ersatz bereitgestellt werden kann.



ÜBER DEN WOLKEN

Die (fast) grenzenlose Freiheit der Cloud

Eine Ente als Logo und die Wolke als Arbeitsgebiet – white duck ist kein normales Softwareunternehmen. Wollen sie auch nicht sein. Was sie dagegen wollen: schnell und technisch immer ganz vorn dabei sein – auch wenn es dafür mal nötig ist, auf einen Berg zu steigen und kurz innezuhalten.

Das vergleichende Bild der (technischen) Cloud mit der (realen) Wolke wurde schon oft bemüht – selten hat es jedoch so gepasst, wie bei dem Rosenheimer Softwareunternehmen white duck. Firmengründer und Geschäftsführer Markus Sümmchen hat sich mit seinem Team vor gut zehn Jahren auf cloudbasierte Softwareentwicklung und entsprechende Beratungsdienstleistungen spezialisiert.

Die Cloud bestimmt seinen Geschäftsalltag, der dank immer neuer technischer Entwicklungen sehr schnell und herausfordernd ist. Als mentalen Ausgleich sucht er immer wieder die Ruhe und Beständigkeit der Natur – bei Inversionswetterlage kann es auch mal eine spontane Bergtour sein, die mit deutlich wärmeren Temperaturen und einem entspannten Blick auf die im Tal gefangenen Wolken belohnt. „Wir arbeiten in der Cloud und unsere Projekte finden in der Cloud statt. Das gibt uns die Freiheit, zu arbeiten wo – und in gewisser Weise auch wann – wir wollen. Ich nutze das neben besagten Bergtouren zum Beispiel auch, um meine Söhne bei ihren internationalen Segelwettbewerben zu unterstützen.“

Andere unserer Teammitglieder nutzen frischen Neuschnee für spontane Freeride-Abfahrten, sonnige Tage für eine Mountainbike-Tour oder sogar den ganzen Sommer für Remote arbeiten bei der Familie im Ausland“, erklärt Markus Sümmchen. Wichtig sei natürlich nur, dass das Ergebnis stimmt und der Kunde zufrieden ist.

Diese Work-Life-Balance Rechnung scheint für white duck aufzugehen – das oberbayerische Unternehmen hat sich deutschlandweit als Azure Cloud Experte bereits einen Namen gemacht. Wie genau, das haben wir den Telekom CSP²-Partner direkt gefragt.



Markus Sümmchen



Telekom Business: Tut uns leid, es geht nicht anders, aber wir müssen als erstes die Frage nach dem Namen stellen: Wie seid Ihr auf white duck gekommen?

Markus Sümmchen: Also ganz ehrlich, sich einen knackigen Firmennamen ausdenken zu müssen, wenn man gründet, ist ja eine riesige Katastrophe. Generell sind wir so rangegangen: Wir sind eine Techie-„Bude“ und konzentrieren uns auf neue Techniken, Softwareentwicklung, Cloud Native – all den hippen Stuff. Insofern hatten wir nicht die Anforderung, dass wir einen extrem seriösen Namen brauchen. In der Softwarebranche kommen ja schon viele Tiere bei Produktbezeichnungen vor: das Betriebssystem Mountain Leopard bei Apple, der Linux-Pinguin oder der Elefant im PostgreSQL Logo. Wir dachten, dass eine Ente sehr gut zu uns passt: ein kleines, cleveres Tierchen, das immer ein bisschen unterschätzt wird. Das Weiß kommt von White Labeling, da wir in der Anfangsphase der Firma vor allem für andere Softwarehersteller Produkte gebaut haben. Begleitet wurde der Namensfindungsprozess von zwei Flaschen Rotwein. Und ich muss sagen: Es hat sich gelohnt. Das Entenlogo trägt uns sehr stark durch die Tech-Communities und hat einen hohen Wiedererkennungswert.

INTERVIEW

mit Markus Sümmechen

Das kann man wohl sagen. Nächstes Jahr feiert white duck zehnjähriges Firmenjubiläum. Was ist heute anders als früher?

Wir sind ja als eine Art Spin-off von einem anderen Softwarehersteller gestartet und hatten das Glück, mit einem Großprojekt beginnen zu können. Ich durfte also mit einem Teil meines alten Entwicklungsteams so ziemlich nahtlos weiterarbeiten und das auch noch auf der grünen Wiese. Das war damals eine optimale Situation für uns. Die gesamten Prozesse und Strukturen der Firma sind erst so nach und nach entstanden, weil wir eben zu Beginn zu 100 Prozent ausgelastet waren mit diesem einen Projekt – das Unternehmerische zu dem Zeitpunkt also untergeordnet war. Nach ein paar Jahren haben wir dann gesagt, dass wir uns jetzt mal langsam breiter aufstellen müssen. Unsere Idee war es, unser Wissen aus dem Bereich Azure und Kubernetes – also Cloud Native – in ein Beratungs- und Dienstleistungsportfolio umwandeln und anbieten zu können. Das war dann sicherlich noch mal wie eine zweite Gründung und unser Weg in ein professionelles Unternehmen. Heute haben wir einen Reifegrad erreicht, wo Dinge von innen heraus einfach funktionieren und die Idee unserer Firma weitergetragen wird, ohne dass ich überall dabei sein muss. Außerdem haben wir in unserer Unternehmensphilosophie festgeschrieben, dass wir nicht stehen bleiben, sondern permanent neue Techniken für unsere Kunden adaptieren und uns so von unseren Marktbegleitern unterscheiden wollen.



Wahrscheinlich haben vor allem die größeren Softwareunternehmen diesen Anspruch, oder?

Wahrscheinlich, aber als eher kleinerer Dienstleister haben wir einen ganz großen Vorteil: Speed. Wir müssen nicht riesige Prozesse in Bewegung setzen oder langwierige Überzeugungsarbeit leisten, um neue Dinge tun zu können. Wir können das in einem ganz kleinen Kreis ganz schnell beschließen und picken uns dann ein Projekt raus, an dem wir das erproben. Und danach gibt es vielleicht schon ein neues Standardpaket von uns. Wir sind da also sehr schnell im Go-to-Market-Bereich. Wenn wir also unseren Anspruch, technologisch ganz vorn dabei zu sein, und unsere Schnelligkeit zusammennehmen, dann können wir glaube ich guten Gewissens behaupten, gegenüber den Großen immer zwei, drei Jahre voraus zu sein.



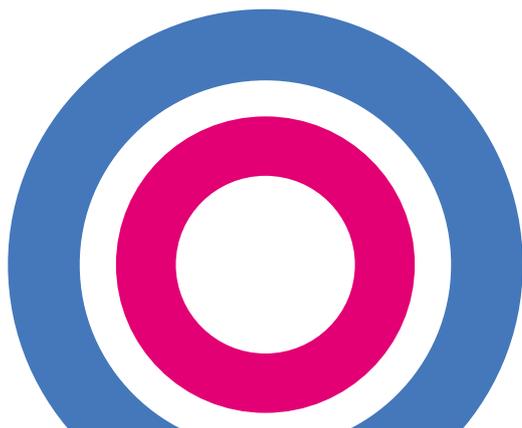
Erfolgreiche Partnerschaften fußen immer darauf, dass beide Seiten einen klaren Nutzen daraus ziehen. Aber genauso wichtig ist es, dass auch die menschliche Komponente passt. Bei unserer Partnerschaft mit white duck stimmt das Gesamtpaket. Die white ducks sind einfach eine coole Truppe, mit der es sich hervorragend zusammenarbeiten lässt. Gleichzeitig zählen Markus Sümmechen und sein Team definitiv zu den besten Cloud-Native- und Microsoft-Azure-Spezialisten in Deutschland. In Kombination mit unserer Marken- und Vertriebs-Power wird daraus ein unschlagbares Team!

– Dirk Heidemann,
Telekom GK Partnermanagement

Können Sie gemeinsam mit uns auch noch einen kurzen Blick in die Zukunft von white duck werfen?

Uns ist ganz wichtig, dass wir weiterhin ein hochspezialisiertes Expertenhaus bleiben und unsere Kunden auf einem ganz hohen Niveau beraten und betreuen können. Entsprechend ist der Qualitäts- und der Know-how-Anspruch an unsere Leute wichtiger, als schnell zu

wachsen. Gleichzeitig merken wir, dass der Markt ganz stark Managed Services gerade im Operationsbereich nachfragt. Wir haben jetzt viele Jahre Cloud-Anwendungen, SaaS-Lösungen, IoT-Anwendungen, Mobile Backends etc. gebaut – sprich alles, was Unternehmen benötigen, um ihre individuellen Prozesse abzubilden. Das will jetzt natürlich aber auch betrieben, gewartet oder ausgebaut werden. Zudem sehen wir bei Industrieunternehmen aller Branchen und Größen Prozesslücken in den Cloud-Plattformen. Diese versuchen wir über eigene Tools zu schließen und neben der Beratungssäule auch eine Produkssäule im Unternehmen aufzubauen.



INTERVIEW

mit Markus Sümmchen



Ihr seid Microsoft Gold Partner in den Kompetenzfeldern Cloud Plattform und DevOps, aber auch Telekom Partner.

Stimmt. Vor ungefähr fünf Jahren haben wir uns vor dem Hintergrund drohender Handelskriege – befeuert insbesondere durch die Trump-Administration – nach einer Fallback-Lösung umgeschaut. Also sind wir an die Deutsche Telekom herangetreten, die große deutsche Marke in Deutschland oder Europa, um uns mit dem Thema Open Telekom Cloud intensiver auseinandersetzen zu können. Erst später haben wir über Microsoft Dirk Heidemann und das Cloud Solution Partner Programm kennengelernt. Dirk ist ein super sympathischer Typ und was er da in den Social-Media-Kanälen tut, ist wirklich sehr gut. Wir hatten das Gefühl: Da ist einer, der denkt das Partnering neu und unserer Meinung nach auch modern. Also haben wir ein entsprechendes Azure Reselling Agreement mit der Telekom gemacht, bei dem die Telekom unser CSP-Distributor ist. Aktuell haben wir einen großen Kunden über die Telekom laufen, wo wir Azure-Ressourcen bei der Telekom einkaufen und an unseren Kunden weiterverkaufen. Und jetzt versuchen wir das breiter aufzustellen und zwar mit unseren Themen Cloud-Native-Entwicklung, App Modernization und DevOps für die Azure Cloud. Mit diesen sehr stark zugespitzten Themen versuchen wir, im Telekom-Kanal gemeinsam mit der Telekom Kunden zu gewinnen und glücklich zu machen.

Es ist offensichtlich, dass Ihr an die Partnerschaft glaubt und viele Möglichkeiten nutzt, die das Programm Euch bietet.

Tatsächlich, wir sind jetzt schon zum zweiten Mal mit einem Webinar bei den Inspiration Weeks dabei – einer sehr schönen Plattform, die Dirk Heidemann mit seinem Team anbietet. Das gab es vorher nicht. Außerdem steuern wir einmal pro Monat Input für die Azure News auf dem CSP²-Blog bei. Und in Q1/2022 planen wir bereits – ohne dass ich da jetzt zu viel verraten will – einen gemeinsamen Azure Hands-on-Workshop gemeinsam mit der Telekom. Genau das ist auch unsere Vorstellung von Partnering: Man spielt sich Ideen hin und her, geht zusammen raus und beackert gemeinsam den Markt. Dabei sind wir der Spezialist und die Telekom bietet die große Bühne.

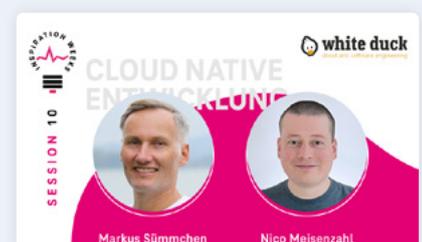
Manche sagen, die Coronapandemie hat in zwei Jahren mehr für die Digitalisierung Deutschlands getan, als die Politik in einem ganzen Jahrzehnt. Wie sehen Sie das Thema Digitalisierung in Deutschland?

Also ich glaube an die deutschen Ingenieurstudenten. Wenn man sich anschaut, wer da alles grad in die Cloud geht und wie der deutsche Mittelstand jetzt Gas gibt, dann bin ich absolut positiv gestimmt, dass wir die verlorenen Meter bald aufholen. Corona hat aber tatsächlich einen Schub gebracht, das spüren wir auch. Es ist noch viel zu tun, aber es beginnt auch ein starker Run in Richtung Digitalisierung: Angefangen bei der Nutzung von Cloud-Technik über Modern Workplaces bis hin zu modernen Denkweisen in Richtung Entwicklungsprozesse – Stichwort DevOps, agiles Projektmanagement etc. Sorgen bereitet mir eher, wo Europa in puncto Cloud Hosting und Cloud-Infrastrukturen steht. Microsoft, Amazon und Co. haben da in den letzten zehn, zwölf Jahren wahnsinnig viel Infrastruktur geschaffen. Das aufzuholen dürfte schwierig werden. Dann schon eher Spezial-Clouds zum Beispiel im Bereich Automotive. Auch beim Thema KI liegt die Grundlage, die Daten, vorrangig in den USA und in China. Es wird keine deutsche, sondern eine europäische Aufgabe sein, für die nötigen Regularien zu sorgen, die unsere Daten wirklich schützen. Dabei meine ich jetzt nicht nur den persönlichen Datenschutz, sondern auch die Daten, die die ganzen Unternehmen generieren. Die Nutzung der Daten kann und soll aus unserer Sicht ja auf einer Azure-Plattform erfolgen, aber die Daten dürfen nicht abwandern. Ich glaube, das ist ganz, ganz wichtig. Hier tut Microsoft bereits enorm viel, mein Wunsch wäre aber, dass auch politisch auf beiden Seiten des Ozeans mehr für nachhaltigen Datenschutz und nachhaltige Datensicherheit gesorgt wird.

Das komplette Interview können Sie auf unserer CSP²-Website lesen. Mehr über white duck erfahren Sie unter www.whiteduck.de.

TIPP

Markus Sümmchen und sein Kollege Nico Meisenzahl, Senior Cloud & DevOps Consultant white duck und Microsoft Cloud & Data Management MVP, geben im Rahmen eines Webinars Softwareherstellern (ISV) einen Überblick zu moderner Cloud Native Softwareentwicklung. Klicken Sie auf das Bild, um sich die Aufzeichnung anschauen zu können.





INSIDER-TIPPS MICROSOFT AZURE

Diese sechs praktischen Tools & Angebote rund um das Thema Vertrieb von Microsoft Azure sind für Einsteiger und Profis nützlich:



Das [Azure Latency Test Tool](#) führt einen Latenztest von Ihrem IP-Standort zu Azure-Rechenzentren auf der ganzen Welt aus.

Das [Azure Charts Tool](#) ist ein visueller Live-Leitfaden zur Azure Cloud und zum Ökosystem.

Mit der [Azure Virtual Data Center Tour](#) gewinnen Sie und Ihre Kunden einen Eindruck der Microsoft Rechenzentren.

Sollte Ihre Organisation oder Ihr Kunde rechtliche oder gesetzliche Standards einhalten müssen, finden Sie in der [Dokumentation zur Azure-Compliance](#) alle relevanten Zertifizierungen.

Mit dem [Azure Preisrechner](#) können Sie die Kosten für Azure-Produkte vorab schätzen.

Und mit dem [Azure Gesamtkostenrechner \(TCO-Rechner\)](#) können Sie berechnen, wie viel Geld Sie sparen können, indem Sie Workloads zu Azure migrieren.

INSIDER TIPPS



KOMMUNIKATION UND KOLLABORATION

– so vermarkten Sie als Telekom-Partner
Microsoft Teams Telefonie

Produktivitäts-Schub durch Homeoffice



63%

Seit der Anteil der Remote-Arbeitenden zugenommen hat, berichtet die Mehrheit der von Capgemini befragten Unternehmen (63 Prozent) von einer Zunahme der Produktivität. Weitere 16 Prozent haben zumindest keine Änderungen bemerkt.

Ein kurzer Plausch über den neuen Logistik-Dienstleister in der Kaffeeküche, intensive Brainstorming-Sessions mit viel Kaffee am Montagmorgen und eingespielte Workflows im Großraumbüro – all das fiel im Frühjahr 2020 schlagartig weg.

Die Covid-19-Pandemie zwang Personal auf der ganzen Welt, von heute auf morgen vom heimischen Schreibtisch aus zu arbeiten. Und veränderte so jäh und dauerhaft die Art und Weise, wie wir im beruflichen Alltag miteinander kommunizieren. Für viele war das zunächst ein echter Kulturschock, waren sie doch seit Jahr(zehnt)en nur mit der Arbeit im Office vertraut. Doch als die anfänglichen Startschwierigkeiten überwunden waren, zeigten sich die ersten Erfolge: Mitarbeitende lobten die verbesserte Work-Life-Balance, im Bereich Sales konnten Betriebe ihre Umsätze dank effizienter Online-Produktpräsentationen sogar erhöhen und Unternehmen verzeichneten insgesamt eine gesteigerte Produktivität.

„Die Pandemie, wie wir sie alle erlebt haben, war der Treiber für eine neue, digitale Zusammenarbeit der Zukunft. Und das, was jetzt da ist, wird auch bleiben“, so Markus Jörgner in seinem Vortrag zum Telekom Partnertag 2021. Die Zahlen geben ihm recht: 75 Prozent der Unternehmen rechnen damit, dass 30 Prozent oder mehr ihrer Angestellten auch in Zukunft aus der Ferne arbeiten werden.

Das birgt allerdings auch neue Herausforderungen: Arbeitgeber müssen ihren Angestellten heute einen Arbeitsplatz bieten, der sich flexibel auf das Arbeiten aus dem Homeoffice heraus einstellt, wenn das gewünscht ist. Hybride Arbeitsplatzmodelle sind der Trend der Stunde. Wer sich nicht darauf einstellt, könnte schon in wenigen Jahren um qualifizierte Mitarbeitende kämpfen, die lieber bei der Konkurrenz anheuern.

REIBUNGSLOSE ZUSAMMENARBEIT VON EGAL WO: MICROSOFT TEAMS MACHT'S MÖGLICH

Auch wenn die meisten Unternehmen mittlerweile wahre Experten in Sachen digitaler Zusammenarbeit sind: Kollaboration und Kommunikation greifen oftmals noch nicht optimal ineinander. Da nimmt die Geschäftsführerin dienstliche Anrufe mit dem privaten Handy entgegen, der Head of Sales sendet Instant Messages statt über den Firmenchat lieber über WhatsApp und von den DevOps Engineers werden vier verschiedene Clients für die virtuellen Meetings genutzt. Sicher und datenschutzgerecht ist das nicht. Außerdem erhöht jeder Medienbruch die Gefahr der Informationsverfälschung. Und nicht zuletzt nagt das ständige Wechseln zwischen den genutzten Tools an der Produktivität.

Microsoft Teams setzt genau hier an und bietet Ihnen als Telekom-Partner ein Komplettpaket für den kanalübergreifenden Austausch, dass Ihre Kunden fit für die rundum vernetzte Zukunft macht: Chats, Meetings, gemeinsames Dokumenten-Management

sowie interne Telefongespräche mit Kolleginnen und Kollegen sind in Microsoft Teams bereits enthalten. Die Erweiterung Teams Telefonie als Kombinationsangebot von Microsoft und der Telekom macht zusätzlich Anrufe in das öffentliche Fest- und Mobilfunknetz möglich. Außerdem bietet sie hilfreiche Funktionen wie automatische Telefonzentralen und einen cloudbasierten Anrufbeantworter.

Die Vorteile von Microsoft Teams für die reibungslose Zusammenarbeit über Office-, Stadt- und Mediengrenzen hinweg erkannten Firmen weltweit zum Start des Remote-Working-Trends: während Microsoft Teams Ende April 2020 noch rund 75 Millionen täglich aktive User zählte, waren es Ende Oktober 2020 bereits über 115 Millionen und im April 2021 mehr als 145 Millionen. Die aktuellste Zahl aus dem Hause Microsoft beeindruckt erneut: 250 Millionen Teams-Nutzer pro Monat – ein Meilenstein für das Unternehmen aus Redmont, Washington.

Microsoft-Teams-
Nutzer pro Monat



April 2020

75
MIO

Oktober 2020

115
MIO

April 2021

145
MIO

Oktober 2021

250
MIO



GESPRÄCHE PER TELEFON – AUCH HEUTE UNVERZICHTBAR

Dass Microsoft auch die Telefonie nahtlos in Microsoft Teams integriert, ist kein Zufall: Trotz Videocall, Chat und Co. lassen sich auch heute noch viele Dinge kaum schneller klären als in einem kurzen Telefonat. Vollständig darauf verzichten kann deshalb kein Unternehmen.

Teams Telefonie denkt das Prinzip Telefonate dabei konsequent weiter: Es verwandelt die Telefonanlage des Betriebs in eine cloudbasierte VoIP-Telefonanlage und sorgt so dafür, dass sie aus Microsoft Teams heraus genutzt werden kann.

Heißt konkret: Anrufen und angerufen werden klappt nun in Teams, Outlook oder vom Mobilgerät aus. Auf diese Weise laufen Kommunikation und Kollaboration im Unternehmen über eine Plattform.

Wir freuen uns sehr, dass wir als Partner von Microsoft ermöglichen können, Ihre Kunden mit dem Besten aus beiden Welten zu versorgen – mit Kollaborationstools von Microsoft und bewährter Kommunikation über die Telekom.

DIE VORTEILE VON MICROSOFT TEAMS TELEFONIE FÜR UNTERNEHMEN



SO BIETEN SIE TEAMS TELEFONIE UND OPERATOR CONNECT ALS PARTNER DER TELEKOM AN

Es gibt drei Möglichkeiten, die optimal austarierte Symbiose aus Kommunikation (Telefonanschluss und die Telefonie-Infrastruktur der Telekom) und Kollaboration (Microsoft Teams als Bestandteil von Microsoft 365 bzw. Office 365) anzubieten. Basis ist dabei immer der Tarif CompanyFlex mit SIP-Trunk.

- 1 Über einen Hardware Session Border Controller (SBC), der on-premises installiert und mit den entsprechenden Lizenzen und der notwendigen Referenzkonfiguration ausgestattet wird.
- 2 Über einen virtuellen SBC, der individuell pro Mitarbeiterin oder Mitarbeiter geschaltet wird.
- 3 Über einen virtuellen, multimandantenfähigen SBC: dieser wird in den Rechenzentren der Telekom verwaltet – als CSP² Partner können Sie diese Umgebung wiederum in Ihrem eigenen Endkundenprojekt einbringen.



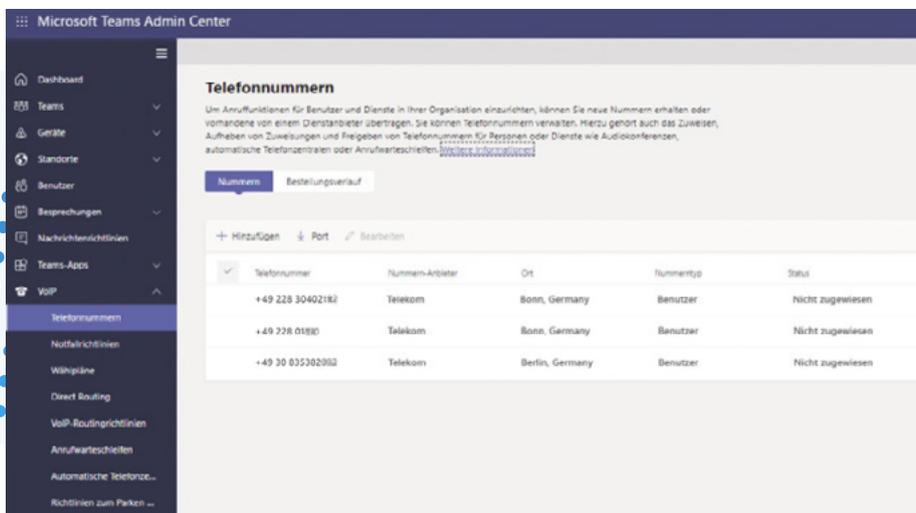
Es existieren zwei Modelle, um die Leistungen der Telekom mit den Tools von Microsoft zu verknüpfen:

Direct Routing Carrier:

Die Buchung erfolgt hier im Self-Service über das Business Service Portal (BSP). Sie müssen keine Service-Einheiten der Telekom in Anspruch nehmen, die Telekom benötigt aber einen Admin-Account. Die notwendigen Microsoft-Lizenzen (CSP oder EA) können entweder über die Telekom oder durch andere Dienstleister zur Verfügung gestellt werden.

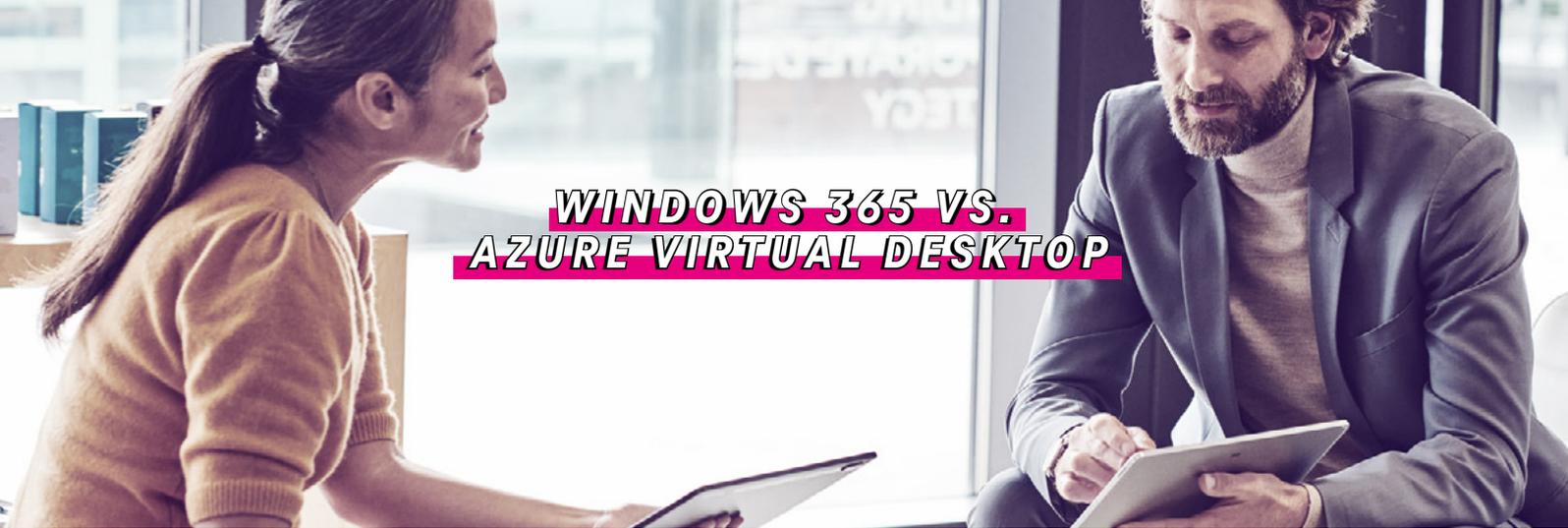
Operator Connect:

Die Telekom ist als Microsoft-Partner in Deutschland Teil des Operator-Connect-Programms, welches es Administratorinnen und Administratoren in Unternehmen ermöglicht, Telefonieleistungen direkt im Microsoft Teams Admin Center zu managen. Beispielsweise werden Rufnummern aus einem Kontingent einfach den Endnutzerinnen und -nutzern zugewiesen, wenn sie diese brauchen – und wieder entfernt, sobald sie nicht mehr benötigt werden. Auch bei diesem Modell können die notwendigen Microsoft-Lizenzen über die Telekom oder andere Dienstleister zur Verfügung gestellt werden, die Telekom benötigt aber keinen Admin-Account.



BIETEN SIE IHREN KUNDEN MEHR SERVICE – MIT MICROSOFT TEAMS TELEFONIE

Remote Work wird Teil unserer Berufswelt bleiben, daran besteht kein Zweifel. Damit die Arbeit im Team auch dann effektiv und für alle Beteiligten zufriedenstellend verläuft, wenn Mitarbeitende an unterschiedlichen Orten sitzen, müssen Betriebe eine starke technologische Infrastruktur etablieren. Die beste Basis dafür: Microsoft Teams Telefonie. Bieten Sie Ihren Kunden das Komplettpaket für Kommunikation und Kollaboration – für ein optimal vernetztes Miteinander.



WINDOWS 365 VS. AZURE VIRTUAL DESKTOP

Virtuelle Desktops waren einer der Schlüssel in den letzten 20 Monaten, um die Belegschaft von Unternehmen jeder Größe auch im Homeoffice arbeitsfähig zu halten. Primäres Ziel der verschiedenen Virtual Desktop-Angebote ist es, eine sichere und performante Arbeitsumgebung zur Verfügung zu stellen, auf die von überall aus zugegriffen werden kann. Sie bringen aber auch weitere Vorteile mit sich, zu denen unter anderem schnelle Einrichtung und Konfiguration, transparente Kosten sowie eine hohe Sicherheit und Compliance gehören.

Mit Azure Virtual Desktop und Windows 365 bietet Microsoft gleich zwei Lösungen für die Bereitstellung virtueller Desktop-Umgebungen, die sich auf den ersten Blick sehr ähneln, sich aber auch in wesentlichen Punkten unterscheiden. Erfahren Sie im Folgenden, was die beiden Angebote ausmacht, welche Vorteile sie mit sich bringen und wie Sie als Cloud Solution Partner die ideale Lösung für Ihre Kunden auswählen.

WINDOWS 365

Windows 365, von Microsoft auch als weltweit erster Cloud-PC bezeichnet, verbindet die Skalierbarkeit der Cloud mit der vertrauten Umgebung eines PCs. Bei dem in zwei Editionen (Business und Enterprise) verfügbaren Virtual Desktop-Angebot handelt es sich im Grunde um eine Software-as-a-Service-Lösung, mit der sich eine personalisierte Windows-Umgebung – inklusiver aller Apps, Inhalte und Einstellungen – auf ein beliebiges Endgerät streamen lässt. Dadurch entsteht eine nahtlose Benutzungserfahrung, die sich kaum von der gewohnten Arbeit an einem Windows-PC unterscheidet.

Windows 365 ist optimiert auf eine schnelle und einfache Implementierung, Verwaltung, Bedienung, Bereitstellung und Aktualisierung, mit hoher Transparenz in Bezug auf die Kosten. Daher sind auch keine speziellen Virtual Desktop Infrastructure-Kenntnisse notwendig, um die Cloud-PCs von Windows 365 im Unternehmen einzusetzen.

1. Personalisierte Windows 10- oder Windows 11-Desktops für alle User
2. Zugriff auf die virtualisierte Desktop-Umgebung von einem beliebigen Endgerät aus
3. „Secure by Design“ stellt sicher, dass keine Daten auf dem Endgerät verbleiben – so werden bei Verlust oder Diebstahl des Endgeräts keine Daten kompromittiert
4. Fester Preis pro User und Monat
5. Verwaltung und Bereitstellung auf Basis vertrauter Tools und Kenntnisse
6. Skalierbar und robust: passt sich an Anforderungen von Mitarbeitenden und Geschäftsszenarien an

AZURE VIRTUAL DESKTOP

Microsoft Azure Virtual Desktop basiert auf der Cloud-Plattform Azure und bietet eine flexible und sichere VDI-Plattform, die virtuelle Desktop-Umgebungen und Remote-Apps bietet, über die man die volle Kontrolle hat. Hierfür stellt Azure Virtual Desktop virtuelle Windows-Maschinen bereit, auf die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für Ihre tägliche Arbeit zugreifen können.

Alle Daten werden auf Microsoft Azure verarbeitet, wodurch das lokale Endgerät nur noch dem Zugriff auf den virtualisierten Desktop in der Cloud dient. Azure Virtual Desktop ist zwar komplexer als Windows 365, durch viele Optionen und volle Kontrolle bei Konfiguration und beim Management aber auch deutlich flexibler. Darüber hinaus bietet AVD auch Unterstützung für Citrix und VMware, wodurch es auch mit bestehenden, komplexeren VDI-Strukturen integriert werden kann.

1. Höchste Sicherheitsstandards
2. Personalisierte Windows 10- und Windows 11-Desktops für alle User inkl. Multi-Sessions-Fähigkeit und Remote App Streaming
3. Erlaubt flexibles, standortunabhängiges Arbeiten: Der Desktop ist immer erreichbar
4. Vollständige Kontrolle über Verwaltung, Konfiguration und Bereitstellung
5. Ideal für Remote-Arbeit, kurzfristiges Onboarding neuer Mitarbeitender und Auftragnehmer
6. Gut geeignet für User mit eingeschränkten Benutzungsrechten, beispielsweise: mobile User im Außendienst, Callcenter und Mitarbeitende in Zweigniederlassungen
7. Gut nutzbar für Software-Entwicklung und -Tests in einer virtuellen Umgebung statt auf lokalen Workstations
8. Flexible nutzungsbasierte Abrechnung

MICROSOFT
365

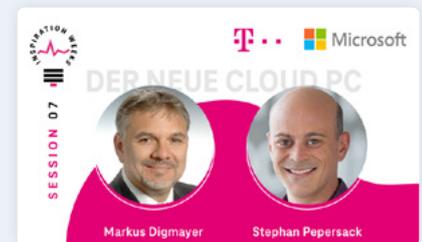
VS.

AZURE
VIRTUAL DESKTOP

nutzerbasiert	LIZENZIERUNG	verbrauchsbasiert
einfach	IMPLEMENTIERUNG	komplex
eingeschränkt und voll verwaltet	OPTIONEN	flexibel, volle Kontrolle
von Microsoft verwaltet (außer Networking)	AZURE-ABONNEMENT	kundenverwaltet
Fixkosten, von Microsoft verwaltet, kein Admin-Zugang zu VMs	COMPUTE	kundenverwaltet mit nutzungsbasierten, flexiblen Kosten
Fixkosten, von Microsoft verwaltet, nicht flexibel und schwierig zu sichern	STORAGE	kundenverwaltete OS Disks FSLogix, flexibel und einfach zu sichern
Fixkosten, von Microsoft verwaltet, kein Admin-Zugang, keine Flexibilität	NETWORKING	kundenverwaltet, nutzungsbasierte Kosten und flexible Routing-IPs Sicherheit
Keine FSLogix	NUTZERPROFILE	FSLogix (optional/obligatorisch)
Personalisierter Desktop für Windows 10 oder Windows 11	WINDOWS	Windows 10, Windows 11 oder Windows Server Multi Session Desktops
Verwaltung in Microsoft Endpoint Manager (Enterprise Edition)	VERWALTUNG	Volle Kontrolle über Konfiguration und Verwaltung

VERTIEFEN SIE IHR FACHWISSEN AUCH NOCH EINMAL IN DER PASSENDEN INSPIRATION WEEKS SESSION

Im Rahmen der Telekom CSP² Inspiration Weeks haben Stephan Peppersack (Microsoft) und Markus Digmayer (Deutsche Telekom) einen Vortrag zu dem Thema gehalten, in dem sie die Unterschiede zwischen den beiden Lösungen noch einmal genauer unter die Lupe nehmen. Sehen Sie sich jetzt [die Aufzeichnung an](#), um Ihr Fachwissen zu vertiefen.



FAZIT

Mit Windows 365 und Azure Virtual Desktop hat Microsoft zwei verschiedene Virtual Desktop-Angebote im Portfolio, die unterschiedliche Anforderungen erfüllen:

Windows 365 ist der weltweit erste Cloud-PC. Optimiert auf einfache Implementierung und Verwaltung, bietet er einen kompletten End-to-End-Service. Zusätzlich bietet Windows 365 Sicherheitsfeatures auf Enterprise-Niveau. Die virtuelle Windows-Umgebung ist von den unterschiedlichsten Endgeräten aus erreichbar, egal ob diese auf macOS, iOS, Android und anderen Betriebssystemen laufen. Neben der einfachen Implementierung und hohen Benutzungsfreundlichkeit bietet die Lösungen einen kalkulierbaren Preis pro User.

Azure Virtual Desktop hingegen ist deutlich komplexer, bietet dafür aber große Flexibilität und die volle Kontrolle über die VDI-Umgebung. Über das Azure Portal lassen sich neue Apps bereitstellen, Sicherheitseinstellungen anpassen und Netzwerkeinstellungen ändern. Das Einrichten und Verwalten von Azure Virtual Desktop erfordert zwar erfahrene Windows-Systemadmins, im Gegenzug werden jedoch hervorragende Sicherheitsfunktionen, ausführliche Konfigurationsmöglichkeiten sowie die nötige Flexibilität, um auch anspruchsvollere Anwendungen auszuführen, geboten.

Besonders große Unternehmen setzen daher auf Azure Virtual Desktop, während es Windows 365 Cloud-PC auch KMU ermöglicht, Windows aus der Cloud zu nutzen.

TELEKOM CSP² ZUKUNFTSPARTNER

In den vergangenen drei Jahren haben wir im Rahmen unseres Telekom Cloud Solution Partner Programms CSP² viele erfolgreiche Unternehmen und ebenso viele interessante Persönlichkeiten dahinter kennenlernen dürfen. Drei davon haben wir Ihnen auf den vorherigen Seiten vorstellen dürfen. Aber das sind nicht die einzigen Erfolgsgeschichten unserer Partner.



Matthias Lietz
Regionalleiter Partnermanagement Geschäftskunden Telekom Deutschland



Die CSP² Zukunftspartner repräsentieren wichtige Bausteine unseres Telekom Partnernetzwerks. Viele unserer Kunden und Partner stehen derzeit vor der Herausforderung der Digitalisierung ihrer Geschäftsmodelle, Produkte und Prozesse. Ohne Partnerschaften können wir die Anforderungsvielfalt nicht bedienen. Die Zukunftspartner ergänzen unsere eigene Lösungskompetenz perfekt und haben gleichzeitig auch Vorbildcharakter für andere Partner.



TRUSTED (WINE) ADVISOR

Wenn aus weniger mehr werden soll: Ein Gespräch mit Stefan Gilmozzi von pmOne darüber, wie eine klare Fokussierung auf wenige Kernthemen zu größerem Geschäftserfolg führt. Und was Wein damit zu tun hat.

► [Story lesen](#)



OFF-PISTE ONLINE

Von 0 auf 100 (Mitarbeitende) in gut 15 Jahren. Ein ehrliches und gleichzeitig inspirierendes Gespräch mit Jean Hamacher von Objektkultur über Verantwortung – für sich, das eigene Team und die Gesellschaft.

► [Story lesen](#)



EIN ECHTER LAU

Ein Gespräch mit Andreas Lau von synalis über die Vorteile von Cloudlösungen, das Customizing von Standardsoftware und Microsofts konkurrenzlos breite Produktpalette. Und was Kunst und IT miteinander gemeinsam haben.

► [Story lesen](#)



DER MANN UND DAS MEER

Was hat Segeln mit dem Führen einer Firma zu tun? Und was machen, wenn man das Eine wegen dem Anderen nicht tun kann? Ein offenes Gespräch mit Pascal Kremmers von prodot über unternehmerischen Erfolg, die Illusion von Freiheit und den Wert von Freundschaft.

► [Story lesen](#)

Alle weiteren finden Sie [auf unserer Website](#) – hinter jeder einzelnen von ihnen steckt eine einzigartige Unternehmergeschichte. Klicken Sie rein und überzeugen Sie sich selbst. Viel Spaß!

IHR ERFOLG IST UNSER ZIEL

Bilden Sie sich fort in der für Sie kostenfreien CSP² SALES CHAMP BUSINESS SCHOOL.

Mit unserem CSP² Sales Champ Business School Angebot wollen wir Ihnen relevante Web Tutorials an die Hand geben, die Ihnen vorrangig beim Marketing und Vertrieb Ihrer Microsoft-Produkte helfen.

Erfahren Sie wertvolle Insights und effiziente Best Practices zu Markenbildung und Social Selling via LinkedIn, konkrete Tipps und Verhaltensweise für erfolgreiche Vertriebsgespräche von unseren Top Cloud Sales Experten sowie wertvolles Hintergrundwissen zu den Produkten und Lizenzplänen von Microsoft 365.



Jetzt teilnehmen

Bei erfolgreicher Teilnahme an der – für Sie kostenfreien – Telekom CSP² Sales Champ Business School, erhalten Sie als Cloud Solution Partner der Telekom auf Wunsch ein entsprechendes Zertifikat. Ihr Erfolg ist unser Ziel!

Herausgeber:

Telekom Deutschland GmbH
Landgrabenweg 151
53227 Bonn

Dirk Heidemann

dirk-holger.heidemann@telekom.de

<https://cloud.telekom.de/de/microsoft/cloud-solution-partner>

© TELEKOM DEUTSCHLAND GMBH 2021

Alle Rechte vorbehalten. Weiterverwertung der Inhalte, auch auszugsweise, nur mit vorheriger schriftlicher Einwilligung der Telekom Deutschland GmbH. Die Telekom Deutschland GmbH übernimmt keine Garantie für die Aktualität, Korrektheit, Vollständigkeit oder Qualität der bereitgestellten Inhalte und Verweise. Haftungsansprüche gegen die Telekom Deutschland GmbH, welche sich auf die Nutzung oder Nichtnutzung der dargebotenen Informationen beziehen, sind grundsätzlich ausgeschlossen, sofern keine vorsätzliche oder grob fahrlässige Pflichtverletzung vorliegt.