

Als Franchisenehmer zum MSP

Die Synaxon-Revolution des Service-Geschäfts

06.10.2020 | Autor: [Michael Hase](#)

Der Name „Einsnulleins“ steht für ein kontrovers diskutiertes Projekt, mit dem die Verbundgruppe Synaxon das IT-Service-Geschäft im SMB-Markt revolutionieren will. Idee dahinter ist es, zentral erbrachte Managed Services in einem Franchisemodell zu vermarkten.



Synaxon sucht Mitstreiter, die gemeinsam mit der Verbundgruppe das IT-Dienstleistungsgeschäft revolutionieren.

(Bild: bakhtiarzein - stock.adobe.com)

Einsnulleins. Der Markenname kommt so unspektakulär daher wie TNT. Und doch birgt er ebenso Sprengkraft wie der Stoff, den das Akronym bezeichnet, freilich nur in einem metaphorischen Sinn. Einsnulleins heißt eine Tochtergesellschaft von Synaxon. Zugleich steht der Name für ein Projekt, das die Verbundgruppe mit Sitz in Schloss Holte-Stukenbrock seit einigen Jahren verfolgt und das sich immer noch in der Pilotphase befindet. Konkret geht es um IT-Leistungen für kleine und mittelgroße Unternehmen, die die Synaxon-Tochter in einem Managed-[Service](#)-Modell erbringt: IT-[Support](#) zum monatlichen Fixpreis und eine vorausschauende Betreuung, die den Kunden einen reibungslosen Betrieb ihrer Systeme garantieren soll.

Die Besonderheit an Einsnulleins ist, dass der Dienstleister seine Geschäftsidee seit Herbst 2018 als Franchisesystem in den Markt trägt. Auf diese Weise soll sie bundesweit skalieren, so der langfristige Plan. Im Prinzip kann sich jeder Entrepreneur mit IT-

Knowhow und kaufmännischen Kenntnissen darum bewerben, das Einsnulleins-Konzept gegen Gebühr zu nutzen. „Man sollte erheblichen Spaß an der Marktbearbeitung haben und eher Vertriebler als Tekkie sein“, erläutert Frank Roebbers, [Vorstandsvorsitzender](#) bei Synaxon, der auch Geschäftsführer bei der Tochtergesellschaft ist. Als Existenzgründer müsse man nicht einmal Eigenkapital mitbringen, weil die Kooperation eine Rahmenfinanzierung mit einer Förderbank vereinbart hat. Der [Managed Service Provider \(MSP\)](#) suche „helle Köpfe und Querdenker, die mit uns an verschiedenen Franchise-Standorten den IT-Markt revolutionieren wollen“, heißt es auf der Website.

Die ersten drei Systempartner kamen zwischen Januar und April 2019 aus den eigenen Reihen: Via Appia EDV aus Erlangen, Eickelschulte aus Starnberg bei München und Dalatias IT Solutions aus Barsbüttel bei Hamburg, alle Mitglieder des Synaxon-[Netzwerks](#) iTeam. Für Einsnulleins hat jeder von ihnen neben dem bestehenden Geschäft eine zweite Gesellschaft aufgebaut. In der Zwischenzeit stießen in Düsseldorf und Hannover zwei Existenzgründer sowie im September dieses Jahres das iTeam-Mitglied CCVossel aus Berlin als weitere Franchisenehmer hinzu, sodass Einsnulleins zusammen mit der Zentrale in Schloß Holte-Stukenbrock aktuell auf sieben Standorte kommt. In vier bis fünf Jahren sollen es 101 sein.

Kontroverse Diskussionen

Dass ein solches Konzept keine ungeteilte Zustimmung findet, liegt in der Natur der Sache. Und wer eine Revolution anzettelt, muss mit Widerständen rechnen. Dessen war sich Roebbers bewusst, der seine Thesen gern mit starken Bildern stützt („Ich sprengte meinen Laden lieber selber in die Luft, bevor es andere tun!“). Tatsächlich wurde Einsnulleins in Synaxon-Kreisen von Anfang an kontrovers diskutiert, wie Mitglieder berichten. Immerhin hatten viele iTeam-Systemhäuser bereits Zeit, Geld und personelle Ressourcen in eigene [Managed-Services](#)-Modelle investiert. Manche sahen daher in Einsnulleins eine Konkurrenz, die sie mit ihren Mitgliedsbeiträgen finanzieren. Doch innerhalb des Verbunds gibt es auch ganz andere Stimmen. „Jeder, der denkt, dass das Modell zu seinen Kunden und in sein Segment passt, kann als Franchisenehmer mitmachen“, sagt Martin Hörhammer, [CEO](#) bei Medialine mit Hauptsitz in Bad Sobernheim. „Die Tür steht jedem offen.“ Zudem ist sich der Systemhauschef sicher, dass iTeam langfristig von dem neuen Konzept profitieren wird.

Die Bedenken von Mitgliedern, ihnen drohe Wettbewerb aus der eigenen Kooperation, kann Roebbers bis zu einem gewissen Grad nachvollziehen. „Wenn unsere Partner

**Frank Roebers, CEO bei Synaxon, gibt Entwarnung:
Einsnulleins müsse nur der nicht kooperierte Dienstleister
fürchten.**

(Bild: Synaxon)

tatsächlich in dem Risiko leben müssten, dass sie Kunden in Massen an uns verlieren, dann würde ich deren Meinung teilen.“ Dafür gebe es aber keinerlei Anzeichen, so der Manager. Nach seinen Worten ist der IT-Service-Markt noch nicht so dicht wie die Märkte in anderen Branchen, etwa im Lebensmittelhandel. Im Zielsegment der Unternehmen mit zehn bis 250 IT-Arbeitsplätzen, in Summe etwa 340.000 Firmen, strebt Einsnulleins einen Anteil von maximal 15 Prozent an. Um diese Marktposition zu

erreichen, werde der MSP etwa zehn Jahre benötigen, prognostiziert der Synaxon-Chef. Den aktuellen Marktanteil, auf den alle Mitglieder der Verbundgruppe in diesem Segment zusammen kommen, schätzt er auf etwa zehn Prozent. Somit berge der Markt langfristig genügend Potenzial für alle.

Wenige Eskalationen

Die bisherigen Erfahrungen bestätigen die Befürchtung, die Kooperation werde zum Konkurrenten ihrer Mitglieder, jedenfalls nicht, wie Roebers weiter ausführt. Einsnulleins bearbeitet den SMB-Markt seit etwa vier Jahren mit dem Managed-Services-Angebot. 2012 in Hamburg als Labor für neue Geschäftsmodelle gegründet, entwickelte die Tochtergesellschaft zunächst IT-Dienstleistungen für Privatkunden. Da sich der Fokus zunehmend auf gewerbliche Endkunden verlagerte, wurde das Consumer-Geschäft bereits 2016 eingestellt und das Spin-off im Jahr darauf in die Synaxon-Zentrale nach Ostwestfalen zurückgeholt.

In den vergangenen vier Jahren gewann das interne Einsnulleins-Team rund 240 Kunden, deren IT der MSP seitdem fortlaufend betreut. Durch die Systempartner kamen seit 2019 weitere 60 Kunden hinzu. Bei der [Akquise](#) führten die Vertriebsleute mehr als 10.000 Telefonate mit Unternehmen und absolvierten Hunderte von Vor-Ort-Besuchen. Nur drei Mal eskalierte eine Situation, weil sich Kunden von Partnern für das Angebot interessierten, wie Roebers berichtet. In allen drei Fällen sei der Konflikt im Sinne der

Mitglieder gelöst worden. „Wir ziehen uns zurück, wenn wir auf Bestandskunden von Synaxon-Partnern treffen.“

Die bisherigen Kunden haben dem Vorstandsvorsitzenden zufolge in den allermeisten Fällen eines gemeinsam: Um ihre IT kümmerten sich zuvor kleinere Service-Anbieter, oft Zwei- oder Drei-Mann-Dienstleister, nach dem Zeit-gegen-Geld-Prinzip. Und diese Unternehmen waren mit der Qualität der Betreuung nicht zufrieden. Dagegen stoße Einsnulleins bei der [Kaltakquise](#) so gut wie nie auf unzufriedene Kunden von iTeam-Mitgliedern und nur selten auf unzufriedene Kunden von Mitgliedern der anderen Synaxon-Verbundgruppen. „Unsere Partner können sich entspannt zurücklehnen. Wir jagen den nicht kooperierten Dienstleistern in großer Zahl die Kunden ab.“

ERGÄNZENDES ZUM THEMA

Mit Einsnulleins auf den Kamm der Dritten Welle

Gemeinsam sind sie stark: Kleinere Partner schließen sich zusammen, um der Marktmacht großer Systemhäuser etwas entgegenzusetzen. Das ist die Idee hinter den Fachhandelskooperationen. Klassische Instrumente wie gemeinsamer Einkauf und Zentralregulierung reichen aber im Zeitalter der „Dritten Welle“ nicht mehr aus. Davon ist Frank Roebers, CEO bei Synaxon, seit Langem überzeugt. Mit der Metapher bezeichnet er die dritte Phase des Channel-Geschäfts, die durch Managed Services und Cloud bestimmt wird. In den ersten beiden Phasen kam die Wertschöpfung des Fachhandels primär aus dem Hardwareverkauf beziehungsweise aus Dienstleistungen nach dem Prinzip Zeit gegen Geld.

Vor diesem Hintergrund hat sich über die vergangenen Jahre das Franchisekonzept von Einsnulleins in einem agilen Prozess entwickelt. Gegen eine Einstiegsgebühr von 15.000 Euro können Partner am Geschäftsmodell des Managed Service Providers partizipieren. Von den laufenden Dienstleistungsumsätzen müssen sie insgesamt 15 Prozent abführen. Allerdings können bei Einsnulleins maximal 101 Franchisenehmer mitmachen. Zudem werden externe Bewerber zugelassen. Dennoch ist Roebers davon überzeugt, dass auch die Masse der 3.000 Synaxon-Partner von dem Projekt profitiert. Nach seinen Worten hat die Verbundgruppe beim Aufbau des Dienstleisters eine Fülle an Erfahrungswissen erworben, das dem Gros der Mitglieder direkt oder indirekt zugute kommt. Dieses Wissen erstreckt sich auf Kunden-, Support- und Backoffice-Prozesse. Rekrutierung von Fachpersonal, Lead-Generierung oder Buchhaltung nennt der Synaxon-Chef als Beispiele. Teils können Partner direkt auf Dokumentationen, Leitfäden, Vertragsvorlagen oder Marketingmaterial zugreifen. Teils entstehen neue Dienstleistungen, die den Mitgliedern künftig angeboten werden.

Einzigster bundesweiter MSP für SMBs

Bei der Akquise stoßen die Vertriebsleute auch so gut wie nie auf Kunden überregional agierender Systemhäuser. Die zielen Roebbers zufolge durchweg auf Unternehmen mit mehr Seats ab. „Nach unserer Wahrnehmung ist Einsnulleins der einzige MSP, der bundesweit in der Zielgruppe der Unternehmen mit weniger als 250 PC-Arbeitsplätzen unterwegs ist.“ Die Vorteile gegenüber kleineren, nicht kooperierten Wettbewerbern wiederum liegen im hohen Standardisierungsgrad von Systemen und Prozessen, der es dem Dienstleister laut eigener Aussage ermöglicht, hochwertige Leistungen zu einer vergleichsweise günstigen Flatrate anzubieten. Was zur Standardisierung beiträgt, ist nicht zuletzt der relativ hohe [Cloud](#)-Anteil. 54 Prozent der Kundensysteme laufen bei Hyperscalern oder auf Plattformen hiesiger Provider. Und dieser Anteil nimmt zu. „Wir schieben alles, was geht, in die Cloud.“

Wo steht Einsnulleins aktuell? Die Synaxon-Gesellschaft hat im vergangenen Jahr einen Service-Umsatz von mehr als zwei Millionen Euro erzielt und beschäftigt gut 40 Mitarbeiter. Hin und wieder greift das Team auf die Unterstützung von iTeam-Partnern zurück, wenn etwa spezielles Knowhow benötigt wird oder wenn es um Vor-Ort-Leistungen in Regionen geht, in denen der MSP noch nicht präsent ist. Momentan befindet sich das Projekt in Pilotphase II, in der die Optimierung der Support-Prozesse im Mittelpunkt steht und in der vier weitere Franchisenehmer hinzukommen sollen. Mitte 2021 soll die Expansionsphase beginnen, in der Roebbers dann 25 neue Systempartner pro Jahr rekrutieren möchte, bis die Obergrenze von 101 erreicht ist.

(ID:46896722)

ÜBER DEN AUTOR

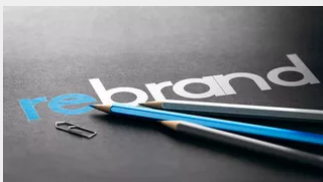


Michael Hase

Chefreporter



WEITERE ARTIKEL DES AUTORS



Weltweites Rebranding

Aus Comm-Tec wird Exertis Pro AV



Ausbau der Marktposition

Thomas Kühlewein übernimmt Geschäftsführung bei Insight



Verantwortlich für DACH-Geschäft

Michael Gutsch wechselt von Sophos zu Datto